

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
DEPARTAMENTO DE TURISMO E HOTELARIA
CURSO DE HOTELARIA

YANDRA SOUZA SANTANA DA ROCHA SANTOS

EVENTOS, RELAÇÕES DE HOSPITALIDADE E GESTÃO DE *STAKEHOLDERS*:
um estudo de caso na Semana Maranhense de Dança.

São Luís
2021

YANDRA SOUZA SANTANA DA ROCHA SANTOS

**EVENTOS, RELAÇÕES DE HOSPITALIDADE E GESTÃO DE
STAKEHOLDERS: um estudo de caso na Semana Maranhense de Dança.**

Monografia apresentada ao curso de Hotelaria da Universidade Federal do Maranhão - UFMA, como requisito para obtenção do título de Bacharel em Hotelaria.

Orientador: Professor Me. Ruan Tavares Ribeiro

São Luís
2021

FICHA CATALOGRÁFICA

Ficha gerada por meio do SIGAA/Biblioteca com dados fornecidos pelo(a) autor(a).
Diretoria Integrada de Bibliotecas/UFMA

Souza Santana da Rocha Santos, Yandra.
EVENTOS, RELAÇÕES DE HOSPITALIDADE E GESTÃO DE
STAKEHOLDERS: : um estudo de caso na Semana Maranhense de
Dança / Yandra Souza Santana da Rocha Santos. - 2021.
141 p.

Orientador(a): Ruan Tavares Ribeiro.
Monografia (Graduação) - Curso de Hotelaria,
Universidade Federal do Maranhão, Universidade Federal do
Maranhão - UFMA, 2021.

1. Eventos. 2. Hospitalidade. 3. Serviços. 4.
Stakeholders. I. Tavares Ribeiro, Ruan. II. Título.

YANDRA SOUZA SANTANA DA ROCHA SANTOS

**EVENTOS, RELAÇÕES DE HOSPITALIDADE E GESTÃO DE
STAKEHOLDERS: um estudo de caso na Semana Maranhense de Dança.**

Monografia apresentada ao curso de Hotelaria da Universidade Federal do Maranhão - UFMA, como requisito para obtenção do título de Bacharel em Hotelaria.

Aprovado em: ___/___/___

BANCA EXAMINADORA

Prof. Me. Ruan Tavares Ribeiro (Orientador)

Prof. (a) Dr(a). Rosélis de Jesus Barbosa Câmara

Prof. (a) Me(a). Marilene Sabino Bezerra

A todos que me incentivaram nessa árdua jornada e mesmo em meio ao caos, problemas e incertezas, acreditaram mais em mim do que eu mesma.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a mim mesma por não ter desistido e seguido o caminho mais fácil, por ter dado uma chance ao que sentia e realmente me esforçar, por mais difícil que tenha sido posso dizer que consegui. Também agradeço a Deus e ao universo por sempre zelarem por mim e me mostrarem que nada nunca é por acaso, o motivo é que muitas vezes não nos é claro naquele momento.

Agradeço principalmente a minha mãe Thays Santana, minha maior incentivadora, apoiadora, sonhadora e tudo o que precisei que fosse. Por desempenhar tão magnificamente seu papel de mãe e pai ao mesmo tempo, por nunca ter deixado nada faltar e ter me proporcionado a oportunidade de crescer sonhando com um futuro. Ao meu pai Fábio Henrique, que infelizmente não está mais presente em corpo, mas nunca deixou de ser presente em minha vida e sei que ele está muito feliz por mim neste momento. Esta conquista é tão minha quanto deles.

Agradeço a minha família, meus irmãos, avôs e avós que sempre fizeram todo o possível pela minha educação. A minha avó Maria Odila quem cuidou de mim enquanto escrevi este trabalho em meio a um pós operatório recente, se não fosse por ela eu não teria conseguido.

Aos meus amigos que me prestaram apoio durante todos esses anos: Marcos Paz, Jéssica Priscila, Adriana Aranha, o grupo amigas e friends, os grupos de amigos do kpop; foram tantas conversas e conselhos que seria necessária uma lista de muitas páginas para nomear todos. Em especial, queria agradecer a Thalita Borba por ter ajudado em tantos momentos da minha graduação, em especial este de agora. Cada conselho dado foi como um degrau para a minha escalada, e cada incentivo me fez ter mais coragem de seguir em frente por mais difícil que fosse.

A todos os meus companheiros do curso de Hotelaria que fiz ao longo desses 6 anos, a July Campos, Larissa Lima, Josaniel entre tantos outros pelas parcerias em trabalhos e fora de aula, em especial Ester Caldas que sempre me incentiva e acredita em mim. A todos que em algum momento me ajudaram, meu muito obrigada.

Aos companheiros do curso de Turismo com quem somei durante a graduação e me permitiram acesso a perspectivas fora da hotelaria, em especial Maria Paula Torres quem se mostrou uma parceira de pesquisa, companheira de aula e uma grande amiga dentro e fora da universidade.

Aos meus professores de curso por continuarem com a árdua missão da educação mesmo em meio a todo caos, sucateamento e dificuldades. Ver vocês não desistindo me fez querer continuar junto. Gostaria de agradecer especialmente ao meu orientador Ruan Tavares quem sempre ouviu todas às minhas dúvidas e prestou todo o auxílio que precisei

independente do dia ou hora, por demonstrar tanto interesse em meu trabalho quanto eu, me dando o incentivo necessário para continuar com a pesquisa.

Agradeço também ao Fábio, secretário do curso que durante todos esses anos me ajudou de todas as formas possíveis e sempre respondeu todas às minhas dúvidas. A todos os certificados aproveitados, cadeiras feitas por outros departamentos, quebra galhos no SIGAA, muitas vezes não era de sua alçada mas ele não deixou de fazer por isso.

E por último, muito obrigada a todos que em algum momento estenderam uma mão, uma palavra de consolo, conselho, apoio ou uma solução durante todos esses anos. Nunca planejei entrar na Hotelaria e fico muito feliz de ter me encontrado e continuado nesse longo caminho, que para mim está apenas começando.

“O mundo, às vezes, pode parecer um lugar hostil e sinistro, mas acreditem: existe muito mais bondade no mundo do que maldade. Só precisam procurar com vontade. E o que podem parecer desventuras em série, na verdade podem ser os primeiros passos de uma jornada.”

(Lemony Snicket, *Desventuras em Série*)

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Classificação dos eventos com base em área de interesse	15
Tabela 2 - Tipos de eventos considerando seu público prévio	17
Tabela 3 - Porte do Evento	17
Tabela 4 - Classificação considerando Periodicidade dos Eventos	18
Tabela 5 - Perfil do público	18
Tabela 6 - Etapas do processo de planejamento de um evento	20
Tabela 7 - Elementos da etapa de concepção	20
Tabela 8 - Etapas do pré-evento	21
Tabela 9 - Responsabilidades da Secretaria	22
Tabela 10 - Atividades no Pós Evento	23
Tabela 11 - Atividades da Secretaria no Pós-Evento	24
Tabela 12 - Gastos de um congressista	28
Tabela 13 - Possíveis Stakeholders	31
Tabela 14 - Classificação dos Stakeholders	32
Tabela 15 - Tipos de stakeholders e seus potenciais	33
Tabela 16 - Tempos e espaços da Hospitalidade	38
Tabela 17 - Características do serviço	43
Tabela 18 - Critérios de qualidade do serviço	44
Tabela 19 - Responsáveis pelo aumento da demanda por serviços	47
Tabela 20 - Categorização dos entrevistados	54

RESUMO

A hospitalidade é uma característica presente em tudo que c a vida em sociedade de um indivíduo que busca uma construção de relações e perpetuação de vínculos. Compreender como ela pode se fazer presente ou como se faz presente em meio aos ambientes comerciais, ajuda a elaborar meios de estabelecer o apoio mútuo e benefício conjunto, tanto para quem promove a ações de hospitalidade em meio aos serviços oferecidos, quanto para quem é atingido por essas ações. A proposta do presente trabalho consiste em observar de que forma as relações de hospitalidade entre a organização do evento Semana Maranhense de Dança e seus *stakeholders* influenciam para a realização do evento e são presentes em meio a prestação de serviços, juntamente com seus objetivos específicos que consistiram em observar o entendimento de hospitalidade para ambos os pesquisados, mapear os principais *stakeholders* e analisar a relação presente entre as partes. Para esta pesquisa foi desenvolvido um estudo de caso único com abordagem qualitativa, tendo como fontes de evidências entrevistas semiestruturadas com o organizador do evento e posteriormente com o seus *stakeholders* indicado. Os dados foram coletados e organizados a partir de uma categorização previamente elaborada e analisados por meio do método de análise de conteúdo. Por meio da análise foi possível identificar os benefícios gerados pela aproximação entre a organização do evento e os seus principais *stakeholders*, gerando um sentimento de acolhimento, valorização e identificação contribuindo para o apoio mútuo, resolução de conflitos e satisfação de ambos os lados. Também foi possível constatar que por se tratar de um evento da esfera pública, sendo uma política pública voltada para o entretenimento, a existência de uma preocupação com o igual acesso a todos os participantes é foco tanto por parte da organização do evento quanto por seus *stakeholders*, gerando assim uma identificação e um diálogo com melhor desenvolvimento de propostas, maior compreensão dos *stakeholders* em relação aos anseios da organização do evento e satisfação para ambas às partes por estarem atreladas a um evento com uma imagem positiva.

Palavras-chave: Hospitalidade. *Stakeholders*. Eventos. Serviços.

ABSTRACT

Hospitality is a feature present in everything that surrounds the life in society of an individual who seeks to build relationships and perpetuate bonds. Understanding how it can be present or how it is present in commercial environments helps to develop ways to establish mutual support and joint benefit, both for those who promote hospitality actions in the midst of the services offered, and for those who are affected. For these actions. The purpose of this paper is to analyze how the hospitality relationships between the Maranhense Dance Week event organization and its stakeholders influence the event and are present in the service provision, along with its specific objectives that consisted of in observing the understanding of hospitality for both respondents, mapping the main stakeholders and analyzing the present relationship between the parties. For this research, a single case study with a qualitative approach has developed, having as sources of evidence semi-structured interviews with the event organizer and later with its stakeholders indicated. Data have collected and organized from a previously elaborated categorization and analyzed using the content analysis method. Through the analysis, it was possible to identify the benefits generated by the approximation between the event organization and its main stakeholders, generating a feeling of acceptance, appreciation and identification, contributing to mutual support, conflict resolution and satisfaction on both sides. It was also possible to verify that, as this is a public sphere event, being a public policy focused on entertainment, the existence of a concern with equal access to all participants is a focus both by the event organization and by its stakeholders , thus generating an identification and a dialogue with better development of proposals, greater understanding of stakeholders in relation to the wishes of the event organization and satisfaction for both sides for being linked to an event with a positive image.

Keywords: Hospitality. Stakeholders. Events. Services.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	111
2	ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS E GESTÃO DE STAKEHOLDERS.....	14
2.1	Eventos	14
2.2	Gestão de Stakeholders	30
3	HOSPITALIDADE E SERVIÇOS	35
3.1	Relações de Hospitalidade	35
3.2	Serviços.....	42
4	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	48
4.1	Tipos de estudo.....	49
4.2	Universo e amostra	50
4.3	Coleta e Análise	51
4.4	Descrição do objeto de estudo	52
5	ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	54
5.1	Análise do conteúdo das entrevistas	54
5.1.1	Percepção da Hospitalidade.....	55
5.1.2	Mapeamento dos Principais <i>Stakeholders</i>	58
5.1.3	Ações de Hospitalidade na Prestação de Serviços.....	60
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	65
	REFERÊNCIAS.....	68
	APÊNDICE	72

1 INTRODUÇÃO

O entendimento da hotelaria moderna não é feito apenas pela compreensão de logísticas e meios de hospedagem. Atualmente, está cada vez mais explícito o quanto a hotelaria é fruto do meio em que se encontra e do quanto ela consegue usufruir deste próprio meio. A relação presente entre hotelaria e turismo sempre tão frisada ao decorrer da história hoteleira, torna-se indissociável considerando todo o contexto globalizado atual e do quanto às redes de conexões podem influenciar no fluxo turístico de cada local, juntamente com todos os aspectos pertinentes a atividade turística, suas variações e a experiência oferecida para o cliente, tornando o mercado hoteleiro um mercado competitivo.

O turismo tornou-se uma importante fonte de renda, como descrito por Rodrigo Vieira (2019) em matéria para o PANROTAS: o turismo corresponde a 8,1% do PIB no Brasil, juntamente com 7,5% do total de trabalhos gerados. Para isso, se faz necessário um entendimento do turismo e suas segmentações, para melhor aproveitamento do público e suas intenções almejadas ao realizar a atividade turística.

É importante para o profissional do setor hoteleiro entender sobre a localidade em que está inserido para conseguir identificar o seu potencial econômico. A delimitação entre as segmentações turísticas mais presentes auxilia ao profissional na construção e oferecimento de seus serviços, visando captar o maior contingente possível de público.

Com isso, entender aspectos como pontos fortes, fraquezas, segmentação turística e sazonalidade tornam-se primordiais para a sobrevivência do mercado hoteleiro. Uma segmentação turística que é considerada importante ferramenta em meio ao combate à sazonalidade é o Turismo de Eventos. O turismo de eventos visa o turismo promovido por meio da realização de eventos em períodos de baixa temporada, aumentando assim o fluxo de visitantes e aumentando a taxa de ocupação e fomentando a economia local. No entanto, é necessária a preocupação com a qualidade dos eventos oferecidos para que a experiência do cliente possa ser melhor aproveitada e oferecer um bom feedback para a localidade como um todo, uma vez que o cliente irá vivenciar a experiência da viagem por completo e não por partes separadas.

O interesse pelo presente estudo surgiu após a constatação de todos os percalços os quais envolvem a elaboração e execução de eventos por meio de

experiências acadêmicas e profissionais vivenciadas pela pesquisadora, ainda mais se tratando de um evento com referência cultural regional o qual proporciona o êxodo de diversos artistas de outros estados do Brasil para prestigiar e/ou participar ativamente, ocasionando assim um aumento no número de visitantes. Soma-se o interesse em compreender as relações de hospitalidade existente em meio a organização do evento, a fim de entender como se dão às relações e se estas são visualizadas de forma harmoniosa, proporcionando um melhor desenvolvimento da realização do evento e qual seria a relevância deste aspecto em meio a organização e seus stakeholders. Com isso, chegou-se ao seguinte questionamento: De que forma às relações de hospitalidade entre a organização e seus stakeholders influenciam para a realização do evento Semana Maranhense de Dança e contribuem para a prestação de serviços?

Há uma gama de trabalhos existentes voltados para a compreensão da relação entre hospitalidade e eventos; Savi e Pereira (2010) desenvolveram um estudo visando a correlação entre contribuição da realização de eventos e a captação de clientes da rede hoteleira na cidade de Santa Catarina. Não obstante, César Vilaça (2010), desenvolveu um estudo voltado para a hospitalidade em eventos e Megashows de grande porte, focado no caso da cantora Madonna. Por sua vez, Stock e Dons Anjos (2008) desenvolveram um estudo voltado para o mapeamento da cadeia de valor do Festival de Dança de Joinville, realizado em Santa Catarina.

A presente pesquisa possui seu diferencial pautado em seu desenvolvimento em meio a realidade do contexto da cidade de São Luís localizada no estado do Maranhão, tendo como objetivo de estudo de que forma às relações de hospitalidade entre a organização e seus stakeholders influenciam para a realização do evento Semana Maranhense de Dança no âmbito da prestação de serviços. Podendo assim fazer a observação das relações de hospitalidade entre a organização do evento e seus principais stakeholders, muitos ligados diretamente ao setor de prestação de serviços.

Como objetivos específicos, destacam-se: analisar a percepção da hospitalidade por parte da organização do evento; mapear os principais stakeholders ligados à organização do evento; identificar as ações de hospitalidade entre a organização e seus stakeholders no âmbito da prestação de serviços.

No primeiro capítulo é ocorre a reflexão acerca de conceitos voltados para área de eventos e gestão de stakeholders, sendo o primeiro momento focado na

descrição da organização de eventos e os percalços relacionados a essa área seguindo conceito de autores como Marlene Matias (2004) e Zanella (2003) os quais trazem a definição e divisões presentes no mundo dos eventos. No segundo momento adentra-se a gestão de stakeholders e seus conceitos, identificação e divisões segundo autores como Freeman (1984) e Silva (2017) os quais trabalham esses preceitos.

No segundo capítulo trabalha-se os conceitos de hospitalidade e serviços levando em consideração estudiosos da área. Na abordagem sobre hospitalidade, sua definição e suas relações são utilizados autores como Wada (2003) e Camargo (2004) os quais conceituam hospitalidade como ato de acolher e bem receber. Partindo para o momento sobre serviços, são utilizados autores como Silva (2011) e Fitzmmons e Fitzmmons (2014), o qual conceitua o serviço como um conjunto de atividades realizadas para suprir os desejos e/ou necessidades do consumidor.

O trabalho tem sua continuidade no seguinte capítulo abordando os procedimentos metodológicos utilizados para o seu desenvolvimento, e qual possui natureza empírica e exploratória seguindo protocolo de coleta, organização e análise de dados, e se encerra com a descrição do evento estudado. Ocorreu a utilização do estudo de caso único tendo como base o autor Yin (2010) para sua execução. Após a coleta, organização e análise dos dados coletados foi realizada uma análise do conteúdo tendo como referência o método do autor Bardin (2011) e sua proposta de desenvolvimento.

Em relação ao referencial teórico às pesquisas realizadas tendo como escopo o setor de eventos, hospitalidade, stakeholders e serviços foram por meio de plataformas online, banco de teses e dissertações da CAPES, revistas científicas especializadas e Google Acadêmico, assim como dados e informações extraídas de sites oficiais e institucionais como por exemplo Associação Brasileira de Empresas de Eventos e Instituto Brasileiro do Turismo, além de pesquisas em periódicos e livros.

No quinto capítulo ocorre a análise e discussão de resultados, onde há a análise individual de cada evidência recolhida e posteriormente a discussão comparativa tendo como base os referenciais teóricos reunidos na pesquisa. Nas considerações finais são levantadas às limitações da referida pesquisa assim como implicações práticas, juntamente com possíveis direcionamentos para desenvolvimentos de outros estudos relacionados.

Espera-se que o presente estudo possa contribuir para o melhor entendimento das relações de hospitalidade e gestão de stakeholders em meio a organização de eventos em São Luís - MA e como estas podem vir a contribuir para a melhor realização do referido evento, sempre considerando a ênfase que os stakeholders possuem com a organização e como isso influencia em meio a prestação de serviços.

2 ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS E GESTÃO DE STAKEHOLDERS

No capítulo vigente, em seu primeiro momento, busca-se compreender a organização de eventos, seu tipos e a dinâmica que envolve esse universo de forma conceitual. Considerando eventos como um importante setor do ramo hoteleiro e motivador de fluxos turísticos, faz-se necessário ao hoteleiro entender o papel do setor na cadeia turística e como ela pode vir a trazer benefícios. Em seguida, continua-se com um estudo sobre a gestão de *stakeholders*, a compreensão da importância de sua identificação para manutenção da empresa e como o bom relacionamento com os seus *stakeholders* pode trazer benefícios para a mesma, e até mesmo ser utilizado como estratégia em relação ao meio comercial.

2.1 Eventos

A organização de eventos de diferentes portes e tipos tem sido uma atividade a qual acompanha o corpo social ao decorrer das eras, tendo seu surgimento divergido pelos estudiosos, mas de possível compreensão observando a dinâmica social:

Os eventos são acontecimentos que possuem suas origens na Antiguidade e que atravessaram diversos períodos da história da civilização humana, atingindo os dias atuais. Nessa trajetória, foram adquirindo características econômicas, sociais e políticas das sociedades representativas de cada época (MATIAS, 2004, p. 20).

A vida em sociedade possibilita a existência de vínculos e laços entre indivíduos seja por motivos afetuosos, profissionais ou de pensamentos/ideologias semelhantes; e comumente para manifestar esse tipo de apoio e afinidade é comum ocorrerem reuniões, encontros e atividades que podem ser facilmente classificadas como eventos, como define Zanella (2003):

Evento é uma concentração ou reunião formal e solene de pessoas e/ou entidades realizada em data e local especial com objetivo de celebrar acontecimentos importantes e significativos, e estabelecer contatos de natureza comercial, cultural, esportiva, social, familiar, religiosa, científica, etc.

Pode-se compreender então que os eventos são utilizados para aproximar e/ou estreitar relações por diversos motivos diferentes, e sua construção e execução acompanham os preceitos e dinâmicas da sua proposta e do meio em que está inserido.

Seguindo sempre a premissa de que é realizado por indivíduos para outros indivíduos como forma de estreitar os vínculos já existentes, ou criar novos através da interação, segundo Veloso (2001) eles (eventos e cerimônias) seriam meios de estabelecer a comunicação entre pessoas e público de organizações governamentais ou privadas de forma mais aproximada. Ainda sobre a aproximação de pessoas e servir como ponte para relações afetivas ou mesmo comerciais, pode-se observar de acordo com Freiburger (2010, p. 13):

Em seu sentido mais amplo, eventos envolvem pessoas tanto na sua organização e preparação quanto na participação propriamente dita. É uma forma efetiva de integração de ideias, conceitos, conhecimentos e também de promover produtos e serviços das organizações.

É possível compreender que através dos eventos há a possibilidade de parcerias comerciais por meio da identificação de interesses e temas em comum, salientando a importância da realização dessas iniciativas que por consequência podem vir a beneficiar os envolvidos, seja por meios econômicos ou sociais.

Em um primeiro momento para a realização de um evento satisfatório que alcance os objetivos almejados são considerados certos aspectos e variáveis, dentre eles sua classificação, área de interesse e seu porte de acordo com a quantidade de pessoas. Acerca de sua área de interesse e classificação, Cesca (1997) nos traz uma série de definições, a começar por sua área de interesse. O evento pode ser classificado se baseando em sua área de interesse nos seguintes tipos:

Tabela 1 - Classificação dos eventos com base em área de interesse

TIPOS DE EVENTOS (quanto a área de interesse)	
Artístico	Voltado para manifestações artísticas como pintura, música, literatura, poesia dentre outras. Temos como exemplo um sarau de poesia ou um recital de piano.

Científico	Tem como foco assuntos do ramo científico, como física, química, medicina, botânica e outros com o mesmo escopo.
Cívicos	Eventos que possuem como objetivo trazer à tona algum fato referente a história de um povo, como por exemplo desfiles da independência, marchas em homenagem a heróis locais, regionais ou nacionais, dentre outros.
Comerciais	Realizados por empresas com finalidade de divulgação de um produto recém lançado, aumento da comercialização de um já existente, inauguração de uma nova instalação (um coquetel promovido em uma nova filial por exemplo), ou mesmo uma ação voltada para o público como meio de chamar a atenção do mesmo.
Cultural	Ressalta aspectos culturais (locais, regionais ou nacionais) para promover a disseminação e conhecimento como por exemplo feiras artesanais, festivais gastronômicos entre outros. Inclui também às manifestações culturais como danças, músicas, lendas e folclore.
Desportivo	Evento realizado com foco em atividade esportiva, podendo ser a nível municipal, regional, nacional ou mesmo internacional como por exemplo às Olimpíadas.
Folclórico	Voltados para aspectos culturais de um povo, trazendo sua história, seus costumes, sua culinária e outras nuances de sua cultura, como exemplo às festas juninas realizadas no nordeste em que é possível ter acesso a danças típicas, culinária, roupas e onde cada região tem um costume diferente.
Lazer	Visam o entretenimento de seus participantes.
Promocionais	Promove uma entidade, produto, empresa, governo ou mesmo a imagem de uma pessoa.
Religiosos	Tem como enfoque assuntos de cunho religioso independente da crença abordada, também podem ser usados para promover convívio entre os fiéis (como por exemplo retiros) ou mesmo chamar atenção das pessoas e agregar novos adeptos.
Sociais	Eventos comumente realizados na sociedade como aniversários, casamentos, celebrações que reúnem amigos, família e outros convidados visando celebrar algo específico ou mesmo confraternizar.
Turísticos	Tem como objetivo divulgar, explorar e promover os produtos turísticos de uma cidade, estado ou país como forma de movimentar o fluxo turístico. Podem ser viagens realizadas de forma profissional (por exemplo uma viagem de negócios que proporciona uma viagem turística para conhecimento do local visitado) ou não necessariamente (uma viagem por conta própria).

Fonte: Cesca (1997)

Podemos assim observar as classificações dos eventos baseados em suas áreas de interesse, o que é de grande importância no momento de planejamento

considerando que cada tipo possui diferentes tipos de necessidade em relação a infraestrutura, público, cronogramas e outros detalhes inerentes a eventos.

Ainda em suas classificações, Cesca (1997) continua a divisão em categorias considerando a natureza do evento acerca do convidado, se seria um evento com um público considerado “fechado” ou se seria “aberto”:

Tabela 2 - Tipos de eventos considerando seu público prévio

TIPOS DE EVENTO (considerando seu público prévio)	
Fechado	Aquele onde o público já está previamente definido e não é comumente aceito participantes no dia do evento. Geralmente nesses eventos voltados para o setor profissional, os participantes registram sua presença através de assinatura e ao final recebem um registro para confirmar que realmente foram, como por exemplo um certificado.
Aberto	Aquele onde o público é aceito de modo geral. Por vezes o público precisa realizar uma inscrição ou adquirir um ingresso ou entrada previamente, como por exemplo um show, para se ter noção da demanda e quantidade de pessoas.

Fonte: Cesca (1997)

Como pode-se observar com a tabela acima o tipo de público também tem sua importância, pois existem eventos que oferecem certificados ao final e nesses casos se necessita de uma preparação prévia em relação aos registros.

Se tratando do número de pessoas aguardadas para o evento e o tipo de público aguardado é possível classificá-lo por meio desta previsão, determinando assim seu porte.

A começar pela classificação por porte, Britto e Fontes (2002) trazem às seguintes classificações:

Tabela 3 - Porte do Evento

PORTE	QUANTIDADE DE PARTICIPANTES
Pequeno	Até 200 participantes previstos.
Médio	Número de participantes previstos entre 200 e 500.

Grande	Evento com um número acima de 500 participantes.
---------------	--

Fonte: Britto e Fontes (2002, p. 60)

Baseado no porte pretendido do evento pode-se realizar uma cotação mais apurada considerando a capacidade máxima dos locais pretendidos para garantir maior conforto aos participantes e a própria organização.

Não obstante, Britto e Fontes (2002) também realizam a classificação pela periodicidade do evento, podendo ser considerado:

Tabela 4 - Classificação considerando Periodicidade dos Eventos

CLASSIFICAÇÃO CONSIDERANDO PERIODICIDADE	
Fixo	Não possui flexibilidade da data, sendo realizado periodicamente no mesmo dia, seguindo o exemplo das comemorações cívicas ou religiosas.
Móvel	Possui data variável seguindo uma agenda baseada no calendário vigente ou mesmo devido a propensões da equipe a qual organiza o evento.
Esporádico	Feito de forma temporária em motivo de eventos excepcionais, apesar de serem esporádicos são realizados de forma planejada e programada.

Fonte: Britto e Fontes (2002, p. 61)

Importante ressaltar que a periodicidade da realização do evento pode ser utilizada como ferramenta principalmente para o planejamento de eventos de grande porte que venham a ser esporádicos onde demandam um maior tempo de preparo; e também pode ser usada para tornar o evento um marco no caso de eventos fixos e móveis, pois seguem uma linha previsível de data.

De acordo com o Senac (2000) o evento também pode ser classificado tendo como base o perfil do público ao qual ele é direcionado, podendo ser dividido em:

Tabela 5 - Perfil do público

TIPO	PERFIL DO PÚBLICO
-------------	--------------------------

Geral	Possui um público em aberto sem nicho extremamente específico, se limitando apenas às vezes ao número de participantes permitidos levando em consideração o local de sua realização.
Dirigido	O público aguardado geralmente é diversificado porém possui interesses em comum pelo tema proposto por diferentes óticas (por exemplo um uma feira de exposições de invenções científicas, a qual abriga inventores, observadores, patrocinadores que buscam coisas diferentes porém na mesma temática)
Específico	O evento possui um nicho de público específico para a temática pois ele é extremamente restrito, como por exemplo uma convenção de oftalmologia.

Fonte: Senac (2000)

O entendimento do tipo de público esperado é essencial para se antever às expectativas geradas e usar de meios para conseguir alcançar os objetivos básicos propostos, causando assim uma boa impressão geral sobre o evento.

Porém, apenas identificar o tipo de evento e seu público não é suficiente para que a organização do evento aconteça; é necessária a existência de um planejamento para que a organização do mesmo tenha mais chances de ser realizada de forma bem sucedida. Como descrito por Petrocchi (1998, p. 20):

O processo de planejamento consiste em estabelecer em que ponto uma organização se encontra no presente e para onde ela pretende se dirigir no futuro, com as estratégias ou táticas necessárias para atingir esse ponto. Resumindo em poucas palavras, o processo de planejamento se interessa pelos fins e pelos meios para atingir tais fins.

A organização e planejamento para a realização de eventos é extremamente importante, considerando que os eventos envolvem pessoas em seus processos de realização tanto em seu corpo de colaboradores quanto o público que irá prestigiar, e possuem inúmeras variáveis para serem consideradas sem esquecer de atingir o seu objetivo final. Segundo Meirelles (1999) o planejamento seria fator fundamental para desenvolvimento de seja qual for o tipo de atividade, mas se tratando de eventos seria especial pois possibilita a racionalização das atividades, o gerenciamento dos recursos que se encontram disponíveis e permite a implantação do projeto.

Seguindo a temática do planejamento, Matias (2004) nos traz às etapas do processo de organização e planejamento de um evento, que podem ser divididas em:

Tabela 6 - Etapas do processo de planejamento de um evento

ETAPA	OBJETIVO
Concepção	assimilação da ideia.
Pré-Evento	planejamento e organização.
Trans-evento	realização do evento.
Pós-evento	encerramento e avaliação

Fonte: Matias (2004)

Como pode ser observado, cada etapa carrega sua parcela de responsabilidade para o bom andamento do evento e sucesso no produto final, pois uma depende da outra para não haver confusões em meio a todo o processo.

Nos processos iniciais em meio a etapa de Concepção, de acordo com Matias (2004) é importante que a ideia do evento seja incorporada por alguns realizadores antes da organização do mesmo, para que possa tomar forma seguindo o levantamento do maior número possível de elementos, tais como:

Tabela 7 - Elementos da etapa de concepção

ELEMENTOS DA ETAPA DE CONCEPÇÃO
Necessidades do evento
Meios de suprir as necessidades do evento.
Reconhecimento dos objetivos específicos.
Recolhimento de informações sobre os possíveis interessados no evento: patrocinadores, participantes e empresas em potencial.
Resultados pretendidos com a realização do evento.
Aferição de possibilidades econômicas e técnicas para a realização do evento.
Avaliação de recursos e tempo necessários.
Determinar diretrizes.

Desenvolvimento de contornos do projeto.
--

Fonte: Matias (2004)

De acordo com os elementos observados é possível aferir que a etapa da concepção é voltada para o campo do estudo e da idealização do evento em si, onde é necessário recolhimento de informações e de aspirações para poder entender o que se deseja alcançar.

Após essa fase inicial de concepção da ideia do que seria o evento, é adentrada a fase do Pré-Evento, onde planejamento é o elemento fundamental num processo de organização de eventos. É a fase decisiva do evento, na qual estão inseridos a coordenação executiva e os controles financeiro, técnico-administrativo e social do evento (COUTINHO, 2010, p. 28).

Durante a fase da concepção é realizado um projeto do que seria o evento, e nessa fase do pré-evento é desenvolvido um projeto de evento. Segundo Matias (2004) na composição deste projeto os principais aspectos que devem ser presentes são:

Tabela 8 - Etapas do pré-evento

ETAPAS DO PRÉ-EVENTO
Definição do produto
Escolha do local
Escolha da data do evento
Elaboração de tema e calendário
Identificação e análise dos prováveis participantes
Elaboração do plano de comunicação e marketing
Infra-estrutura de recursos audiovisuais, materiais e serviços
Transportes para participantes e convidados
Opções de hospedagem para os participantes e convidados
Programação opcional e anexa ao evento: social, cultural e turística
Agência de viagem e turismo
Recursos financeiros

Cronograma de realização do evento

Fonte: Matias (2004)

Considerando as informações da tabela acima, é possível observar que a etapa do Pré-evento é onde os contatos são estabelecidos e todos os planejamentos são postos em prática, caminhando para a realização do evento em si, sendo assim uma etapa que possui um prazo de execução a ser seguido.

Importante frisar que todos os pontos possuem a sua importância, porém cada tipo e estrutura de evento vai demandar uma atenção maior para algum dos itens citados; por exemplo, o tema do evento é de extrema importância para atrair maior porcentagem de público interessado pelos assuntos abordados.

Após todo o processo de concepção e planejamento, é chegado o dia da realização do evento ou como é chamada esta etapa: Trans-evento.

Para Matias (2004) o setor da secretaria fica encarregado de prestar auxílio administrativo ao evento, sendo assim toda a infraestrutura necessária presente no local, que irá ajudar direta ou indiretamente na realização do evento. A Secretaria seria considerada o centro administrativo do evento, onde deve ficar os responsáveis pelo serviço de recepção, os quais sob responsabilidade de um orientador, terão como atividades:

Tabela 9 - Responsabilidades da Secretaria

RESPONSABILIDADES DA SECRETARIA
Recepcionar os participantes, convidados e autoridades;
Atender aos participantes (informações necessárias e provisão de materiais)
Atender ao plenário e às salas de comissões e apoiá-los
Preparar com antecedência os impressos e outros materiais necessários ao evento
Supervisionar os serviços oferecidos aos participantes, convidados e autoridades
Efetuar novas inscrições
Entregar materiais aos participantes

Prestar informações em geral
Entregar certificados
Elaborar controles das tarefas sob sua responsabilidade
Providenciar materiais para os palestrantes

Fonte: Matias (2004)

Dessa forma, evidencia-se a importância da preocupação com um bom setor de secretaria, pois é o setor um grande contingente de atribuições e muitas envolvem contato direto com os participantes e convidados, sendo extremamente necessário o exercício da gentileza e hospitalidade.

Para Matias (2004) o serviço de recepção do evento é tido como o cartão de visitas, pois é a primeira impressão do participante sobre o clima do evento. Independente de qual seja o evento, é de extrema importância demonstrar ao participante o quanto a presença dele é importante, a felicidade de recebê-lo e desejar que ele tenha um evento satisfatório. O serviço de recepção pode ter postos de atendimento nos locais onde acontecem as atividades do evento.

Após a realização e finalização do evento, é chegada a etapa do Pós-Evento, definido por Coutinho (2010, p. 34) como o momento de avaliação técnica, administrativa e também avaliativa por parte dos participantes. É o momento de confronto entre os resultados esperados e os resultados obtidos, onde é possível visualizar os pontos positivos e os pontos negativos.

Nesse momento de pós, a autora Freiburger (2010 apud Matias, 2004) aponta uma série de atividades a serem realizadas que envolvem tanto a parte administrativa quanto a parte financeira de prestação de contas do evento, tais como:

Tabela 10 - Atividades no Pós Evento

ATIVIDADES NO PÓS-EVENTO
Preparação do noticiário geral
Expedição dos <i>press releases</i>
Compilação e ordenação de todos os <i>press releases</i> publicados
Cálculo de toda a centimetragem publicada

Apresentação dos relatórios finais e de todas as fases de divulgação
Reuniões de trabalho nas quais a equipe seja incentivada a buscar resultados ainda maiores para o próximo evento
Apresentar balancete administrativo e demonstrativo de todas as providências tomadas
Liquidar todas as pendências que possam surgir sobre instalações, materiais, recursos humanos ou equipamentos utilizados
Devolver à associação e/ou empresa promotora do evento todos os materiais que tenham sobrado
Desmontar instalações que foram efetuadas para o evento
Transportar materiais e equipamentos utilizados no evento

Fonte: Freiburger (2010 apud Matias, 2004)

Vale ressaltar que mesmo após a retirada de toda a infraestrutura o evento não está finalizado, pois existem diversas atribuições além das citadas acima que necessitam serem realizadas.

Ainda no momento do pós-evento, Coutinho (2010) aponta que às atividades da secretaria não param nunca, pois ela fica responsável por:

Tabela 11 - Atividades da Secretaria no Pós-Evento

ATIVIDADES DA SECRETARIA NO PÓS-EVENTO
Elaborar e enviar a correspondência final
Organizar, guardar e encadernar toda a correspondência enviada e recebida antes e durante o acontecimento do evento
Agradecer a todos que auxiliaram com materiais ou apoio para a realização do evento.
Realizar o relatório final sobre as atividades realizadas em geral.
Providenciar a edição e publicação dos anais.
Encaminhar os anais ao público participante do evento.
Elaborar o portfólio do evento realizado.

Fonte: Coutinho (2010, p. 34-35)

Analisando a tabela acima pode-se perceber a preocupação em uma equipe bem preparada para assumir as responsabilidades e tarefas do setor da secretaria pois a todo momento são necessárias atividades vindas deste setor.

Outro ponto importante do processo de pós-evento é a avaliação por parte dos participantes e dos componentes do grupo de colaboradores que atuaram na realização do mesmo. Para Marlene (2004) é importante que os participantes avaliem através de uma pesquisa de opinião para assim tabular os dados referentes ao alcance dos objetivos propostos pelo evento; já o corpo de colaboradores, é aconselhável pela autora reuniões periódicas com os envolvidos no processo de organização e planejamento, para que a equipe possa avaliar o evento como um todo e assim trabalhar para a melhoria de suas fraquezas nas próximas edições.

A área de eventos por ser uma área plurissetorial tendo impacto em diferentes âmbitos econômicos, é bem quisto que se tenha uma atenção para os benefícios que ela pode proporcionar.

De acordo com Hoeller (2002) a promoção e captação de eventos vem sendo apontada como a de maior retorno econômico e social ao país e a cidade escolhidos para sediar algum tipo de evento. Em dados expressivos, é possível visualizar através de informações obtidas do estudo “Dimensionamento Econômico da Indústria de Eventos no Brasil” feito em 2013 pela ABEOC, SEBRAE e Universidade Federal Fluminense onde mostra que o setor de eventos cresceu de 2000 a 2012 aproximadamente 14% ao ano, tendo assim um aumento de sua participação no PIB do Brasil que saiu de 3,1% em 2001 para 4,32% em 2013. Além disso, ao considerar toda a cadeia de serviço, também foi constatado cerca de R\$ 209, 2 bilhões em faturamento em toda a cadeia, R\$ 48 bilhões arrecadados em impostos, 60 mil empresas, 1 milhão e 893 mil empregos diretos e terceirizados, 590 mil eventos realizados e 203 milhões de participantes em eventos. Estima-se que o setor tenha crescido em média 6,5% ao ano entre os anos de 2013 a 2019.

Através dos dados é possível constatar o crescimento e retorno que o setor de eventos oferece à economia em diferentes níveis, tanto nacional por meio do PIB e impostos quanto local pela geração de empregos e também pelo grande fluxo de pessoas que se movimentam para comparecer aos mesmos, levando ao segmento turístico tido como Turismo de Eventos, o qual segundo Bahl (2004) pode ser compreendido, como:

Um acontecimento que ocorre a partir de um motivo e de atividades programadas a serem desenvolvidas em um local e tempo determinados, congregando indivíduos com interesses e objetivos comuns, de mobilização da cadeia produtiva e de serviços públicos de uma localidade.

O conceito de turismo de eventos também é entendido de forma mais ampla e exemplificada por Britto e Fontes (2002, p. 52) como sendo um segmento que cuida de diversos tipos de eventos no qual acontece nas mais diversas áreas sendo: congressos, conferências, cursos, exposições, feiras, shows, simpósios, solenidades que retratam o esforço mercadológico de variados setores (como às áreas da medicina, saúde, economia, cultura, artes, esporte, comércio, jurídico) quando adentram em sua zona mercadológica potencial munidos de novos aparatos científicos, descobertas e novos produtos.

A captação de participantes por meios dos eventos possibilita a reflexão acerca de como o turismo de eventos pode contribuir de diferentes formas para a economia do local em que ele é realizado, como apontado por Montes e Coriolano (2003, p. 45):

O turismo de eventos, além de beneficiar a cidade-sede, contribui com o desenvolvimento regional e nacional e proporciona redução da sazonalidade, entrada de divisas, melhoria da imagem, mobilização do trade turístico e mobilização dos prestadores de serviços.

Isso ocorre devido ao fluxo de participantes oriundos dos eventos dos mais variados temas. O diferencial dos turistas oriundos de um evento seria o fato de não necessariamente obedecerem a sazonalidade turística, visto que os eventos possuem datas que seguem um calendário de planejamento próprio pautado num cronograma voltado para aquelas atividades propostas no evento (participantes, convidados, datas de disponibilidade de locais para a realização do evento, etc).

Desse modo, como afirmado por Uliach e Menezes (2014), em relação às outras áreas do turismo, uma das vantagens que o setor de eventos teria independente de qual fosse seu tipo ou tamanho seria a de poder ser programado e executado para ocorrer em qualquer época do ano, mesmo sendo em meio a baixa ou alta temporada, não sendo afetado por uma dos maiores obstáculos do setor hoteleiro: a sazonalidade.

A sazonalidade segundo Mota (2003, p. 20) é um fenômeno que ocorre devido a convergência das práticas turísticas em um determinado período de tempo e

espaço; ou seja, em uma mesma cidade, dependendo da época do ano, há a incidência de um maior fluxo turístico ou um fluxo extremamente baixo de turistas, não ocorrendo uma demanda equilibrada ao decorrer do ano, trazendo a necessidade de planejamentos que ajudem a aproveitar ao máximo períodos de alta temporada para que nos períodos de baixa não se tenha tantas dificuldades. Uma vez que os eventos possuem cronogramas e datas de realização própria, eles podem ser artifícios utilizados na época de baixa temporada para movimentar o fluxo turísticos e se transformar em uma válvula de escape pois um evento bem produzido pode atrair turistas de diversas partes do país (ou mesmo do mundo) proporcionando contato com a cultura local, gerando curiosidade e estimulando a procura por serviços fazendo girar a economia local.

Para Matias (2004) um evento corresponde a um grande estímulo na cidade em que ele acontece, pois ele faz uma grande movimentação em diferentes setores econômicos levando a um crescente número na arrecadação geral de receitas, aumento no número de empregos diretos e indiretos e proporciona novas oportunidades para a população fazendo a redistribuição da renda individual, local e regional.

Com todas as etapas de planejamento de um evento e tudo o que envolve a sua infraestrutura e realização, os beneficiários dele não seriam apenas os organizadores. Imaginando o itinerário de um participante, desde a sua chegada até a sua partida ele gera renda para diferentes indivíduos; para chegar ao evento o participante precisa de um meio de transporte (interestadual, regional ou local) e durante sua estadia ele precisa de um local para pernoitar e também realizar sua alimentação; andando pela cidade a caminho do evento e tendo contato com a cultura, pode vir a se interessar por diferentes produtos locais gerando renda para vendedores autônomos ou mesmo pode vir a realizar um passeio com um guia turístico para conhecer melhor a cidade

Todo lugar o qual ele frequenta existe a possibilidade de requisitar algum serviço local diferente, seja por necessidade ou por curiosidade, fortalecendo diferentes negócios ao longo do caminho sejam eles informais, autônomos ou formais.

De acordo com uma pesquisa realizada pelo Instituto Brasileiro de Turismo (1998) acerca dos congressistas, foi constatado que seus gastos são divididos em:

Tabela 12 - Gastos de um congressista.

GASTOS	%
Hospedagem	45%
Passagem Aérea	23%
Restaurante do Hotel	9,5%
Outros Restaurantes	14,6%
Entretenimento	5%
Outros	1,7%

Fonte: Instituto Brasileiro de Turismo (1998)

Considerando os dados da tabela acima e às programações diurnas dos eventos, o congressista geralmente passa a maior parte do dia fora do hotel (quando o evento não é realizado no mesmo hotel em que os participantes estão hospedados) e em suas horas vagas também busca entretenimento em outros locais, justificando sua alimentação em outros restaurantes ser uma porcentagem maior do que no restaurante do meio de hospedagem, abrindo margem para a reflexão de possibilidades de serviços que podem ser oferecidos e que possam trazer benefícios para diferentes setores econômicos: os que são ligados a atividade turística e aqueles que são indiretamente afetados pela incidência de turistas.

Com a movimentação do turismo ocasionada pelo setor de eventos, é importante ressaltar o crescimento de outros setores além do econômico, os quais estão indiretamente ligados a toda a dinâmica promovida. Como descrito por Neto (2001, p. 53) os eventos:

São atividades de entretenimento, com grande valor social, cultural e, sobretudo, histórico. Suas atividades constituem um verdadeiro Mix de Marketing, entretenimento, lazer, artes e negócios. Tal a sua importância no contexto social, cultural, econômico e político da cidade e região e, em alguns casos até mesmo do país, podemos denominá-los de agentes do patrimônio histórico-cultural.

Os eventos também contam com vantagens para diversos setores, e dentre eles será ressaltado o aspecto cultural e o seu fortalecimento indiretamente relacionado com a movimentação turística.

Segundo Sahlins (1997) o turismo proporciona contexto social, ambiental, histórico e cultural, trazendo a luz e evidenciando patrimônios, propiciando diferentes

sentidos e princípios culturais em uma recriação de valores e uso dos patrimônios, caracterizando assim o processo cultural como em constante transformação. Uma vez a cultura estando em constante processo de transformação e ressignificação, o choque com outros indivíduos munidos de experiências culturais diferenciadas fortalece a consciência referente a própria cultura pessoal do indivíduo e suas nuances.

O contato entre turistas e nativos promove o choque cultural entre os indivíduos envolvidos em toda a dinâmica presente, uma vez que quem vem de fora se depara com outras realidades, trejeitos, vocabulários e costumes. Para os nativos, se deparar com curiosos acerca de tudo o que os envolve pode gerar o sentimento de unicidade e pertencimento voltados para a identidade cultural promovido pela cultura popular e não unicamente por manifestações folclóricas tradicionais.

Como descrito por Ortiz (2006) há um rompimento da identidade construída entre o folclore e a cultura popular. Ao passo que folclore é tido como sendo as manifestações culturais entendidas como tradicionais, o entendimento de cultura popular é definido em termos únicos de transformação.

A transformação, por sua vez, é entendida como a dinamicidade e a relação da cultura promovida pelo povo para o povo, às nuances únicas do dia a dia presentes na vida do cotidiano que não são retratadas de forma folclórica mas podem ser entendidas como cultura e são tão importantes para a identidade local quanto o folclore.

Como levantado por Hall (2006, p. 47) “no mundo moderno, as culturas nacionais em que nascemos se constituem em uma das principais fontes de identidade cultural”. Evidenciando a transformação constante das identidades ao longo do tempo variando conforme às representações presentes. Às mesmas nuances que causam encanto entre os turistas devido às diferenças presentes, não apenas o folclore é motivo de admiração mas também a cultura popular presente, ocasionando assim uma valorização do aspecto cultural que passa a ser compreendido como único diante das diferenças existentes na troca com pessoas de outros lugares.

Toda troca promovida ocorre em uma via de mão dupla entre quem oferece e quem recebe, e por meio dessa via que acontecem às parcerias entre trabalhadores, negócios e empresários. Um ponto importante dessa troca é perceber a validação que ela oferece para os diferentes meios de produção, bens e consumo. Uma vez que o

produto é oferecido, existe uma cadeia de indivíduos ligado à existência de diferentes interesses em relação a esse comércio em si.

Essa cadeia de indivíduos é conhecida como *stakeholders* e ela está presente em todos os meios de comércio, principalmente no meio turístico e no setor de eventos. Ao realizar um evento existem indivíduos a serem considerados pela gestão em diferentes níveis e por diferentes motivos, mas todos possuem alguma conexão com o evento, e eles podem ser lidos como os *stakeholders* daquele evento: pessoas que validam a sua realização e/ou o seu sucesso posterior, possibilitando a gestão um planejamento considerando esses pormenores e trazendo um bom relacionamento entre as partes; e para melhor compreensão, esta temática será debatida no próximo capítulo de forma mais aprofundada.

2.2 Gestão de Stakeholders

Para se alcançar bons resultados no âmbito comercial é necessário que as empresas estejam atentas a um conjunto de fatores tanto externos quanto internos. Um desses fatores que ajudam a ter bons resultados são os *stakeholders*, também entendidos como as partes que possuem interesse pela empresa e são beneficiados por seus resultados, como levantado primeiramente por Freeman (1984, p. 6): “grupos ou indivíduos que influenciam ou sofrem influência de determinada organização, incluindo funcionários, compradores, banco, governo e outros”. O conceito surgiu após a década de 1980 onde Freeman (1984) faz uma observação de que os negócios não se mantinham apenas com compra e venda de matéria prima em um cenário mais simples, e já era existente uma relação mais próxima entre empresas e investidores, clientes, funcionários dentre outros, adicionando assim o mundo externo ao mapa de *stakeholders*.

Pode-se compreender então que os *stakeholders* está ligado principalmente a relação entre indivíduos e a empresa, como trazem os autores Carroll e Buchholtz (2003, p. 70) ao definir como “a relação entre o indivíduo ou grupo que está envolvido nas decisões por interesse, por direito ou por reivindicação”.

Para a empresa, o conhecimento e identificação dos *stakeholders* podem significar o auxílio para o gestor no processo de planejamento e posteriormente na tomada de decisão. Como apontado por Zago, Sales & Oliveira (2013, p. 339): “A análise baseada nos *stakeholders* permite a identificação das questões que afetam os

grupos de interesse e entende como formular, programar e monitorar maneiras de lidar com cada grupo”, sendo assim entendendo que cada *stakeholder* possui sua própria motivação e interesse, necessitando de manejo para lidar com essas questões específicas de cada um.

De acordo com Freeman (1984), para a empresa teria uma série de possibilidades de *stakeholders*, como por exemplo:

Tabela 13 - Possíveis Stakeholders

POSSÍVEIS STAKEHOLDERS
Proprietários
Governos
Fornecedor
Defesa do Consumidor
Defensores do Meio Ambiente
Mídias
Colaboradores
Concorrência
Clientes
Comunidade Local

Fonte: Freeman (1984)

Pode-se então perceber que *stakeholders* estão ligados a empresa por perspectivas diferentes e em diferentes níveis de importância para a gestão. Por exemplo, considerando as informações do quadro as motivações e poderes provenientes dos donos relacionadas a empresa são diferentes das pertencentes aos fornecedores, que já são diferentes em comparação ao colaboradores e assim por diante, diferenciando também o papel de cada um em relação a gestão e como suas perspectivas devem ser consideradas, sempre considerando que a empresa é gerida para seus *stakeholders*. Como descrito por Junqueira & Wada (2011, p. 103):

Todos os grupos devem ser envolvidos no processo de decisão da empresa, mas cabe à gerência, por meio do relacionamento, identificar quais são as partes mais importantes para a tomada de determinada decisão.

De acordo com Freeman, Harrison e Wicks (2007, p. 7) os *stakeholders* ainda podem ser considerados como primários ou secundários de acordo com o grau de dedicação que deve ser atribuído a cada um, sendo considerado primários por exemplo: os proprietários, fornecedores, colaboradores, clientes e comunidade local em que a empresa se encontra, e nos secundários estariam incluídos o governo, concorrência, mídias, defensores do meio ambiente e defesa do consumidor.

Considerando as diferentes interferências, poderes e interesses de cada *stakeholder* em relação à organização, Silva (2017, p. 5) os divide da seguinte maneira:

Tabela 14 - Classificação dos Stakeholders

TIPO DE STAKEHOLDER	DESCRIÇÃO
Adormecido	Possui pouca ou nenhuma atuação na empresa pois não detém nem legitimidade e urgência, porém possui poder para impor sua vontade na organização.
Arbitrário	Atua normalmente na área social, não possui poder de influenciar a empresa, contudo detém legitimidade.
Definitivo	Atua em diferentes cargos na fiscalização, controle e organização de atividades. Possui poder de legitimidade e influência.
Dependente	Geralmente atua em cargos intermediários, possui legitimidade porém depende do poder de outro stakeholders para ter suas reivindicações atendidas.
Dominante	Atua nos cargos mais elevados, sua influência na empresa é assegurada por seu poder e legitimidade, recebe muita atenção por parte da empresa.
Perigoso	Não possui poder nem legitimidade, porém isso influencia de forma perigosa outros colaboradores em nível hierárquico menor, atuando de forma coercitiva na empresa.
Reivindicador	Atua na administração e detém influência para alcançar determinados objetivos mudando os rumos da organização.

Fonte: Silva (2017, p. 5)

Como pode-se observar, é possível realizar a identificação dos tipos de *stakeholders* presentes na organização, tornando possível traçar planejamentos levando em consideração os perfis encontrados. Como descrito por Almeida & Muniz

(2005), saber às diferenças entre o que os membros da empresa consideram essencial, o que a empresa entende e o que os *stakeholders* externos compreendem dessas particularidades, proporciona à gestão meios de elaborar estratégias de relacionamento e posicionamento com uma maior eficácia, auxiliando na construção de uma reputação mais sólida e uma imagem mais consistente e coerente.

De acordo com Campbell (1997) para se gerar riqueza na empresa seria fundamental o entendimento da teoria dos *stakeholders* pois não seria possível a sobrevivência da empresa sem a entrega de valor a *stakeholders* considerados importantes, corroborando assim para a preocupação com a identificação.

Outra forma de identificação seria considerar como parâmetros o potencial para ameaçar e o potencial para cooperar, segundo Gomes (2015) esta classificação poderia se caracterizar da seguinte maneira:

Tabela 15 - Tipos de stakeholders e seus potenciais

TIPO	POTENCIAL DE COLABORAÇÃO E AMEAÇA
Amistosos	Alto potencial de colaboração e baixo de ameaça.
Inimigos	Baixo potencial de colaboração e alto de ameaça.
Marginais	Baixo potencial de colaboração e de ameaça.
Misto	Alto potencial de colaboração e de ameaça.

Fonte: Gomes (2015, p. 969)

Seguindo a divisão acima, o fator classificatório seria a cooperação e a ameaça, considerando as ameaças como aspectos negativos na organização provocados pelos *stakeholders* e a colaboração seriam os resultados positivos advindos do *stakeholder* também, evidenciando que todos possuem potencial construtivo e destrutivo. Como apontado por Araújo Júnior (2008, p. 1): “analisar os stakeholders é analisar o ambiente em que a empresa está inserida e avaliar a influência que os atores deste ambiente têm sobre a empresa e como eles podem interferir no meio ambiente em que a empresa se insere”.

Diante do exposto, é possível aferir que o termo *stakeholder* pode ser aplicado em diferentes situações do meio comercial, não se atendo apenas a empresas e organizações, pois podem ser traduzidos como agentes que validam o trabalho, bem ou serviço oferecido. Uma vez que todo tipo de serviço, bem ou trabalho

é ofertado para alguém, sempre existirá uma relação de validação entre quem oferece o serviço e às pessoas envolvidas em obter esse mesmo serviço, seja em um meio mais formal como uma organização que possui um grande quadro de relações advindas dos negócios, ou um trabalhador autônomo que produz peças artesanais para poucas pessoas.

Ambos precisam lidar com clientes, fornecedores, a comunidade onde realizam suas negociações, mídias de divulgação de seus serviços etc. Sendo assim, temos *stakeholders* presentes em diversos lugares, sendo necessário ter atenção a sua gestão pois ela seria imprescindível para o sucesso organizacional e para garantir um bom relacionamento entre as partes envolvidas. Uma das estratégias possíveis para uma empresa melhorar seu relacionamento com seus *stakeholders* externos e/ou internos é a promoção de eventos, como apontado por Cesca (2008, p. 20), “evento é um fato que desperta a atenção, podendo ser notícia e, com isso, divulgar o organizador”.

Porém, em meio a organização do evento em si é importante reconhecer e gerir seus próprios *stakeholders* e como podem contribuir ou atrapalhar a sua realização. De acordo com Pugen (2012, p. 4) os *stakeholders* em um evento “são fundamentais no que diz respeito a resultados e ao desenvolvimento de ações que beneficiem estes envolvidos”. O corpo de pessoas envolvidas na organização de eventos desde a etapa de concepção até o processo do pós-evento possui diferentes parcelas de responsabilidade, seja enquanto organização, fornecedor ou cliente. Para ter um bom transcorrer é importante gerir de forma efetiva com atenção os aspectos cabíveis de cada *stakeholder*, como é debatido por Zago, Sales & Oliveira (2013, p. 339):

Os eventos têm diferentes grupos de influência, cabendo a cada gestor analisar as distintas expectativas de seus *stakeholders*, buscando conhecê-las a fim de elaborar estratégias que ofereçam abordagens integradas para lidar com os interesses dos diversos grupos envolvidos.

Isso ocorre pois a realização de eventos pode ser utilizada pelas empresas e organizações como meio de autopromoção acerca de alguma temática, produto ou serviço, como evidenciado por Melo Neto (2008, p. 130): “Os eventos constituem a mais nova mídia atuante em nosso meio. Tornaram-se estratégias de comunicação de produtos e marcas de todos os tipos”. Podendo assim, ser utilizados para melhorar os relacionamentos, diminuir atritos, fechar parcerias, promover produtos, aumentar o

fluxo de clientes e fortalecer sua imagem perante o mercado comercial como um todo. Isso acontece por meio de ações do ramo da hospitalidade e boa convivência.

Promover o contato e a troca entre indivíduos fortalecendo os vínculos e permitindo o surgimento de novas relações em um ambiente no qual é passada a mensagem de boas-vindas e acolhimento, ajuda a ter um melhor relacionamento entre os *stakeholders*, podendo assim auxiliar no processo de tomada de decisão do gestor com o apoio de *stakeholders* com mais influência ou mesmo com uma maior colaboração, a imagem da empresa para os clientes, patrocinadores e fornecedores, e trazer ganhos para várias partes envolvidas em todo processo. Através da hospitalidade, feitos como esses são passíveis de serem realizados e é considerando toda a importância de se exercer a hospitalidade nas relações interpessoais que a mesma será percorrida de forma mais aprofundada no capítulo seguinte.

3 HOSPITALIDADE E SERVIÇOS

No presente capítulo será feita a divisão em dois momentos, onde no primeiro momento será abordado de maneira mais aprofundada a hospitalidade, suas aplicações, conceitos e como funcionam às suas relações e no que estas implicam. Já no segundo momento é trabalhada a conceituação e análise de serviços, como identificá-los e o seu diferencial em meio ao mercado econômico e turístico, como podem agregar em relação a experiência do cliente e sua importância para toda a cadeia que envolve o mesmo.

3.1 Relações de Hospitalidade

A hospitalidade pode ser compreendida de maneira mais ampla como o ato de cordialidade, acolhimento e bem receber, não sendo limitada a número de participantes nessa troca, podendo ser vivenciada entre grupos, pessoas singulares, organizações etc. Qualquer meio que exista relações interpessoais estaria sujeito ao viés da hospitalidade pois de acordo com Lashley (2004) ela configura-se como uma forma de construir ou firmar relações com estranhos, permitindo mudança, crescimento, renovação e desenvolvimento para a sociedade nas esferas comerciais, privadas e sociais. Como apontando por Santos e Baptista (2014, p. 13-14) pode-se aferir que:

Tem-se a hospitalidade, constituindo-se em objeto de estudo sob múltiplas lentes analíticas, as quais, no entanto, longe de serem excludentes, apenas traduzem o intrincado de suas múltiplas dimensões e a riqueza interpretativa a que ela conduz, E assim podemos nos permitir incursões em tempos e espaços da filosofia, da antropologia, da psicologia, da comunicação, entre outros, e aí vê-la relacionada a concepções e práticas sociais, educativas, comunicacionais, jurídicas, culturais, turísticas [...]

Nos mostrando assim que a hospitalidade pode ser trabalhada e estudada por diversas óticas, cada uma considerando seu peso, características e efetividades de forma diferente, mas todas pautadas nas relações que podem ser desenvolvidas utilizando de suas ferramentas. Ela pode ainda ser entendida atualmente de acordo com Camargo (2003, p. 19) como sendo “todo o ato humano, exercido em contexto doméstico, público ou profissional, de recepcionar, hospedar, alimentar e entreter pessoas temporariamente deslocadas de seu habitat”, traduzindo assim a hospitalidade como parte de toda a experiência em uma relação entre indivíduos.

Ainda sobre a hospitalidade e suas possibilidades, tem-se a leitura de Camargo (2004) o qual em sua obra o autor discorre sobre a teoria da hospitalidade e suas implicações sociais, onde é possível refletir que:

(...) a teoria da hospitalidade - e quem sabe sua missão mais nobre: a de trazer à reflexão consciente dos indivíduos a realidade social oculta nos gestos aparentemente sem sentido e já automatizados do cotidiano e que, na verdade, produzem as múltiplas formas de agressão e hostilidade e fazem da hospitalidade um ritual de apaziguamento. Os rituais de hospitalidade ganham, assim, força explicativa, ancestral até mesmo em relação às sociedades humanas, a de minimizar ou, quem sabe até de eliminar não a agressividade, mas a possibilidade de a agressividade dos indivíduos desandar em hostilidade (CAMARGO, 2004, p. 33).

Podendo assim ser possível afirmar que a hospitalidade seria um elemento das relações que pode ser utilizado para evitar conflitos e desenvolver mais harmonia de forma mútua possibilitando o evitar da hostilidade que pode surgir em toda e qualquer relação, principalmente entre pessoas que não possuem vínculos.

Como é possível, de acordo com os autores, observar a hospitalidade presente em todas às relações, também é possível observar às relações de hospitalidade presentes, pois de acordo com Mauss (1974) e Godbout (1999) as relações de hospitalidade voltam a sua análise para observações que tem como base às experiências humanas, já que em relações comerciais e sociais é esperado em sua totalidade a confiança e a reciprocidade de forma legítima e primária.

Em complemento, Dencker (2003), a hospitalidade se manifesta presente nas relações às quais envolvem atos de receber, convidar ou retribuir presentes e/ou

visitas entre pessoas constituintes da sociedade. Desta forma, podendo atribuir também a hospitalidade e às relações de hospitalidade a característica do acolhimento e bem receber.

Tanto o acolhimento quanto o bem receber são atos pautados pela relação entre um hóspede e um anfitrião, não se limitando a uma perspectiva ligada a um meio de hospedagem, mas sim uma relação em que há uma troca entre um indivíduo que é considerado externo a um local ou situação e um indivíduo considerado interno ao mesmo local ou situação, configurando-se assim uma relação de hospitalidade, como apontado por Gotman (2001) um relação protagonizada por dois indivíduos: onde há a existência do indivíduo que acolhe e o indivíduo que é acolhido.

De acordo com Wada (2003) seria muito grande a contribuição que a hospitalidade possui para que seja possível compreender o papel do anfitrião, considerado que seja parte de um serviço e devido a isso é um elemento que pode vir a ser agregador para o lado profissional do indivíduo.

Considerando o bem receber e o acolher, é indispensável a associação da hospitalidade com o turismo, visto que o turismo implica na movimentação de pessoas, estas podendo ser bem recebidas ou não, como abordado por Grabner (2006, p. 107)

[...] torna-se importante destacar a relação intrínseca do Turismo com a Hospitalidade, por se tratar de um tema que envolve o deslocamento das pessoas para lugares distintos de sua residência habitual, e ao mesmo tempo, por envolver as interações entre anfitrião e hóspede e a forma como se dá esse acolhimento nos destinos turísticos.

Torna-se importante considerar a hospitalidade como parte do processo turístico uma vez que naturalmente há uma relação entre o viajante e o nativo ou a cidade a qual ele visita e a imagem que esse visitante terá do destino turístico, podendo gerar uma boa experiência ou uma má experiência.

A existência da possibilidade de oferecer uma boa ou má experiência ao turista devido a relação hóspede e anfitrião desenvolvidos serve para lembrar a todo momento que não somente o meio de hospedagem está ligado a hospitalidade e o bem receber, já que o turista não se limita a apenas uma alocação, e sim todo um contexto ao seu redor envolvendo cidade e seus residentes.

Segundo Wada (2003), o processo de hospitalidade está intimamente ligado com a atividade turística, pois ela envolve a viagem de indivíduos para um destino diferente de sua residência por um período de tempo, o que corrobora para a

preocupação de acolher de forma satisfatória e bem quista esses visitantes. Wada (2003) também salienta a existência da compreensão da ligação entre hospitalidade e turismo, pois estes seriam elementos os quais exercem a complementaridade, e não o antagonismo.

Não obstante, o autor Camargo (2015) entrega a hospitalidade contemporânea e suas diferentes interpretações possíveis, abrindo um leque de possibilidades e fazendo necessária uma compreensão ainda mais abrangente do que seria a hospitalidade nos dias atuais:

[...] atualmente a hospitalidade é vista e interpretada conceitualmente sob a sua ótica analítica-operacional, como sendo todo o ato humano exercido em contexto doméstico, público ou profissional de recepcionar, hospedar, alimentar e entreter pessoas temporariamente que se deslocaram do seu habitat (CAMARGO, 2015, p. 19)

Como apontado pelo autor, a hospitalidade pode ser exercida em diferentes contextos de relações interpessoais, sejam elas domésticas, públicas ou profissionais envolvendo às ações de recepcionar, hospedar, alimentar e entreter. Sendo assim, é possível visualizar as diferentes possibilidades de encaixe da hospitalidade considerando fatores diversos apontados por Camargo (2004) que podem ser classificados por tempo e por espaço:

Tabela 16 - Tempos e espaços da Hospitalidade

TEMPO	ESPAÇO			
	Doméstico	Público	Virtual	Comercial
Recepcionar	Receber pessoas em casa, de forma intencional ou casual	A recepção em espaços e órgãos públicos de livre acesso	Folhetos, cartazes, folders, internet, telefone, e-mail	Os serviços profissionais de recepção
Hospedar	Fornecer pouso e abrigo em casa para pessoas	A hospedagem proporcionada pela cidade e pelo país	Sites e hospedeiros de sites	Hotéis, hospitais e casas de saúde Presídios
Alimentar	Receber em casa para refeições e banquetes	A gastronomia local	Programas na mídia e sites de gastronomia	A restauração

Entreter	Receber para recepções e festas	Eventos públicos de lazer e eventos	Jogos e entretenimento na mídia	Eventos, espetáculos e espaços privados para lazer
-----------------	---------------------------------	-------------------------------------	---------------------------------	--

Fonte: Camargo (2004, p. 84)

Sendo assim, é possível observar segundo o autor os diferentes aspectos da hospitalidade e suas diferentes aplicações, podendo afirmar que ela também não seria apenas foco de relações turística mas também das relações comerciais e interpessoais que incluem também os próprios cidadãos, como afirmado pelo espaço público e comercial que abre margem de impacto com cidadãos residentes e não apenas passantes, uma vez que os residentes possuem possibilidade de acesso a iniciativas de entretenimento público e comercial tanto quanto os turistas.

Quando se é pensado a questão do entretenimento tanto para turistas quanto para habitantes de um local, umas das alternativas elaboradas são as realizações de eventos que por sua vez contribuem para a movimentação do fluxo turístico e aprazer dos cidadãos. Um ramo da realização de eventos que tem ligação direta com turismo e envolvimento intrínseco com a hospitalidade é o chamado turismo de eventos.

Segundo Tenan (2002) cita que atualmente, em todo o mundo, a realização e captação de eventos vem sendo considerada a de maior ganho social e econômico tanto para a cidade quanto para o país que o sedia. De acordo com a autora, os eventos ainda proporcionam benefícios como: combate a sazonalidade turística, turismo de forma amena ao decorrer do ano com possibilidade de previsão da demanda, diminuição no investimento de promoção turística do local, incentivo à vida cultural na cidade sede, espontaneidade de mídias, aumento da permanência do turista, incidência e retorno de impostos.

Considerando a importância do turismo de eventos para o turista, o habitante e a cidade que o sedia, o aspecto da hospitalidade ganha uma nova dimensão a ser considerada, uma vez que a participação da comunidade e sua receptividade se torna um fator que pode vir a agregar uma imagem positiva ou negativa para o local e até mesmo para o evento realizado. Proporcionar uma boa experiência se torna responsabilidade não só da organização em si, mas do todo ao

seu redor, pois de acordo com Camargo (2004) a cidade seria lida como o real local da hospitalidade.

Segundo o autor, ao pensar sobre a temática não deveria apenas ao pensamento em relação ao turista, mas também ao que irá lhe receber, lembrando assim que seria uma via de mão dupla, não de mão única. A cidade hospitaleira cerca-se de hospitalidade por vários âmbitos de sua estrutura, seja em troca de informações, entre seus habitantes, sua organização ou mesmo sua preocupação em passar a mensagem de acolhimento a quem está presente. O autor Grinover (2003) aborda os aspectos presentes na cidade hospitaleira como:

[...] cidades que oferecem como dádiva uma informação; são aquelas cidades que, por isso mesmo, procuram se identificar e ser identificadas. É o que poderia ser chamado de hospitalidade informada, oferecida pelas autoridades políticas e administrativas e também, de certa forma, pelos habitantes, fontes de conhecimentos para os estrangeiros (GRINOVER, 2003, p. 2).

Sendo assim, de acordo com o autor é possível traçar toda a possível cadeia da cidade hospitaleira e seus indivíduos, sendo entendidos como todos os envolvidos no processo capazes de oferecer acolhimento, gerando assim o sentimento de bem receber e podendo proporcionar o surgimento ou fortalecimento de ligações e elos.

Considerando a hospitalidade e sua capacidade de melhorar as relações, independentemente do local, em que seja aplicada, torna-se importante compreender seu potencial empresarial, uma vez que tanto em relação ao turismo, quanto em relação aos eventos ou em relação aos habitantes e a cidade hospitaleira, todos visam que o crescimento e o fator do bem receber e bem tratar pode vir a ser um diferencial competitivo. Como estudado por Fedrizzi (2009) a gestão da hospitalidade pode ter aplicação comercial, pública, virtual e empresarial uma vez que seu foco é na percepção e qualidade na gestão e prestação de seus serviços. Segundo a autora, a hospitalidade poderia proporcionar o bem estar e a satisfação dos seus clientes sendo considerada como um diferencial competitivo em meio ao mercado, sempre buscando o bom atendimento, tornando mais fáceis às negociações, fortalecendo os laços e ainda contribuindo para a boa imagem do indivíduo (seja uma empresa, ou uma pessoa).

A gestão da hospitalidade em meio às relações comerciais permite a humanização e facilita a troca entre os envolvidos, uma vez que as trocas são feitas por meio de relações humanas e estas como foi abordado pelos autores podem ser melhor desenvolvidas quando possuem a cordialidade. Como abordado por Camargo

(2004) a hostilidade pode ser interpretada como o antônimo da hospitalidade, apesar de que ambas são detentoras da mesma origem e trazem a ideia de reciprocidade, evidenciando uma relação que envolve mais de uma pessoa.

O autor ainda aponta que a hospitalidade seria um ritual inibidor ou mesmo uma cura contra a hostilidade mesmo considerando que são ligadas aos instintos humanos mais primitivos como domínio de território ou conservação da espécie. Para o autor, se sobressair sobre essas situações pede certo domínio do ritual social e do conjunto de regras e maneiras de se comportar socialmente, utilizando assim da etiqueta não como forma de alpinismo social, mas sim como ferramenta de manutenção do vínculo social.

Em meio a rede de relacionamentos e a importância da hospitalidade em seus surgimentos, desenvolvimentos e manutenções a memória de que ela não pode ser apenas embalada e comercializada é um aspecto que também deve ser levado em consideração, podendo ser um fator de sucesso onde quer que ela esteja sendo aplicada.

De acordo com Quadros (2011) a hospitalidade não seria apenas um fenômeno sociocultural e sim uma miríade de diversos componentes. Portanto retratá-la como algo finalizado e exposto em vitrine a fim de ser realizada sua venda seria comercializar o que não é passível de comercialização, que seria a troca presente na relação humana. O diferencial competitivo existente na organização ou no indivíduo torna-se a sua percepção na troca entre empresa enquanto comerciante e o cliente enquanto consumidor.

A hospitalidade então torna-se um aspecto da convivência humana desejado em meios sociais de várias naturezas diferentes porém importante para a manutenção de bons relacionamentos. Segundo o autor Baptista (2002, p. 157) pode-se entender a hospitalidade de um modo geral como:

[...] um conjunto de serviços, atitudes e estruturas num ambiente diferente do que o indivíduo reside, com o objetivo maior de proporcionar-lhe bem-estar, conforto, segurança e acolhida com qualidade.

Onde assim, segundo o autor, torna-se concebível a constatação de que a hospitalidade, diferente do que pode ser compreendido ao senso comum, é muito mais ampla e presente em meio a toda sociedade humana, denotando a importância de sua compreensão e ainda mais de sua execução, proporcionando possibilidades de relacionamentos e parcerias em decorrência do bem conviver.

Uma vez que diferentes meios estão envolvidos de diferentes formas pela hospitalidade, é natural a reflexão de como ela pode se fazer presente, facilitar e atingir cada um desses meios. No capítulo seguinte será abordada de forma aprofundada o setor de serviços e suas diferentes nuances às quais estão intimamente presentes em diversos setores da realização de eventos, no próprio turismo e mesmo em meio a hospitalidade. Oferecer ao visitante a possibilidade de escolha em meio ao que deseja desfrutar em diferentes setores de sua viagem se encontra como uma característica hospitaleira em meio a prestação de serviços, e o entendimento de sua existência, importância e melhoramento para todo o funcionamento da cadeia turística e econômica permite a ampliação da qualidade percebida pelo cliente durante sua estadia, proporcionando assim a possibilidade de um bom feedback, um marketing positivo e quem sabe um retorno.

3.2 Serviços

Parte da dinâmica desenvolvida pela sociedade atual consiste em oferecer ao cliente diferentes alternativas de satisfação pautadas em serviços que podem ser oferecidos. Isso acontece pois com tantas opções disponíveis no mercado, transformar o serviço em não apenas puramente o ato em si, mas toda a experiência que agrega valor torna-se um diferencial competitivo em diferentes âmbitos do mercado econômico. Diante disto, o ramo de prestação de serviços ganha um papel extremamente relevante para toda a economia mundial.

Para torna-se compreensível o que seria o setor de serviços, primeiramente aborda-se a sua definição segundo Fitzsimmons e Fitzsimmons (2014) a qual evoca que:

[...] serviço é o conjunto de atividades realizadas por uma pessoa física ou jurídica com o objetivo de responder às necessidades e/ou desejos dos seus diferentes públicos-alvo. Por consequente, ressalta-se que o serviço está diretamente relacionado à satisfação das expectativas do cliente, por conta disto é considerado um bem imaterial, ou seja, intangível. (FITZSIMMONS e FITZSIMMONS, 2014. p. 15)

Assim sendo, percebe-se que serviços se encontram presentes em diferentes campos, uma vez que podem ser realizados tanto por uma empresa quanto por um indivíduo e tem como objetivo alcançar a satisfação das expectativas do cliente por meio de uma resposta a suas necessidades. Isso pode se enquadrar a vários

campos como: transporte, alimentação, lazer, entretenimento, saúde, educação uma vez que todas essas esferas geram uma relação de necessidades junto a expectativas e fazem parte de um serviço imaterial e intangível.

Ainda sobre o conceito de serviços, Vieira (2004, p. 77) afirma que serviços podem ser considerados como “ações, atos, que diferentemente dos produtos, possuem um enfoque intangível, pois seu resultado ou produto final é sempre um sentimento, seja ele de satisfação ou não”. Ou seja, pode-se compreender que serviços estão diretamente ligados a satisfação do cliente por meio de uma experiência proporcionada ao mesmo através de algum meio físico, ainda que o serviço em si não seja um objeto ou produto tangível.

Por ter relação com a necessidade do cliente, é muito comum ocorrer a ligação dos conceitos de serviço e produto, levando ao pensamento de que os dois seriam um só. Porém, existem alguns aspectos que devem ser considerados em meio a definição de serviços e o que os caracteriza enquanto serviço de acordo com Fitzsimmons e Fitzsimmons (2014), como por exemplo:

Tabela 17 - Características do serviço

CARACTERÍSTICAS DO SERVIÇO	
Heterogeneidade	Apresenta facetas diferentes, mas, que se casam perfeitamente com objetivo de alcançar a satisfação do cliente
Intangibilidade	Não pode ser tocado, não possui forma física, o que aumenta ainda mais a expectativa do cliente
Perecibilidade	Possui prazo. Ex.: assento vazio de um voo, se não for preenchido no dia da viagem, nunca mais poderá ser usado
Simultaneidade	Não pode ser estocado, pois são criados e consumidos simultaneamente, o que eleva a importância da qualidade

Fonte: Fitzsimmons e Fitzsimmons (2014, p. 19)

Como observado no quadro acima, pode-se atribuir a característica de serviços a diversos meios. É possível estabelecer relação entre a prestação de serviço

e a realização de um evento por exemplo, uma vez que observa-se às 4 características presentes pois: o evento trata-se de algo intangível por não ser um objeto, perecível por ter uma data de realização, simultâneo pois o evento não pode ser estocado e heterogêneo por abordar diferentes formas de experiência ao cliente em um espaço só.

Ainda assim, apenas oferecer um serviço que se enquadre nessas 4 categorias não seria considerado suficiente, pois existem uma série de critérios que devem ser considerados para que ocorra uma boa percepção desses serviços por parte do cliente, que de acordo com Zeithami e Bitner (2003) seriam os 5 listados abaixo:

Tabela 18 - Critérios de qualidade do serviço

CRITÉRIOS DE QUALIDADE DO SERVIÇO	
Confiabilidade	Execução do serviço prometido de forma segura e precisa, juntamente com a entrega do acordado.
Responsividade	Pró atividade em atender o cliente sem demora em seu desempenho.
Segurança	Credibilidade e confiança sendo transmitida da equipe pro cliente.
Empatia	Preocupação, zelo e dedicação aos clientes.
Aspectos Tangíveis	Boa imagem nos aspectos que podem ser visualizados como: instalações físicas, equipamentos, materiais impressos e até os próprios colaboradores.

Fonte: Zeithami e Bitner (2003, p. 93)

Considerando assim, de acordo com o quadro acima, os parâmetros adotados para classificar a qualidade oferecida por uma prestadora de serviços tem relação direta com o cliente. É importante salientar que essa relação entre a prestadora de serviço e o cliente pode ser entre clientes físicos ou jurídicos, tornando assim todos ao redor clientes em potencial e lembrando a empresa da importância de valorizar suas relações e serviços prestados para ter boas recomendações no mercado.

A qualidade dos serviços prestados, juntamente com o impacto que causam em seus clientes, tem importância em toda a experiência conjunta vivenciada

por todos os envolvidos no processo, pois são geradores de valor mesmo que não estejam ligados diretamente a um produto final. De acordo com Kahtalian (2002, p. 20) os “serviços são desempenhos no espaço que geram valor para o cliente por meio de uma transformação, uma experiência de serviço.” Ou seja, quando se trata de serviços também é pensado em todo um conjunto intangível que cerceia uma atividade principal que seria o foco daquele cliente.

A preocupação com a qualidade dos serviços deve ser levada em consideração devido a outro fator: o diferencial competitivo. O mercado recheado de concorrentes conta cada vez mais com os serviços considerados diferenciados e de qualidade para prender a atenção e assim fidelizar o cliente. Como abordado por Zeithaml, Berry e Parasuraman (1996), dispor de serviço considerado de qualidade é uma tática extremamente importante e decisiva para o bom desempenho e sucesso da empresa em meio a todo o mercado competitivo atual.

Se tratando do mercado turístico, dentre tantos fatores que restringem ou favorecem o fluxo turístico de uma região (clima, sazonalidade, feriados), há também a necessidade da preocupação com sua qualidade, dinamicidade e competitividade perante o mercado e seus concorrentes.

Segundo os autores Ritchie e Crouch (2003) a competitividade de um destino turístico pode ser identificada através da análise da sua habilidade de aumento dos gastos dos turistas e no aumento crescente do número de visitantes para o destino, oferecendo não só serviços de qualidade como também um diferencial por meio de toda a experiência.

Evidenciando a importância da preocupação tanto com a qualidade de todos os serviços relacionados ao turismo oferecidos aos visitantes quanto a relação dos mesmos em questão de satisfação com a viagem em si. Quando há a relação entre destino turístico, prestação de serviços e qualidade os autores Zoune e Koremenos (2008, p. 5) salientam a importância em adquirir a percepção de quem vivencia todo o processo em primeira mão:

A fim de entregar consistentemente um bom serviço, é importante que a gestão de destinos visualize a qualidade da maneira que o cliente faz. Nesse contexto, um destino é um conjunto de serviços e bens, e os prestadores desses serviços e bens têm de investigar a maneira com a qual os turistas analisam suas experiências.

Sendo assim, todo o *feedback* feito pelo cliente em relação ao destino e tudo o mais que o envolve deve ser priorizado. Considerando o destino como uma

miríade de setores que envolvem diferentes formas de prestação de serviços e produtos, a preocupação em oferecer qualidade e diversidade é algo que deve ser pensado pelo destino que deseja se manter competitivo.

Uma estratégia que pode ser adotada por empresas que desejam aumentar seu alcance de público e se manter competitivas seria a da segmentação de suas ofertas. Como abordado por Toledo (1972, p. 204), a segmentação é baseada na constatação de que o mercado de um produto dificilmente é homogêneo e atende a todas às necessidades e desejos de todos os seus consumidores durante todo o tempo.

Um produto ou serviço pode e deve ser passível de adaptações em detrimento da satisfação de seu público alvo para que sempre possa ser uma possibilidade em meio às opções relacionadas para aquele mercado vigente.

No setor hoteleiro, a segmentação é um processo muito utilizado como estratégia de competitividade visto que muitos empreendimentos sofrem com a sazonalidade dentre outros obstáculos característicos do ramo. Uma das estratégias de segmentação se baseia na promoção de eventos em temporadas de baixa para aumento da demanda. Como apontado por Dias e Pimenta (2005) os meios de hospedagem se utilizam da realização de eventos como estratégia de combate a tão temida sazonalidade turística.

Isso ocorre pois o evento, além de ser um serviço oferecido pelo destino, é ligado a uma série de outros serviços que podem ser acessados a partir desse primeiro contato, como: hospedagem, passeios, alimentação, atrações locais entre outros.

Seria como uma ponte que se liga a uma teia a qual estabelece várias possibilidades de conexões com outros ramos. Como descrito por Vieira (2003) os seminários, workshops, palestras e todo o universo que se encontra conectado ao turismo de negócios possibilita um ótimo segmento de mercado hoteleiro e auxiliam no combate a sazonalidade, ainda sendo possível disponibilizar outros serviços hoteleiros e turísticos que estejam ligados aos eventos.

De acordo com Kotler e Keller (2006) ainda há a diversidade de empresas que podem ser vistas como prestadores de serviço além do setor hoteleiro, como por exemplo: empresas de alimentação, museus, universidades, aviação, sem deixar de considerar às pessoas que atuam em áreas de produção como setor contábil, operadores de tecnologia como computadores entre outros e indivíduos que

trabalham para fábricas de produtos. Podendo assim ser possível considerar o capital humano como um dos principais agentes dos prestadores de serviços.

O aumento da demanda por serviços de acordo com Giansesi e Corrêa (1995) pode ser percebido juntamente com uma série de fatores que circundam os locais em que ocorre essa movimentação, estes seriam:

Tabela 19 - Responsáveis pelo aumento da demanda por serviços

RESPONSÁVEIS PELO AUMENTO DA DEMANDA POR SERVIÇOS
Aspiração por maior tempo de lazer e melhor qualidade de vida
Processo de urbanização, tornando necessária maior preocupação com segurança, por exemplo.
Fatores demográficos como aumento da população idosa e/ou infantil, os quais consomem maior variedade de serviços.
Fatores socioeconômicos como aumento da jornada de trabalho feminina e necessidade de tempo pessoal.
Crescimento do número de consumidores com amplas necessidades de serviços.
Fatores tecnológicos como canais de telecomunicações e aparatos tecnológicos os quais possibilitam uma maior qualidade nos serviços já existentes ou mesmo a criação de novas modalidades de serviços.

Fonte: Giansesi e Corrêa (1995)

Pode-se assim perceber por meio do quadro acima que a prestação de serviços se encontra ligada ao corpo social em que ela está inserida, onde fatores como faixa etária, urbanização, tecnologia e questões socioeconômicas interferem diretamente nas possibilidades de serviços oferecidos. Sendo assim, é possível considerar que cada lugar tem uma característica específica de serviços variados comumente contratados baseados na demanda em maior quantidade ao mesmo tempo em que buscam oferecer os serviços de maior qualidade buscando superar as expectativas, oferecer uma boa experiência dentro das expectativas cultivadas e se manter aptas ao mercado.

Um fator importante ligado a prestação de serviços é a consciência de que por não se tratar de algo tangível sempre haverá um certo nível de desconfiança por parte do contratante, juntamente com a exigência por serviços de qualidade. Como abordado por Spiller (2011) em seu estudo, a falta de amostras ou protótipos pode vir

a causar suspeita no ato de contratação de serviços, tornando assim às referências de outros contratantes que tiveram experiência com aquela empresa juntamente com a sua reputação aspectos que agregam vantagem no processo de tomada de decisão em prol da marca ou prestadora de serviço. Como por exemplo, pode-se pensar em um cliente que deseja ir a um evento e busca com seus conhecidos que já estiveram presentes suas opiniões e impressões acerca do evento, se valeria a pena ou não para ele se arriscar a ir. Caso não exista conhecidos que possam oferecer esse *feedback*, é muito comum o indivíduo recorrer a plataformas onde os outros contratantes deste serviço contém seus relatos, como redes sociais ou sites de classificação.

Sendo assim, a prestadora de serviços deve ter muita atenção, não somente na qualidade de seus serviços, mas também no seu bom relacionamento com os clientes. Segundo Churchill (2000), o sucesso de uma prestadora de serviços várias vezes está não somente em prestar um serviço de qualidade, mas também na sua habilidade de cultivar relações com seus clientes. Assim sendo, o *marketing* de serviços torna-se uma considerável perspectiva para a construção do relacionamento entre prestador de serviço e cliente de forma satisfatória, ainda podendo ser considerado como fator que agrega valor e qualidade ao consumidor.

Compreendendo a prestação de serviços como algo intangível, cabível ao capital humano e capaz de agregar qualidade a toda e qualquer experiência em que está inserida, abre-se uma nova compreensão de suas possibilidades de utilização. O foco em oferecer experiências satisfatórias ao cliente junto com um bom relacionamento vem sendo abordado pelo setor hoteleiro por muitos anos, e sendo um setor que tem como diferencial a relação humana direta entre cliente e empresa por meio de tantos colaboradores inseridos no dia a dia e no transcorrer de todo o processo, a tomada de consciência propõe formas de alcançar a excelência em suas relações.

4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Neste capítulo será apresentado o tipo de estudo utilizado para o desenvolvimento deste trabalho, juntamente com o universo de realização da pesquisa, coleta e análise de seus resultados e, por fim, a descrição do objeto de estudo.

De acordo com Severino (2007) o trabalho científico tem como referência o processo de produção do próprio conhecimento científico, uma atividade epistemológica que consiste em apreender o real e ao mesmo tempo, também se refere igualmente a um conjunto de processos de estudo, pesquisa e reflexão que compõem a vida intelectual do estudante pesquisador.

A presente pesquisa visa seu desenvolvimento partindo do seu objetivo geral que consiste em analisar de que forma as relações com os stakeholders influenciam no processo de realização do evento Semana Maranhense de Dança.

No que concerne ao referencial teórico, foram realizadas pesquisas no âmbito de eventos, *stakeholders*, hospitalidade e serviços para melhor entendimento de todo o universo relacionado ao objetivo geral. Para a realização das pesquisas foram utilizadas plataformas online como revistas científicas especializadas, banco de teses e dissertações da CAPES e Google Acadêmico, dados e informações extraídos de sites oficiais e institucionais como por exemplo Associação Brasileira de Empresas de Eventos e Instituto Brasileiro do Turismo, além de pesquisas em periódicos e livros.

4.1 Tipos de estudo

O método selecionado para realizar a presente pesquisa foi o estudo de caso único, o qual possui como objetivo o enfoque em um objeto ou indivíduo, como salienta o autor Yin (2010) essa seria uma estratégia de averiguação empregada em estudos que possuem relação com às ciências sociais, a qual examina em profundidade com o contexto de sua realidade um dado fenômeno, principalmente quando não há uma clara delimitação entre o fenômeno e o contexto em que ele está inserido.

Para Creswell (1997) a definição do estudo de caso poderia ser lida como a exploração de um sistema limitado ou um caso (ou até mesmo múltiplos casos) os quais envolvem recolhimento de dados de forma profunda e em diferentes canais de informação dentro de um contexto. De acordo com o autor, a ideia de limitação do sistema possui relação com a definição de tempo e espaço e o caso de estudo a ser compreendido pode ser um evento, uma atividade ou indivíduo.

A justificativa para a escolha do referido método de pesquisa parte da análise das relações de hospitalidade entre os stakeholders e a equipe organizadora

do referido evento de estudo, considerando este um fenômeno relevante e potencial para o setor hoteleiro e dotado de um viés contemporâneo, tornando-o presente na atualidade. O estudo foi realizado a partir da coleta de informações significativas e entrevistas com um pequeno número de pessoas por se tratar de um estudo de caso único.

4.2 Universo e amostra

O universo da pesquisa foi delimitado seguindo o objeto de estudo, o qual assinalou os principais *stakeholders* envolvidos no processo de realização do evento sendo eles: a Secretaria de Cultura do Estado do Maranhão, com participação de patrocinadores como a Equatorial Maranhão. Partiu-se do pressuposto de que a relação entre a organização da Semana Maranhense de Dança e seus *stakeholders* influencia no andamento da realização do evento.

A amostra foi feita a partir da entrevista realizada com o principal organizador do evento utilizado como objeto de estudo e, após isso, foi realizada a entrevista dos principais *stakeholders* apontados pela organização. Foram realizadas entrevistas com as seguintes pessoas, sendo elas seguidas juntamente por seus cargos de atividade profissional: Abelardo Teles quem atuou por 10 anos juntamente a Comissão Organizadora do evento em estudo; Waldemir Nascimento o qual se configura como Gestor da Unidade de Ação e Gestão Cultural (UGADC) pertencente a Secretaria de Cultura do Estado do Maranhão e por fim Jeane Pires, identificada como Analista de Responsabilidade Social pela empresa Equatorial Maranhão.

Com relação ao perfil dos entrevistados, nota-se que são 2 do sexo masculino e um do sexo feminino, com idades variando entre 25 e 60 anos. Dentre os entrevistados apenas 1 atua em sua área de formação com uma experiência de 30 anos no setor, sendo os outros 2 de áreas correlacionadas com seus atuais cargos e possuindo diversas experiências anteriores fora da empresa atual em setores a fim de suas formações.

As entrevistas com os respectivos *stakeholders* assinalados foram realizadas em ambiente virtual sendo previamente agendadas e executadas pela plataforma Zoom. Todas as entrevistas foram gravadas com a utilização da própria plataforma Zoom com duração média de 50 minutos cada e devidamente autorizadas mediante assinaturas de cada entrevistado, conforme Termo de Autorização presente

no (Apêndice C), todas tendo sido realizadas no período de 08 a 23 de abril do corrente ano de 2021.

4.3 Coleta e Análise

A coleta de dados deu-se no período entre 08 a 23 de abril do corrente ano, tendo como base o método utilizado por Yin (2010) o qual consiste em entrevistas com roteiros semi estruturados, os quais foram respondidos pelos representantes citados acima.

A justificativa para a realização de entrevistas com a utilização de um roteiro semi estruturado como instrumento de coleta de dados para o estudo de caso único baseiam-se em que, como apontado por Yin (2010) possui uma série de vantagens como uma maior sistematização dos resultados que forem obtidos, maior operacionalização, menores custos e uma maior automatização do processo de análise de dados.

O roteiro semiestruturado da entrevista aplicada com os respectivos representantes foi formado por 2 etapas: uma com o representante do evento objeto de estudo em questão e outra com seus *stakeholders* apontados pelo mesmo. Na primeira etapa com o representante do evento buscou-se identificar os seus principais *stakeholders* envolvidos em meio a organização do evento e compreender, por meio de perguntas abertas, a dinâmica da organização do evento juntamente com sua história, estrutura e como a hospitalidade é identificada pela sua organização e se essa hospitalidade se faz presente em meio a prestação de serviços e em seu relacionamento com seus *stakeholders*, de forma a contribuir e facilitar a relação entre o evento e seu *stakeholder*. Na segunda etapa buscou-se ouvir os *stakeholders* apontados e como estes se relacionam com a organização do evento em questão, juntamente com a sua concepção de hospitalidade e de que forma ela se faz presente em meio a relação da empresa com a diretoria da organização do evento estudado.

Para a realização da análise de conteúdo utilizou-se como método de base Bardin (2011, p. 125) onde é apontado que deve existir uma organização a qual pautasse em “três polos cronológicos: 1) a pré análise, 2) a exploração do material e 3) o tratamento dos resultados, a interferência e a interpretação”. No processo de pré-análise considera-se todo o desenvolvimento realizado ao longo do referencial teórico juntamente com os objetivos e as proposições estruturadas, e os indicadores gerados buscando a interpretação das ideias reunidas.

A análise e investigação do material reunido realizou-se por meio de recortes de textos, publicações e autores com temas relacionados à pesquisa vigente. Os resultados traduziram-se na transcrição e no tabelamento dos dados obtidos pelas entrevistas realizadas juntamente com a pesquisa, visando um melhor estudo para proporcionar a discussão dos resultados.

4.4 Descrição do objeto de estudo

O objeto de estudo escolhido foi o evento regional anual realizado na cidade de São Luís do Maranhão e interior do estado, visando proporcionar à população uma semana de programações gratuitas voltadas ao entretenimento, lazer e cultura. A Semana Maranhense de Dança foi inicialmente pensada por meio de um trabalho conjunto entre o Teatro Arthur Azevedo e representantes do meio artístico cultural da cidade de São Luís.

Em 2006 após um debate entre representantes do meio artístico, musical, teatral, dançarinos profissionais e a diretoria do Teatro foi acordada a realização de um evento apoiado pelo Governo do Estado do Maranhão que possibilitasse a esse meio cultural um campo para visibilidade de seus trabalhos, realização de projetos, categorização de profissionais e desenvolvimento de networking, resultando assim no surgimento da 1ª edição do evento.

Inicialmente para a elaboração do projeto foi formada a Comissão Artística do Teatro Arthur Azevedo, a qual consistiu em 3 profissionais de cada área contemplada pelo evento: música, dança e teatro. Esses artistas escolhidos foram eleitos por meio de consenso dos profissionais da comunidade de cada área. O governo entrou com o patrocínio de 60 mil no primeiro ano da realização do projeto, e em seu primeiro ano o evento contou com a presença de profissionais convidados de outros estados. Juntamente a isto, o evento possibilitou o dimensionamento e categorização do número de profissionais atuantes em cada área artística, que até então não tinham essas informações de forma palpável.

Ao decorrer dos anos e das edições o evento foi sendo reconhecido e tendo mais credibilidade mediante a comunidade artística, o governo e o público frequentador. Em relação ao governo, com o visível sucesso do evento às verbas de patrocínio foram aumentando ano após ano até que eventualmente deixou de ser apenas um evento e passou a ser uma política de governo, sendo assimilado

oficialmente ao calendário anual de eventos de São Luís ao lado de eventos como Carnaval e São João, sendo assim indispensável a sua realização anual.

Durante a sua realização o evento promove workshops e apresentações (regionais, nacionais e internacionais) em diferentes pontos da cidade tanto no Teatro Arthur Azevedo, quanto próximo ao Teatro e em locais mais afastados espalhados pela região, como por exemplo: Praça Nauro Machado, Lagoa da Jansen, Teatro João do Vale, Odilo Costa Filho, escolas de dança dentre outras localidades; geralmente são todas gratuitas ou trocando um ingresso por 1kg de alimento não perecível devido ao limite de lotação em alguns locais. O público estimado em locais como Praça Nauro Machado onde são realizadas apresentações ao ar livre é de aproximadamente 3.000 pessoas por noite, trazendo assim uma grande circulação econômica para a região beneficiando os pequenos comerciantes que já nutrem uma simpatia pelo evento.

Atualmente, o evento já trouxe convidados de diferentes estados do Brasil e também de outros países, promovendo hospedagem local e passeios pela cidade e pelo estado (como caso de visita aos lençóis), e também hospedando membros da equipe de organização em hotéis próximos ao teatro para melhor movimentação, fomentando o cenário hoteleiro local. Graças a credibilidade construída ao longo dos anos, em 2016 o orçamento disponível era de aproximadamente R\$ 200.000 (duzentos mil reais), dados mais recentes, o orçamento ultrapassou este teto.

O evento também é responsável pela movimentação no interior do estado, uma vez que é um evento regional e também acontece em outras cidades mesmo com uma estrutura menor do que o evento realizado na capital. Ademais, artistas do interior do estado viajam para a capital para participar das oficinas e apresentar seus trabalhos no palco ao decorrer da semana. Com as atividades realizadas durante a semana os artistas passaram a ter um contato mais estreito e ampliar suas redes de comunicação, sem deixar de mencionar que foi possível categorizar a grande maioria dos profissionais existentes e ativos por meio das inscrições em apresentações e workshops.

Importante considerar que o evento é igualmente agente em promover lazer a população que não faz parte do meio artístico pois suas programações em sua grande maioria são totalmente gratuitas e em locais populares e acessíveis. Quando não são gratuitas, as mesmas são focadas em sua responsabilidade social consistindo em 1 kg de alimento não perecível, ou algum item que posteriormente será

encaminhado a casas de apoio, sempre promovendo e incentivando a população a colaborar e ajudar com os projetos escolhidos para a colaboração.

5 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Neste capítulo são expostos os resultados da presente pesquisa o quais foram obtidos por meio de uma abordagem qualitativa com entrevistas semiestruturadas, análise de dados e informações obtidas diretamente com a organização do evento e seus *stakeholders*. Por fim, às análises dos resultados são averiguadas a fim de gerar debate tendo como base o prévio referencial teórico elaborado, abarcando questões como eventos, *stakeholders*, hospitalidade e serviços.

5.1 Análise do conteúdo das entrevistas

Para uma melhor identificação dos entrevistados no transcorrer da discussão e análise foi criada uma legenda, conforme a tabela abaixo. Em seguida apresenta-se os principais apanhados de ideias referentes às percepções dos entrevistados.

Tabela 20 - Categorização dos entrevistados

EVENTO EM ESTUDO	
MEMBRO DA COMISSÃO ORGANIZADORA DA SEMANA MARANHENSE DE DANÇA	
A - Abelardo Telles	A, SMD
STAKEHOLDERS - S	
<i>Stakeholder 1:</i> Gestor da Unidade de Ação e Gestão Cultural (UGADC), Secretaria de Cultura do Maranhão. Waldemir Nascimento	S1, SMD
<i>Stakeholder 2:</i> Analista de Responsabilidade Social, Equatorial Maranhão. Jeane Pires.	S2, SMD

Fonte: Pesquisa de campo abril/2021

5.1.1 Percepção da Hospitalidade

Como primeira etapa a ser realizada para o desenvolvimento da pesquisa entrevistou-se inicialmente o organizador do evento em questão na pessoa do Abelardo Teles; primeiramente, buscou-se o relato sobre sua história mediante ao setor relacionado ao evento e posteriormente a história de criação do mesmo, como surgiu a ideia e por qual motivo ele foi desenvolvido juntamente com os primeiros responsáveis por sua elaboração. O A SMD conta que trabalhou com o ramo da dança por aproximadamente 30 anos e em sua carreira teve contato com grandes nomes da cena local desde bem jovem, o que o levou a desenvolver relações com grande parte do meio e ser conhecido por isso e pelo desenvolvimento de peças, espetáculos e trabalhos com a comunidade por intermédio do Teatro Arthur Azevedo. Em meio a esses trabalhos, a diretoria do Teatro no ano de 2006 questionou aos artistas o que ela poderia fazer para apoiar o cenário artístico local, tendo assim como sugestão a criação de um evento.

[...] o teatro deu um “*time*”, um período que parada, né? Mudanças de gestores e tal, essa coisa... e foi a época... que... em 2006, que a professora Nerine Lobão entrou no Teatro Arthur Azevedo como diretora na gestão, se eu não me engano ou foi José Rinaldo Tavares como Governador ou Zé Reinaldo, ou... ou Lobão mesmo, eu não me lembro quem era o governador da época. Só sei que ela era a secretária, ela era diretora do teatro... E ela chamou um grupo de artistas; vários artistas de vários, vários segmentos: música, teatro e dança e... alguns... artistas bem conceituados, é... e chamou nós... a gente da dança também, nessa época: eu, Erivelton, Olinda Saul... dentre outros profissionais que foram chamados e... fomos... consultados: “O que o Teatro Arthur Azevedo pode fazer pela arte da dança, do teatro e da música? O que que nós podemos contribuir para isso?” Assim falou a professora Nerine Lobão...e nós pedimos: “Nós queremos um evento de dança... patrocinado e apoiado pelo Governo do Estado.” (A, SMD)

Com isso, ocorreu a criação de uma comissão artística formada pelos principais representantes (da época) das áreas que seriam contempladas pelo evento e sua realização; as escolhas dos participantes da comissão foram feitas por meio de diálogo e comum acordo entre cada setor artístico tanto na primeira edição quanto em todas as outras edições posteriores.

[...] Daí... se formou uma equipe de... em cada área, é... para começar a desenvolver um estudo e um, um projeto inicial, é... a partir daí, foi-se chamado os profissionais da área de dança pra escolher uma equipe de profissionais que se intitulou Comissão Artística do Teatro Arthur Azevedo.

Essa comissão artística ela, como eu já venho falando, ela estava no teatro, foram três escolhidos da dança, três escolhidos do teatro e da música também. E aí, a gente partiu... a primeira comissão, eu não me lembro quem foi, foram todos, mas eu sei que era eu e Erivelton estávamos, que... a gente deu esse pontapé inicial para o primeiro evento da Semana de Dança que foi em 2006 [...] (A, SMD)

Quando questionado sobre o conceito de hospitalidade, nota-se que o A SMD possui um entendimento abrangente construído com base em sua criação familiar e convívio social, o qual pauta-se além do bem receber e acolher, mas principalmente na questão do respeito ao indivíduo e tratamento igualitário a todos independente de classe social, cargo ou qualquer outro fator. Ele ainda frisou que essa era uma preocupação recorrente entre todos os participantes do evento: tratar bem desde os organizadores, até os telespectadores, participantes e qualquer um que estivesse envolvido de alguma forma no evento.

[...] Olha... eu, eu, como eu tive minha mãe e meu pai, que sempre me ensinaram muito isso, então, isso faz parte completamente de mim, fazer... é...fazer com que... primeiramente, todos, todos, independente daqueles que vieram como convidados, de fora do estado que tinha um nome nacional, até mesmo internacional, como a gente sabe, várias atrações internacionais, várias atrações como Bruna Gaglianone que é maranhense, que é do balé da Rússia, até..é... o, o profissional que era da periferia ou o artista que era da periferia, ou o artista que morava no interior do estado. Então, pra mim, todos eram iguais e todos mereciam respeito e isso foi uma coisa muito importante na semana de dança, é uma coisa que... é uma coisa que vem de mim mesmo e todos tinham, é, o mesmo respeito. [...] Tratem bem TODOS, desde aquele pessoal mais humilde que, que tem dificuldade, que tem, que tem dificuldade de, de, de entender algumas coisas, de aprender algumas coisas, até aquele profissional de grande renome. Então, isso pra mim era inegociável, o respeito e, e, é... é, eu acho que respeito por todos que ali estavam, né? Então, isso foi uma coisa muito marcante, eu sempre tive isso dentro de mim. [...] Então, como um bom hospitaleiro que nós somos, os maranhenses, eles são chamados considerados muito hospitaleiros, né? Nós temos essa coisa familiar [...] às grandes metrópoles não tem essa, essa coisa de, de ,de buscar a pessoa no aeroporto, só to dando um exemplo, de buscar a pessoa no aeroporto, de receber o convidado, e a gente tinha. A gente ia buscar, a gente, o, o, o... o coordenador do evento, eu ia receber, eu ia lá no hotel, é, é, é... eu ficava hospedado no hotel [...] ai quando chegava na hora do jantar, aí eu...ai é a hora que eu tinha de, de como conversar com ele, de conhecer um pouco desses profissionais, e aí, aqui, ti, tinha aquele, é intercâmbio [...]. (A, SMD)

Desta forma, corrobora com pensamentos de autores como Camargo (2004, p. 33) onde afirma que os rituais de hospitalidade são dotados de força explicativa e ancestral quando relacionados às sociedades humanas.

Complementando ainda com definição de autores como Dencker (2003) o qual afirma que a hospitalidade se faz presente nas relações que contêm atos como

receber, convidar e/ou retribuir presente, podendo assim fazer ligação da mesma com o acolhimento e bem receber.

Dando continuidade à entrevista, foi apresentado o conceito de anfitrião e hóspede segundo a autora Gootman (2001) e questionado quando o organizador se via nesses dois papéis em meio ao processo de realização do evento: em que momentos ele se observava hóspede e em que momentos se observava anfitrião.

O A SMD respondeu que sentia-se anfitrião em todos os momentos do evento, uma vez que era seu papel acolher e recepcionar os diversos participantes e organizar o evento.

[...] eu acho que eu era muito mais anfitrião mesmo, porque eu estava recebendo aquelas pessoas, tantos que vinham do interior do Estado, como de outros estados, como de outros países, como também os os, os locais, né? A... as pessoas que que precisavam conhecer um pouco mais sobre essa dança, conhecer um pouco mais dos profissionais que nós da, é, trouxemos, conhecer um pouco mais da, da, da área da dança. [...] Então, anfitrião, eu... eu posso me colocar em qualquer momento (A, SMD).

Já em relação a se sentir hóspede, o entrevistado teve um pouco de dúvidas pois não tinha em nenhum momento pensado por essa ótica, mas após um momento de reflexão conseguiu chegar à conclusão de que se encontrava como hóspede em relação a classe artística que usufrui do evento, pois é ela quem o reconhece e procura pelo seu trabalho ano após ano.

[...] eu posso me colocar enquanto hóspede em relação a classe artística da dança, que... me recebeu, me... me colocou nesse, nessa função de comissão, não foi uma coisa escolhida, a... não foi uma coisa escolhida por gestor, por políticas e sim por, pelo seu, pelo trabalho, pela sua atuação na área, pelo seu respeito junto a esses profissionais. [...] (A, SMD)

Partindo para os *stakeholders*, primeiramente na entrevista foi feito um momento de identificação com cada um, permitindo assim o conhecimento sobre cada empresa, trabalho, área de atuação, experiências profissionais dentre outros assuntos pertinentes. Após esse momento, foi questionado a respeito sobre qual seria a concepção pessoal de hospitalidade de cada entrevistado. Para S1 SMD, seria a questão de um bom atendimento, um atendimento que acolhe e é eficiente no repasse de informações para quem o procura, principalmente por se tratar de um órgão público o qual possui uma série de burocracias:

[...] E a primeira coisa que você faz é uma, é muito pessoal, é você atender bem. Então, você ouvir, você ouvir e deixar muito claro como a pessoa deve é... deve seguir, né? [...] Então, essa pessoa, primeiro, ela passa, ela pode passar por mim, eu faço questão de atender. E aí, a gente ouve, e, consegue direcionar a pessoa e... eu acho que ouvir é o melhor acolhimento (S1, SMD)

Já para S2 SMD, segundo a própria entrevista ela entende como uma interpretação mais abrangente pautada no senso comum, onde é principalmente a forma como você recebe e/ou é recebido pelas pessoas e nos ambientes em que chega:

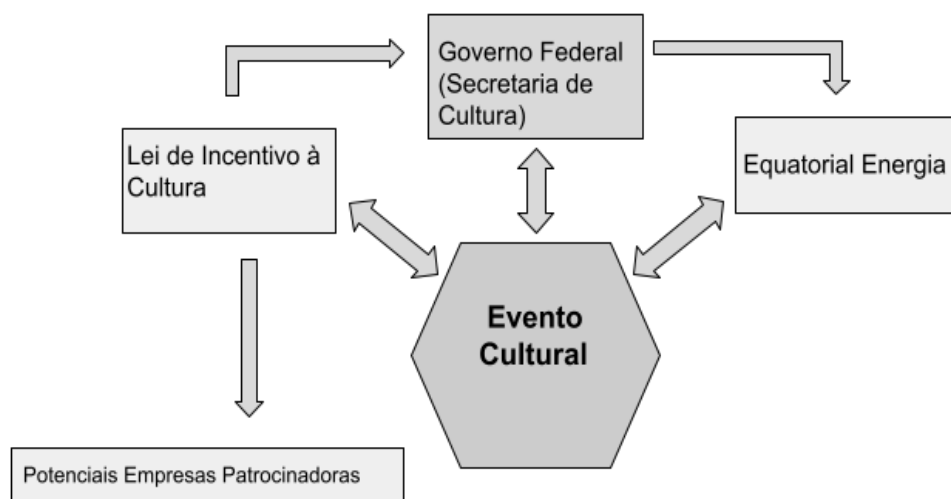
[...] hospitalidade tem a ver com recepção; em como você é recebido nos ambientes, com como é... e aí ela acontece a meu ver, da, dos dois, nos dois caminhos, é... como eu também recebo o, o proponente e como ele recebe o financiador. Então, acho que a hospitalidade, ela tem relação com essa, com, com, com a receptividade, na verdade, com como, como as pessoas recebem. Então, numa forma bem, bem senso comum. [...] (S2, SMD).

É possível fazer a análise de que os dois entrevistados possuem a compreensão sobre o que seria hospitalidade, e que esta mesma compreensão entra em concordância com autores como Gotman (2001) onde a hospitalidade seria uma relação protagonizada por dois indivíduos: onde há a existência do indivíduo que acolhe e o indivíduo que é acolhido; podendo ser traduzido em quem recebe e quem é recebido, passando o sentimento de acolhimento para o outro.

5.1.2 Mapeamento dos Principais *Stakeholders*

Durante a entrevista com a organização, foi apresentado o conceito de *stakeholders* segundo o autor Edward Freeman (1984) e questionado a A SMD quais seriam os principais *stakeholders* presentes nas etapas de realização do evento. De acordo com o entrevistado, o principal e maior organizador do evento independente da etapa de realização do mesmo seria o Governo do Estado do Maranhão representado pela Secretaria de Cultura, pois o evento passa a ser da esfera pública com apoio e patrocínio do governo, classificando o mesmo de acordo com a definição de Freeman, Harrison e Wicks (2007, p. 7) como *stakeholder* primário do evento em estudo.

Figura 1 - Mapa de Stakeholders A SMD



Fonte: Pesquisa de Campo; Abril/2021

Como representado pelo mapa acima, os demais patrocinadores seriam rotatórios devido a Lei de Incentivo à Cultura, uma iniciativa Federal a qual consiste em abatimento parcial ou total nos impostos fiscais para empresas que participarem no patrocínio de eventos, shows, exposições, museus, galerias, dentre outros. Entretanto, A SMD assinalou a empresa Equatorial como um dos principais *stakeholders* e parceiros, pois ela foi a maior patrocinadora nos 3 anos seguidos em que o projeto do evento foi submetido por meio da lei.

[...] É... o Governo do Estado que tem uma empresa de som e luz, que, que tem um contrato com o Estado. Então, aí aquela empresa já é chamada é, é, dentro do contrato, “ó, tem que executar a semana de dança, eles vão precisar disso, disso e disso”. E aí, o governo do estado pagava, através do seu contrato, do seu serviço, com aquela empresa, a, a, o serviço daquela empresa que põe luz... palco, som e luz, né? É... outras empresas que foram se associando a Semana Maranhense de Dança e conseqüentemente ao Governo do Estado e a Secretaria de Cultura. [...] (A, SMD)

Os *stakeholders* apontados pela organização são pertencentes a setores diferentes, e como descrito pela própria organização, o evento teria um *stakeholder* principal que seria o S1 SMD responsável por todos os anos criar os meios para subsidiar o evento, autorizar a utilização dos espaços públicos e inserir o evento no calendário anual do estado. Já o *stakeholder* S2 SMD foi um parceiro extremamente importante por 3 anos seguidos com quem a organização desenvolveu um bom

relacionamento e parceria. Apesar dos outros *stakeholders* (sem considerar o S1 SMD pois este seria fixo) serem rotatórios, o S2 SMD este se destacou em meio a todos.

Identificar os principais *stakeholders* para a realização de um evento configura-se como um aspecto muito importante para a manutenção da realização do evento em si uma vez que estes podem ser realizados de forma periódica, e manter uma via de comunicação e entendimento com às empresas e patrocinadores oferece uma possibilidade de apoio quando chegar o momento da produção do evento. Como citado por Campbell (1997) é fundamental o entendimento da teoria dos *stakeholders* para que se possa gerar riqueza na empresa, pois a sobrevivência da empresa está atrelada aos *stakeholders* considerados importantes, e estes necessitam da entrega de valor por parte da empresa.

5.1.3 Ações de Hospitalidade na Prestação de Serviços

Partindo da entrega de valor pela ótica do relacionamento, foi questionado ao A SMD como se dá a relação e ações de hospitalidade entre os *stakeholders* apontados e a organização do evento. O A SMD afirma que encara como sendo uma relação de via de mão dupla, onde o Governo oferece iniciativas pautadas em políticas públicas e valorização da cultura, às empresas participantes oferecem apoio e patrocínios e a organização do evento oferece a democratização do espaço e acesso à cultura, priorizando sempre o respeito a todos que o frequentam, primando sempre pela boa relação entre a comunidade da dança a qual usufrui do evento e também a entrega de um evento de qualidade, enriquecendo o nome de seus apoiadores independentemente do nível de apoio e/ou patrocínio.

[...] eu acho que acho que todo lugar, eu acho que toda a, a ação, se ela não tiver um respeito, se ela não tiver...isso eu retrato em hospitalidade... a questão de hospitalidade não, não se retrata só um espaço físico que você vai estar hospedado, não é isso, a hospitalidade, a, a, a participação naquele evento... ela é, como eu falei, em todo o local, a democratização, o respeito, ela é muito importante pra mim [...] (A, SMD)

Acompanhando a linha de raciocínio do gestor, ao se considerar um bom relacionamento entre os *stakeholders* assinalados e a organização do evento, o A SMD alega que sim, pois durante os 14 anos de realização o evento foi cada vez mais obtendo prestígio e respeito em meio a seus *stakeholders*, e isso segundo A SMD só foi possível graças ao trabalho desenvolvido pela organização, mas também principalmente ao capital humano e o trato com às empresas envolvidas.

[...] Ah, sim, sim, eu acho que o governo do estado, mais do que ninguém tá aí pra servir, né? Pra nos servir. É ... nos servir, nos trazer soluções e políticas públicas, principalmente na área cultural [...] Eu acredito que, que isso é, é uma, é uma via de mão dupla onde eu dou e eu recebo, então, isso é uma coisa que é fundamental para que eu possa ter o evento, tenha o respeito que tem até hoje [...] (A, SMD).

Sendo possível assim entender a visão de hospitalidade por parte do gestor e sua compreensão de suas relações desenvolvidas com os *stakeholders* e a organização, podendo se considerar adequadas para um bom relacionamento profissional e humano, onde a organização entende principalmente a importância de entregar um bom serviço e manter uma boa via de comunicação e compreensão entre ambas às partes, guiadas pela gentileza e respeito mútuo que fazem parte do sentimento de acolhimento e hospitalidade.

Quando levantada a questão de como o organizador percebe a hospitalidade em meio a prestação de serviços relacionada ao evento, A SMD afirma que compreende o evento em si como uma prestação de serviços à comunidade da dança e hospitaleiro em todos os momentos, pois promove a visibilidade e também percebe os serviços presentes em meio a solução de conflitos pelo corpo que trabalha na realização do evento, sempre treinados a tirar dúvidas dos participantes e auxiliar no que lhes é proposto, seja relativo a programação, algum local de realização do evento ou mesmo dúvidas dos convidados hospedados na cidade.

[...] uma moça me falou, disse assim: “Da onde vocês arranjam tanta gente boa dançando? Da onde é que, aonde é que tava esse povo que a gente não sabia?” Era justamente isso, é que a gente já, a gente que era da área, a gente sabia da nossa qualidade, das nossas condições, das nossas...da, do nosso potencial, tá? Das nossas possibilidades, é, é ... em ser grandes profissionais da área de dança. Mas o público não sabia, mas o público não tinha esse acesso, [...] (A, SMD).

Dando continuidade as entrevistas, foi questionado aos *stakeholders* quais seriam às ações adotadas em meio a prestação de serviços referentes a realização do evento em si. Para S1 SMD, a prestação de serviços durante a sua gestão funcionou como seu departamento sendo uma central onde recebe todo o plano de necessidades para a realização do evento: seu planejamento, pedido de verbas, apoio, cronogramas e tudo o mais que cerceia o mesmo. Após o recebimento deste planejamento, o departamento faz a divisão de quais empresas acionar para sanar cada uma das necessidades da organização e também quanto do proposto em verba no planejamento poderá ser atendido.

[...] Quando a gente estabeleceu a programação, a quantidade de grupos que a gente iria selecionar, passamos pra Secretaria de Cultura, eles pagaram e.... Depois pra, todos os projetos foram submetidos mas eles já sabiam quem... a quantidade que eles iam pagar. E toda a estrutura que a gente, que nós preci...tudo o que a gente precisou eles mandaram [...] (S1, SMD)

Já com S2 SMD a prestação de serviços junto ao evento funciona de uma forma diferente, uma vez que a S2 SMD é uma empresa do ramo de energia elétrica e, relacionada a temática do evento, não tem como prestar um serviço direto com seu produto. A S2 SMD presta serviço por meio da Lei de Incentivo à Cultura, onde patrocina projetos submetidos (tanto eventos culturais, quanto esportivos) por meio de edital em troca de isenção fiscal, contribuindo para o desenvolvimento cultural do Estado.

[...] Então, o serviço que a Equatorial presta é a energia. Dentro disso, dentro desse, de todo esse trabalho, esse contexto do desenvolvimento de também trabalhar pro desenvolvimento do Estado, entra a nossa identidade cultural [...] Sendo assim, entendemos que também é nossa parte fazer uma devolutiva e a gente, hoje, nós o fazemos também por meio dos patrocínios, tá? Há eventos, atividade culturais, atividades esportivas, atuamos muito, talvez, tu precisa entender, a Equatorial hoje atua muito com a lei de incentivo à cultura e o patrocínio da Semana Maranhense de Dança ela está dentro desta categoria, ela é, é um projeto patrocinado via Lei de Incentivo à Cultura [...] (S2, SMD)

Sendo assim é possível observar por meio das falas os diferentes papéis assumidos por S1 SMD e S2 SMD em meio ao processo de realização do evento e prestação de serviços para com o mesmo, onde no caso de S2 SMD mesmo que seu produto principal não seja diretamente influenciador na realização do evento, são apresentadas outras formas de contribuição.

Logo em seguida, foi questionado aos *stakeholders* se eles visualizavam ações de hospitalidade presentes em meio a prestação de serviços para com o evento e sua organização. O S1 SMD entende a hospitalidade presente no acolhimento em ouvir, entender e fazer o máximo possível em relação aos anseios da classe artística responsável pela comissão organizadora do evento, sempre pautado numa relação de respeito mútuo pelo trabalho de cada artista e tratamento igualitário para todos independente do ramo ou classe social.

[...] Acho que primeiro, é... da primeira forma é você, você escutar, é... Primeiro momento é quando você escuta o artista. Então quando você escuta o artista e você trabalha, é... Dialogando com ele, né? [...] Então eu acho que o primeiro acolhimento é esse. O primeiro acolhimento de ouvir, né, o diálogo. O segundo acolhimento que pra mim é essencial, é o de você receber uma equipe. [...] Então... eu pedi que todos nós pudéssemos tratar o artista como nós gostaríamos de ser tratado [...] (S1, SMD).

Para S2 SMD, às ações de hospitalidade se encontram presentes na participação da empresa em meio aos projetos apoiados, a preocupação em acompanhar a programação do evento e divulgar a seus colaboradores para que estes participem se assim desejarem.

[...] É, onde que a Equatorial participa junto da Semana Maranhense de Dança? A gente tenta, tentamos acompanhar todo o projeto, é, perceber as ações, o que que vai acontecer, acompanhar a programação: “Ah, hoje vai ter atividade lá na praça Nauro Machado, hoje tem atividade no Teatro Arthur Azevedo”. Essa programação, a gente também tenta passar pros nossos colaboradores e aí entra a comunicação interna, talvez assim, também, essa questão da hospitalidade também entre aqui. [...] Então, o que a gente faz é acompanhar o que eles estão dizendo que, que farão. [...] (S2, SMD)

Percebe-se que às diferentes interpretações de como a hospitalidade pode ser vivenciada em meio às ações de prestação de serviços das empresas são apoiadas por autores como Quadros (2011) onde ele afirma que a hospitalidade não seria apenas um fenômeno sociocultural e sim uma miríade de diversos componentes, não podendo ser reduzida a apenas um tipo de experiência fechada e finalizada.

Finalizando o raciocínio, foi indagado aos *stakeholders* se a existência de ações de hospitalidade em meio a prestação de serviços entre a organização do evento e a empresa facilita o transcorrer do relacionamento entre ambas. Para ambos a hospitalidade se faz necessária para um bom andamento das relações, porém cada um possui uma compreensão diferente relacionada ao papel que assume no processo de execução do evento em si, o que de acordo com Zago, Sales & Oliveira (2013) deve ser considerado pela empresa, uma vez que os eventos possuem diferentes grupos de influência, cabendo a cada gestor analisar e identificar as expectativas pertencentes a cada *stakeholder*, como pode ser observado nas falas abaixo:

[...] Então... quando você não entra com, é... quando você não entra com arrogância, você consegue estabelecer um tratamento e uma hospitalidade que ela tem uma, um resultado muito positivo para a Secretaria de Cultura e principalmente para a classe artística. Porque o principal não é a Secretaria de Cultura, é a classe artística, mas logicamente, a Secretaria de Cultura. Então, eu acho que os artistas têm que ser respeitados Yandra, né? Em primeiro lugar, essa é a hospitalidade. [...] (S1, SMD)

Com base no Entrevistado S2, SMD, destaca que as parcerias se tornam mais fortes devido a relação de com um trata o outro, o acolhimento e hospitalidade agrega a comunicação entre os envolvidos:

[...] Favorece, ela não só favorece como ela é extremamente necessária, porque você precisa se sentir é ... Parte daquilo, né? Não é só, e aí a gente diz muito isso quando a gente tem um novo, um novo patrocínio, alguém que não tá na nossa carta de patrocínios, a gente sempre diz pras pessoas: “Nós não somos meros patrocinadores, nós somos parceiros”; e nessa relação de

parceria, é, a hospitalidade ela é extremamente necessária dos dois lados. Eu preciso me sentir acolhida naquele ambiente e pra mim hospitalidade tem muito a ver com acolhimento. Então eu preciso me sentir parte... e isso a organização consegue. Como é que ela faz com que uma empresa que, que... é, que não tem relação com dança, porque a gente não tem nenhuma relação com dança, nosso trabalho é, nosso trabalho é com energia; então, como é que ela faz com que a empresa se sintam parte daquilo? É fazendo isso que eu te falei anteriormente, que é no, nos informando, que é trazendo as informações pra gente, munindo a gente do máximo de informações sobre aquele projeto, do andamento [...] (S2, SMD).

Por meio destes depoimentos é possível aferir a importância da hospitalidade para um bom relacionamento entre a organização do evento e seus *stakeholders*. O evento em si pode ser caracterizado como uma prestação de serviços para com o S1 SMD e S2 SMD, e consegue alcançar junto a eles uma boa percepção em relação aos serviços oferecidos. De acordo com Zeithami e Bitner (2003) os critérios que podem ser considerados para uma qualidade do serviço oferecido, seriam a confiabilidade na execução e entrega do serviço acordado, a responsividade em atender o cliente (nesse caso, o *stakeholder* ou o público) de forma rápida e eficiente, a segurança e credibilidade transmitida pela equipe, a boa imagem presente nos aspectos tangíveis que podem ser visualizados (como uma boa estrutura, folhetos, equipamentos, materiais) e a empatia que consiste na preocupação, dedicação e zelo para com os clientes.

Ainda tendo em consideração as entrevistas coletadas, percebe-se que a organização do evento cumpre todos os requisitos abordados pelos autores, conquistando a confiança dos seus *stakeholders* com o passar dos anos, ganhando credibilidade e respeito proporcionando assim a execução do evento por 14 anos seguidos. Ambos os *stakeholders* comentam sobre uma relação pautada em simbiose, onde existe vantagem para os dois lados, e como a organização por meio da hospitalidade, cortesia e acolhimento consegue inserir os *stakeholders* ao ponto que os mesmos se sentem parte do processo e não somente patrocinadores, mas sim parceiros.

Em consonância com Baptista (2002, p. 157) onde afirma que a hospitalidade pode ser entendida como “um conjunto de serviços, atitudes e estruturas num ambiente diferente do que o indivíduo reside, com o objetivo maior de proporcionar-lhe bem-estar, conforto, segurança e acolhida com qualidade”, a hospitalidade praticada pelo evento em estudo pode ser traduzida como a preocupação da organização do evento em garantir que, por mais fora do contexto da

temática do evento que possa ser uma parceria, existem formas de tornar o relacionamento confortável entre organização e *stakeholder*, sem esquecer contudo das parcerias já existentes, garantindo espaço para diálogo e entendimento a todos, sendo assim possível perceber como uma relação de hospitalidade entre a organização e seu *stakeholder* faz diferença para o bom andamento do evento.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

De que forma às relações de hospitalidade entre a organização e seus stakeholders influenciam para a realização do evento Semana Maranhense de Dança em meio a prestação de serviços? Para a realização de um evento, independentemente de seu porte, é importante que sua equipe gestora e organizadora tenha consciência das etapas necessárias para o seu bom andamento. A compreensão sobre o processo de concepção da ideia, pré planejamento, execução e pós produção facilita aos organizadores a desempenhar todas as suas etapas com menos imprevistos e obstáculos.

Dentre essas etapas, os *stakeholders* são um dos pilares da organização do evento, pois é por meio deles que os patrocínios, apoios e forças de trabalho são captados para realização de cada etapa. É visível a relevância deles em meio ao processo, e mais ainda a importância de suas relações com a organização, uma vez que uma relação descortês ou sem confiança pode gerar problemas para o desenvolvimento do evento.

No presente trabalho, foram observadas as relações de hospitalidade entre a organização do evento (objeto de estudo) e seus *stakeholders* no âmbito da prestação de serviços, com foco na sua concepção de hospitalidade e se ela era existente nessas relações. Ao realizar essa observação, procurou-se às ações de hospitalidade em meio a essas relações. O objetivo geral de observar de que forma as relações de hospitalidade entre a organização e seus *stakeholders* influenciam para a realização do evento em meio a prestação de serviços foi alcançado. Para isso, foi realizado um estudo de caso único realizado em meio a coordenação de organização de um evento regional de grande porte. A investigação ocorreu por meio de entrevistas semiestruturadas com o organizador do evento e posteriormente com seus principais *stakeholders* indicados.

A contribuição da pesquisa se manifesta ao visualizar o processo de reconhecimento e credibilidade do evento devido a relação de hospitalidade construída entre a organização e seus *stakeholders*, a qual influencia positivamente o sentimento de confiança e respeito mútuo. Um dos relatos que apoia isso, é que para ambos os entrevistados com a ausência desse aspecto na relação a mesma seria inconcebível e não se repetiria nos anos posteriores. A falta de cordialidade, comunicação, descaso ou mesmo não entrega do acordado seria consequência e resultaria no desligamento.

No contexto da pesquisa, um enfoque que merece visibilidade é o fato de que os entrevistados (de forma cultural e social) possuem a mesma visão de hospitalidade, a qual é pautada no acolher e bem receber. Quando questionados sobre a existência da mesma em meio às relações referentes a pesquisa, os três apresentaram as mesmas ações, noções e impressões, gerando o sentimento de equilíbrio e diálogo, onde a organização e seus *stakeholders* possuem os mesmos meios para objetivos diferentes, o que vem a resultar em uma vivência com compreensão e pró atividade.

Portanto, a hospitalidade no âmbito desta pesquisa é traduzida como a preocupação em inserir o outro dentro do seu contexto e o munir de apoio e informações para que se sinta bem recebido e acolhido, demonstrando também preocupação em ouvir e atender os seus anseios da melhor forma possível, e mesmo que não tenha possibilidade de atender a demanda, trabalhar sempre com qualidade e excelência para que ele sinta que foi buscada uma solução dentro do que era viável.

Perante o que foi trabalhado, recomenda-se que fossem elaboradas programações ao decorrer do ano todo para inserção dos *stakeholders* de diferentes áreas juntamente com um plano de comunicação entre a organização e os mesmos, para assim ampliar o leque de apoiadores e patrocinadores, promover mais o nome do evento e elevar sua credibilidade e reconhecimento tanto em meio ao público quanto em meio a possíveis *stakeholders*. Ainda pensando nos *stakeholders*, sugere também parcerias definitivas além das rotatórias, para a construção de um elo mais fixo e consistente em meio a realização do evento. Além do mais, indica-se que a organização aumente sua compreensão a respeito do que seriam os *stakeholders*, pois em se tratando de um evento, não apenas os apoiadores e patrocinadores são os únicos que podem ser considerados *stakeholders*, há por exemplo o público frequentador que é o mesmo responsável pelas atrações no caso do evento em

estudo. A mudança de visão em meio a uma nova percepção de papéis e possibilidade, abriria margem para uma melhor relação entre ambos, uma melhora que poderia ser benéfica para todos os envolvidos.

A análise dos resultados da abordagem qualitativa é pertinente, porém sem deixar de frisar que podem e devem ser inseridas novas questões. Como a pesquisa foi visando ouvir o lado da organização e seus respectivos stakeholders apontados, tem-se margem para outras abordagens de trabalho para futuros pesquisadores, onde propõe-se a realização de entrevistas e/ou questionários com o próprio público frequentador do evento, tanto os telespectadores quanto os bailarinos, sejam os locais, regionais, nacionais ou mesmo internacionais. Ademais, sugere-se ainda o aprofundamento em relação a importância da realização do evento para o fluxo turístico da baixa estação, uma vez que seria um estudo de extrema importância para a constatação da realização do evento e iria corroborar com a consciência em se obter apoio, patrocínio e *stakeholders* como uma vantagem coletiva para a cidade de São Luís e o estado do Maranhão.

Caracterizando as limitações da pesquisa, além do fator de ser um estudo de caso único, teve-se também o fator que o evento tem dificuldade de indicar *stakeholders*, uma vez que os mesmos são rotativos todos os anos, poucos mantendo parcerias por anos seguidos. O único apontando como fixo foi o Governo do Estado do Maranhão, e o mesmo afirma que todos os anos às empresas que prestam serviços dependem de quais possuem vínculos contratuais no momento da realização do evento, tornando assim extremamente dinâmico e dificultoso o processo de mapeamento e recolhimento dos relatos.

Em suma, a hospitalidade enquanto elemento influenciador nas relações entre *stakeholders* e organização do evento possui grande valia, sendo necessário o seu devido reconhecimento e estudo, visto que pode se tornar um ponto crucial em meio a não perpetuação ou continuidade de uma relação comercial.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, A. L. C; Muniz, R. M. **A construção da reputação organizacional como recurso estratégico**: o papel dos gestores e a percepção dos stakeholders. Anais do Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração, Brasília, DF, Brasil. 2005
- ARAÚJO JÚNIOR, J. P. de. **Análise de Stakeholders**: um estudo exploratório. Revista Eletrônica Senai-SP, 2008
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMPRESAS DE EVENTOS. **ABEOC Brasil**, 2019. Disponível em: <<https://abeocpr.com.br/dados-do-setor-de-eventos-de-2019-abeoc-brasil/>>. Acesso em: 13 de março de 2021.
- BAHL, M. **Turismo e Eventos**. Curitiba: Prottexto, 2004.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Trad. Luís Antero Reto, Augusto Pinheiro. São Paulo: Edições, 2011.
- BAPTISTA, I. **Lugares de hospitalidade**. In: DIAS, C. M. (Org.). Hospitalidade: reflexões e perspectivas. Barueri, SP: Manole, 2002, p. 157-164
- BRITTO, J; FONTES, N. **Estratégias para Eventos**. Editora: Aleph, São Paulo, 2002.
- CAMARGO, L. O. L. **Hospitalidade e hotelaria**. São Paulo/SP: Ática, 1998.
- _____. **Hospitalidade**. São Paulo: Ed. Aleph, 2004.
- _____. O desafio da hospitalidade. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 25. **Anais...** Porto Alegre RS, 2004.
- CAMPBELL, A. S: the case in favour. **Longe Range Planning**, London, v. 30, n. 3, p. 446-450, June 1997.
- CARROL, A. B; Buchholtz, A. K. **Business and society**: ethics and stakeholder management. Australia: Thomson South Western, 2003
- CESCA, C. G. G. **Organização de Eventos**. São Paulo: Summus, 1997;
- _____. **Organização de eventos**: manual para planejamento e execução. São Paulo: Summus. 2008.
- CRESWELL, J. W. **Qualitative inquiry and research design**: choosing among five traditions. Thousand Oaks, CA: Sage, 1998.
- COUTINHO, H. R. M. **Organização de eventos** / Helen Rita Menezes Coutinho – Manaus: Centro de Educação Tecnológica do Amazonas, 2010.
- DENCKER, A. F. M; BUENO, M. S. **Hospitalidade**: cenários e oportunidades. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

DIAS, R; PIMENTA, M. A. **Gestão de hotelaria e turismo**. Pearson Prentice Hall, 2005.

FEDRIZZI, V. L. F. **Facetas da hospitalidade**. Revista Hospitalidade. São Paulo, v. VI, n. 2, p. 96 - 114, jul.- dez. 2009.

FITZSIMMONS, J. A.; FITZSIMMONS, M. J. **Administração de serviços**: operações, estratégias e tecnologia da informação. 7 Ed. Porto Alegre/RS: AMGH, 2014.

FREEMAN, R. E. & HARRISON, J. S.; WICKS, A.C. **Managing for stakeholders**: Survival, reputation, and success. New Haven & London: Yale University Press, 2007.

FREEMAN, R. E. **Strategic management**: a stakeholder approach. Minnessota: Pitman, 1984.

FREIBERGER, Z. **Organização e Planejamento de Eventos**/ Zélia Freiberg. Cuiabá: EdUFMT; Curitiba: IFPR, 2010.

GIANESI, I. G. N; CORRÊA, H. L. **Administração estratégica de serviços**. São Paulo: atlas, 1995

GODBOUT, J. **O espírito da dádiva**. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1999

GOMES, R. C. **Stakeholder**. São Paulo/SP: Editora UNESP, 2015

GOTMAN, A. **Le sens de l'hospitalité**: essai sur les fondements sociaux de l'accueil de l'autre. V. 1. Paris: Presses Universitaires de Frances, 2001.

GRABNER, R. M. **A revitalização da Vila Ferroviária de Paranapiacaba**: reflexões sobre o Turismo e a Hospitalidade. São Paulo, 2006.

GRINOVER, L. A comunicação e a hospitalidade em território urbano. In: Congresso da Intercom, 26. **Anais...** Belo Horizonte, 2003.

HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

HOELLER, E. H. Turismo de eventos: Centeventos Cau Hansen de Joinville- SC. In: Turismo e Segmentação de Mercado. **Anais...** São Paulo: Futura, 2002.

INSTITUTO BRASILEIRO DE TURISMO (EMBRATUR). 1998. **Relatório de estudos de demanda turística**. Brasília: Embratur.

KAHTALIAN, M. **Marketing de Serviços**. Coleção Gestão Empresarial. Curitiba: Gazeta do Povo, 2002.

KOTLER, P; KELLER, K. L. **Administração de Marketing**. 12 ed. São Paulo, Pearson Prentice Hall, 2006.

LASHLEY; MORRISON (Org.). **Em busca da hospitalidade**: perspectivas para um mundo globalizado. São Paulo: Manole. 2004

MATIAS, M. **Organização de eventos: procedimentos e técnicas**. 3ª ed. Barueri: Manole, 2004.

MAUSS, M. **Ensaio sobre a dívida**. São Paulo: EDUSP, 1974

MEIRELLES, G. F. **Tudo sobre eventos**. São Paulo: STS, 1999.

MELO NETO, F. P. **Criatividade em eventos**. São Paulo: Contexto. 2008

MONTES, V. A; CORIOLANO, L. N. M. T. Turismo de Eventos: promoções e parcerias no Brasil. **Revista Turismo Em Análise**. 2003. Disponível em: <<https://doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v14i1p40-64>>. Acesso em: 21 set. 2021

NETO, F. P. **Evento: de ação, de entretenimento a agente de promoção do patrimônio histórico-cultural** IN: FUNARY, P. P.; PINSKY, J. (Orgs.). Turismo e Patrimônio Cultural. São Paulo: Contexto, 2001.

ORTIZ, R. **Cultura Brasileira e identidade nacional**. São Paulo. Editora Brasiliense, 2006.

PETROCCHI, M. **Turismo: planejamento e gestão**. São Paulo: Futura, 1998.

PUGEN, B. Análise da participação dos Stakeholders em um evento turístico público: o caso da 18ª FENAPEIXE. **Anais...** Congresso Nacional de Excelência em Gestão, 8. 2012.

SAHLINS, M. O pessimismo sentimental e a experiência etnográfica: porque a cultura não é um objeto em via de extinção. **Revista Mana**. Rio de Janeiro, v.03, nº01, 1997.

SANTOS, M. M. C. **A metáfora laços sociais e a hospitalidade**. In Santos, M. M. C., Baptista, I. (Org.), Laços sociais: por uma epistemologia da hospitalidade. (p. 13-14). Caxias do Sul: Educs, 2014

SAVI, T; PEREIRA, C. IARA, J. **HOTELARIA EM SANTA CATARINA: a contribuição dos eventos**. Rosa dos Ventos, vol. 2, núm. 1, enero-junio, p. 31-44 Universidade de Caxias do Sul Caxias do Sul, Brasil, 2010

SENAC DN. **Eventos: oportunidades de novos negócios**. Rio de Janeiro: SENAC, 2000.

SEVERINO, A. J. **Metodologia do trabalho científico**. 23. ed. rev. e atual. São Paulo, SP: Cortez, 2007.

SILVA, L. G. **Stakeholders organizacionais: identificação, classificação e um modelo estratégico de tomadas de decisões**. Revista Espacios. Vol. 38, nº 07, São Paulo/SP, 2017.

SPILLER, E. S. **Gestão de serviços e marketing interno**. 4 ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2011.

STOCK, L. T.; ANJOS, S. J. Gadotti. **MAPEAMENTO DA CADEIA DE VALOR: um estudo de caso do Festival de Dança de Joinville – SC**, 5. Seminário da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo. Belo Horizonte, Minas Gerais. 2008.

TENAN, I. P. S. **Eventos**. São Paulo: Aleph, 2002.

TOLEDO, G. L. **Segmentação de mercado e estratégia de marketing**. São Paulo, 1972.

ULIACH, M. M.; MENEZES, V. O. **Estratégias de vendas em eventos na hotelaria: um estudo introdutório**. 2014

VELOSO, D. **Organização de Eventos e Solenidades**. Goiânia: AB Editora, 2001.

VIERA, E. V. **Marketing hoteleiro: uma ferramenta indispensável**. Caxias do Sul: EDUCS, 2003.

VIEIRA, R. **Turismo responde por 8,1% do PIB Brasil**; veja dados globais. Disponível em: <https://www.panrotas.com.br/mercado/economia-e-politica/2019/03/turismo-responde-por-81-do-pib-brasil-veja-dados-globais_162774.html>. Acesso em: 10 de abril de 2021.

VILAÇA, C. **HOSPITALIDADE NOS EVENTOS E MEGASHOWS DA CANTORA MADONNA**. Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo, 7. São Paulo, 2010.

WADA, E. K. Omotenashi: tradição de hospitalidade a serviço da competitividade. In: Seminário da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo, 12. **Anais...** Natal, 2015

YIN, R. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. Trad. Ana Thorell. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010

ZAGO, A. P.; SALES, G. A. F; OLIVEIRA, P. F. Eventos culturais e stakeholders: a gastronomia como fator promocional do turismo no Festival Revelando São Paulo, SP. **Revista Rosa dos Ventos Turismo e Hospitalidade**. São Paulo, 2013

ZANELLA, L. C. **Manual de organização de eventos: planejamento e operacionalização**. São Paulo: Atlas, 2003.

ZEITHAML, V. A.; BERRY, L. L.; PARASURAMAN, A. **The behavioral consequences of service quality**. The Journal of Marketing, 1996.

ZEITHAML, V. A.; BITNER, M.J. **Marketing de serviços: a empresa com foco no cliente**. Poro Alegre: Bookman, 2003.

ZOUNI, G.; KOUREMENOS, A. **Do tourism providers know their visitors? An investigation of tourism experience at a destination**. Tourism and Hospitality Research, v. 8, n. 4, p. 282-297, 2008.

APÊNDICE



CURSO DE BACHARELADO EM TURISMO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO |
UFMA CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS | CCSO

APÊNDICE A - Roteiro de entrevista

Foi realizada uma entrevista com o organizador principal do evento realizado na cidade de São Luís, Maranhão. Os nomes e informações profissionais do entrevistado são apresentados mediante autorização do mesmo. O roteiro de entrevista foi constituído pelos seguintes itens:

- 1 - Identificação do entrevistado: nome, profissão e histórico de atuação na realização do evento.
- 2 - Identificar a percepção do entrevistado sobre o processo de organização do evento e suas etapas.
- 3 - Identificar a percepção de hospitalidade por parte do entrevistado e sua presença na organização do evento.
- 4 - Identificar a prestação de serviços por parte da organização do evento.
- 5 - Solicitar ao entrevistado que descreva as prestações de serviço adotadas mediante a organização do evento.
- 6 - Apresentar o conceito de stakeholders e convidar o entrevistado a apontar os principais de cada etapa de realização do evento.
- 7 - Solicitar ao entrevistado que descreva as relações de hospitalidade estabelecidas com os stakeholders no âmbito da prestação de serviços e sua influência no relacionamento entre eles.

APÊNDICE B – Categorização do roteiro da entrevista com o organizador do evento em estudo

CATEGORIA	SUBCATEGORIA	DESCRIÇÃO
Identificação do entrevistado	Nome	Nome do entrevistado
	Cargo	Cargo que ocupa atualmente
	Tempo de atuação	Tempo de atuação juntamente a organização do evento
Evento	Ano de criação	Ano de começo da realização do evento
	Local de realização	Locais de realização do evento
	Etapas de realização	Identificar o entendimento da divisão das etapas de realização de eventos por parte do organizador
	Número de colaboradores	Número de pessoas envolvidas na organização do evento.
Hospitalidade	Conceito de hospitalidade	Identificar o entendimento de hospitalidade por parte do entrevistado
	Hospitalidade presente	Perceber se a hospitalidade é presente em meio a prestação de serviços
	Relações de hospitalidade	Identificar de que forma a hospitalidade está ou não presente nas relações entre organização do evento e seus <i>stakeholders</i>

Stakeholders	Conceito de Stakeholders	Apresentar o conceito de <i>stakeholders</i> e questionar sobre os três mais importantes em cada etapa de organização do evento
	Stakeholders e relações de hospitalidade	Identificar as relações de hospitalidade entre a organização do evento e seus stakeholders e se elas facilitam o processo de organização do evento.
Serviços	Prestação de serviços	Identificar as ações adotadas em meio a prestação de serviços
	Prestação de serviços e relações de hospitalidade	Perceber se as relações de hospitalidade, junto aos stakeholders, favorecem a prestação dos serviços na organização do evento


Categorização do roteiro da entrevista dos *Stakeholders*

CATEGORIA	SUBCATEGORIA	DESCRIÇÃO
Identificação do Entrevistado	Nome	Nome completo do entrevistado
	Cargo	Área de atuação
	Tempo de trabalho no cargo atual e em anteriores	Tempo de trabalho da empresa atual e experiências anteriores
Empresa	Ano de criação	Ano de criação da empresa
	Localização e unidades	Endereço da matriz e de outras unidades
	Número de colaboradores	Número total de colaboradores e subdivisões

		de cargos do setor
Hospitalidade, <i>Stakeholders</i> e Serviços	Conceito de hospitalidade	Identificar o entendimento de hospitalidade por parte do entrevistado
	Hospitalidade como parte da organização	Identificar se a hospitalidade é exercida pela organização e de que forma ela se manifesta
	Prestação de serviços	Identificar as ações de prestação de serviços
	Relações de hospitalidade e os stakeholders	Identificar às relações de hospitalidade entre o stakeholder e a organização do evento
	Hospitalidade e prestação de serviços	Identificar as ações de hospitalidade da empresa presentes em meio a prestação de serviços
	Relações de hospitalidade, serviços e organização do evento	Perceber se as relações de hospitalidade entre o evento e os seus <i>stakeholders</i> são consideradas como diferencial e facilitam a prestação de serviços.

APÊNDICE C - Autorização prévia para realização de entrevistas

AUTORIZAÇÃO PARA REALIZAÇÃO DA ENTREVISTA

Prezado(a) Sr (a).  agradeço a atenção e a contribuição para o desenvolvimento deste projeto científico, orientado pelo Prof. Ms. Ruan Tavares Ribeiro, para a Graduação em Hotelaria na Universidade Federal do Maranhão.

O objeto de estudo da presente pesquisa são as relações de hospitalidade entre a organização da Semana Maranhense de Dança e seus *Stakeholders*. O título preliminar do Trabalho de Conclusão de Curso é: *Relações de Hospitalidade e Gestão de Stakeholders: um estudo de caso na Semana Maranhense de Dança*.

Informações relacionadas a utilização da relação de hospitalidade entre a organização do evento Semana Maranhense de Dança e seus *stakeholders* e como estas influenciam ou não em meio a prestação de serviços.

A entrevista, em média, terá duração de 40 minutos, pautada por assuntos referentes ao projeto como Hospitalidade, *Stakeholders*, Prestação de Serviços e Eventos.

Solicita-se autorização para gravar o conteúdo da entrevista, na certeza de que a gravação poderá ser interrompida a qualquer momento, de acordo com sua determinação.

Após a entrevista, os dados serão transcritos, analisados e publicados. Por isso, também solicita-se sua autorização para utilizar o áudio em apresentações, em eventos e outras publicações científicas.

Para dar andamento ao projeto, peço que avalie a proposta, preencha um dos tópicos a seguir, assine e date este documento.

Autorizo a gravação da entrevista relacionada acima, assim como a utilização das imagens, sons da mesma em apresentações, eventos e publicações científicas.

Autorizo a gravação da entrevista relacionada acima, assim como a utilização das imagens, sons da mesma em apresentações, eventos e publicações científicas, **porém solicito que o meu nome e do evento não sejam citados.**

Autorizo a gravação da entrevista relacionada acima, assim como a utilização das imagens, sons da mesma em apresentações, eventos e publicações científicas, **porém solicito que nenhum dos nomes ou instituições por mim mencionados sejam citados no trabalho.**

Cliente:



Data: 12/04/2021

Comprometo-me, finalmente, a enviar uma cópia deste termo (com assinatura, os dados documentais e o número de telefone do pesquisador, bem como o do orientador do projeto) para seu controle e a fim de que eventuais dúvidas sejam sanadas a qualquer momento.

Agradeço e subscrevo-me. Atenciosamente,



AUTORIZAÇÃO PARA REALIZAÇÃO DA ENTREVISTA

Prezado Sr. **Waldemir Nascimento** agradeço a atenção e a contribuição para o desenvolvimento deste projeto científico, orientado pelo Prof. Ms. Ruan Tavares Ribeiro, para a Graduação em Hotelaria na Universidade Federal do Maranhão.

O objeto de estudo da presente pesquisa são as relações de hospitalidade entre a organização da Semana Maranhense de Dança e seus *Stakeholders*. O título preliminar do Trabalho de Conclusão de Curso é: Relações de Hospitalidade e Gestão de Stakeholders: um estudo de caso na Semana Maranhense de Dança.

Informações relacionadas a utilização da relação de hospitalidade entre a organização do evento Semana Maranhense de Dança e seus *stakeholders* e como estas influenciam ou não em meio a prestação de serviços.

A entrevista, em média, terá duração de 40 minutos, pautada por assuntos referentes ao projeto como Hospitalidade, *Stakeholders*, Prestação de Serviços e Eventos.

Solicita-se autorização para gravar o conteúdo da entrevista, na certeza de que a gravação poderá ser interrompida a qualquer momento, de acordo com sua determinação.

Após a entrevista, os dados serão transcritos, analisados e publicados. Por isso, também solicita-se sua autorização para utilizar o áudio em apresentações, em eventos e outras publicações científicas.

Para dar andamento ao projeto, peço que avalie a proposta, preencha um dos tópicos a seguir, assine e date este documento.

Autorizo a gravação da entrevista relacionada acima, assim como a utilização das imagens, sons da mesma em apresentações, eventos e publicações científicas.

Autorizo a gravação da entrevista relacionada acima, assim como a utilização das imagens, sons da mesma em apresentações, eventos e publicações científicas, **porém solicito que o meu nome e do evento não sejam citados.**

Autorizo a gravação da entrevista relacionada acima, assim como a utilização das imagens, sons da mesma em apresentações, eventos e publicações científicas, **porém solicito que nenhum dos nomes ou instituições por mim mencionados sejam citados no trabalho.**

Cliente:


Waldemir Nascimento
RG: 67733896-5

Data: 18 / 04 / 2021 _

Comprometo-me, finalmente, a enviar uma cópia deste termo (com assinatura, os dados documentais e o número de telefone do pesquisador, bem como o do orientador do projeto) para seu controle e a fim de que eventuais dúvidas sejam sanadas a qualquer momento.

Agradeço e subscrevo-me. Atenciosamente,



Yandra Souza Santana da Rocha Santos - CPF: 034.538.953-04/ Celular: (98) 98307-0542

AUTORIZAÇÃO PARA REALIZAÇÃO DA ENTREVISTA

Prezado(a) Sr (a). **Jeane Sousa Pires** agradeço a atenção e a contribuição para o desenvolvimento deste projeto científico, orientado pelo Prof. Ms. Ruan Tavares Ribeiro, para a Graduação em Hotelaria na Universidade Federal do Maranhão.

O objeto de estudo da presente pesquisa são as relações de hospitalidade entre a organização da Semana Maranhense de Dança e seus *Stakeholders*. O título preliminar do Trabalho de Conclusão de Curso é: *Relações de Hospitalidade e Gestão de Stakeholders: um estudo de caso na Semana Maranhense de Dança*.

Informações relacionadas a utilização da relação de hospitalidade entre a organização do evento Semana Maranhense de Dança e seus *stakeholders* e como estas influenciam ou não em meio a prestação de serviços.

A entrevista, em média, terá duração de 40 minutos, pautada por assuntos referentes ao projeto como Hospitalidade, *Stakeholders*, Prestação de Serviços e Eventos.

Solicita-se autorização para gravar o conteúdo da entrevista, na certeza de que a gravação poderá ser interrompida a qualquer momento, de acordo com sua determinação.

Após a entrevista, os dados serão transcritos, analisados e publicados. Por isso, também solicita-se sua autorização para utilizar o áudio em apresentações, em eventos e outras publicações científicas.

Para dar andamento ao projeto, peço que avalie a proposta, preencha um dos tópicos a seguir, assine e date este documento.

Autorizo a gravação da entrevista relacionada acima, assim como a utilização das imagens, sons da mesma em apresentações, eventos e publicações científicas.

Autorizo a gravação da entrevista relacionada acima, assim como a utilização das imagens, sons da mesma em apresentações, eventos e publicações científicas, **porém solicito que o meu nome e do evento não sejam citados.**

Autorizo a gravação da entrevista relacionada acima, assim como a utilização das imagens, sons da mesma em apresentações, eventos e publicações científicas, **porém solicito que nenhum dos nomes ou instituições por mim mencionados sejam citados no trabalho.**

Cliente: _____

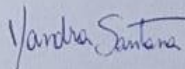


Data: _____

23/04/2021

Comprometo-me, finalmente, a enviar uma cópia deste termo (com assinatura, os dados documentais e o número de telefone do pesquisador, bem como o do orientador do projeto) para seu controle e a fim de que eventuais dúvidas sejam sanadas a qualquer momento.

Agradeço e subscrevo-me. Atenciosamente,



Yandra Souza Santana da Rocha Santos - CPF: 034.538.953-04/ Celular: (98) 98307-0542

APÊNDICE D - Transcrição de Entrevistas

Entrevista com Abelardo Telles - Membro da comissão organizadora da Semana Maranhense de Dança.

Pesquisadora: É... bom dia!

Abelardo Telles: Bom dia!

Pesquisadora: Primeiramente, eu gostaria de agradecer a disposição do seu tempo, Abelardo... muito obrigada, eu tenho certeza que os resultados... deste momento, da nossa conversa, vai contribuir muito para minha pesquisa; E a minha pesquisa ela tem como objetivo, como eu já tinha comentado com...com você, é, analisar as relações de hospitalidade entre a organização do evento da Semana Maranhense de Dança e os seus *Stakeholders* mas...calma que cada coisinha no seu tempo. É...Pra começar, eu peço que por gentileza, você diga o seu nome completo, assim como o cargo que ocupa atualmente e o seu tempo de trabalho em meio a organização do evento.

Abelardo Telles: Bom, eu sou o Abelardo...Abelardo Soares Telles de Souza, meu nome artístico é Abelardo Teles... já trabalho com dança...há quase trinta anos... édesde a minha formação quando.... lá pelo estúdio Prodança, com a minha irmã Regina Telles e meu irmão Guilherme Teles... daí então... parti para o Espaço Dança com Miriam Marques....continuando meus estudos, tive o meu grande formador e mestre, Antônio Gaspar, no Teatro Arthur Azevedo, né? Daí então viemos com vários trabalhos de produção no Artur Azevedo,é... Catirina, O Sonho de Catirina, o Seu Eurites, O Escravo, Nordestinamente, dentre outras produções que foram feitas nesse período...é, projetos de, de, de aula para comunidade e várias coisas que nós viemos trabalhando durante esse período todo, até que o, o teatro deu um "*time*", um período que parada, né? Mudanças de gestores e tal, essa coisa... e foi a época.... que.... em 2006, que a professora Nerine Lobão entrou no Teatro Arthur Azevedo como diretora na gestão, se eu não me engano ou foi José Rinaldo Tavares como Governador ou Zé Reinaldo, ou....ou Lobão mesmo, eu não me lembro quem era o governador da época. Só sei que ela era a secretária,

ela era diretora do teatro... E ela chamou um grupo de artistas; vários artistas de vários, vários segmentos: música, teatro e dança e.... alguns.... artistas bem conceituados,é... e chamou nós.. a gente da dança também, nessa época: eu, Erivelton, Olinda Saul... dentre outros profissionais que foram chamados e...fomos... consultados: “O que o Teatro Arthur Azevedo pode fazer pela arte da dança, do teatro e da música? O que que nós podemos contribuir para isso?” Assim falou a professora Nerine Lobão....e nós pedimos: “Nós queremos um evento de dança... patrocinado e apoiado pelo Governo do Estado.”

Daí... se formou uma equipe de, de. em cada área, é... para começar a desenvolver um estudo e um, um projeto inicial, é... a partir daí, foi-se chamado os profissionais da área de dança pra escolher uma equipe de profissionais que se intitulou Comissão Artística do Teatro Arthur Azevedo.

Essa comissão artistica ela, como eu já venho falando, ela estava no teatro, foram três escolhidos da dança, três escolhidos do teatro e da música também. E aí, a gente partiu... a primeira comissão, eu não me lembro quem foi, foram todos, mas eu sei que era eu e Erivelton estávamos, que... a gente deu esse pontapé inicial para o primeiro evento da Semana de Dança que foi em 2006, com um valor bem... pequeno,é... ao valor da época era sessenta mil reais, é... e aí a gente... tinha esse valor para desenvolver a semana de dança. E aí começamos, bem pequeno, é... fazer também a questão da, do cadastramento, porque até então a gente não sabia muito como é... A gente sabia porque era, a gente era profissional da área, mas a gente não tinha isso estimado em dados é.. escritos, né? É... dos profissionais que nós tínhamos da área de dança, dos Diretores de escola, diretores de grupos, professores, coreógrafos e por aí vai.

E aí a gente começou com a primeira semana de dança, foi em torno de... vinte grupos, foi mais ou menos isso, o número de vinte grupos mais ou menos. E aí tivemos um convidado aqui de Recife; tudo tinha que ser de uma forma bem... acessível financeiramente, não podíamos trazer a grande, as grandes estrelas da dança do Brasil, mas nós podíamos, poderíamos trazer pessoas que contribuísse nos mais diversos campos da área de dança, nas mais diversas estilos e é.. é... mais diversos estilos, né? Que nós temos só na dança, nós temos dança contemporânea, balé clássico, stilletto... stiletto nem existia muito na época, né? É... jazz, é dança popular, conceitual, dança, espetáculos, coreografias, oficinas, trabalhos de formação, é...videodança; Então, quer dizer, foram várias, vários pontos que a gente começou a

relacionar e vendo aonde a gente podia... bancar né, então nós trouxemos algumas convidadas, tivemos um... um bom retrospecto desse primeiro, lógico, como o primeiro, ainda não tinha aquela questão do pessoal derrubar a porta do Teatro Arthur Azevedo pra querer entrar pra assistir o evento, né? É... a gente ainda tava engatinhando, então a gente tinha, só trabalhava em teatro, só, né? As atividades já eram muito curtas, muito poucas, né? É, e fomos a um próximo ano... já o evento já começou a ter uma certa melhor credibilidade, é... e aí a gente começou a aumentar o, o, o valor do apoio do Governo do Estado, né? Já não era mais sessenta mil, já eram um pouco mais, eu não me lembro aqui na época, a cada ano a gente tinha um ganho por conta dessa... desse... crédito, ou desse valor que a gente tava mostrando da dança. É.. e a dança, né? Na verdade, nessa época, a gente tinha muita dificuldade de mostrar o nosso trabalho, porque a dança não, não tinha é... uma visão dos gestores públicos sobre a dança. Então, a gente tinha que provar primeiro que ela tinha público, que ela tinha profissionais, que ela tinha agentes que, que daria esse crédito para... se desenvolver o projeto dessa natureza. E aí, as coisas começaram a andar. Então, a cada gestão do Teatro Arthur Azevedo, da direção do Teatro Arthur Azevedo, é... acontecia uma nova eleição entre os profissionais atuantes da dança da época, é... a gente sempre tinha essa escolha democraticamente, não era imposta, não era via Governo do Estado impondo uma equipe para se trabalhar, eram profissionais da área de dança, assim como eu, é... também vieram outros anos me acompanhando, é... Olínda Saul, Mano Braga, Eliane Propri, é.. a, deixa eu ver, alguns outros Erivelton já falei, Então, sempre escolhidos, é... por, por, pelos profissionais e pela sua atuação, pela, pela, é.. é.. pela atuação desses profissionais na área de dança, né? Então, a cada ano a gente tinha e uma das nossas preocupações, pelo menos minha, que foi uma coisa muito forte, enquanto a gente não tinha emplacado, enquanto política de governo, né? Que ela, ela passa de ser o evento e ela passa a ser uma política de governo, onde aquele evento, como São João, como Carnaval é obrigatório que o Governo do Estado através da Secretaria de, de Cultura, realize o evento. Hoje o, o São João e o Carnaval, eles não não podem é, é, sumir do calendário da cultura do Estado. A mesma coisa hoje é a semana de dança e a semana do teatro. A semana de música, ela ficou só uns dois, três anos... quatro anos, mas aí ela acabou. Porque, justamente, levou-se a semana o, o, o, o, o teatro pra uma outra.. o teatro não, a música, pra uma outra vertente. Então, se não fosse artes cênicas. Então teatro meio que não organizou mais o evento da semana

de, de música, aí ficou só semana de teatro, semana de dança. É...então a gente tinha uma grande preocupação, um grande medo, porque a cada Governador que passava a gente tinha receio do Governador chegar e dizer: “não, eu não vou mais apoiar esse evento” ou qualquer coisa assim. Mas a gente, graças a Deus, teve uma... credibilidade junto ao governo e ao secretário de cultura, aos secretários de cultura que passaram. E eles já, todos abraçaram a... mesmo governos, por exemplo, que eu não faço parte diretamente quanto linha ideológica, mas, eu tinha um respeito profissional e eu continuava como coordenador da semana de dança, mesmo não estando é, é, é, nos governos onde eu tenho uma ideologia mais ligada, né?

((tosses))

Então... A gente passou pelo governo Zé Reinaldo, pelo governo Roseana, pelo governo Jackson Lago, pelo governo Flávio, é... Roseana de novo e pelo governo Flávio Dino agora, né? E agora, então, aí a gente é, de uns, de uns três ou quatro governos pra cá, aí sim, ele faz parte, faz parte do calendário oficial de eventos da Secretaria de Cultura. Então a gente já fica mais, menos preocupado que um dia que a gente possa acontecer ou que um dia ele possa tomar outros rumos, outros rumos ele pode até tomar, porque de acordo com o gestor, de acordo com quem tá comandando a política governamental ou da Secretaria de Cultura. É...e aí, tomamos um rumo mais, mais solidificado e os, o, o, o, o evento ele começou a ter uma... um respeito maior, um apoio maior, né? Hoje, é, quer dizer, quando eu deixei..aí eu fui de 2006 até 2016, quando eu deixei 2016, o apoio do Governo do Estado já estava em duzentos mil para o evento da semana de dança, né? Que no, a gente acha que é muita coisa mas que não é grande coisa não quando a gente quer fazer um evento onde a gente tenha que trazer, gastar com hospedagem, alimentação, cachês de profissionais convidados, é.. passagens aéreas, estrutura de palco, som e luz, é... locação de espaço, nem todos os espaços são públicos. Então o, o evento ele começou a ter o rumo que a gente não podia mais trabalhar só com aquela verba é. Aí veio aquelas grandes demandas de público no, no, no, no, da, da semana de dança, que é aquele pessoal ficava naquela fila e terminava lá no, na porta do teatro, todo mundo querendo muito entrar em todas as programações de espetáculo, a gente dividiu essa coisa do, coreografia de espetáculos, porque a gente vê que nem todos os profissionais da área de dança, eles tem um trabalho de espetáculo, eles também

têm trabalho de coreografia, por exemplo, o pessoal de dança de salão, o pessoal de dança do ventre, ele já não tem um espetáculo, eles tem uma coreografia. Então, como é que a gente vai valorizar aquele profissional? Então, a gente tem que pegar todos os segmentos, todas as formas que a gente possa... atuar, os profissionais que atuam na área de educação. Então, como a gente insere todo mundo, todo mundo, todo mundo na, o amador, o profissional, como a gente não, não distinguir ou, ou, ou, o-ou valorizar o profissional também, como a gente fazer com os profissionais locais e não trazer só os profissionais de fora; Então a gente tinha que dividir meio, aquele, aquele recurso que nós tínhamos em cachês pra professores locais, pra atrações locais que a gente tinha que valorizar essas atrações locais mesmo: espetáculos locais, profissionais locais; foi uma época em que nós tínhamos is...é, é...quase dez companhias, companhias grupos profissionais de dança realizando o espetáculo. Hoje a gente não tem mais, hoje a gente não tem isso, tem uma queda, né? Na, no começo a gente não tinha isso. Então, essa valorização é importante. Então, a gente, todos os anos, nessa preparação, nessa formulação do regimento, do regulamento, do formato do evento, a gente tinha que discutir os. os eventos anteriores, que em que é... como que a gente podia agregar mais pessoas no interior do Estado? Que se a gente da cidade, a gente tem uma dificuldade em acesso a conhecimento, imagina o povo do estado. Como a gente ia levar o evento já que o público, o evento é semana será que o o evento é a semana maranhense de evento de dança? Não semana MARANHENSE de dança não semanana SÃO LUÍSENCE de dança, né? Nem ludovicense. Então, a gente tinha que levar o evento ao interior do estado, que era os que mais precisavam, né? E a gente também teve a oportunidade de descobrir como que tava, o que se tava fazendo de dança lá fora, tinha algumas cidades que tinham uma um desenvolvimento, uma dança maior: Açailândia, Imperatriz, o Sul do Estado é bem forte na dança, Arari, descobrimos Cantanhede, é.. várias cidades onde tinha o apoio, aí a gente buscava parceria não, não só o Governo do Estado ele apoiava, mas as prefeituras que a gente ia a procura também começavam a apoiar, dando hospedagem, dando alimentação pra gente, dando uma estrutura física pra nós podermos dar nossas oficinas, apresentações, a gente geralmente no interior do estado a gente fazia naquelas quadras cobertas, fazia uma montagem de som, luz, palco, e, e, e, muito apoio do governo do, do, das prefeituras, onde a gente... é.. fazia essas propostas, né? E aí o evento veio crescendo, veio crescendo, veio crescendo... em 2016, foi na época do do Celso Brandão, como diretor do Teatro Arthur Azevedo,

no Teatro Arthur Azevedo nós tínhamos tido Nerine Lobão, Gisele Vasconcelos, que foi durante algum tempo também. Então, sempre os diretores de teatro, do teatro Azevedo, que eram o órgão realizador através da secretaria, porque começou através do Arthur Azevedo né? E...só que, o Arthur Azevedo é, é, é, é o órgão do estado da Secretaria de Cultura. Então, era o órgão que, é... realizava o evento, ordenava juntamente com o seu diretor que ia buscar verbas, essa coisa toda. Então, nós tivemos diretores que tiveram um envolvimento muito forte com a semana de dança, com a semana do teatro também e, e o compromisso e, é... Roberto Brandão, também, né, que foi o depois de Gisele foi o Roberto Brandão e veio Celso Brandão, onde essa, aí, a partir daí, teve uma mudança na gestão da Semana Maranhense de Dança. Não foi feita mais por profissionais escolhidos pelos profissionais, ele foi feito, é, pelo diretor do teatro, na época, Celso Brandão 2016 e ele escolheu sua equipe de profissionais independentes de ter sido escolhido ou não por nós profissionais da área, né? E aí veio 2016, 2017, 2018, onde ele saiu da direção do teatro, entrou Waldemir e o Waldemir me chamou no ano passado, que foi 2020 para realizar a semana de dança, juntamente com a equipe de profissionais também que já estava no Teatro Arthur Azevedo, que era o Egnaldo, que trabalhava com dança, que era Bianca, Bianca Marques também, que trabalhava com dança que hoje ela é diretora do teatro. Então, foi uma equipe que foi formada através disso, mas não teve mais uma equipe escolhida pelos artistas da dança ou do teatro. A partir daí, não, foi mais assim. A partir de 2020 o evento, ele sai do Teatro Arthur Azevedo enquanto REALIZADOR e ele passa a ser realizado integralmente pela Secretaria de Cultura do Estado, mesmo que tenha sido feito lá no Artur Azevedo, a equipe, a gente lá trabalhando, mas não tinha mais a característica como era antes. É, hoje a Secretaria de Cultura, se ela tiver um diretor do teatro “assim ou assado” onde tiver, ela...toma...pé da, do evento, convoca a sua equipe, a, a equipe de produção da secretaria para realizar o evento, não sei como vai ser em 2021. Ano passado a gente, 2020, a gente fez todo online por conta da pandemia, foi um relativo sucesso, foi bom, foi muito interessante, mas, lógico, como todas as atividades online, elas não são tão intensas, ou tão interessante como a presencial. Mas, gente, pra não deixar sem fazer ou qualquer coisa assim, a gente permaneceu... é... fez dessa forma e tal, tivemos... coisas muito interessantes, novas, a cada ano, a semana de campo, ela tem coisas novas, né? Uma coisa, também, que foi interessante esse período, ela sai dos teatro depois de, eu acho que foi em 2014, 2013, quando eu estava ainda sob a coordenação, ela começa a sair dos

teatros, dos espaços fechados e elas começam a ir para as ruas. É... antes de um pouquinho, só pra relatar um pouco do histórico, porque eu tô te falando isso pra depois que terminar tu perguntares algumas coisas ai tá? É.. antes teve um período, teve um ano, eu não estou me lembrando aqui qual ano que não teve a semana de dança por causa de uma, da enchente, desse período do primeiro semestre, tem muita chuva. E teve algumas cidades do interior do estado que tiveram enchentes muito fortes, como Pedreira, Trisidela. E o Governo do Estado e toda a população tava muito envolvida emocionalmente com aqueles problemas dos nossos irmãos do interior do Estado, enchentes. Vários problemas que a gente assim, né? E todos nós temos que concentrar, além de recursos financeiros para ajudar nossos irmãos, também a máquina do Governo que aqui está. E fora que, fazer o evento no primeiro semestre, antes era feita no mês de abril. Comemorativo desde o começo, a primeira de 2016, comemorativo ao Dia Internacional da Dança, só que todo ano era muita chuva... aí a gente não podia fazer nada fora e quando veio uma determinação do Governo do Estado, no Governo de Roseana ainda, que a gente cancelasse o evento no, em abril, e aí a gente ficou com muito medo do evento ser cancelado e ele não voltar mais. E aí veio aquela luta de, de, de, de, de jogar o evento para o segundo semestre, conseguiu e aí o evento começou a se realizado em agosto desde 2009, 2010, 2012, por aí a gente começou a realizar ela no segundo semestre, ou seja, a gente não tinha mais chuva. Então, hân, vamo partir pra fora do teatro, vamos fazer atividades em praças, em espaços abertos, né? É... atividades alternativas,é... apresentações... sem ser em palco mesmo, na rua, intervenções. Então, uma forma da gente mostrar o evento, coisas diferentes que são da dança, a gente não é só fechado num palco italiano. Então, a gente tinha formas diferentes de mostrar a dança, só que a gente não tinha tido oportunidade por causa da chuva e a gente não podia fazer nada no relento, né? E aí começamos a fazer os nossos trabalhos em praça pública... e aí ele tomou uma dimensão maior ainda, porque a,a, as pessoas falando ali, passando pelo centro histórico, passando pelo, pelo, pela rua do comércio, pela Rua Grande, porque o evento, ele, a gente abria um grande desfile grande, onde a gente convidava toda a galera de dança. E... eles... a gente desfilava e as pessoas “que é isso, porque é tal, não sei o que”. Então, as pessoas não tinham muito conhecimento sobre a, a, a dança do estado, né? Não sabiam o quanto tínhamos de profissionais atuando na area de dança e a cada ano o te, a, a semana de dança ela ia... é... fazendo com que crescesse o número de profissionais de dança. Quando eu sai na semana de dança

em 2016 nós daquelas trinta, vinte que eu te falei em 2006 incrições, nós estávamos com duzentos e cinquenta incrições já, né? É... em 2016, ou seja, duzentos e cinquenta grupos ou profissionais independentes já estavam se mobilizando no Estado, muitos grupos novos que apareciam, aquelas, aqueles dez, dez grupos profissionais que realizavam espetáculo, já era dessa época, né? Hoje a gente tem uns três companhias, mais ou menos profissionais, eu acho que deu uma melhorada também na condição do profissional, local, é- é, que não tinha condição de, de sair e, e, e, e melhorar a sua condição, sua condição enquanto artista, enquanto profissional, trazíamos os profissionais de fora para dar essa, essa formação, tanto para os amadores, né? Que aquelas pessoas que estavam iniciando, os passos da dança, como aqueles profissionais, como eu, como Taila, como outros profissionais que já atuávamos na área, né? Então... foi um período muito interessante de formação, esse, é, a semana de dança, ela veio com isso mesmo, trazíamos o pessoal do interior do estado, para, pra, pra, pra, pra cá, pra apresentar, é, ajudávamos, porque como recurso lá é muito menor. Então todos esses processos de mobilização que a gente poderia fazer da dança do estado, a gente foi trabalhando a cada ano, cada ano a gente seria uma coisa mais, teve anos assim que tinha...três espetáculos no mesmo dia, no mesmo teatro, sabe? No mesmo dia, um atrás do outro, assim, começava sete horas terminava dez, onze horas de tanto trabalho que nós tínhamos e nós não queríamos eliminar os trabalhos, né? Nós queríamos fomentar, nós queríamos muita gente praticando dança, muita gente vendo dança. Então, a gente teve esse é, é, esse crescimento muito forte... Hoje, já existe uma seleção maior, eu, eu até questiono um pouco sobre essa questão seletiva em, em detrimento de uma qualidade, a gente...é... teve uma diminuição de participantes na semana de dança de 2016 pra cá, o número de escrito, o número de aprovados, o número de grupos selecionados, o número de apresentações.... teve um pouco de diminuição, não que tenha diminuído o número de trabalhos, apenas se teve uma equipe de curadoria, onde se faz uma seleção e elimina os trabalhos de um enjoto musical, eu, pessoalmente Abelardo, eu acho que tem espaço pra todo mundo, desde aquele amador, que não tem aquela qualidade, que precisa desse fomento, precisa desse intivo, desse incentivo para.... realizar, e para que eles possam estar inseridos no evento, para que eles não seja descartados enquanto qualidade mas a gente precisa, a gente precisava de um número maior de atuações, tanto que teve um evento na, do Governo do Estado realizado em 2014, se eu não me engano, que foi Praia Grande

das Artes, onde tinham várias, vários segmentos, tá? Dança, teatro, música, arte, plástica é... várias coisas, cinema, a, a Praia Grande era um verdadeiro arsenal de artes, né? E a dança, como as pessoas não conheciam muito, e viu aquele palco, aquele horror que gente que dança, a plateia completamente lotada, um bando de bailarino que, a gente fez um palco em frente de cultura, os próprios gestores da secretaria de agricultura, eles diziam assim: “meu Deus, quanta gente de dança tem, eu não sabia que existia tudo isso, de prática, de pessoas, de profissionais na área de dança, atuando na área, né?” E, e pra, e isso é importante, porque os próprios órgãos gestores, não tem esse conhecimento da, de uma área da cultura, então é, é, eles precisavam ter esse conhecimento, porque eles que fazem ato com eles, estão lá, fazendo os nossos, nossos projetos, os nossos editais e a nossa política cultural, então, a gente precisava que eles tivessem esse conhecimento da nossa área, pra ser respeitada, pra ser convidada pra outras atividades.. e aí, tomou o rumo que a gente sabe que tem na semana de dança até hoje. Falo pra caramba né?

Pesquisadora: ((risos)) É ótimo, perfeito, é isso que a gente quer em entrevista.

Abelardo Telles: Quando os jornalistas me pegam eles acham, eles acham uma graça, “Abelardo não preciso te perguntar nada tu responde tudo o que eu preciso” ((risos))

Pesquisadora: Exatamente ((risos)) é...

Abelardo Telles: Eu vou fumar um... como não precisa aparecer eu vou fumar um cigarrinho.

Pesquisadora: ((risos)) Tudo bem, pode ficar á vontade. É.. a próxima pergunta seria sobre o histórico do evento mas, como o senhor mesmo disse o senhor já respondeu sem eu precisar perguntar. É... eu queria perguntar em relação a organização do evento a, a, ao... a parte mais administrativa da organização do evento. Se...se seriam equipes que atuam no processo de organizar a semana de dança ou se são setores, quantas pessoas são, se teria uma média, como é que funciona... e... como, qual é a sua visão em relação a isso.

Abelardo Telles: Bom, é, como, quando a gente começou, a gente começou com uma equipe, a comissão que era.... os produtores, os organizadores do evento, a gente chamava algumas pessoas para nos é.. auxiliar, que eram chamados de coordenadores...coordenador de oficina, coordenador de... de palco...é...de, de, de teatros, coordenador de hospedagem, coordenador de hosp, hospedagem e alimentação, e assim esse evento ele veio crescendo..crescendo de acordo com a,a,a.... a demanda, né? Se a gente tinha que, que ter... a gente em torno de 7 coordenações além da nossa comissão, né? Por que a gente tinha coordenador de palcos livres, coordenador...de atividades, é...formativas, oficina né ou qualquer coisa assim, coordenador... como eu disse, essa, essas questões que a gente precisava que uma pessoa, né, é... ficasse diretamente ligada aquela ação, aquela coisa porque não dava pra eu assumir hospedagem, alimentação, apresentação do teatro ao mesmo tempo que apresentação na rua, e não sei quem, não sei quem. Então a gente sempre tinha um coordenador ali naquela atividade, é... seja oficina, seja apresentação no teatro, seja apresentações em lugares livres, no hotel, seja na, na alimentação onde a gente tinha que oferecer para os... seja pra quem ia buscar não sei quem no aeroporto, é... quem acompanhava os, os profissionais nas suas oficinas, palestras, é.. essas coisas todas. Então a gente tinha, começou a chamar profissionais a, pessoas que atuavam na área de dança que tinham um tino administrativo e de produção. Nós começamos a chamar, nos chamamos a Márcia Meirelles que até hoje ela é a locutora oficial da Semana Maranhense de Dança, desde a primeira que eu, eu já chamo ela de “voz da semana” né, por que ela ta desde 2006 comigo, chamei ela, até 2010 ela continuou com Celso Brandão e ano passado voltei a chamar ela de novo para a equipe ((pigarro)) que foi formada e tem muito domínio sobre isso tudo, hoje eu deixo na mão dela toda a programação de, de, de apresentações e, e, e fico tranquilo, porque ela já tem um *know-how*, já tem todas as habilidades e conhecimento pra desenvolver aquela atividade. Então, não, nos sobrecarrega, que a gente fica com várias atividades. Além das coordenações que era pessoal abaixo da gente tinham os apoios que era, todas essas pessoas, como eram profissionais da área, a gente precisava incentivá-lo financeiramente, a gente dava um um valor, a gente dava um valor financeiro pra cada cargo que existia na semana e dança, tanto uma ajuda de custo para o pessoal do apoio, como para os coordenadores... ou outros profissionais que a gente chamava. Então, todo mundo era remunerado. E.... chamamos uma equipe de apoio também, que eram pessoas que trabalhavam nos

bastidores, é, vendo gente que entrava no teatro, vendo ingresso na bilheteria, tendo portaria de teatro, vendo, é, acompanhando nas oficinas, acompanhando junto, por que o coordenador é responsável por atividade e formação, ele não poderia tá naquela sala, todo o tempo, porque tinha outras aulas, que ele tinha que acompanhar, outros professores que ele tinha que ir buscar no hotel pra, pra, pro local de lugar de de aula e tal. Então, tinha esses apoios que ficavam, são pessoas que ficavam diretamente naquela atividade apoiando.... Montagem de palco e som e luz, tinha o, a equipe de montagem... a equipe técnica, que é uma equipe que, que resolvia todas essas questões técnicas de, de um raio, de luz, de um raio, de som, de uma, de um profissional de fora mandava, o que a necessidade técnica dele. Então, tudo isso a gente começou a pegar um *know-how* pra que não sobrecarregasse os, a, a comissão e que fosse dividido e que tudo desse certo e que tudo aconteceu. Então, a gente teve essa, essas divisões de trabalhos, e então, daí, então, sempre com a chefia maior, do diretor do Teatro Arthur Azevedo, onde a gente tinha uma... ligação direta pra colocar os problemas, as questões, dificuldades financeiras, disso, daquilo, tal, tal. Então, a gente sempre tinha esse apoio do diretor do Teatro Arthur Azevedo, que ele era a comunicação direta do evento junto à Secretaria de Cultura, junto ao Secretário de Cultura, que é uma pessoa nomeada pelo Secretário de Cultura, então, tinha o acesso maior ao secretário para expor a, a, a, as dificuldades ou qualquer coisa que nós precisássemos.

Pesquisadora: É, então, muito bem. É.. Sobre o processo de organização do evento. Como ele funcionava? Ele era dividido por etapas? O senhor poderia descrever essas etapas pra mim e como é que era classificada cada etapa, o que compunha e etcétera?

Abelardo Telles: Olha, quando a gente terminava o evento... é.... quando a gente tava, primeiro o evento começou a ser em agosto, depois começou a mudar de data pra setembro, outubro, aí vem essa coisa de eleição também, que não se podia fazer evento antes da eleição com apoio do governo por que isso poderia, é...é... determinar crime eleitoral, então os eventos começaram a ser depois de eleição e tal, essas questões todas. Então lógico que após o evento a gente tinha o descanso, tinha uma reunião pra fazer, pra discutir sobre às questões...é...avaliativas do evento do ano, e... março mais ou menos do outro ano a gente já começava a sentar com a equipe

ou se mudava alguém da equipe da comissão, ou se tinha uma nova eleição, a gente tinha que fazer, porque a cada gestor, a cada... três, quatro anos, se mudava a equipe... Ou não, eu, todas as vezes que eu entrei na eleição... é... toda vez que tinha que ter... a eleição, a gente... se colocava à disposição ou as pessoas colocavam, ou era escolhidos e aí eram escolhidas. E aí eu fui nessas três, quatro eleições que tivemos durante esses dez anos que eu estive, todas as vezes, eu fui escolhido pela equipe além da outra pessoa que sempre mudava, ela era Erivelton, mudou pra Olinda, depois veio Eliane Próprio e assim foi, né? É... e aí a gente começava a discutir o evento, que que a gente tinha de novo, que que a gente poderia colocar de novo, fazia o projeto, né? Porque primeiro a gente tem que fazer o projeto, é... orçamentário e, e a parte...estrutural propriamente dita... é... levava-se pra Secretaria de Cultura, através do teatro, do diretor do teatro, ou da diretora, e era aprovado. E aí, a gente partia para a ação, porque a gente propunha, *“olha, nós queremos trazer tantos profissionais de fora, tantos grupos, tantas companhias, tantos isso, tanto aquilo, e nós, nós precisamos de um orçamento assim, nós precisamos de palco, som e luz na rua, nós precisamos quanto é o valor, quanto é o orçamento”* e a gente fazia toda a parte orçamentária e estrutural do evento, a parte de como seria o, o formato e aí a gente partia pra esse primeiro momento, que era a aprovação de, da secretaria. Após a aprovação, *“bom, foi aprovado ou não, não vale, não, não, não vai conseguir tantos mil, vai diminuir isso, vamos trabalhar com esse valor”* E aí a gente começava pra ação, começava as articulações, é, é, fazendo convidados, quem ia ser convidado, quem iam ser os locais convidados... abrir, abrir, inscrição para ... trabalhos, né? Então, toda essa parte de ação, porque tinha a parte de pré-produção, que era essa foi a que eu lhe falei, que foi até a gente conseguir a aprovação do orçamento e tinha a produção propriamente dita, que era justamente a ação, tá? Da, da preparação do evento, inscrição, é, lançamento de regulamento, edital, é... seleção, né? De todo mundo que queria ver, distribuir eles nas atividades, é... como fazer convite aos profissionais locais, hoje a gente chamava um professor, hoje a gente chamava Taila. Ah, no próximo no próximo ano, Taila não pode participar, porque ela já foi chamada no ano anterior. Então, a gente usava esses critérios, quem a gente convidava como profissional, como professor para o evento deste ano, não podia ser chamado para o próximo, pra que a gente pudesse ter um rodízio entre todos os profissionais, de todas as áreas, né? Todos os estilos.....E a gente partia pra ação propriamente dita do, do da produção, né? Deixava tudo pronto e quando começava o evento, que era o evento

propriamente dito. Aí, pronto, caíamos mesmo com aí... Até então, a gente trabalhava basicamente só a equipe da comissão nessa parte de, produ.. pré-produção e produção. Quando vinha o evento propriamente dita, a execução do evento, aí, sim, a gente chamava aquela equipe de coordenadores, de apoiadores que iriam ficar naquela atividade ou executando tal atividade tal outra, e a gente ficava só circulando e vendo todas as questões dos problemas que tinha em cada atividade. Aí eu corria do teatro, descia aquelas escadarias feito maluco lá po, lá pra, pro centro histórico, que tava tendo atividade, aí eu queria dar uma olhada, queria ver se tava tendo algum problema e tal, aí descia pro Teatro Alcione, ou Teatro João do Vale, ou pra praça, ou pra outros espaços alternativos, porque a gente não só fazia em teatro também, seja na Casa do Maranhão, fizemos na, em outros espaços onde... eram interessantes a gente fomentar, né? Então, era isso, é o processo de desenvolvimento, processo de produção normal de todo o evento, onde tinha pré-produção, produção e ação propriamente dita, né?

Pesquisadora: Certo. É... Como eu havia comentado com você anteriormente, um dos pontos pesquisados aqui no meu trabalho, desenvolvido, são as relações de hospitalidade presentes na organização do evento.

Abelardo Telles: É o que?

Pesquisadora: Um dos pontos...

Abelardo Telles: Personalidade?

Pesquisadora: Hospitalidade.

Abelardo Telles: Ah!

Pesquisadora: Presente na organização do evento. Então, partindo disso, eu gostaria de saber a sua percepção, o que que você entende por hospitalidade?

Abelardo Telles: Olha... eu, eu, como eu tive minha mãe e meu pai, que sempre me ensinaram muito isso, então, isso faz parte completamente de mim, fazer... é...fazer

com que... primeiramente, todos, todos, independente daqueles que vieram como convidados, de fora do estado que tinha um nome nacional, até mesmo internacional, como a gente sabe, várias atrações internacionais, várias atrações como Bruna Gaglianone que é maranhense, que é do balé da Rússia, até..é... o, o profissional que era da periferia ou o artista que era da periferia, ou o artista que morava no interior do estado. Então, pra mim, todos eram iguais e todos mereciam respeito e isso foi uma coisa muito importante na semana de dança, é uma coisa que... é uma coisa que vem de mim mesmo e todos tinham, é, o mesmo respeito. É.. eu não admitia ou eu não admito até hoje qualquer profissional ou amador ser destrutado por conta da importância ou não dele tá, pra aquele, pra aquele funcionário que tava trabalhando ali, como apoio ou como.. Então isso pra mim era prioridade. Tratem bem TODOS, desde aquele pessoal mais humilde que, que tem dificuldade, que tem, que tem dificuldade de, de, de entender algumas coisas, de de aprender algumas coisas, até aquele profissional de grande renome. Então, isso pra mim era inegociável, o respeito e, e, é... é, eu acho que respeito por todos que ali estavam, né? Então, isso foi uma coisa muito marcante, eu sempre tive isso dentro de mim. Então, por conta disso, o evento teve também, né, é, é é.... eu, eu, eu, eu nunca deixava muito as pessoas de fora, eu sempre dava um jeito de, de conseguir que aquele problema fosse resolvido,é... porque eu acho que..... que a gente tá ali pra aquilo ali, pra resolver, se a gente pode resolver aquele problema, eu não gostava de deixar ninguém fora do teatro, apesar de alguns momentos, a gente ter que deixar, porque, por conta de questão de segurança mesmo, a gente só tinha até setecentos e quarenta e quatro lugares no teatro, a gente não podia botar setecentos e cinquenta, né? Então, essas questões todas, a gente teve que também aprender a, a, a, a... resolver é.... os profissionais, pra saber se tava tudo bem, se tavam tavam bem recebidos, bem alimentados,é... se a hospedagem estava legal, se o transporte estava legal. Então, como um bom hospitaleiro que nós somos, os maranhenses, eles são chamados considerados muito hospitaleiros, né? Nós temos essa coisa familiar é, é, hoje eu não sei se tanto mas na minha geração... a minha mãe ensinou dessa forma, os convidados, aí quando chegava na hora do jantar, aí eu, aí, é a hora que eu tinha, eu acho que hoje...muda um pouquinho com às gerações né, às grandes metrópoles não tem essa, essa coisa de, de ,de buscar a pessoa no aeroporto, só to dando um exemplo, de buscar a pessoa no aeroporto, de receber o convidado, e a gente tinha. A gente ia buscar, a gente, o, o, o... o coordenador do evento, eu ia receber, eu ia lá

no hotel, é, é, é... eu ficava hospedado no hotel pra, porque eu passava o dia trabalhando, e os hotel onde às pessoas ficavam hospedadas, os convidados, aí quando chegava na hora do jantar, aí eu...aí é a hora que eu tinha de, de como conversar com ele, de conhecer um pouco desses profissionais, e aí, aqui, ti, tinha aquele, é intercâmbio, porque assim o o dia todo era trabalhando, era apresentação, era isso e a gente não tinha como conversar. Então... isso era muito gostoso, né? Sempre foi muito gostoso, a gente tinha alguém da equipe da comissão, dentro do, dentro do próprio lugar onde eles ficavam hospedado, onde ele se alimentavam e eu observava se a alimentação tava boa, se eles estavam contentes, se os convidados, se o pessoal do interior do Estado tava bem hospedado, se tava precisando de alguma coisa, então a gente tem, tem essa coisa.. eu já tenho, o maranhense já tem tão sendo essa mistura. Então, a gente teve bons elogios, boas colocações em relação a isso, é...receptividade a gente sempre foi muito receptivo mesmo, é... com todos os respeitos possíveis, isso foi uma característica da minha gestão mesmo, que eu não abria mão, do respeito a qualquer pessoa que estava na semana de dança, desde o público, aquele público amador que não conhecia nada de dança, até aquele grande profissional que já tinha dançado em municipais ou estados ou teatros internacionais. Então, a gente tinha esse respeito e tem até hoje, né?

Pesquisadora: Perfeito. É, agora, vou lhe trazer um conceito de uma autora chamada Gotmaan (2001) que ela fala que a hospitalidade, ela é entendida como a relação especializada entre dois protagonistas. O primeiro é o sujeito que recebe e o segundo é o sujeito que é recebido. E baseando, se baseando nisso, em que momento você se considerava anfitrião e em que momento você se considerava hóspede, enquanto organizador do evento?

Abelardo Telles: Me pegou, mas... eu acho que eu era muito mais anfitrião mesmo, porque eu estava recebendo aquelas pessoas, tantos que vinham do interior do Estado, como de outros estados, como de outros países, como também os os, os locais, né? A... as pessoas que que precisavam conhecer um pouco mais sobre essa dança, conhecer um pouco mais dos profissionais que nós da, é, trouxemos, conhecer um pouco mais da, da, da área da dança. Então, a gente...a gente tinha, como eu falei na, na pergunta anterior a gente tinha esse respeito por todo mundo. Então, anfitrião,

eu... eu posso me colocar em qualquer momento, como hóspe...hospede que você fala?

Pesquisadora: É, enquanto o sujeito que é recebido, que é acolhido.

Abelardo Telles: Olha, eu posso dizer que eu fui e sou uma pessoa muito bem acolhida pela classe artística... pela classe artística da dança, tem um bom conceito....deixa rapidinho, só responder aqui que chegou alguém na porta, rapidinho. ((pausa na entrevista)) Eu só, desculpa. Tá aqui, ó. É... é... tava me perguntando sobre anfitrião... sobre??

Pesquisadora: É... em que momento você se sentia anfitrião e em que momento você se sentia hóspe.

Abelardo Telles: Bom, e a impressão que enquanto anfitrião, eu enquanto hóspe, eu posso me colocar enquanto hóspe em relação a classe artística da dança, que... me recebeu, me... me colocou nesse, nessa função de comissão, não foi uma coisa escolhida, a... não foi uma coisa escolhida por gestor, por políticas e sim por, pelo seu, pelo trabalho, pela sua atuação na área, pelo seu respeito junto a esses profissionais. Então, por conta disso,é... eu passar por três, quatro eleições e continuar, né? Mesmo mudando a equipe, então pra mim me mostra que esse respeito ele teve e tem até hoje os profissionais... da área, dos profissionais que nós ajudamos.... a dar o pontapé inicial, que hoje são profissionais os amadores que eram na época hoje são profissionais de, de vários profissionais que estão aí no, no campo, eu enquanto Pulsar né? Enquanto.... desenvolver, sempre desenvolvi projetos onde eu desenvolvi um projeto de formações lá na Pulsar, lá na companhia, projeto de formação onde a gente dava abertura para todos os, os amadores da terra, como para os profissionais que a gente convidava para fazer nossos trabalhos de, de, de formação e aperfeiçoamento. Então, eu, eu, eu tinha esse conhecimento de quem era que tavam atuado na área, desde quando...eu era profissional da dança, desde quando eu, eu tive junto com todas essas pessoas, né? Então, eu já sabia mais ou menos quem são, quem eram as pessoas. Hoje, lógico, a gente não sabe porque o número aumentou, triplicou, quadruplicou, graças a Deus, mas a gente não sabe todo mundo, mas a gente conhece bastante profissionais, e por conta desse respeito, é... eu estive no

cargo, no período que eu estive por, por essa, essa aceitação da área da classe. Então, em sentido quanto a esta classe, servindo a essa a classe, né? Então eu me senti quanto hóspede a esta, servindo a esta classe, este evento, servindo para todos. Todos os estilos, todas as facções, todas... Eu digo facções, porque tem várias pessoas com cabeça diferente, mas eu consegui, a gente conseguiu, eu, eu sempre consegui isso... agregar a todas as ramificações e, e hoje a classe artística da dança, você pode observar, ou, talvez, algum tempinho atrás, ela, ela, ela, ela é muito unida, ela é muito próxima, talvez seja por isso, porque a gente sempre... primou por esse que respeito, por essa valorização, por esse respeito de cada profissional, de cada estilo. Eu me lembro uma vez na semana de dança que... a, umas duas profissionais da área de dança, foi na época que a, a dança de rua começou a dançar nas, nas noites de gala que era a noite onde apareciam as grandes estrelas internacionais, nacionais e alguns maranhenses que eram convidados de acordo com a sua atuação. Solange Costa, é, e assim vai, Idelfonso, dança de salão, a gente tinha, né? A gente tinha, sabia quem era os profissionais que precisavam estar ali numa programação dessa, então a gente convidava também os, os profissionais locais que tavam... antes não tinha duzentos, cem, tinha... vinte, tal, que a gente já sabia então era mais fácil de escolher. Ou de convidar..E... uma, um dos profissionais que dançou até o grupo Street Master na época, na época ele tinha ganho a dança dos famosos... Não, se vira nos trinta... se vira nos trinta, aquela, eu não sei se tu lembra qual era, era uma atração pequena no Faustão, que era trinta segundos e o, e o Street Master ganhou. Eu não conhecia o Street Master, que não era a minha área de atuação dança de rua, danças urbanas, street dance, não era a minha área... mas eu tinha o respeito tremendo por eles, não só por eles como qualquer outra área que eu não tinha conhecimento, como dança do ventre, eu não tenho conhecimento técnico da dança do ventre. Eu sou artista de dança mas, não tenho esse conhecimento técnico. Conheço alguma coisa e tal, né? Meu estilo é outro, mas meu, meus trabalhos são mais contemporâneo, balé clássico, o jazz e tal; Eu tenho mais uma... familiaridade com esse estilos. E o Streetmaster foi dançar na, na noite de gala.... e o estilo, dança de rua, você vê que as os meninos, eles têm um estilo de se vestir, é, é... são meninos mais humildes, são humildes, são meninos mais... são meninos e meninas, né? Tinham muito mais meninos, hoje, tem muito menina também, é... eram muito mais da periferia, é,é... é um processo diferente de um balé clássico que era desenvolvido nas escolas do outro lado da ponte, lá no Renascença e tal, onde tinha uma elite e a, uma diretora, não

preciso falar o nome, uma diretora chegou assim: “Ai, mas dança de rua vai dançar no palco?? na noite de gala??? Porque? como assim, vão jogar areia no palco e tal.”

Aí eu disse: “olha, tudo a gente ensina.”

Aí eu cheguei e virei pra ela e disse assim: “você já ganhou algum programa nacional? Algum evento que você fosse premiado nacionalmente? Esse grupo bem aí, eles ganharam o Faustão, eles foram o primeiro lugar no Se Vira nos 30. Por isso que eles tão aí, porque eles têm uma qualidade.” E isso.... baixou a crista que até hoje a dança de rua ou outras danças tenham essa possibilidade de sofrer essa discriminação é, até na dança mesmo, no contexto da dança se tinha uma discriminação, você vê que tinha uma diferença ali, não era de dança, não era de, era de... pessoas, eram de, de, de, de, classes sociais, né? E, e isso pra mim...isso não era critério, classe social não é critério pra se não está aqui. Então....tudo a gente ensina, “ah! mas eles entram com tênis na rua e e vão direto pro palco, aí deixa a areia”, a gente ensina, a gente diz pra eles: “olha, troque um tênis, bota um tênis pra ir pra rua e outro tênis pra ir pro palco... ou então quando chegar aqui vocês batam o pé e tal...” E a gente vai ensinando, porque eles não tinha esse conhecimento, eles eram... de, a dança de rua é dança de praça, dança na rua, é dança de periferia, na periferia é, é outra coisa, é outro, o público... Aí eles começaram a ser respeitados. Sabe o que aconteceu? Todas às, todas as escolas de dança hoje no estado... pira de cachorro aquela que não tem danças urbanas no seu cronograma de turmas, né? De de aulas, todas as escolas do outro lado da ponte, Adágio, Soraya Lira, Taíla, Débora Buaten e não sei quem, sei quem, é, é... Espaço Dança, e...que, que na época todas as escolas começaram a botar dança de rua no seus, nos seus fluxograma de horário. Isso foi o que? Isso foi.... justamente esse processo onde teve essa união. Então essa aproximação também foi muito forte entre todos eles, os bastidores, não tinha concorrência, não tinha quem era melhor do que quem. Eu só sei que no outro ano você conhecia aqui aqueles bastidores, aquela galera toda ali ensaiando, um camarim, tudo cheio, era mais de duzentos artistas ali frequentando os nossos bastidores.... No outro ano, aquele artista tava trabalhando com aquele outro de balé clássico, lá da escola do outro lado da ponte, aquele menino que dançava lá na, na turma de de jazz de uma escola de elite de já estava misturado com outros alunos de dança de rua. A dança de rua já começou a, a, a, a ser levada pra escola então, quer dizer, todo esse processo de democratização que a gente tem que fazer, tem que sofrer às, as... As pressões, mas que a gente tem que saber o que que a gente tá fazendo pra que futuramente a gente

tenha esse respeito, essa hospitalidade que você tanto fala, tanto das pessoas, da dança local, como a gente possa ter... alguém na porta? ((carro de som)) Não. Então, a gente respeita, respeito a todos os profissionais, ao nível de conhecimento e tudo mais, isso é o, isso é o talvez...é... o objetivo e o resultado que a gente por, por conta disso a gente tenha o respeito da semana de dança até hoje.

Pesquisadora: Certo, maravilhoso, perfeito. É... pra gente dá continuidade, agora a gente vai abordar outro ponto importante da minha pesquisa. Que seria o setor de prestação de serviço. Eu queria saber do... do seu ponto de vista enquanto organizador. Quais são as prestações de serviços adotadas para a organização do evento?

Abelardo Telles: ((tosse)) Melhora a tua pergunta aí, é...destrincha um pouquinho mais ela.

Pesquisadora: Certo. A gente sabe que organizar um evento tem uma série de, de serviços que a gente tem que adotar pra que ele possa ser é, efetuado. Então eu queria saber é, enquanto organização, quais são as prestações de serviço que o evento adota pra que ele aconteça. Pode ser qualquer prestação de serviço, as que vierem a sua mente que são mais presentes.

Abelardo Telles: Como eu já te falei, no, nas quest, nas perguntas anteriores, por exemplo, nós começamos com duas, três pessoas na comissão organizadora, mais uns dois, três pessoas na coordenação... e uns cinco a dez pessoas que trabalhava o apoio. A gente, a gente terminou em 2006 com mais de trinta apoios, com mais de oito coordena, com mais de oito coordenadores, com mais de, de, de, de vários profissionais, né? Eh então, eh, essa prestação de serviço e essa valorização desse profissional que estava inserido no teatro ou nas artes cênicas e que... queria participar do evento ali, não só pra aprender, né? Financeiramente, eles eram remunerados, né? Todos eram remunerados, mas não só isso, mas aprender também como se faz um evento, como se, como é, é, é como se realiza esse processo de produção de um evento. Então, foi um aprendizado pra todos esses que passaram, tem muitos deles hoje, que eram apoios que viraram, que se transformaram em coordenadores, tem muitos esses hoje que até estão em comissão ou que já estiveram

na comissão atuando, juntamente comigo, pessoas que cresceram profissionalmente, cresceram as suas habilidades, porque uma coisa é ser artista, outra coisa é trabalhar em produção, são duas áreas que nem todo mundo tem a mesma habilidade, mas que todo mundo pode ter as duas habilidades, mas tem gente que tem uma habilidade mais pra dar aula, tem gente que tem uma habilidade mais pra dar com gente, pra organizar artisticamente um formato de um evento... Então, isso tudo a gente vai aprendendo com o decorrer do tempo.É.. Qual foi a, a pergunta aí sobre...sobre?

Pesquisadora: A prestação de serviços.

Abelardo Telles: Prestação de serviço. Então, essa prestação de serviço, eu falo juntamente com essa equipe que trabalhava diretamente na execução e na produção do evento e também essa prestação de serviço à sociedade. A sociedade e aos profissionais da dança que estavam em cena. É, é, é... Onde a gente mostra para o público o, a dança, o desenvolvimento da dança. Eu me lembro uma vez que eu tava, eu não sei, eu não, eu não conseguia sentar pra assistir nada do evento, né? E tinha apresentação no teatro e eu sentava assim nas, como já tava tudo cheio e eu queria olhar alguma coisa, ver a reação do público e tal, aí eu sentava na, no corredor ali lateral e ficava sentado, e tinha algumas pessoas que me conheciam da sociedade no geral, que não eram profissionais da área, mas pessoas que me conheciam, né? Da família, tal, né? Família é, minha família é uma família bem conhecida e também... pessoas que sabiam que eu tava na coordenação do evento, e ela, uma moça me falou, disse assim: “Da onde vocês arranjam tanta gente boa dançando? Da onde é que, aonde é que tava esse povo que a gente não sabia?” Era justamente isso, é que a gente já, a gente que era da área, a gente sabia da nossa qualidade, das nossas condições, das nossas...da, do nosso potencial, tá? Das nossas possibilidades, é, é... em ser grandes profissionais da área de dança. Mas o público não sabia, mas o público não tinha esse acesso, ele, ele de repente o público ele sabia ali uma mãe de aluno que existia a Adágio, porque a filha dela fazia aula lá na Adágio, ou lá na, na Lilac, ou lá na, na, na Pulsar, ou lá, não. Mas, não sabia o trabalho das outras grupos, dps outras escolas, dos outros profissionais. E aí se, começou a ter um conhecimento maior dessas pessoas, de todos os profissionais, e todos lucraram com isso porque, as suas escolas bombaram, as suas escolas melhoraram o número de alunos, seja a escola que tá lá na, no Renascença, ou aquela outra escola que tá lá na Cohama, ou

aquela outra escola que tá lá no Vinhais, ou aquela outra escola que tão, estão nos bairros periféricos, né? O, o periférico, as escolas ou projeto né? Então, começou a se ter um mapeamento e uma visibilidade melhor de todos os profissionais, graças a essa união entre todos eles, que todo mundo se juntava, era dança do ventre com dança de rua, com balé clássico, dança contemporânea, com jazz, com estileto, com dança conceitual, com dança teatro, com, com tudo! Dança popular... Então, todo mundo se, se, se respeita, se conhece. Então, veio disso, é, o evento primou, não teve essa competitividade, esse criar.... Eu já era assim, né? Então talvez eu tenha levado um pouco disso quando eu fazia meus projetos individuais da Pulsar, Usina de Arte, Fábrica de Movimento.... Todas as escolas eram convidadas, todos os profissionais de dança de todas as escolas eram convidados, eu convidava três da Taíla, quatro num sei da onde, quatro da Adágio, ó tem, Ana Cristina tem quatro vagas aqui pra ti, no, no projeto e de, de.... aperfeiçoamento, e ela mandava os professores dela e assim vai. E eu não queria que eles viessem ao meu grupo ou dar aula comigo, não, eu só queria ajudar todo mundo, porque eu tinha esse, esse... essa coisa comigo, até hoje eu tenho, né? É... infelizmente a gente não tem tantos editais, tantos projetos, como antes, federais.. esse Governo Federal, a gente tá no fundo do poço, né? Em relação a isso tudo. Então, essa essa, essas questões eram muito importantes pra se ter o respeito, pra se ter o respeito desses profissionais e por conta disso, a semana de dança se tornou por todas essas avaliações, essas questionamentos de ser o máximo democrático, de ser o máximo hospitaleiro, de ser o máximo simpático... não precisava “abrir às pernas” mas, a gente tinha nossas, nossa, nossa forma de....agir legal com eles e se alguém, é... pulasse fora da caixinha eu dava minhas coisas porque eu não aceitava qualquer tratamento diferente, ou qualquer tratamento preconceituoso discriminatório no evento.

Pesquisadora: Certo, muito bom. E em relação a essa prestação de serviços que a gente conversou agora, que você me relatou...sobre essa sua visão da prestação de serviços, é... eu queria, é, que o senhor me falasse como você enxerga a hospitalidade presente nessa, nessa prestação de serviços.

Abelardo Telles: Olha, é, é... enquanto prestador de serviço... eu, pra mim não é uma obrigação essa questão da hospitalidade por que eu sou uma pessoa que tenho um... uma boa relação e tive esse, essa,essa,essa, educação dos meus pais em

relação a isso. Aqui em casa sempre foi, a casa muito cheia a gente tinha muito hóspede, muito, é, é... estender a mão para a hora principalmente das necessidades. Então pra mim isso não tinha grande dificuldade, nunca teve, nunca foi uma coisa forçada sempre foi uma coisa que vinha de mim mesmo, por isso que eu digo, eu me dou com todas as facções, me dou com todas as pessoas independente da gente pensar diferente ou não, mas o respeito está ali. Independente dessa pessoa ser bolsonarista ou não, né? Mas eu sempre tive, eu tenho respeito em relação a essas questões. É, mas além de lógico, não é, a gente não estava em todos os lugares, em, e, em... todos os momentos ao mesmo tempo. E a gente tinha essa dificuldade, às vezes, de algo de uma pessoa, ou de outro.... De relacionamentos interpessoais. Mas, sempre que eu... eu tinha reuniões, sempre que eu tinha... sempre que eu vi alguma coisa descampando pela, por esse lado ou, ou alguma questionamento, alguma coisa vindo através dessas pessoas que se sentiam, não... não bem recebidas, aí eu chegava junto e no outro ano essa pessoa não tava no evento. Então é uma coisa que era bem, né? As pessoas que estavam lá, eram pessoas que se dedicavam, que, que sempre davam oportunidade pra que essas pessoas pudessem mostrar seu potencial, de pessoas que cresceram muito através disso, desse respeito, dessa, não é o meu gosto pessoal que está ali em julgamento, meu gosto pessoal fica pra mim, né? É... é o, é o... eu enquanto produtor é, eu enquanto coordenador que tenho acesso aquelas pessoas que talvez, naquele momento, precisa de uma informação, que precisa da uma informação, sem bicos sem voz atravessada e sem... é... demonstrar arrogância ou prepotência, né? Então isso é uma questão que a minha equipe de trabalho eu sempre primava muito por isso, não admitia qualquer tipo de preconceito ou... é destrato no evento. Então, isso fez com que o evento tivesse se transformado no que se transformou. Eu acredito também, né?

Pesquisadora: Certo. É... Dando continuidade às perguntas, a gente tá quase chegando ao final da entrevista. É, agora, a gente vai chegar num ponto muito importante da pesquisa que diz respeito aos *stakeholders* e a organização do evento. O conceito de *stakeholder*, vou te explicar agora, ele vem do autor Edward Freeman (1984) e... ele nomeou esse termo e afirma que *stakeholders* são todos os grupos de pessoas direta ou indiretamente ligados a uma organização e que influenciam ou são influenciados por suas ações e tomadas de decisão, ou seja, trazendo isso pra organização de um evento, podem ser quaisquer organizações, empresas, indivíduo

peessoas, profissionais, que tem essa relação de via de mão dupla com a realização do evento. Que influenciam na realização e na organização do evento, assim como elas também são afetadas pelo evento ser realizado. Então, considerando isso que eu acabei de explicar, esse conceito de *stakeholders*, baseado nessa definição que eu trouxe na existência da divisão do processo de organização do evento que o senhor citou, o processo de pré-produção, produção, produção, o evento em si, é... eu gostaria que você citasse, apontasse os principais *stakeholders* de cada etapa da realização do evento, desse processo da organização do evento.

Abelardo Telles: Eu acho que eu já meio que respondi não, não nesse, não nesses termos, talvez, mas eu acho que eu já respondi essa tua questão. Quando eu falo de uma, de uma equipe de, de um uma direção de um teatro Arthur Azevedo que chama os profissionais para escolher a sua comissão, para, é... produzir aquele determinado evento, no caso, a gente tá falando de semana de dança, é... onde os profissionais escolhem aqueles profissionais da área para serem produtores executores daquele evento, onde aqueles produtores escolhidos por aqueles profissionais chamem sua equipe de trabalho, de acordo com as atuações nas, na área, com o, o, o, às, as suas diversas atuações dimensões de atuações. Então, assim...é... eu fiquei um pouco perdido nessa tua, nessa tua pergunta, porque eu acho que já... não sei, repete de novo aí sobre o, o, o...

Pesquisadora: Certo, eu vou tentar reformular. Se a gente for pensar... nesse processo que você descreveu, da organização do evento. Tem a etapa da pré-produção, tem a etapa da produção, tem a etapa da ação, do evento em si. Então, a gente sabe que em cada etapa da organização do evento, tem pessoas, empresas, organizações que são decisivas ou que são mais importantes pra aquela etapa conseguir dar continuidade.

Abelardo Telles: Continua tá, só dá uma, uma, uma pegada nessa coisa.
(acende cigarro))

Eu acho que talvez o nosso principal...é... apoiador e, e, e quem é... foi responsável de fato para que a, a, questão acontecesse foi o Governo do Estado, através da Secretaria de Cultura, porque ele disponibilizava o espaço, os espaços físicos do governo, disponibilizava o, o, o, o, o, a remuneração para o, os custos daquela

produção, é... disponibilizava, é basicamente isso, ele disponibilizava disso e a equipe era responsável pelas suas edições. É... Mais tarde, além do Governo do Estado, a gente teve parceiros também no evento que nós buscamos, porque o evento começou a crescer e pô, o Governo do Estado não segurou só. Então, a gente buscou um Sesc que a gente tinha um apoio, com alimentação, a gente começou a buscar... Recentemente, através da lei de incentivo, que foram os projetos desde 2016, que vieram através de Lei de Incentivo, 2016 não, 2015, 2014, né? E vieram com patrocinadores... Equatorial, que era CEMAR, é... outras empresas de, de participavam diretamente nesse financiamento do projeto, né? É... do da, da atividade, propriamente dita. Então, esses patrocinadores que além do Governo do Estado, que é o principal, é, também foram muito importantes que continuam sendo importante. Hoje, de repente, o Governo do Estado, ele não disponibiliza mais aqueles duzentos mil que eu te falei, mas em compensação, o projeto é escrito através de Lei de Incentivo, em que você consegue uma empresa que o... que, que, que banca aquele evento e que o governo do estado deixa de receber aquele imposto, a lei de incentivo funciona dessa forma, ele deixa de receber aquele imposto que a empresa ia pagar pro Governo do Estado e aquele outro que tá pago para a execução daquele evento, é assim que funciona a lei de incentivo a cultura do estado hoje. Então, funciona a lei de incentivo, então a gente teve essa... facilitação pra que a gente pudesse desenvolver e conseguir o, é, é... bancar o nosso, nosso orçamento, né? O evento, a cada ano, a gente crescia, cada ano ele ficava mais caro o evento. E eu acho que basicamente... eu acho que eu não sei se eu respondi tua pergunta toda, mas basicamente são essas empresas que são importantes hoje pra, pra essa execução.

Pesquisadora: Certo, do seu ponto de vista, essas empresas que o senhor citou? Elas também são, é... importantes pro processo da, da, da realização do evento em si também ou elas entram mais na parte do pré-evento?

Abelardo Telles: Não, ela entra, ela, ela, as empresas geralmente entram com serviços ou com verba, recurso financeiro, né? Uma empresa, a, eu preciso de tantas alimentações. Aí, a gente vai, faz a questão através do Sesc, ó, certo? E aí, esse material vai estar atrelado ao nosso, tudo, aí, a gente conseguia, é... uma empresa como a Equatoria, que a gente precisa de um recurso pra pagar os profissionais. Então, é, é mais ou menos isso. A gente precisa tanto de serviços, como de recursos.

É... o Governo do Estado que tem uma empresa de som e luz, que, que tem um contrato com o Estado. Então, aí aquela empresa já é chamada é, é, dentro do contrato, “ó, tem que executar a semana de dança, eles vão precisar disso, disso e disso”. E aí, o governo do estado pagava, através do seu contrato, do seu serviço, com aquela empresa, a, a, o serviço daquela empresa que põe luz... palco, som e luz, né? É... outras empresas que foram se associando a Semana Maranhense de Dança e conseqüentemente ao Governo do Estado e a Secretaria de Cultura. É, então, a gente precisa de recursos tanto antes, durante e depois...porque a gente precisa fazer os pagamentos dos nossos serviços contratados, seja de passagem aérea, seja de hospedagem, alimentação, seja de serviço... de palco, som e luz, seja...de recursos... humanos que nós precisamos remunerar, e assim vai.

Pesquisadora: Certo. Dessas empresas que o senhor citou: a Secretaria de Cultura, a SESC, aos editais, a Equatorial, outras empresas que vem a sua mente. Você poderia apontar as, assim, as que são... mais importantes pra realização do evento?

Abelardo Telles: O Governo do Estado, porque sem ele, a gente não vai realizar, porque é um é um evento governamental, não é um evento privado. Eu acho que hoje eu posso te dizer que hoje a Equatorial é um parceiro no evento. Foi durante esses três, três últimos anos. Não sei como vai ser esse próximo ano... Então, a cada ano tem as empresas que, que financiam aquele, o determinado evento, aquela determinada ação. Então, hoje eu posso te considerar essas duas, né? É, como apoiadores e financiadores do evento.

Pesquisadora: Certo. É..agora pra encerrar a entrevista, é... depois de debater todos os conceitos que a gente já veio conversando ao decorrer da entrevista e traçar toda essa estrutura, da realização da Semana Maranhense de Dança,é... eu queria saber quais as relações de hospitalidade que estão estabelecidas entre a organização do evento *stakeholders*, no caso, que o senhor apontou anteriormente, na prestação de serviço. Se você visualiza a hospitalidade, né, nessa relação, como sendo algo que existe, que é presente e se ela favorece a é... a... o andamento, a prestação de serviço.

Abelardo Telles: Olha, eu acho que acho que todo lugar, eu acho que toda a,a ação, se ela não tiver um respeito, se ela não tiver...isso eu retrado em hospitalidade... a questão de hospitalidade não, não se retrata só um espaço físico que você vai estar hospedado, não é isso, a hospitalidade, a, a, a participação naquele evento... ela é, como eu falei, em todo o local, a democratização, o respeito, ela é muito importante pra mim. Se ele não tiver, ele num, não tem, não tem democracia, não tem... não tem respeito, se não, se não acontecer essa hospitalidade, termo hospitalidade que você está usando. Então, se ele não acontecer dessa forma,é... ele não vai ter a, a relação a contento do artista, porque aquilo ali é um vírus. Se eu falo pro outro... diretor de escola ou pra outro bailarino, ou pra outro profissional da área que, aquele determinado coordenador ou...é... produtor da comissão, ou aquele apoio não me tratou bem, ou não me respeitou ou não tratou da forma que deveria ser tratado, isso é uma repercussão negativa pro evento, isso ninguém quer. Então a gente sempre prima muito por isso. É... eu enquanto na frente eu primo muito por isso. É.. eu até vou às, a,a,a... às batalhas e as guerras mesmo pra que a gente possa. Graças a Deus enquanto eu fui coordenador geral mesmo do evento, isso pra mim, é... eu tive alguns probleminhas, posso ter tido, mas isso foi completamente sanado a partir de uma conversa, a partir de até coisas que eu falo no início do evento mesmo, é... que a gente tem que ter esse respeito. Então, eu não consigo admitir é... você trabalhar com pessoas e você não conseguir ter um jeito pra trabalhar com pessoas, relações humanas é importantíssimo, ainda mais um evento desse tamanho onde a gente tem um, um, um número de pessoas imensas e o, o, o ramificações imensas, desde amador até profissionais, todas as coisas que ficam pelo meio em todas as facções e dimensões, todos os estilos, então a gente tem que ter, não é o meu gosto pessoal que está ali, é o meu profissional que eu tenho que ter é, e é o que eu sempre acho que eu precisava que as pessoas tivessem comigo, esse respeito. Então, por conta disso, eu acho que a gente, a gente só só dá o que a gente pode dar, né? É... é,isso é uma coisa que faz parte de mim.

Pesquisadora: Então, pra encerrar, pra finalizar a entrevista, pode-se dizer que essa, em sua opinião, as relações, por exemplo, com a Secretaria de Cultura, com a Equatorial Energia, elas eram... tinham o viés da hospitalidade?

Abelardo Telles: Ah, sim, sim, eu acho que o governo do estado, mais do que ninguém tá aí pra servir, né? Pra nos servir. É... nos servir, nos trazer soluções e políticas públicas, principalmente na área cultural, no caso, agora, que eu tô falando, que andam tão complicadas nesse, nesse, nesse Governo Federal, que a gente se encontra. É... então, eu acredito que, que isso é, é uma, é uma via de mão dupla onde eu dou e eu recebo, então, isso é uma coisa que é fundamental para que eu possa ter o evento, tenha o respeito que tem até hoje.

Pesquisadora: Certo, muito obrigado pelo seu tempo... eu gostei muito da entrevista, com certeza vai me ajudar muito na minha pesquisa, obrigado por se dispor a ser entrevistado e gostaria de acrescentar mais alguma coisa?

Abelardo Telles: Não, eu acho, eu acho interessante, é... é importante como, como a dança tem chegado a vários campos, inclusive o campo acadêmico, né? Porque é, é, é... antes a gente não tinha é, nem um cadastro, nem um, nem as pessoas que faziam cultura no nosso estado, elas conheciam sobre o evento, elas sabiam o que era aquilo ali, né? E hoje, a, até as faculdades, os universitários, dos órgãos de...é, às... os cursos, né? Ele, eles tem essa, esse conhecimento. Então, todos, as pessoas só não conhecem porque não quer. Lógico, um aprofundamento no, no, no evento, é, a partir desse coisa, já, já se teve, né, já tive algumas pessoas que já começaram a pesquisar, faziam pré, faziam, fazem pesquisa sobre a semana de dança e sempre eu sou citado, eu sou buscado para ser entrevistado, porque eu tenho conhecimento da, do evento e.... então, pra gente, isso mostra que o, a semana de dança, ela, ela alçou além dos muros dos espaços públicos governamentais. Ele, ele está muito além disso, a semana de dança, a dança ela é, é... ela está muito além dos nossos espaços cênicos do teatro, ela está muito mais além. Então, isso é importante pra justamente ver, não só a semana de dança como outras coisas, projetos que as pessoas desenvolvem individuais na, nos seus, nos seus locais de trabalho, nos seus grupos, nas suas formas, nas suas, nos seus projetos, né? Então isso faz mostrar que o potencial que a dança tem, não só aqui no estado, como em qualquer lugar do país, ou qualquer lugar do mundo. Ele só precisa ser visto e ela só precisa ser lembrada e apoiada. Porque qualidade, a gente vai conseguir e hoje a gente consegue uma qualidade melhor, melhor na dança do que há catorze anos atrás quando a semana de dança começou.

Pesquisadora: Certo, muito obrigado mais uma vez por dispor do seu tempo, lhe agradeço profundamente, foi um prazer ter o senhor aqui comigo hoje e é isto, muito obrigada.

Abelardo Telles: De nada, qualquer coisa estamos à disposição.

((fim da transcrição))

Entrevista com Waldemir Nascimento - Gestor da Unidade de Ação e Gestão Cultural (UGADC).

Pesquisadora: Bom dia! Primeiramente eu gostaria de agradecer pelo seu tempo e pela sua disposição pra essa entrevista, eu tenho certeza que esse momento ele vai contribuir muito com o andamento da minha pesquisa. Como eu havia comentado antes, ela tem como temática as relações de hospitalidade da organização do evento Semana Maranhense de Dança e seus *Stakeholders* e a Secretaria de Cultura ela foi apontada como um dos principais *stakeholders* pela organizador da semana, o Abelardo Telles. Aí pra desenvolvimento do tema é... maior compreensão do que que a gente tá trabalhando aqui, é... o termo eu vou te explicar um pouco que é o termo *stakeholder*. Ele foi utilizado no meu, na minha pesquisa tendo como base o autor Edward Freeman (1984), e ele define *stakeholder* como sendo todos os grupos de pessoas que direta ou indiretamente são ligados a uma organização e que influenciam ou são influenciados por suas ações e tomadas de decisão, ou seja, trazendo pra organização do evento em si da Semana Maranhense de Dança, podem ser quaisquer empresas, organizações, indivíduos que ela tem uma relação de via de mão dupla com a organização do evento, que querem que o evento aconteça assim como beneficiados pela realização do evento e beneficiam a realização do evento. É...Pra começar, eu gostaria, por favor, que você dissesse o seu nome completo, com o que você trabalha atualmente e quanto tempo você trabalha com isso, juntamente com suas experiências anteriores ao que você está trabalhando no momento.

Waldemir Nascimento: Ih Yandra, travou.

Pesquisadora: Travou em qual parte?

Waldemir Nascimento: Travou. É... tu tinha falado das deles, das pessoas que são responsáveis pelo, pela execução, pela boa execução do, do trabalho.

Pesquisadora: Ah sim. Aí explicando, você conseguiu compreender o que que é o *stakeholder*?

Waldemir Nascimento: Pra mim ele é bem familiar porque..... eu, minha companhia passou, minha companhia de teatro, que é a companhia Cambalhotas, ela passou muitos anos trabalhando com teatro empresa dentro da Vale, então, o termo é muito comum pra mim, porque a gente, todo o trabalho que a gente faz era assim... Era através de *stakeholders* né? Então a gente.... pra mim é bem familiar quando tu falou.

Pesquisadora: Ah, então perfeito. Então, vamos começar aqui pela sua identificação. É... o seu nome completo, com o que você trabalha atualmente, quanto tempo de trabalho, e também juntamente com experiências anteriores ao seu trabalho atual.

Waldemir Nascimento: Bom, é... meu nome é Waldemir Nascimento Souza da Silva, é... meu nome artístico é Waldemir Nascimento, eu tenho 25 anos de... é... como artista profissional, mas especificamente direcionado a mim é, de maneira é... mais direcionada para o circo, né? E para o teatro de bonecos. Então a minha companhia, eu sou fundador, diretor e fundador da Companhia Cambalhotas, sediada no Anjo da Guarda, já tive experiência também no grupo Grita que faz a via sacra no Anjo da Guarda e também já passei por outras companhias, mas fundei a minha companhia em mil... em 21 de outubro de 1997, eu acho que pelas contas agora deve fazer 25 anos esse ano. É... é... também com a experiência é, a gente tem trabalho como produção, né? Sou formado em educação artística, no curso da UFMA, com habilitação em artes cênicas. Então, nesse período de formação, o curso anteriormente, ele conversava com todas as artes, né, com a parte do desenho, arte plástica, dança, música, então ele tinha, ele era um pouco mais completo até você escolher a especificidade da área que você iria seguir e a minha é artes cênicas. É...a...com a crise um, começou uma crise já em 2015, né? E...a gente pegou poucas produções, o cenário já não tava muito bom e....eu comecei a fazer o trabalho de produção, né? Para o Governo do Estado, pela Secretaria de Cultura. 2016 eles me chamaram de maneira mais efetiva e em 2019 eu fui convidado pra ser o diretor da, do Centro de Artes Cênicas, é o CACEM, né? Então, a gente conseguiu plantar uma semente lá na é... naquele centro, é... com a projeção do, do CACEM, segundo eles, né? Eu fui chamado pra ser diretor do Arthur Azevedo, é... quase um ano de de casa do CACEM eu fui chamado pra ser diretor do Arthur Azevedo e.... como diretor, não como diretor do Arthur Azevedo, mas talvez é... pelo engajamento, eles me colocaram pra...pra ser diretor, é, o diretor geral da Semana de Dança e Semana de Teatro, né?

Na semana de dança eu chamei o Abelardo Telles, seu diretor artístico e na semana, na semana de dança, né? E na semana de teatro eu chamei, eu convidei o, a Jaqueline Lemos e Raimundo Reis, para serem diretores artísticos de lá. É...também pelo envolvimento e engajamento na lei Audir Blanc que conversei com várias áreas artísticas, inclusive a dança, é... pediram que eu assumisse a unidade de Ação e Gestão Cultural da Secretaria de Cultura. Então eu indiquei a Bianca que trabalhava comigo lá, como minha diretora administrativa, que também tem um pouco de experiência na dança, ela assumiu a direção do Arthur Azevedo, isso é muito bom, uma mulher na casa, uma mulher a frente do Arthur.... E eu fiquei aqui na UGABC. Então, a gente ficou numa, num lugar mais estratégico, mais amplo, que a gente possa contribuir mais com políticas públicas e é mais ou menos isso. Minha formação, como eu falei, é, é a graduação.... artística com habilitação em artes cênicas, tenho uma pós-graduação em cinema e linguagem audiovisual, tal, e tô fazendo mais uma uma pós-graduação é.. em São Paulo em que ele é presencial o curso, mas por conta da da pandemia tá sendo de maneira remota, é... também é na área do audiovisual, mas é roteiro, roteiro em audiovisual, né? Então, formação... a formação é essa.

Pesquisadora: Certo. E... atualmente você atua em qual cargo, qual cargo na Secretaria de Cultura?

Waldemir Nascimento: Sou gestor da Unidade de Ação e Gestão Cultural - UGADC, na superintendência dentro da secretaria e... que tá ligada diretamente a, a, a Secretaria Adjunta do é, é uma secretaria.. é uma secretária adjunta do, do, do secretário Anderson Lindoso.

Pesquisadora: Certo, você trabalha há quanto tempo nesse cargo?

Waldemir Nascimento: Eu, nesse cargo eu estou bem recente, eu não cheguei a fazer um ano no Arthur Azevedo, eu entrei em março, 4 de março de 2021 é, no Arthur Azevedo e fiquei assumindo conjuntamente em dezembro indicado, é 16 de dezembro ainda de 2020 tanto o Arthur Azevedo como, é, a unidade de ação... aí ...teve profissão cultural e em janeiro agora eu assumi, ou seja, eu tenho praticamente quatro meses.

Pesquisadora: Muito bem. É... sobre o teu trabalho atual eu tenho algumas perguntas mais estruturais, mas organizacionais sobre ele. Eu queria que você me informasse é, no caso, sobre a Secretaria de Cultura, em que ano ela foi criada, juntamente com a localização da unidade matriz, se ela tem alguma filial, aonde é que fica as filiais e sobre o teu setor, quantos colaboradores seriam e juntamente com as divisões do teu setor, essas perguntas, assim, mais pra gente ter uma noção da estrutura do lugar onde tu trabalha e do teu setor também.

Waldemir Nascimento: A secretaria de cultura eu não sei te precisar quando ela foi criada, mas ela é... eu acredito que 90...97, quando eu entrei no grupo Grita a Secretaria de Cultura já existia, tanto do Estado, como da Prefeitura. Então, tem bastante tempo. A minha que é a unidade de ação de é, e gestão a unidade de ação e difusão cultural, o UGADC, que é bem, é ligada, como eu te falei, na, com a Secretaria Adjunta, e... a nossa equipe hoje, é uma equipe de 14 pessoas nós temos como função... trabalhar a difusão cultural, ou seja, as políticas públicas a nível Maranhão ou nós temos como função fazer mapeamento, trabalhar o mapeamento, catalogar esses mapeamento, deixar ele pronto dentro de um sistema da Secretaria de Cultura.... nós temos por responsabilidade, pensar junto com a secretaria e operacionalizar todos os eventos, ou seja, esse ano nós já tivemos como evento o auxílio emergencial, a nossa equipe assumiu, eu estou como coordenador, a, o auxílio de eventos pra, pro segmento de eventos, que tá em, em vigor e foi prorrogado até sexta-feira agora, também teve minha coordenação e o Conexão Cultural 4, aí nós temos uma divisão com a, o credenciamento, onde trabalhamos em conjunto com assessoria jurídica, com credenciamento, com o financeiro e o nosso, que é a parte artística, avaliação artística dos trabalhos, da, da, da, das, é, do, dos projetos que, que são submetidos, ele passa pela nossa equipe. A nossa equipe é, formou um grupo de 20 avaliadores, todos os avaliadores, é... dentro das casas de cultura, profissionais da área, afins, e... um representante do Conselho Cultural do Maranhão. Então é um trabalho.... que ele é voltado para às políticas públicas, então.... todo, todo trabalho, toda execução, operacionalização, toda parte...criativa,ele passa pela nossa, pela nossa....nosso setor que ta, que conversa com todos os outros: com a assessoria de planejamento, com..com a assessoria jurídica,com...o financeiro, com o credenciamento...trabalhamos dentro da secretaria para qualquer evento é...de maneira conjunta. Um exemplo também de uma atividade que nós estamos realizando

no Pátio Norte durante a vacinação...dos idosos, é...ta tendo voz e violão, mantendo e respeitando todo o distanciamento, nós estamos...é...operacionalizando, é...pensamos e operacionalizamos essa ação. Por exemplo: também, a semana de teatro e a semana de dança ela será pensada pela..é..pela unidade de ação e difusão cultural onde a gente vai indicar o...o diretor geral e o diretor artístico de cada semana, assim como qualquer outra ação que por ventura a gente possa ter o...novo edital....da, do Conexão Cultural ou o edital da Lei Aldir Blanc que, possivelmente pode voltar. Então a nossa equipe ela pensa estrategicamente isso, eu não sei se eu respondi todas às perguntas que tu fizeste agora eu acho que só não respondi a questão dos anos da...Secretaria de Cultura porque, eu como artista, eu nunca tive, Yandra, é... muita....muita proximidade com a secretaria de cultura isso é a primeira vez que aconteceu. Eu entrei em 2016 fazendo produção, efetivamente no CACEM em 2020..oh, desculpa, em 2019, eu vou, eu fiz 2 anos de secretaria, então me.... to colocando a minha experiência mais como artista da companhia Cambalhotas, como alguém que administrou aquela companhia, né? Entendeu?

Pesquisadora: Certo. É..sobre tua equipe de 14 pessoas que você citou, que são 14 pessoas que compõem o seu setor, como é a divisão de vocês? Como é que fica dividido? Tem um diretor, tem coordenações, cada um é responsável pelo o que?

Waldemir Nascimento: Bom, é...quando eu entrei...é...essa, essa equipe, ela...era mais opera, ela mais, é.....uma equipe para operacionalização. Por exemplo: tinha, tem o evento do, do natal, então a minha equipe conhece às estruturas e ai voce vai determinando quem vai trabalhar...uma equipe que vai pegar às operações do, do, das, é... do bombeiro, da equipe que vai pegar a liberação pra construção é..dos palcos, ou então das estruturas..mas não tava definido. Como é uma equipe nova, e eu entrei agora eu já...dividi a equipe. Então eu coloquei aquela equipe que vai trabalhar, que vai pensar, que vai trabalhar administrativamente e a outra que vai operacionalizar. Então aí você, você vai...percebendo..às atribuições e às funções que cada um podem executar e ai você vai...sentindo, e, e ainda é um prazo, que eu to, eu entrei agora recente, durante a pandemia a gente, a gente cumprindo alguns decretos né, o distanciamento ainda não...ainda não..eu ainda não consegui de fato imprimir tudo o que eu gostaria porque a gente ainda não..ainda não teve um momento, pra te ver Yandra, ainda não teve um momento esse ano que todos nós da

mesma equipe pudéssemos sentar juntos, por que? Porque a equipe, quando eu entrei em janeiro a equipe... veio...tinha que cumprir férias. Então em janeiro... uma equipe cumpriu férias, fevereiro outra equipe cumpriu. Em março quando todo mundo, quando todo mundo voltou teve o decreto do distanciamento, e aí a gente já pegando o, a....a...Conexão Cultural, o emergencial, então... essa divisão tu pode ter certeza, pela minha experiência com, com a companhia Cambalhotas... te digo isso porque um boneco meu....não sei se tu chegaste a ver os 3 Porquinhos ou o Saltimbancos, que é de bonecos, não sei se tu chegastes a ver....mas cada, cada espetáculo nosso, cada espetáculo nosso, cada boneco, cada, cada...cada se..ele era setorizado, então: uma pessoa desenhava, uma pessoa executava, uma pessoa fazia o figurino e uma pessoa fazia a maquiagem do boneco. Então..no mínimo 4 pessoas incluindo a minha...a minha criatividade 5 pessoas fariam parte de uma única, de um único boneco, mas isso era de maneira setorizada, então eu acredito muito no setor em..você determinar, em, em, é...em atribuir às funções pra cada pessoa, pra você ter uma resposta mais efetiva, né? E estabelecer um diálogo, um diálogo. Então, a comunicação interna pra mim é essencial. Então, é o momento ainda que eu estou aprendendo a....onde é que estão, né? Trabalhar nessa gestão, eu tô aprendendo o que acontece, como, como são os trâmites, como, como tudo acontece, pra, de fato, organizar. Não vai ser problema, eu tenho certeza, porque vindo pelo CACEM eu organizei alguns setores lá, no Arthur Azevedo também, e também não vai ser problema na unidade. Tenho certeza.

Pesquisadora: Certo, até porque trabalhar com cultura é muito dinâmico, né? Então, às vezes, a gente precisa ter essa maleabilidade de entender que, por mais que a gente faça as divisões certinhas dos setores, sempre vai ter um que consegue de..é...desenvolver mais de um setor. E aí, eu também acho é parte do, da pessoa que gerencia é entender que você pode aproveitar o potencial daquela pessoa de diferentes formas, principalmente relacionado a cultura.

Waldemir Nascimento: Exatamente. E a maioria da dessas pessoas que estão lá compondo a UGABC, eles são artistas, então facilita também, né? Eles não são técnicos, quer dizer, eles são técnicos, mas dentro das artes, né? Então, atribuição dele é técnica, é conhecer a arte e a gente tem, inclusive, eu...agora, um colega, eu coloquei ele pra coordenar. Então, a primeira vez que ele coordenou e....ele já

consegue pensar agora, de maneira macro, isso é importante. Ele tá dando uma resposta muito boa. Foi um...é.... claro que no, no meu caso foi uma aposta que eu fiz com ele e tá dando certo, né? Então, eu estímulo muito o trabalho, tenho uma estagiária que, pra mim não é estagiária, e eu quero até efetivar ela, porque eu tenho colocado ela na minha atribuições, ela tá desempenhando muito bem, mais do que, mais do que as outras pessoas. Então, você vê que quando você tem um colega, independente se é estagiário ou não, qualquer função, ele é colega. Então, você tem que ter o respeito, né, respeitar os limites, né,a.... os limites... e toda a situação de cada um e assim, dialogando. É o que eu penso.

Pesquisadora: Certo. É... dando continuidade a gente vai pra outra temática importante da, da minha pesquisa, que é sobre hospitalidade. Eu queria que você, por favor, me dissesse o que você entende por hospitalidade.

Waldemir Nascimento: Bom, acho que tu fala a hospitalidade, eu não sei se te remete diretamente a, a semana de teatro ou qualquer ou qualquer forma de, de acolhimento, né? Eu tenho isso como qualquer forma, né? Então, por exemplo, na secretaria eu atendo a agenda também do secretário. Então... as pessoas têm me procurado..... pra eu atender. E a primeira coisa que você faz é uma, é muito pessoal, é você atender bem. Então, você ouvir, você ouvir e deixar muito claro como a pessoa deve é... deve seguir, né? Por exemplo: se ela quer... estabelecer um diálogo com o Secretário de Cultura, eu tenho que dizer pra ela como ela vai fazer, se, ela não vai chegar e bater na porta do secretário, porque ele não vai atender... mas ela pode protocolar na, um ofício de, é.. pedindo uma reunião,é, fazendo uma exposição de motivos. Então, essa pessoa, primeiro, ela passa, ela pode passar por mim, eu faço questão de atender. E aí, a gente ouve,e, consegue direcionar a pessoa e..... eu acho que ouvir é o melhor acolhimento. Então, quando você, e você é artista, eu sou artista, né, é você, com certeza, tu é aluna do, de artes mesmo que tu, mesmo que tu possa ser professora, mas é...eu fui aluno de lá e nunca exerci a, a profissão de,é... da minha licenciatura, né, como professor, como docente né? Então é, eu sou artista. Então você ouve o artista, os artistas que querem saber é... como funciona, como é, como, como passar por essa burocracia toda. Então eu faço questão de estabelecer esse diálogo, eu acho que é um acolhimento que você tem que tá. Então essa hospitalidade que você faz, tanto nesse âmbito administrativo, como qualquer outro. No Arthur

Azevedo eu, eu recebia todas as pessoas que, que queriam falar com o diretor, inclusive próprio, as próprias pessoas do Arthur Azevedo. Então, você tinha muita coisa de não falar com quem vai falar com o diretor, porque normalmente o diretor era aquele cara que era o dono da, do Arthur Azevedo. Não, nós somos seres humanos iguais. No CACEM eu abri a porta para os alunos, lá tinha uma porta fechada, né? Um setor que era fechado, a sala do diretor era fechada. Tinha bebedouro, é... tinha uma..é... uma garrafa, uma cafeteira. Quando eu entrei na sala, eu disse assim: “gente eu não tomo uma garrafa de café numa tarde.” E precisava de um bebedouro..... no corredor, pra quem chegasse. Eu: “tira o, o bebedouro e coloca lá, que eu uso minha garrafinha”. Essa garrafinha que tu viste aqui eu sempre ando com ela, é....ela cabe um litro. Então.... a água quando eu quiser eu vou eu, vou reabastecer. Eu tirei a mesa, que era uma composição de três mesas... eu fiquei com duas, pelo que era, abri às, as portas, abri uma porta lateral, não sei se tu conhece o CACEM. Quando os alunos entram e passam, eles, o primeiro contato é com o diretor. Eu não sei como é que ficou agora, tá? Mas... comigo era, ficou desse jeito. E os alunos disseram, eu ouvi muito aluno dizer assim pra mim: “Professor, é a primeira vez que a gente tem... que a gente tem contato até físico com o diretor. É, a gente pra falar com o diretor era a coisa mais difícil”. Então eu acho que você não pode dificultar nenhum acesso. Quando você tá num cargo, é um cargo muito passageiro, eu cheguei dizendo, entrando na, no CACEM e dizendo que eu era diretor naquele dia, o segundo dia não sabia se eu era diretor, porque sou diretor da companhia Cambalhotas, esse aí eu posso te afirmar, tá no papel. Então enquanto eu tiver vivo, então enquanto a companhia tiver viva lá eu sou diretor. Mas do CACEM e do Arthur Azevedo e agora da unidade de gestão, nenhum desses eu sou até agora, amanhã... ele pode botar outra pessoa porque é um cargo que, depende, é um cargo político, né? Então...eu não tenho nem conhecimento político, eu fui pela, pela....é...pelo meu trabalho né, pelo reconhecimento do meu trabalho e não por cargo político. Então amanhã ele pode não ser meu, né? Então...eu estou... eu estou na gestão, eu estou gestor, mas não sou. Eu sou diretor da Companhia Cambalhotas. (risos)

Pesquisadora: (risos) Certo. É...pra gente continuar, tem outro ponto que é importante, que a gente vai se ater, é...mais a Semana de Dança agora. É...a prestação de serviços. A gente sabe que tem a relação entre a Secretaria de Cultura com a Semana de Dança, em relação a prestação de serviços. É...eu queria saber

quais às ações que são adotadas em referente a prestação de serviços juntamente com a Semana de Dança.

Waldemir Nascimento: Bom, eu..eu...eu não devo falar com tanta propriedade porque ano passado quando a gente entrou, é, no Arthur Azevedo, teve logo a pandemia. Então o primeiro entendimento foi saber quem realizava o...é... a Semana de Dança porque também a administração do, do Anderson Lindoso era recente. Ele tinha entrado em junho, é...em junho de 2019. Então era a primeira Semana de Dança que ele ia fazer, e mudaram muito às equipes. Então, a gente não, quando entrou no Arthur Azevedo já não teve uma transição. O diretor não me recebeu pra passar o que tinha acontecido. Então nós..nós estabelecemos um diálogo com, com os artistas da, do setor de dança pra ouvi-los...só que nós tínhamos a pandemia. Então não, é...era...tinha a possibilidade da não realização. Então, mas eu disse assim: “vamo fazer o seguinte, vamos conversar com os artistas e ver o que eles tão pensando”. Então a gente, nós ouvimos, nos da, do Arthur Azevedo sem sabermos que éramos nós que iríamos realizar, e...a Secretaria de Cultura, depois que a gente ouviu né, copilou todas às, todos os, todas às...informações, os anseios, tudo....a secretaria, a gente chegou com a secretaria e quem realizava de fato a Semana de Dança era a Secretaria de Cultura..e não o Arthur Azevedo. Porque o valor era dado pela Secretaria de Cultura, e não era o Arthur Azevedo. Então o Arthur Azevedo não tinha feito um projeto, e ele não pode fazer um projeto porque o CNPJ do Arthur Azevedo e das casas de cultura é o mesmo CNPJ da Secretaria. Então, qualquer casa de cultura que tu vê, olhar, por exemplo: biblioteca Josué Montelo, é...é...Casa do Maranhão, qualquer uma, todas é o CNPJ da Secretaria de Cultura. Então eu não posso submeter o meu CNPJ, que seria no caso o do Arthur Azevedo, para a Secretaria de Cultura, né? Então esse entendimento também nós tivemos, né? E.. o que foi feito... passamos pra eles e..os artistas chegaram a falar que como, é..o período tinha muita coisa online, que tava rolando, pra gente não deixar de realizar mesmo que não tivesse cachê. Mas fizemos um...uma, uma proposta de pedir apoio, é...pra gente chegar num patamar de 30 mil. é..pra realizar. O secretário ouviu ele disse: “Não..vamo fazer o seguinte: veja os mínimos do cachê, apesar do impacto, do redirecionamento que nós demos,e nós vamos realizar. É a secretaria que realiza, e a gente vai te indicar pra ser o diretor da semana de dança”. Então o que nós fizemos? Estabelecemos cachês, ainda naquela...eu acho que tu lembra, os cachês

tavam..tavam rolando muito mínimo de R\$ 1000, R\$ 1.500, R\$ 2.000 pra, é ... atividades online. Então...o que aconteceu foi que nós...também estabelecemos esses cachês, enviamos pra secretaria e enviamos a necessidade de estrutura. Se tu disser: “Waldemir, quanto que saiu da semana de dança?” Eu acredito que tenha saído mais de R\$ 100.000 mas, não foi o valor pra gente porque nós não, não.... trabalhamos com, nós lá do Arthur Azevedo, nós não trabalhamos com a parte financeira, foi a secretaria de cultura. Então, passamos pra eles a necessidade técnica de filmagem, de viagem, é... é... toda estrutura, toda necessidade técnica e os valores de cachê pra todos. Fizemos o edital e... eles disseram: “ Ok, vamos fazer”. Então.... por exemplo, é...Ah! e outra coisa que nós estabelecemos foi que..por conta da pandemia, nós daríamos preferência.. aos artistas maranhenses. Foi uma... uma semana que foi de artistas maranhenses mesmo, artistas independentes estando no maranhão ou não, mas artistas maranhenses. Esse ano, é...o que se pensa até agora no momento é que abra pra nacional, mas ano passado foi...pra maranhenses. Então ela se deu dessa forma, esse foi.. foi esse contato que nós tivemos com a Secretaria de Cultura, então eu não sei te falar como era antes de mim, porque não foi feita na, na transição... é.. não con, não consigo te dizer..pelo que, pelo o que a equipe antiga do Arthur Azevedo, eles diziam que quem realizada era o Arthur Azevedo. Eles faziam um projeto, enviavam pra secretaria e a secretaria enviava o valor. Não sei como fazia isso, se valor em espécie, se era depositado em conta,eu nao sei te falar porque... hã..não ficou a equipe que executava, e não teve essa transição então eu não posso te falar, posso te falar, posso te falar da minha experiência. Fizemos dessa forma, como te falei estabelecemos o, a programação junto com o Abelardo, ele nos ajudou MUITO, Abelardo foi uma peça fundamental pela experiência dele e já, o, o trabalho que ele tem a frente da, do segmento da dança...fizemos a programação. Quando a gente estabeleceu a programação, a quantidade de grupos que a gente iria selecionar, passamos pra Secretaria de Cultura, eles pagaram e.... depois pra, todos os projetos foram submetidos mas eles ja sabiam quem... a quantidade que eles iam pagar. E toda a estrutura que a gente, que nós preci...tudo o que a gente precisou eles mandaram. Então, foi esse o nosso.... o nosso..o nosso relacionamento com a Secretaria de Cultura, e hoje.... quem vai executar, essa... desse ano sou eu, então, por conta da, de estar a frente da unidade de ação e gestão cultural então eu vou saber responder... é, eu vou responder essa pergunta que tu fizeste agora, eu vou,

eu vou saber responder melhor depois da, da.... da semana de dança desse ano, se eu ficar até lá, né?

Pesquisadora: Ah, espero que fique. Então...pelo o que eu consegui, é, entender da tua fala, é como se a secretaria fosse uma central e aí a semana de dança envia tudo o que ela precisa, ah, “eu preciso de verba, preciso de apoio, preciso de estrutura” e é a secretaria que vai fazendo a divisão do que vai ser enviado?

Waldemir Nascimento: Foi dessa forma comigo. Foi feito dessa forma comigo, eu não sei te falar, eu acredito que não foi dessa forma com o, com outros gestores anteriores a mim. E todos os outros gestores, ah, o entendimento é que o diretor do Arthur Azevedo que seria o diretor tanto da semana de dança quanto da semana de teatro. Ano passado foi, eu, eu, é.... o secretário Anderson com a equipe dele teve um outro entendimento, não é o diretor do Arthur Azevedo necessariamente que, que vai ser diretor da semana de dança e da semana de teatro. Você foi indicado não por você ser o diretor, você foi indicado pela... suas qualidades. Foi isso que eu ouvi deles, daquele ano ele disse que desse ano enquanto ele tivesse na gestão, os diretores das semanas seriam indicados não por serem diretores do Arthur Azevedo, ou seja, a Bianca que é a diretora do Arthur Azevedo hoje... não necessariamente ela vai ser diretora da semana de dança ou da semana de teatro. Mas eu não sei te falar como era antes, eu acho que não era igual. No... mas eu usei, a mesma.... a mesma forma de tratamento que eu fiz no CACEM, no, na... no Festival Estudantil de Teatro daquele ano de 2019. Não trabalhei com verba, pedi que pagassem os avaliadores, né? Os... jurados, e mandei toda necessidade técnica, porque também, meu entendimento é que a gente não tava realizando, era a secretaria. Então eu precisava, de estrutura, e eles enviavam. Então eu mandei... um projeto... não de valor, mas um projeto de necessidade pra realização, e foi atendido.... e eu fiz da mesma forma com o Arthur Azevedo. Desculpa, com Arthur Azevedo na semana de teatro e semana de dança.

Pesquisadora: Perfeito. É... dentre às ações que tu citou, durante essa tua experiência da semana de dança com a Secretaria de Cultura, tu... consegue visualizar a hospitalidade presente nessas ações? E... de que forma tu consegue visualizar a hospitalidade?

Waldemir Nascimento: Acho que primeiro, é... da primeira forma é você, você escutar, é.. primeiro momento é quando você escuta o artista. Então quando você escuta o artista e você trabalha, é.... dialogando com ele, né? De fato foi o que nós fizemos, né? Nos colocamos tanto, primeiro o segmento da dança depois o segmento do teatro pra ouvi-los, claro... lembra daquele filme, é... eu acho que é "Sim Senhor", do Jim Carrey, quando ele é Deus, se..te um momento que ele atende todo mundo e ele fica doido, então... a mesma coisa acontece, a gente nunca vai... na gestão a gente nunca vai conseguir contemplar todos, todas às... todos os anseios, mas você vai conseguir, entender, a situação vigente e... tentar colocar o máximo possível, foi o que nós fizemos. Então eu acho que o primeiro acolhimento é esse. O primeiro acolhimento de ouvir, né, o diálogo. O segundo acolhimento que pra mim é essencial, é o de você receber uma equipe. Eu tive, eu tive conversando com a... com a equipe do Arthur Azevedo e vi muito isso em bastidores, sobre esse tratamento porque é, nós artistas, é.... de artista para artista, às vezes a gente chega com uma, é, como diz naquele... naquele livro, que tu conhece é.... de Jean Jacques Roubine, a... é... a linguagem, eu não sei se é a Linguagem da Encenação Teatral, Jean Jacques Roubine. E ele fala, tem um momento que ele fala sobre o vedetismo. E o vedetismo, ele... impera muito ainda em São Luís, o artista que se acha, um Deus, que se acha mais do que os outros. O que acontece é que uma reação, uma ação leva uma reação e.... quando você é desse jeito, uma equipe técnica vai te tratar mal. Com certeza, porque.... imagina, o cara que quer que você pegue ele.... do começo, ele quer o camarim 1, ele quer todo.... Então, esse, essa hospitalidade, hosp, hospitalidade bem física, né? De tratamento.... eu pedi que no Arthur Azevedo nós tivéssemos a melhor. Assim como lá no CACEM, quando a gente para pra ouvir uma aluna, alguém de fora, tem que ouvir e a gente ouve.... é, de várias formas, a gente coloca isso também no tratamento. Então... eu pedi que todos nós pudéssemos tratar o artista como nós gostaríamos de ser tratado. Então, eu não tive, pelo menos, não foi de nenhum conhecimento meu, não chegou. Uma situação onde nós chegamos a tratar de maneira diferenciada, ou preconceituosa, o artista. Então, em primeiro lugar, nós tínhamos.... que, na semana de teatro, semana de dança, e a gente não conseguiu ano passado, apesar do, do diálogo, era, dá mais força a presença da mulher, dar mais... presença e força ao negro, ao artista negro e ao LGBTQ+. Então, nós, apesar de, das portas terem sido abertas, a gente ainda teve pouco. Então, a gente iniciou um... um, um tratamento para os segmentos, né? Que as pessoas

chamam de minoria e eu não chamo minoria, eu chamo que é a maioria desprivilegiada. Porque... não existe minoria, não existe mulher sendo minoria, a mulher é maioria, ela é desprivilegiada, ela.... não existe negro como minoria, minoria não, ele é a maioria, mas ele é desprivilegiado. O LGBTQ+, também é uma, uma grande maioria, mas só é, é desprivilegiado. Então... esse é um outro tratamento que nós temos que ter por sermos maranhenses. Se não me engano, é o segundo estado com maior, é... com maior, o maior número de negros, é, no Brasil. Então, como é que você consegue, é...é... travar o espaço pra esses segmentos, pra, pra todas essas pessoas, seres humanos iguais, artistas iguais a nós. Então... eu acho que esse tratamento ele, ele parte de uma maneira bem conceitual da, da, das semanas. Ele pode ser o tratamento, essa hospitalidade em ouvir, em você tratar fisicamente quando existe esse contato e ela de maneira conceitual dentro da semana de dança. Tem que ser estabelecido dentro de, dessa dessa semana. Essa é uma grande hospitalidade. Quando você quebra... parâmetros, como questões que a gente ouviu muito dizer, o último dia da semana de dança, é o dia da.... ah, como é...

Pesquisadora: Noite de gala.

Waldemir Nascimento: Pô, você conhece. Não existe noite de gala. Pô, sabe por quê? Eu ouvi muita reclamação. A noite de gala estava sendo dada somente para um grupo.... Ela não pode. Por que que um grupo de negro Kosmos do segmento do, do, da dança urbana não pode tá na noite de gala? Por que que ela pode tá somente no, em um dia específico pra ela? E aí, você ainda,é...Yandra, você vai, você vai criar um debate com pessoas que estão, que estabeleceram pra elas que talvez foram para os diretores... um certo tipo desse vedetismo que eu te falei do Jean Jacques Roubine. Que é aquela coisa: “eu sou o tal, tenho que ser tratado dessa forma”... não pode. E não é porque eu fui praticamente nascido e criado no Anjo da Guarda... é porque eu fui bem educado. E a boa educação, ela perpassa toda a situação de social, da onde você foi criado ou não. Eu não vou, eu não entro no, no, num conceito aí de, de vitimismo, de maneira alguma. Eu fui bem educado. E a boa educação você coloca em todo lugar onde você está. Então pra mim essa hospitalidade ela passa por esses três pontos. No diálogo.... ela coloca de maneira presen, física... mas também de maneira conceitual, se eu não tiver dentro da, do que eu estou escrevendo, do que eu tô planejando... não vai adiantar. Fica no, no papel.

Pesquisadora: Certo, é... a próxima pergunta seria de que forma a hospitalidade, ela é cultivada entre a semana de dança e a Secretaria de Cultura. Mas eu creio que tu já respondestes em relação ao acolhimento, mas se tu quiser falar mais um pouquinho, eu também tô toda ouvidos.

Waldemir Nascimento: Olha, eu te digo que... eu por que que eu estou nessa gestão? Se tu disser: "Waldemir tu tá por dinheiro." Beleza. Eu realmente, entrei, falei, iniciei a conversa pra ti, dizendo que eu entrei na Secretaria de Cultura por dinheiro. Mas eu não estaria em um lugar onde o meu chefe, o meu chefe imediato, que é o Secretário de Cultura... ele não tivesse a... pelo menos, eu não tivesse em sintonia com ele, ou então, eu não concordasse com ele. O que eu vejo do Anderson Lindoso e aí eu te falo do Secretário de Cultura, porque ele que é o representante, tá? Ele é a figura que representa a Secretaria de Cultura. É ele que dá todas as diretrizes pra gente. Ele recebe do Governador e, e passa o que ele passa pra gente. O meu Secretário de Cultura, o meu gestor... ele é sensível. Se ele é sensível, ele, ele trata as pessoas, ele tem, ele é cortês, ele estabelece um diálogo... porque eu seria diferente? Então, a, a, eu percebo, aí tu não vai dizer: "mas Waldemir eu conheço... setores da Secretaria de Cultura que não vão..tratar". Bom, mas aí a gente tá falando do ser humano. Cada ser humano, cada cabeça uma sentença (risos). Eu falo da minha e da pessoa dele... ele é meu gestor e eu vejo que ele tem isso, inclusive, eu fiz esse elogio pra ele, eu acompanho vários secretários de cultura pra ti ver, ó, de 95 em diante, 97 é...eu entro como profissional, mas eu já fazia teatro desde 91, em igreja, e já comecei a... participar de grupos e tal. É... na verdade, eu acho que profissionalmente entro em 95, 97 foi a minha companhia. É..... então.... eu vi vários Secretários de Cultura... arrogantes, e eu vejo o Anderson que ele é um advogado, ele é do setor jurídico, ele muito sensível a querer escutar, a querer tratar. E eu me espelho com, eu já tenho isso em mim, mas eu consigo me espelhar ainda mais num gestor. Então, eu percebo que tá a secretaria tá lá, tá dizendo o que você tem que fazer. Vamos tratar bem as pessoas, vamos ouvir os artistas, bom? É esse, e essa é uma diretriz da Secretaria de Cultura: tratamento, bom acolhimento. E isso é a hospitalidade. Então, quando você ouve, eu tô aqui com várias demandas ontem.... eles mandaram vários, pra mim, várias demandas pra gente entrar em contato com a pessoa que tá com problema na inscrição, eu mesmo ligo. Quando a pessoa ouve:

“ai, a Secretaria de Cultura me ligando!” ou seja, a importância que se tem com o tratamento com acolhimento ao artista, com a pessoa dos segmentos de eventos, né? Então, é uma diretrix que vem de lá e eu acolho ela muito bem e replico, da mesma forma.

Pesquisadora: Muito bom. É... Pra gente finalizar, pra nossa última pergunta, tu enquanto *stakeholder* da semana de dança... Tu percebe as relações de hospitalidade junto à organização da semana de dança, é, tudo, é, esse quadro que tu citou pra mim. Se isso, se a existência da, das relações de hospitalidade, se elas favorecem a prestação de serviço junto à Secretaria de Cultura.

Waldemir Nascimento: Claro! Evidentemente, se você tem uma boa relação, se você é.. Olha só, hoje a gente tá numa, é, num contexto onde você, qualquer situação... você vai tá na rede social, né? De alguma forma, é: alguém bateu uma foto, alguém denunciou você.... Então, não faço por, por isso, mas faço por, por um, é, por um motivo. Tu vai achar que não, talvez tu Yandra, é, tu é bem nova, né? Então, tu tá, deve ter 20 anos, o início de 20, se tem, tá no início de 20, né?

Pesquisadora: 23.

Waldemir Nascimento: Pronto, vinte e três, é isso mesmo, bem no início. Então, é... tu vai que talvez não, porque tu já ouviu de maneira diferente. Mas o meu cargo mesmo, mesmo na secretaria, mesmo no CACEM, mesmo no diretor do Arthur Azevedo e hoje, gestor da unidade de ação e difusão cultural, o meu cargo, na verdade, ele é de servidor. Servidor tá o nome servir . Eu acho que eu respondo, eu tenho esse conceito que se você serve, tá para servir, você acolhe, você tem esse tratamento de hospitalidade. Se eu consigo ter uma boa hospitalidade, seguindo todos os... Olha só, se você faz um edital e você segue o edital e você não, não corrompe o edital. O que eu falo pra quem corromper um edital? Se o edital diz, “inscrição vai até tal dia”, vou prorrogar mais cinco dias, beleza, mas foi tal, tal dia e tal hora. Mas uma pessoa que você conhece muito, é... não se inscreveu, mas por ela todos os anos ter tipo problema e tal, e você vai ter que aceitar ela fora do horário, você já tá corrompendo o edital. Você corrompe o, e aí, essa pessoa, ela quer esse tratamento que ela não merece, tá? E aí essa pessoa não merece. Essa pessoa ou outra pessoa,

ela... ela.... no edital está dizendo que você não pode colocar uma pessoa que você conheça ou um trabalho seu, que foi uma das maiores reclamações que nós tivemos na, na semana de dança... as anteriores dessa a gente não teve. Que pessoas da comissão tivessem trabalhos deles beneficiados lá, contemplados na semana de dança ou na semana de teatro... Não teve, por que estava claro no edital. Então quando eu sigo o edital e eu não corrompo, eu não abro mão, eu não, eu não... não abro possibilidades de fazer, é... de dar um jeitinho. Quando eu sigo a cartilha e eu consigo prestar contas, e eu consigo fazer esse tratamento, cumprir com o pagamento com tudo que foi..... colocado. Quando eu, eu peço pra eles, é, é, eu consigo honrar com o compromisso, no pagamento, na estrutura que ele pediu, é, no tempo da exibição. Quando.... eu tenho todos, eu consigo cumprir com todo esse tratamento, eu dou essa devolutiva positiva pra Secretaria de Cultura. Nós fizemos isso, quando eu cheguei na Secretaria de Cultura, ô, desculpa, quando finalizou a semana de dança...e de teatro, eu fui na Secretaria de Cultura, prestar contas com Anderson Lindosos e ele disse assim: “Não te preocupa nem, eu já conheço o relatório, mas Waldemir.... foi a primeira semana de dança e semana de de teatro, que não deram, que não deu dor de cabeça pra gente” . Eu, e ele disse: “ Eu não estava na gestão anterior, mas o gestor anterior era, era Diego Galdino, o outro gestor era Felipe Camarão”. e eles mantêm o diálogo. Então... quando você não entra com, é... quando você não entra com arrogância, você consegue estabelecer um tratamento e uma hospitalidade que ela tem uma, um resultado muito positivo para a Secretaria de Cultura e principalmente para a classe artística. Porque o principal não é a Secretaria de Cultura, é a classe artística, mas logicamente, a Secretaria de Cultura. Então, eu acho que os artistas têm que ser respeitados Yandra, né? Em primeiro lugar, essa é a hospitalidade. Eu sou artista, eu não queria um gestor diferente, te dou, vou te dar um exemplo do, não do, da semana de teatro, mas das, oh, não da semana de dança, mas da semana do teatro. Eu tive um seguimento que nunca teve uma oportunidade, que é o Stand Up Comedy, e esse grupo me procurou particularmente, querendo uma oportunidade de entrar na semana de, de teatro. Eu disse: “Uma oportunidade? Não me peça uma oportunidade. Esse espaço é de vocês, oportunidade. Se alguém não... não teve esse entendimento de deixar vocês entrarem, foi uma, um entendimento errado, espaço é de vocês”. Assim como eu tive, como diretor do CACEM, um.... uns alunos do LGBTQ+ que queriam um, que queriam um espaço pra entrar, pra ensaiar, e o diretor anterior, a gestão anterior não tinha dado, porque é, de, falou que o tema

deles não era condizente porque era um tema, que falava sobre homossexualismo, e eu: “Opa, que estado nós estamos se a gente não consegue dialogar com todos os segmentos? o espaço é de vocês”. Eles: “Sério?!” e eu: “ Claro! Sério? Sério? Eu que digo pra vocês. Sério? Eu que digo pra vocês. O espaço é de vocês, o espaço não é meu, meu espaço é a companhia Cambalhotas, lá eu consigo dizer quem entra e quem não entra ”. E mesmo assim, é... porque lá é uma empresa então eu tenho que ta lá junto ou, ou então com alguém, então... eu não penso diferente disso, é.. e sei que tem muitos conceitos que eu tenho que a secretaria também ta pegando... mas eu te digo que pra a.. nosso, a nossas diretrizes são dadas pelo Secretário de Cultura e elas não são diferentes do que o que eu to te falando, não to fazendo propagando política não, eu odeio isso, ta? É... então eu sigo dessa forma,e... eu acho que todo tratamento ele realmente reflete de forma positiva pra Secretaria de Cultura e principalmente pra classe artística que é o mais importante.

Pesquisadora: Certo, muito obrigada Waldemir. A gente chegou ao final da nossa entrevista, eu quero te agradecer imensamente por disponibilizar o teu tempo, a tua disposição que eu sei que essas demandas tão bem altas agora na, na Secretaria de Cultura com os editais que vocês tão fazendo com, pra classe artística em meio a pandemia, então muito obrigada que eu sei que teu tempo é muito valioso e eu estou muito feliz de ter conseguido ter essa oportunidade de conversar diretamente contigo.

Waldemir Nascimento: Nada, eu te agradeço né, você é colega né? Então, é artista, não é colega de.. você não é aluna, você é colega, então eu aprendi isso muito com o professor.. não sei se ele ainda é professor lá, é... Arão Paranaguá, e.. ele sempre chamava a gente de colega. E... você é colega, você é artista então...pra mim é um prazer enorme agora ta também contribuindo com, com o trabalho, é... se tu nao, porventura demorar a responder o, o.... a dar autorização eu já dou aqui em vídeo, autorizo toda a fala minha, ta aqui autorizado, qualquer fala minha você pode usar no seu trabalho, fico a disposição, a Secretaria de Cultura também ta a disposição.. qualquer dia, qualquer momento, se quiser fazer visita e se quiser acompanhar a...no caso, a semana de dança, se porventura for eu realmente o diretor, enquanto estiver a frente... sinta-se a vontade, pode entrar em contato, e... tenha êxito no seu trabalho que eu tenho certeza que vai ser uma nota muito boa.

Pesquisadora: Muito obrigada, sei que vai contribuir muito pra minha pesquisa, lhe desejo um bom dia e qualquer coisa, qualquer dúvida, também to a disposição.

Waldemir Nascimento: Beleza... beleza, beijão, tchau tchau!

((fim da transcrição))

Entrevista Jeane Pires - Analista de Responsabilidade Social, Equatorial Maranhão.

Pesquisadora: É, bom dia! Primeiramente eu queria te agradecer pelo teu tempo, pela tua disponibilidade pra essa entrevista, eu tenho certeza que esse momento, agora, ele vai contribuir muito com o andamento da minha pesquisa, e como eu havia comentado contigo, é... ela tem como temática as relações de hospitalidade da organização do evento Semana Maranhense de Dança e os seus *stakeholders*; e a Equatorial, ela foi apontada como um dos principais *stakeholders* pelo organizador da semana, o Abelardo Telles. Pro desenvolvimento do tema e maior compreensão do que que a gente tá tratando aqui, é, eu vou te trazer o conceito do termo *stakeholder*, que ele foi utilizado tendo como base o autor Edward Freeman, e ele define... define *stakeholder* como sendo todos os grupos de pessoas direta ou indiretamente ligados a uma organização e que influenciam ou são influenciados por suas ações e tomadas de decisão. Ou seja, trazendo pra organização de eventos, podem ser qualquer empresa, organização, indivíduo, que tenha uma relação de via de mão dupla com a organização do evento; Que contribui pro evento ser realizado e tem interesse na realização do evento também, seja por quaisquer motivos. Pra começar, eu queria que, por favor, tu dissesse o teu nome, com o que tu trabalha atualmente e a quanto tempo tu trabalha e juntamente com um pouco das tuas experiências anteriores ao teu cargo atual.

Jeane Pires: Bom, eu sou Jeane Pires, eu trabalho na Equatorial Maranhão. Eu sou, hoje eu estou analista de responsabilidade social... da Equatorial, por isso, fui a pessoa designada pra responder tuas perguntas, porque é a minha área que cuida dos patrocínios, que é o que acontece com a Semana Maranhense de Dança e... de formação; Por formação eu sou jornalista, é... formada aí pela... pela UFMA também. Anterior a, eu estou no Equatorial há seis anos, e... anterior a Equatorial, a minha experiência é bem diversa do, do ambiente empresarial, porque... que eu venho dum, de um movimento social, trabalhava com... defesa de direito de criança, então.. meio que.. as coisas acabaram também se encaixando um pouco depois. É basicamente isso.

Pesquisadora: Certo. É.. Sobre o teu trabalho atual, a gente agora... eu tenho algumas perguntas pra te fazer, que é pra gente entender a estrutura dele; Se tu poderia me informar, em que ano ele foi criado, juntamente com a localização da unidade matriz, se tem, né? Eh o tanto teu setor quanto a empresa em si a qual tu atua, equatorial, no caso.

Jeane Pires: Ah sim.

Pesquisadora: Se não souber, se tu não souber exatamente as informações não tem problema, é só pra conseguir montar uma estrutura do local onde tu atua.

Jeane Pires: A Equatorial é a, a.... a concessionária de energia, é a distribuidora de energia do maranhão,é.. ela se chama Equatorial há dois anos, dois... a dois anos. Antes ela se chamava Companhia Energética do Maranhão, se chamava CEMAR... a CEMAR foi até 2004... 2000.. 2002 eu acho, é.. a CEMAR era uma estatal, era uma empresa estatal do Estado do Maranhão e em 2002, acho que ela foi, em 2002, ela foi... privatizada,é, por dois anos, um outro grupo assumiu, a Equatorial assumiu em 2004. Então, desde 2004, a Equatorial é quem, quem... É a empresa que, é... detém os, os poderes sobre a distribuição de energia do... no Maranhão. Então, hoje a Equatorial é uma *holding* que atua também com distribuição de energia no Pará, em Alagoas e no Piauí; e... É uma das, das empresas que é.. vem se diz, tem se destacado muito no mercado. É... inclusive tem outros negócios também, é... é uma grande, hoje a Equatorial é uma das grandes empresas aí, da, da... da área de energia, porque ela também trabalha com transmissão, não só com distribuição, mas também com transmissão em outros estados.

Pesquisadora: Certo. É.. sobre o teu setor: são quantos colaboradores que atuam no teu setor e como é a divisão do teu setor? Quais são os cargos? Como é que funciona essa organização?

Jeane Pires: Bom, existe, existe uma estrutura que é um ,um pouco diferente por causa da *holding* então, tem um grupo que a gente chama de, de grupo corporativo, que é quem atua com as outras empresas também. Eu atuo só no Maranhão, mas existe um analista de responsabilidade social que atua com as outras empresas

também, que quem faz o trabalho que a gente chama de... é quem determina as diretrizes... Então, existe um, um... um outro grupo que também trabalha com a mesma.. com o mesmo foco. É... a minha, a minha área, que é a área de responsabilidade social, ela está dentro da, da gerência hoje, dentro da Equatorial, na gerência de Comunicação Externa, Marketing e Sustentabilidade. Então, ela é uma área dentro dessa gerência maior.... e nessa, nessa gerência, a gente tem uma área de imprensa, uma área de redes sociais, uma área de satisfação de clientes... em, é... e essa estrutura ela tanto existe na Equatorial Maranhão, como ela existe na Equatorial Energia, que é como a gente chama a *holding*, tá? É a mesma, é a mesma estrutura. É como se nós tivéssemos pares pra cada uma dessas áreas... tá? A nossa gerente, hoje, a nossa gerente corporativa é a Gisele Colix... ela é uma, ela é relações públicas e hoje ela assume a gerência da Equatorial Energia, da Comunicação Externa da Equatorial Energia, e a responsabilidade social está dentro da, da... da comunicação. E o nosso executivo é o Carlos Hubert, que é a pessoa que eu tinha passado o contato pra você também. Ele é o nosso executivo de Comunicação Externa, Marketing e Sustentabilidade do Maranhão. Então, é, o meu chefe imediato, vamos dizer assim, é o Carlos Hubert.

Pesquisadora: Certo, muito bem. É... Agora, voltando pra um outro ponto importante do meu, da minha pesquisa, é a prestação de serviço. Eu queria entender em relação a Semana Maranhense de Dança, quais são as ações adotadas pela Equatorial mediante prestação de serviço. Como é que funciona essa relação, quais são os serviços que vocês prestam pra Semana Maranhense de Dança?

Jeane Pires: Na verdade, a gente não presta um serviço pra, pra Semana Maranhense de Dança não, não nesse conceito do que é prestar serviço. Qual é a prestação de serviços da Equatorial? É distribuir energia pro Maranhão, tanto que é essa, inclusive essa é a missão hoje: “distribuir energia com qualidade pro desenvolvimento do estado”. Então, o serviço que a Equatorial presta é a energia. Dentro disso, dentro desse, de todo esse trabalho, esse contexto do desenvolvimento de também trabalhar pro desenvolvimento do estado, entra a nossa identidade cultural e aí como uma grande empresa, Equatorial é a segunda, tem o segundo maior ICMS do estado. Então, ela é a segunda maior empresa que arrecada pro estado. Sendo assim, entendemos que também é nossa parte fazer uma devolutiva e a gente, hoje,

nós o fazemos também por meio dos patrocínios, tá? Há eventos, atividade culturais, atividades esportivas, atuamos muito, talvez, tu precisa entender, a Equatorial hoje atua muito com a lei de incentivo à cultura e o patrocínio da Semana Maranhense de Dança ela está dentro desta categoria, ela é, é um projeto patrocinado via Lei de Incentivo à Cultura, é... talvez tu já tenha pra tua pesquisa, entendido um pouco mais sobre a lei. Então, dentro desse contexto, é, a Semana Maranhense de Dança é um dos dos projetos patrocinados... foi até 2019. Em 2020, acho que eu te expliquei isso, houve uma alteração também na, na direção do teatro.... Mas aí também aconteceu a pandemia, a Semana Maranhense de Dança mudou um pouco, eles acabou, já acabou acontecendo de forma online... Mas nós não patrocinamos em 2020... e não, não sei se há perspectiva de patrocínio pra 2021, pelo menos não, por enquanto não há. Mas patrocinamos em 2017, 2018, 2019.

Pesquisadora: Certo. Como tu falou, foi.. foram três anos de parceria em relação ao patrocínio com a Semana Maranhense de Dança. É.. Tu estava presente no começo dessa jornada? Como foi que funcionou: a semana submeteu o projeto? Ou Equatorial já estava buscando?

Jeane Pires: Não, a semana submeteu o projeto. A gente, até 2019, realizou o que nós chamamos de Edital de Seleção de Projetos Patrocinados da Equatorial, que são projetos pra se, pra serem patrocinados via lei de incentivo. É.. tanto a cultura quanto ao esporte, porque a gente utiliza, é.. se utiliza das duas leis. E aí, é.. a direção do teatro submeteu o projeto o, o, a Semana Maranhense de Dança e ele foi um dos aprovados em 2017, que é em 2018 repetiu a parceria e 2019 também. Então, ele... se tornou um projeto que a gente chama dentro da Equatorial de um projeto recorrente.

Pesquisadora: E em relação a submissão do projeto, quando o projeto mexido, eles fazem uma relação, tipo: “ah, eu gostaria que a Equatorial liberasse tanto em verba” ou eles falam: “ah, pode ser verba, pode ser apoio”. Como é que funciona a conta? Como vocês selecionam?

Jeane Pires: Existe um, um, um valor que é, que é fechado, projeto, é, quando ele submete, porque... que que acontece com a lei de incentivo? Eles, antes de submeterem a Equatorial, eles submetem a Secretaria Estadual de Cultura. E é a

Secretaria Estadual de Cultura emite o que a gente chama de um Certificado de Mérito Cultural. Com esse certificado de mérito cultural, já há um valor definido, que é o valor que a, a própria secretaria, é, analisou aquele projeto, percebeu que ele estava dentro dos padrões, que os valores dele são... são valores aderentes ao mercado... Então, essa análise toda é feita pela... pela secretaria. Quando ele chega pra gente, ele já tá, ele já está aprovado na SECMA. Então ele já tem o certificado de mérito cultural, esse é o documento que a gente vai utilizar pra, pro, pro efetivo patrocínio, esse certificado de mérito. Então, lá já tem definido o valor: “Ah, é R\$ 200.000: Então, a Equatorial pode.” Ela tem o, o... a prerrogativa de patrocinar esse valor parcial, de dizer: “Olha, é... não, não consigo fazer duzentos mil”. Ou então: “Acho que é viável fazer apenas por cem”. Então: “Você consegue executar esse projeto com cem mil?”, essa é a pergunta que a gente faz. E o, o proponente, que é a pessoa responsável pelo projeto, ele diz: “Sim, eu executo”, é... ele vai modificar um pouco, eu não vou conseguir fazer a totalidade das ações, mas eu quero sim executar com cem mil. A Equatorial tem essa prerrogativa... não foi o caso da Semana de Dança e nos três anos a gente patrocinou 100%. Então, não tinha um outro patrocinador master, além do, da Equatorial e do Governo. Mas os apoios (e aí é diferente do, do patrocínio maior), os apoios eles são permitidos. Então, a direção também busca outros apoios, independente do, do valor maior do patrocínio, porque às vezes, dependendo da, da atividade, é, o patrocínio não é suficiente pra cobrir tudo. Porque... existem cortes, então você vai cortando uma série de coisas, aí eles, os, os proponentes buscam outros apoios. Isso é permitido, inclusive é permitido pela própria lei também.

Pesquisadora: Ah, certo. Então, quando há, quando há... o evento, ou é.. a, quando é submetido ao edital a Equatorial se propõe a fazer, a, a... fazer a, o apoio, a fazer não, a... a financiar; A partir desse momento, somente a Equatorial que pode financiar o evento, não é mais liberado pra fazer outros patrocínios.

Jeane Pires: Não porque ele só tem um certificado, só, só um, um, ele só tem um certificado então, se a Equatorial faz 100% daquele certificado, ele não pode ter outro patrocínio via lei de incentivo...e ele não poderia ter um outro patrocinador que a gente chamaria de um Patrocinador Master. É... comé que eu te explicaria isso pra te entender de uma maneira, é... quando, quando tu olha pros materiais da Semana Maranhense de Dança, as duas marcas que se destacam são a da Equatorial e do

Governo. É... vou te utilizar aqui os R\$200.000 de novo, digamos que custou R\$ 200.000. Equatorial e o Governo aparece em mesmo, em, em, em tamanho igual, quantas vezes tu disser o nome de um, tu vai dizer o nome do outro, quantas vezes aparecer a marca de um vai aparecer a marca de outro. O apoio, se ele tivesse um outro patrocinador master, digamos que ele conseguisse um outro financiador pra pagar duzentos mil.... Pra ESSE projeto, ele não seria permitido, mesmo que não fosse via lei, porque esse, porque esse outro patrocinador, se ele pagou o mesmo valor, ele teria que aparecer igual... e aí nesse sentido pela lei de incentivo, dentro da lei de incentivo ele não é permitido. Então, o segundo patrocinador master, o que é permitido é o apoio. Ah, vamos dizer que é...

Pesquisadora: Alimentação, que eles citaram o SESC.

Jeane Pires: O, a, citaram quem?

Pesquisadora: Citaram o SESC.

Jeane Pires: Ah sim, o restaurante do do SESC, né? Então digamos que o restaurante do SESC forneceu alimentação por, por alguns dias. Então, o SESC vai aparecer nos materiais como apoio, a marca dele aparece menor do que a marca da Equatorial e do Governo, mas ele aparece, mas ele não aparece em tamanho igual. Por isso que o, o patrocínio, o outro patrocínio master, vamos dizer assim, ele não é permitido, pela lei. Porque aí haveria conflito das, das.. das marcas apresentadas ali. Entendeu?

Pesquisadora: Perfeito. Muito obrigada. É... pra gente continuar, agora que a gente já conseguiu estabelecer como é que funciona a relação da semana, com a Equatorial, que é por meio de lei, a gente sabe que mesmo que seja por meio de edital, como tu citou, é... tem essa comunicação: "olha, a gente tem disponível pra patrocínio essa verba aqui, vocês podem realizar ou não?" ou tem, como é "não tem disponível R\$ 200.000, é só R\$ 100.000", tem essa comunicação entre vocês e a organização. É.. dentro dessas ações, tanto dessa, essa, esse canal de comunicação quanto a própria execução da, da...

Jeane Pires: *breve interrupção para falar com alguém próximo*

Pesquisadora: Certo, dentro dessas ações tanto da, do canal de comunicação de vocês, quanto da própria execução do patrocínio em si, é.. a gente percebe que tem uma, uma relação de hospitalidade e eu queria que tu definisse pra mim, por favor, o que que tu entende por hospitalidade, pode ser no âmbito geral, pode ser no âmbito que tu se sentir confortável, mas o que tu entende por hospitalidade.

Jeane Pires: Tecnicamente falando?

Pesquisadora: Não, tecnicamente não, pode ser do teu coração (risos).

Jeane Pires: Bom, aí eu, eu teria que usar um pouco de senso comum, porque acho que tecnicamente eu não vou saber te explicar o que é hospitalidade, mas... mas hospitalidade tem a ver com recepção; em como você é recebido nos ambientes, com como é... e aí ela acontece a meu ver, da, dos dois, nos dois caminhos, é... como eu também recebo o, o proponente e como ele recebe o financiador. Então, acho que a hospitalidade, ela tem relação com essa, com, com, com a receptividade, na verdade, com como, como as pessoas recebem. Então, numa forma bem, bem senso comum. Ah... o povo maranhense é conhecido por ser hospitaleiro. Então, é um povo que é conhecido por, por receber às, as pessoas de fora, vão receber bem em suas casas, não é? É basicamente isso, é como você recepciona, como você recebe as pessoas, independente de ir no trabalho, independente na sua casa, independente de todos os ambientes.

Pesquisadora: Muito bom, não tem resposta errada nessa pergunta, é só o que vem no teu coração mesmo. É... Agora, pensando nessa relação entre a Equatorial e a organização da Semana Maranhense de Dança, é... Tu consegue observar uma relação de hospitalidade nesse caminho entre vocês dois?

Jeane Pires: Se, se isso tiver a ver com não ter problemas nesse, no andamento do, do projeto, eu acho que sim, e, e isso é importante inclusive, pra, pra continuidade do projeto, se ele fosse um projeto que, que a Equatorial não se sentisse “bem recebida” vamos dizer, usar essa, essa expressão, é... eu acho que é um projeto que não teria continuidade, porque a gente passa por um, talvez precise te explicar isso: quando o

projeto ele entra pra, pra ser analisado, ele... o primeiro caminho é por mim, que faço essa triagem, se ele tá dentro do, do, dos nossos parâmetros, das nossas diretrizes, se ele tá aprovado pela Secretaria de Cultura, se existe uma, uma publicação no diário oficial, se já existe um certificado; então eu faço essa análise inicial. Depois a gente tem um comitê que é formado por quatro pessoas dentro do Equatorial, esse comitê também analisa, é, vai percebendo esses valores se eles estão dentro do, do, do que a gente... faz, do que a gente considera dentro do mercado... se o projeto tá condizente com a identidade da Equatorial, se ele tá de acordo com o que a gente vem, vem fazendo, ou, ou se ele, a gente percebe que ele vai cumprir o que ele tá prometendo, se é possível, se é viável. Então o comitê faz toda essa análise e aprova ou não esse projeto.

Uma vez que o comitê aprova, ele vai pra nossa diretoria, que é a diretoria da Equatorial e depois pra diretoria da, da.. da *holding*. Daí é como se ele tivesse três instâncias. É... o comitê, a diretoria da Equatorial e a diretoria da Equatorial Energia, entende? Da Equatorial Maranhão, Equatorial Energia. Então, a gente é como se tivesse três instâncias de aprovação. Então não é um processo tão simples e nem tão rápido, só pra, pra definir também isso. Então, se uma vez que a gente definisse que não houve hospitalidade por parte da secretaria da, da Semana Maranhense de Dança, da organização, é... acho que dificilmente ele seria um projeto que, é, se repetiria no ano seguinte, como aconteceu.

Pesquisadora: Certo, muito bom. É... também queria te perguntar se tu consegue, é, visualizar hospitalidade presente nas ações da Equatorial com a semana. Pode ser de qualquer forma que tu acha: “ah, eu acho que nesse ponto, bem aqui, é.. eu percebo que tem uma hospitalidade”, “ eu acho que nesse outro ponto aqui”, em todo o processo de organização, de, de, do trato com a organização, ou mesmo internamente em relação ao projeto, ou mesmo em relação como tu falou que tem o comitê que... é... que trata com comunicação externa, isso também perpassa pela hospitalidade, porque tem a comunicação com a organização, então se tu consegue visualizar a hospitalidade nesses setores, e de que forma tu consegue visualizar isso é.. também.

Jeane Pires: Bom, não, eu não sei exatamente, acho que posso ter confundido um pouco, é, a sua pergunta. Até porque depois que misturou com a, a nossa gerência

de comunicação externa, mas eu vou tentar te explicar de maneira que, que... talvez esclareça um pouco essa relação de hospitalidade. É, onde que a Equatorial participa junto da Semana Maranhense de Dança? A gente tenta, tentamos acompanhar todo o projeto, é, perceber as ações, o que que vai acontecer, acompanhar a programação: “Ah, hoje vai ter atividade lá na praça Nauro Machado, hoje tem atividade no Teatro Arthur Azevedo”. Essa programação, a gente também tenta passar pros nossos colaboradores e aí entra a comunicação interna, talvez assim, também, essa questão da hospitalidade também entre aqui. É, é... é passado pra nossa comunicação interna, a gente tem um comunicado que sai todos os dias até as 09:00 da manhã. Então, quando existe uns projetos patrocinados, eles também são, é, são comunicados por meio desse... do nosso comunicado diário, pra que as pessoas fiquem sabendo também do que a gente tá fazendo, é que... que que a gente tá patrocinando, é, o que.. que tá que a gente tá fazendo em termos de, de responsabilidade social. Dentro isso, e aí a gente, é, o nosso envolvimento, que aí, talvez pra ficar claro pra ti também, quando o projeto chega, ele vem dizendo assim: a Semana Maranhense de Dança, ela vai acontecer de tanto a tanto, é.., do dia primeiro ao dia cinco de maio, no, na Praça Nauro Machado, na... no Teatro Arthur Azevedo, na... na galeria de dança Expressar, num sei não, tá? Eu, foi só uma, um exemplo; Mas ela já, tô tentando te dizer que ele já vem definido em onde ela vai acontecer e o que vai acontecer. É... digamos que a, a equatorial acha assim, “ah, gente, mas de primeiro a cinco de maio não é um dia bom, né? Pra acontecer a semana de dança, podia ser de, de seis a dez”... isso a gente não faz, tá? É só pra ti, te deixar claro que nesse nível a Equatorial não entra. Essas decisões elas são decisões da coordenação da semana. Então, o que a gente faz é acompanhar o que eles estão dizendo que, que farão. Que a gente quer que eles, acompanhar que eles façam o que eles, ele tá me dizendo que ele me entrega uma semana, é... com cinco dias de atividades, com oficinas que vão acontecer em dez lugares, com... mil pessoas participando dessas oficinas. Então, o que a gente quer é que ele entregue o que ele nos diz no projeto que ele, que ele vai fazer. É.. pode acontecer de ele dizer é, eu vou te dar um exemplo de, pode acontecer com outras coisas.

É... o proponente chegou e disse que: “ olha, Jeane, eu realizo a semana de dança com cinquenta mil reais. Eu passo uma semana, eu vou fazer concurso de, de dança, eu vou fazer, é... 50 oficinas, eu vou atender mil pessoas”, e aí no final, ele tá me dizendo que ele, que ele faz isso com cinquenta mil. Aí, beleza, OK. Eu vou te pagar...

pagamos os cinquenta mil e eu quero aquele retorno todinho, que ele tá dizendo que ele entrega. No decorrer desse, dessa preparação, ele vai perceber que cinquenta mil é muito pouco pro, pro que ele disse que ele faria. E aí como é que a gente resolve essa equação? Porque uma vez que ele disse lá atrás que ele fazia com esse dinheiro? Aí nesse caso, nesse caso talvez, só que só talvez, porque realmente ainda não aconteceu dessa forma, mas só vez a gente tivesse que dizer pra ele: “Olha, você precisa rever”. E aí nesse momento a Secretaria de Cultura também precisa participar porque é ela que é o órgão fiscalizador. Entende? Então, toda, todo o projeto, ele também é fiscalizado pela secretaria. É com a secretaria que ele precisa prestar contas; ele presta contas pra gente, também, a gente também recebe a prestação de contas dele, mas a secretaria é o órgão legítimo, fiscalizador dentro da lei de incentivo, é a secretaria que fiscaliza.

Então, se ele disse que ele entregava, a, ele, ele recebeu cinquenta mil... e no final, ele realizou um dia de atividade. Aí, aí não... isso não será permitido. Aí ele vai ter que encontrar uma maneira de dizer porque que não realizou as outras quatro. Então assim, é só pra te dizer que existe também uma questão aí que é legal. Dentro do, dos, dos projetos. Então, se você diz que você realiza, você precisa entregar aquilo lá. Se você não entrega, é, você tá sujeito às sanções que a lei de incentivo também é... e que tá previsto lá;.. tá? Que é inclusive com a devolução do recurso. Se você não, não fez, se você não realizou, você precisa devolver o recurso.

Pesquisadora: Certo, muito bom. É.. pra gente finalizar a entrevista, é... eu queria saber de ti, tipo, enquanto representante da Equatorial, uma *stakeholder* que foi apontada pelo... pela organização como uma parceira. É... se tu percebe que as relações de hospitalidade junto à organização do evento, favorecem a prestação de serviço da Equatorial com a organização, se tem a hospitalidade, a... a hospitalidade existir, como tu falou, que tu identifica, a forma como tu entende, tu conseguiu identificar. Se tu percebe que existir hospitalidade favorece essa relação.

Jeane Pires: Favorece, ela não só favorece como ela é extremamente necessária, porque você precisa se sentir é.. parte daquilo, né? Não é só, e aí a gente diz muito isso quando a gente tem um novo, um novo patrocínio, alguém que não tá na nossa carta de patrocínios, a gente sempre diz pras pessoas: “Nós não somos meros patrocinadores, nós somos parceiros”; e nessa relação de parceria, é, a hospitalidade

ela é extremamente necessária dos dois lados. Eu preciso me sentir acolhida naquele ambiente e pra mim hospitalidade tem muito a ver com acolhimento. Então eu preciso me sentir parte... e isso a organização consegue. Como é que ela faz com que uma empresa que, que... é, que não tem relação com dança, porque a gente não tem nenhuma relação com dança, nosso trabalho é, nosso trabalho é com energia; então, como é que ela faz com que a empresa se sinta parte daquilo? É fazendo isso que eu te falei anteriormente, que é no, nos informando, que é trazendo as informações pra gente, munindo a gente do máximo de informações sobre aquele projeto, do andamento. E aí, é o trabalho que eu também faço do outro lado, ele faz um pouco de diferença, porque é o que a gente chama de monitorar o projeto. Então, às vezes, é... tem uma atividade programada que ele tem que tá com, com tanta coisa pra fazer, que ele esqueceu de enviar pra mim. E aí, eu percebi, vi ali no instagram não sei da onde... E aí manda uma mensagem "fulano, vai acontecer uma atividade assim, assim, do projeto tal?". Porque alguns projetos são mais longos; não é o caso da semana, que ela, ela é mais curta, mas imagina com um projeto mais longo... Então, a gente tem um pouco mais de dificuldade nesse monitoramento, pode acontecer. Então, é... esse outro lado também acontece. Então, eles se forçam pra que isso não aconteça, pra que a gente não seja esquecido dentro dessa relação, pra que a empresa não seja esquecida. Porque pra gente é importante que as, às... é... é importante as coisas que aparecem na rede social, é importante a imprensa, é importante a comunicação do projeto, então isso também é visibilidade de, de imagem, isso também melhora a nossa imagem, isso também, isso também é nosso, é nosso objetivo com, com, com os patrocínios. Então, eles fazem essa relação de hospitalidade ele, ele se dá quando ele não esquece. E aí, vou usar entre aspas, mas quando ele não "esquece" o patrocinador em nenhum momento. Então, ah, ele... é, nós somos convidados pras atividades, nem sempre a gente pode tá presente, porque nem... principalmente nesse momento agora, mas eh, nós nos esforçamos muito pra estar sempre presentes. Então, é... a, nas nas atividades de abertura, às vezes acompanhar as atividades lá na praça, no caso da semana de dança especial, né? É... mas é humanamente impossível pra gente acompanhar, por exemplo, a semana. Por exemplo: tá todo dia nas oficinas e, e isso a gente não consegue, não chega nesse nível, tá? O, o monitoramento. A gente acompanha tudo, às vezes, à distância... sabe de tudo que tá acontecendo, mas nem sempre consegue estar presencialmente em tudo. isso realmente não é possível, porque é, é, não dá pra acompanhar. A Equatorial patrocina

cerca de 60 projetos por ano. Então... a gente não tem como estar em todos eles o tempo inteiro... mas nós tentamos acompanhar todos eles, ainda que a distância, que tá o tempo todo e aí essa relação de hospitalidade ela se dá quando, é, o, o proponente ou a coordenação da, da semana de dança, no caso, é... se preocupa com, com o patrocinador e se preocupa em informar, aconteceu um problema ali e aí eu preciso dizer pro patrocinador que isso aqui não vai mais acontecer, porque aconteceu aquele problema. Então isso eles fazem com muita... atenção e, e há sempre muita cautela também nesse, nesse nessa relação.

Pesquisadora: Eles não dão trabalho nisso.

,**Jeane Pires:** Não, não dão trabalho. Eles, em especial, esse projeto, em especial, não deu trabalho, mas a gente já tem um bem trabalhoso assim. *risos*

Pesquisadora: *risos* Certo, muito obrigada, a gente chegou ao fim das perguntas, eu sei que o teu tempo é muito corrido, então eu te agradeço imensamente por ter se proposto a me ajudar na minha pesquisa, no meu trabalho. É... eu queria saber se tu quer deixar alguma coisa, fazer algum comentário a mais pra gente finalizar a entrevista, e... e no mais, agradecer pela oportunidade de poder te entrevistar.

Jeane Pires: Só me coloco a disposição pro caso de, tu teres dúvidas. É... gostaria que antes de tu submeteres o teu projeto, quando é, tu escreveres, o que concerne a Equatorial, o que compete ao Equatorial dentro da, da Semana Maranhense de Dança, que você compartilhasse com a gente, até pra gente perceber se as informações coletadas, é, as informações que estão lá, elas estão, realmente, dentro do que a gente conversou aqui, pra não ter nenhum ruído, então, isso é importante pra gente. Eu vou te enviar o documento assinado, permitindo a, a entrevista, mas eu também é, precisaria que você registrasse isso por email de que assim que o trabalho ficar pronto, compartilhar comigo...

Falha na ligação

Pesquisadora: Alô?

Jeane Pires: Cê tá ouvindo?

Pesquisadora: Tô ouvindo.

Falha na ligação

Pesquisadora: Não tô ouvindo mais. Ixe. Alô?

Jeane Pires: Tá me ouvindo?

Pesquisadora: Agora tô.

Jeane Pires: Tu ouviu até onde? Porque eu, ficou travada, ai eu não tava te ouvindo mais.

Pesquisadora: Eu ouvi até tu falar que era pra eu enviar por email... registrado por email.

Jeane Pires: Isso. Ah, é eu quando eu te enviar o documento eu vou também fazer essa, essa ressalva pra que tu envie o trabalho pra gente, é... verificar as informações que, o, o que compete a Equatorial dentro do trabalho, tá?

Pesquisadora: Certo, no caso tu quer que eu envie só, por exemplo, porque o que eu vou botar dá entrevista são as tuas falas, quando eu for fazer a questão de análise do que tu falou. Então, tu quer que eu envie só essa parte da análise?

Jeane Pires: Isso. Exatamente, só, só o capítulo em que vai aparecer a entrevista da Equatorial, por exemplo.

Pesquisadora: Tá bom.

Jeane Pires: Tá? Só pra gente ter certeza de que o que eu disse é o, foi o mesmo que tu entendeste, entendeu? De repente tem alguma informação "ah, tu vais dizer que a lei de incentivo é da Secretaria de Esporte". Aí, eu vou te dizer: "não, Yandra,

não, não é bem isso aqui”. Entende? Só pra gente não ter informações cruzadas dentro do trabalho, tá?

Pesquisadora: Beleza, combinado. Bom, no mais é isso aí.

Jeane Pires: Yandra, no mais é isso, brigada também pela oportunidade... Qualquer coisa eu tô à disposição, tá?

Pesquisadora: Certo! Muito obrigada, um ótimo dia pra ti.

Jeane Pires: Pra ti também, brigadão. Tchau.

((fim da transcrição))