



## **Eventos Científicos: uma análise realizada no Intercom 2005, considerando organização e realização do evento - tabulação, interpretação e resultados <sup>1</sup>**

Débora Faria Goulart<sup>2</sup>

Yara Silvia Marques de Melo Issa<sup>3</sup>

Ada de Freitas Maneti Dencker<sup>4</sup>

Universidade Anhembi Morumbi

### **Resumo**

O presente artigo se refere a organização do XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado no Rio de Janeiro na Universidade do Estado do Rio de Janeiro em 2005, totalizando 4.500 participantes. Na oportunidade, foi realizada uma pesquisa junto aos mesmos, pela diretoria executiva da INTERCOM, procurando identificar melhor o público alvo e o nível de satisfação com as atividades do congresso, especialmente no que se refere à organização geral do evento e dos Núcleos de Pesquisa. Trata-se de obter informações básicas necessárias para a melhoria das ações referentes ao receber, que permitam definir estratégias para ações futuras, visando colaborar para a construção de um ambiente favorável ao aprendizado, à pesquisa e à troca de informações, entre os professores, alunos e convidados da área de comunicação provenientes de todas as regiões do Brasil e também do exterior.

**Palavras-Chave:** Intercom; Hospitalidade; Evento Científico; Comunicação.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao Seminário de Temas Livres em Comunicação (TLC), do VI Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom – Brasília, 6 a 9 de setembro de 2006.

<sup>2</sup> Mestranda em Hospitalidade pela Universidade Anhembi Morumbi. Bolsista CAPES. Dissertação sobre relações de hospitalidade em uma Instituição de Ensino Superior Católica, sob orientação da Profa. Dra. Ada de Freitas Maneti Dencker. Membro do grupo de pesquisa do CNPq, Inovações no Ensino e pesquisa em turismo e hospitalidade. Docente da FAAG (Faculdade de Agudos), FUNBBE (Fundação Barra Bonita de Ensino) e FIB (Faculdades Integradas de Bauru). Endereço eletrônico: debturismo@yahoo.com.br

<sup>3</sup> Mestranda em Hospitalidade da Universidade Anhembi Morumbi; Bacharel em Turismo pela Universidade Paulista, Pós-graduada em Turismo Ambiental (lato sensu) pelo Senac; Pós-graduada em Turismo Ambiental e Cultural: Planejamento e Gestão pelo Centro Universitário Ibero Americano (stricto sensu); Docente da UNIP, UNIB e Instituto de Ensino e Pesquisa Albert Einstein – Escola técnica. Endereço eletrônico: yaraissa@terra.com.br

<sup>4</sup> Doutora e Mestre em Ciências da Comunicação pela ECA/USP. Socióloga pela PUCSP e professora do mestrado em hospitalidade da Universidade Anhembi Morumbi,. Endereço eletrônico: adadencker@anhembi.br



## 1 Introdução

Os eventos foram e continuam sendo, na contemporaneidade, uma forma de unir pessoas de uma determinada área com objetivos, idéias e interesses comuns. A realização de eventos tem como uma das premissas discutir, divulgar e despertar os interesses de uma determinada comunidade com os mesmos fins.

De acordo com Britto e Fontes (apud MARTIN, 2003):

Eventos são todos os acontecimentos previamente planejados, organizados e coordenados de forma a contemplar o maior número de pessoas em um mesmo espaço físico e temporal, com informações, medidas e projetos sobre uma idéia, ação ou produto, apresentando os diagnósticos de resultados e os meios mais eficazes para se atingir determinado objetivo.

Importante destacar na citação acima a organização, sendo esta um fator primordial para o sucesso de um evento, haja vista que a falta de um planejamento adequado, realizado por uma equipe sem sintonia e sem conhecimento prévio sobre objetivos, público, necessidades, compromete consideravelmente a qualidade do acontecimento.

Martin (2003) classifica os eventos de acordo com o número de participantes, considerando 4 categorias:

- Mega evento: público acima de 5000 participantes, que mobiliza um grande número de agentes organizadores, sendo normalmente realizado por entidades públicas;
- Grande porte: público de 1001 até 5000 participantes. Geralmente operado por empresas privadas;
- Médio porte: público de 501 até 1000 participantes;
- Pequeno porte: abrange apenas um segmento ou setor e tem número reduzido de público.

O mesmo autor apresenta diversos tipos de Eventos como: *Brunch*, Café da manhã, Colóquio, Convenção, Coquetel, Debate, Encontro, Feira, Jornada, Mesa redonda, Lançamento de livros/produtos, Palestras, Seminários, Teleconferências, Congressos, dentre outros.

Dependendo da tipologia do evento, faz-se necessário disponibilizar de lugares que recebam, comportem e atendam ao objetivo do evento e de seus participantes. A existência de uma infra-estrutura adequada para a realização do evento, bem como serviços de apoio externos, se fazem essenciais para que o mesmo possa ser efetivado. É notório que todo e qualquer evento, mas primordialmente os eventos de grande repercussão e aceitação, necessitam de planejamento e organização, motivo pelo qual tem-se a preocupação de organizar e acompanhar o evento distribuído em três fases: pré-evento, evento e pós-evento.



Dentre as diversas modalidades e tipologias de eventos supracitadas, tem-se o Congresso, “caracterizado pela reunião formal e periódica de pessoas, pertencentes a grupos profissionais com o mesmo interesse, geralmente promovido por entidades associativas, objetivando estudar, debater e chegar a conclusões sobre um tema geral, que é exposto em sub-temas. Estes são apresentados sob diferentes tipos de eventos, como painel, conferência, palestra, debate, mesa redonda, simpósio, mostra, exposição, feira”. (MEIRELLES, 1999, p. 38). Geralmente, o congresso é planejado por uma comissão organizadora, que elabora e aprova o regulamento e o regimento. Os congressos apresentam, ainda, as comissões técnicas, formadas por grupo de estudiosos e pesquisadores de um tema, com a finalidade de analisar trabalhos ou debaterem sobre os temas, que serão apresentados, no plenário, de acordo com o regimento. A duração de congressos é, normalmente, de cinco dias, com periodicidade anual ou bienal.

Considerando a característica dos Eventos, Canton (apud DIAS, 2002) relata que:

O produto evento, que passa a ter forma, cor, gosto etc., é gerado por inúmeros serviços, os quais possuem as seguintes características:

- Intangível: ninguém leva o evento para casa;
- Inseparáveis: não há dissociação entre produto, serviço, pessoas e atividades;
- Heterogêneas: os resultados depende do desempenho individual;
- Simultâneas: sucesso e fracasso dependem de todos os serviços, produtos e pessoas.

Perpassando os caminhos da hospitalidade, apresentada nesse contexto como uma relação social decorrente da aproximação do eu com o outro durante a realização de um evento, corrobora-se com Baptista (2005) que a qualidade dos vínculos estabelecidos enriquece o espaço habitado.

Concomitantemente nos remetemos a Lashley e Morrison (2004) quando abordam que a hospitalidade pode ser apresentada de modo a propiciar um ambiente agradável e confortável para as pessoas.

O ato de receber acontece em diversos ambientes e nas mais variadas situações do cotidiano. Acolhe-se o outro no ambiente familiar, no trabalho, no restaurante, no hotel, no banco, no hospital, ou seja, a constituição da própria sociedade acontece pelas relações que são estabelecidas nesses ambientes. Vive-se um constante encontro que por vezes aproxima e em outras afastam o convívio com o outro.

Pela amplitude de espaços em que a hospitalidade pode ser estudada, seria inviável discorrer sobre todos, até porque essas relações acontecem como uma rede de comunicação e



alianças que dificultariam uma compreensão. Portanto, o enfoque será no acolhimento proporcionado durante a realização de um Evento Científico.

Existe uma demanda considerável de pesquisadores pertencentes às Instituições de Ensino Superior (IES) que movimentam o intenso fluxo de Eventos Científicos, decorrentes principalmente dos objetivos dessas instituições em desenvolver o ensino, a extensão e a pesquisa, o que resulta na necessidade de espaços de troca de conhecimentos, partilha de experiências, comunicação de resultados e saberes produzidos para que sejam do conhecimento da comunidade acadêmica.

Entretanto, não são somente as IES que fomentam a organização desses eventos. Muitas associações, inquietas perante sua participação no desenvolvimento e no compartilhamento científico, vêm se responsabilizando por grande parte dos eventos realizados no país.

Uma dessas associações que merece destaque é a Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom) que organiza, há 27 anos, o Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, objeto de estudo do presente artigo, que avalia a realização do congresso de 2005, a partir da opinião dos participantes.

### **1.1 Constituição da Intercom e a criação do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**

A Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom) foi criada em 1977, com os seguintes objetivos:

- Contribuir para a reflexão pluralista sobre os problemas emergentes da comunicação;
- contribuir para a formação de modelos de análise da Comunicação consentâneos com a sociedade e a cultura brasileiras;
- contribuir para o aperfeiçoamento e a revitalização intelectual dos sócios, mediante o intercâmbio de experiências entre os pesquisadores da área da Comunicação;
- contribuir para a superação da dependência política, cultural e tecnológica do sistema nacional de Comunicação;
- contribuir para o aperfeiçoamento das instituições democráticas, promovendo e difundindo a liberdade de expressão e pensamento, assim como o livre exercício da Comunicação;
- contribuir para o aperfeiçoamento da sociedade brasileira, estimulando e facilitando seu acesso à Ciência, à Tecnologia e à Cultura;
- contribuir para a promoção da cultura nacional e regional, estimulando a preservação dos bens e valores culturais do País;
- contribuir para o desenvolvimento da produção científica, artística, cultural, informativa e educativa do País;
- manter intercâmbio com organismos congêneres, em nível regional, nacional e mundial. (A INTERCOM, 2006)



Sendo considerada uma referência na área de Comunicação, esta associação científica sem fins lucrativos, preocupada e instigada em fomentar discussões sobre campos teóricos e práticos em Comunicação, difundir suas reflexões, além de apresentar campos em ascensão, vem realizando anualmente o Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

Este evento, constituído para promover a divulgação científica, o encontro e troca de experiências entre pesquisadores (estudantes de graduação e pós-graduação) de diversas regiões do país, além de promover partilhas com referências internacionais, buscando principalmente reunir profissionais da Comunicação por meio de uma experiência interdisciplinar, iniciou-se juntamente com a constituição da Associação, em 1977, na cidade de Santos, no Estado de São Paulo.

Ao longo dos anos, o evento foi-se consolidando e se constituindo como o principal evento de Comunicação do país.

Este Congresso agregou 4500 participantes, em sua XXVIII, edição realizada em 2005, no Rio de Janeiro, nas dependências da UERJ (Universidade do Estado do Rio de Janeiro), tendo como estrutura logística<sup>5</sup>:

#### Pré-Congresso

Colóquio Brasil - Estados Unidos de Ciências da Comunicação  
Encontro de Informação em Ciências da Comunicação (Endocom)  
Seminário do Prêmio Intercom de Comunicação

#### Eventos do Congresso

Abertura Oficial e Conferência de Abertura  
Ciclo de Estudos Interdisciplinares da Comunicação  
Sessão de Temas Livres  
Sessão de Lançamento de livros dos Sócios  
Exposição da Pesquisa Experimental em Comunicação  
Seminário sobre o Ensino de Graduação em Comunicação (ENSICOM)  
Simpósio da Pesquisa Experimental em Comunicação  
Seminário sobre as tendências de Pesquisa em Comunicação nos Cursos de Pós-Graduação Comunicação (POSCOM)  
Jornada Vera Giangrande de Iniciação Científica em Comunicação (Iniciacom)  
Cerimônia de entrega conjunta dos prêmios Intercom, Iniciacom e Luiz Beltrão de Ciências da Comunicação

---

<sup>5</sup> Estrutura referente ao Congresso de 2005.



## Simpósio Luiz Beltrão de Pesquisa Avançada em Comunicação Social

### Assembléia Geral dos Sócios

#### **1.2 XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – 2005**

Realizado na UERJ, de 5 a 9 de setembro, o Congresso de 2005 teve como temática: *Ensino e Pesquisa em Comunicação*, em comemoração aos 70 anos do ensino de Comunicação no país.

Ao apresentar o tema central na INTERCOM 2005, a comissão científica responsável pelo congresso avaliou a evolução do ensino de comunicação ao longo desses 70 anos, destacando as conquistas e entraves, procurando destacar as necessidades imediatas e propor soluções futuras, concluindo pela necessidade de “integrar ensino e pesquisa, graduação e pós-graduação, nos projetos pedagógicos das nossas faculdades” (PROGRAMA DA INTERCOM, 2005, p.9).

E na seqüência:

da mesma forma, torna-se fundamental ampliar e dar regularidade ao diálogo crítico entre as escolas de comunicação, as empresas, o setor público e as corporações midiáticas, tanto patronais quanto as trabalhistas, buscando reduzir as lacunas existentes entre o ensino, a pesquisa e as profissões (PROGRAMA DA INTERCOM, 2005, p.10).

Essas colocações evidenciam a importância dada pela direção da entidade ao fomento de debates e reflexões sobre o Ensino da Comunicação no país.

#### **1.3 Organização Geral do Evento**

O Congresso de 2005 teve a Coordenação geral da Dra. Sonia Virgínia Moreira (Presidente da INTERCOM) e do Dr. João Pedro Dias Vieira (Representante da UERJ), com suporte das: Comissão Científica, Comissão Organizadora, Secretaria Executiva e Equipe de Apoio, envolvendo cerca de 60 pessoas que atuaram diretamente no pré- evento, evento e pós- evento.

A Comissão Organizadora elaborou um questionário para avaliação das atividades desenvolvidas durante o congresso, do qual optou-se por destacar aqui as avaliações referentes aos Núcleos de Pesquisa, tomados como o próprio coração pulsante da entidade, por constituírem o espaço onde ocorre de fato o encontro entre os pesquisadores que se dedicam à construção do conhecimento científico em comunicação no país.

#### **1.4 Núcleos de Pesquisa (NPs)**



Os núcleos de pesquisa da INTERCOM-NPs, foram formados a partir do ano de 2000, em substituição aos antigos GTs- Grupos de trabalho, tendo incorporado no decorrer do tempo outros grupos que se originaram da agregação de pesquisadores que inicialmente apresentavam seus trabalhos na Seção de Temas Livres. Cada Núcleo de Pesquisa agrega uma temática com consolidada massa crítica, o que é aferido pela exigência da presença de no mínimo 8 doutores, de pelo menos duas regiões do país, e de três instituições diferentes como condição mínima para a formação de um NP.

Para a apresentação de pesquisas nos NPs, é necessário ser mestre ou doutor, ou pelo menos estar matriculado em algum programa de pós-graduação no Brasil ou no exterior. Os artigos devem seguir um modelo padrão estabelecido pela direção científica do evento e são avaliados por uma comissão que realiza a seleção. Em 2005, funcionaram 21 núcleos de pesquisa a saber:

- NP 01 Teorias da Comunicação
- NP 02 Jornalismo
- NP 03 Publicidade, Propaganda e Marketing
- NP 04 Produção Editorial
- NP 05 Relações Públicas e Comunicação Organizacional
- NP 06 Rádio e Mídia Sonora
- NP 07 Comunicação Audiovisual
- NP 08 Tecnologias da Informação e da Comunicação
- NP 09 Comunicação Científica e Ambiental
- NP 10 Política e estratégias de Comunicação
- NP 11 Comunicação Educativa
- NP 12 Comunicação para a cidadania
- NP 13 Comunicação e Cultura das minorias
- NP 14 Ficção Seriada
- NP 15 Semiótica da Comunicação
- NP 16 História em Quadrinhos
- NP 17 Folkcomunicação
- NP 18 Comunicação e Mídia Esportiva
- NP 19 Comunicação, Turismo e Hospitalidade
- NP 20 Fotografia: Comunicação e Cultura
- NP 21 Comunicação e Culturas Urbanas



Essa diversidade de temáticas evidencia o caráter interdisciplinar do evento que é constitutiva do próprio campo de estudos da comunicação. O debate percorre todos os setores e nuances da comunicação e sua significação como elemento estrutural da vida humana em sociedade.

Não sendo restrito a egressos de cursos de comunicação, mas abrangendo todos os que se dedicam ao estudo da comunicação em diferentes áreas de conhecimento, como sociologia, antropologia, política, economia e outras, o congresso inclui ainda a contribuição de profissionais que atuam no mercado, sendo de fato um encontro interdisciplinar conforme é a proposta da própria constituição da INTERCOM enquanto sociedade de estudos interdisciplinares da comunicação. O que se busca é a formação de novos paradigmas, o entendimento da comunicação em sua amplitude, a incorporação de novas visões, novos desafios, novas contribuições para novas reflexões, contribuindo para a sociedade acadêmica e sociedade como um todo.

## **2 Metodologia**

Com o intuito de conhecer a opinião dos participantes e identificar as características do público que frequenta o Congresso da INTERCOM anualmente, foi aplicada uma pesquisa distribuída proporcionalmente entre os presentes aos diversos eventos do XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado no Rio de Janeiro, em 2005, totalizando 353 questionários.

Entende-se que o conhecimento desses dados interessa não apenas à direção do evento, mas também à comunidade acadêmica que prestigia o congresso anualmente. Para tanto, obteve-se, junto à atual diretoria científica, os dados referentes à pesquisa realizada, os quais são parcialmente apresentados nesse *paper*.

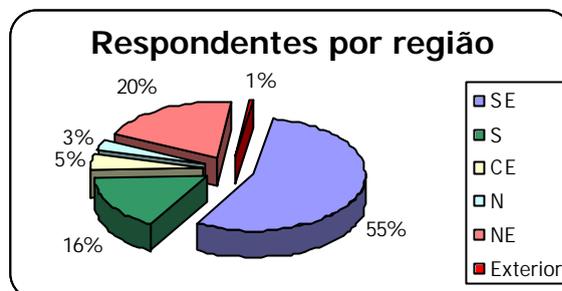
## **3 Resultados e Discussões**

### **3.1 Perfil dos respondentes**

Com relação à origem dos participantes, o Gráfico 1 demonstra o predomínio de respondentes da região sudeste, até mesmo pelo fato de ser o Estado de maior concentração de IESs, tanto federais como particulares, além de estar mais próximo do local de realização, no

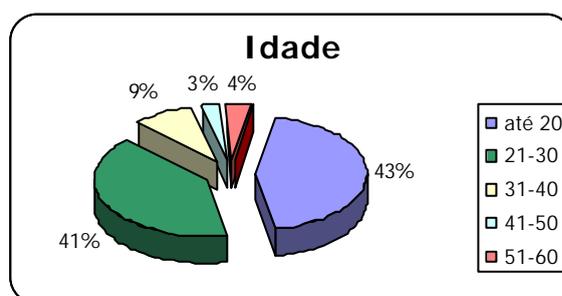
caso a cidade do Rio de Janeiro. Mesmo assim, é significativa a presença de participantes da região Nordeste.

Gráfico 1 – Respondentes por Região



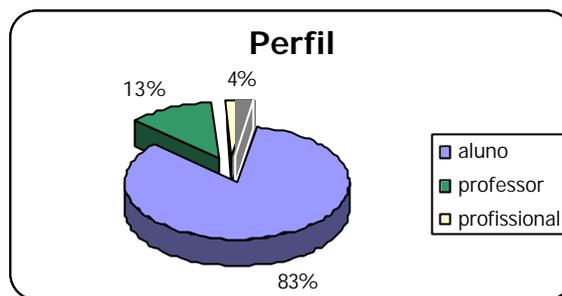
A maior participação dos entrevistados deu-se na faixa etária de 21 a 30 anos, seguida pela faixa de até 20 anos, o que demonstra que em sua grande maioria o perfil dos frequentadores do congresso é de jovens. A concentração na faixa de até 20 anos deixa clara a grande receptividade dos estudantes de graduação por esse tipo de atividade de pesquisa e extensão, manifesta na disposição de participar de estudos, pesquisas e congressos científicos (Gráfico 2).

Gráfico 2 – Idade dos respondentes



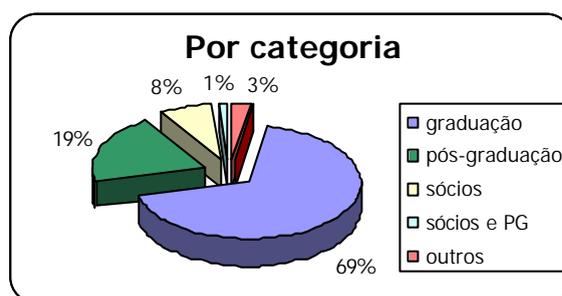
Com relação ao perfil educacional dos participantes, registra-se um grande número de estudantes, seguidos de professores, o que deixa bastante claro o que já foi inferido do gráfico anterior, referente à idade, de que a grande maioria do público do congresso é formada por alunos de cursos de graduação. Percebe-se que as instituições de ensino têm incentivado a participação de seus alunos em eventos dessa natureza, como um momento importante do processo de educação e formação dos mesmos. Esse incentivo pode ser constatado por meio dos dados do Gráfico 3.

Gráfico 3 – Perfil dos respondentes



O grande número de estudantes de graduação demonstra que eles estão observando a importância da participação em grandes eventos da área, buscando maior aprimoramento conceitual e prático, além de vivenciar experiências e trocas com alunos do Brasil inteiro, de diferentes níveis de formação, conforme descrito no Gráfico 4.

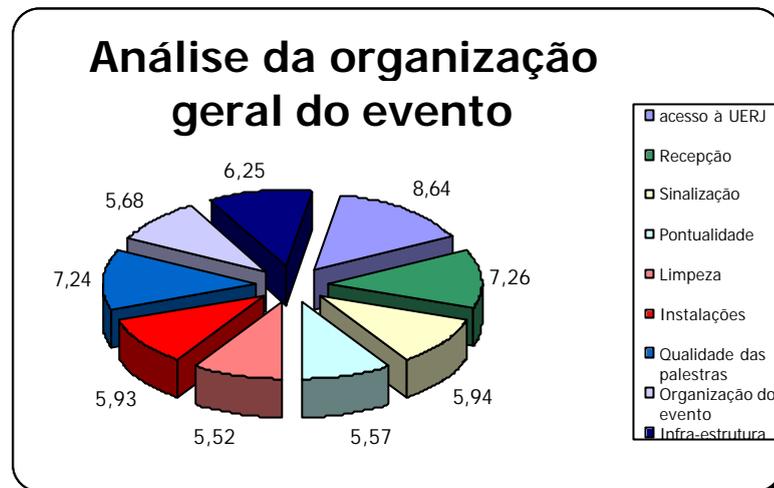
Gráfico 4 - Categoria



### 3.2 Avaliação da Organização Geral do Evento

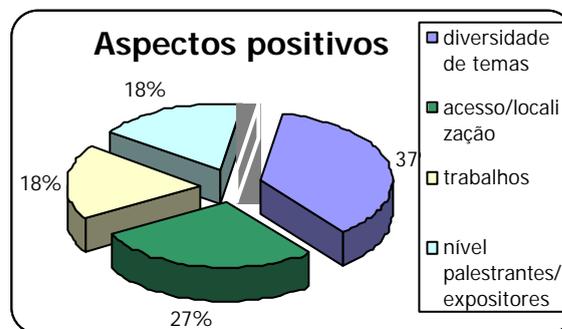
Instados a avaliar o evento a partir de múltiplas escolhas de respostas, os entrevistados demonstraram apreciar a diversidade do congresso, que se apresenta como um grande e abrangente painel de tudo o que é produzido anualmente na pesquisa em comunicação no Brasil. É importante deixar claro, nessa questão, que a INTERCOM trabalha com uma equipe de voluntários do local que acolhe o evento, principalmente alunos dos cursos de relações públicas, propaganda e jornalismo, os quais atendem a todas as demandas dos participantes de forma altruística e voluntária. Por outro lado, os responsáveis pela organização são sócios da INTERCOM, que também não recebem nenhuma remuneração pelos serviços executados. Impressiona saber que, para dar suporte a um evento que contou com 4.500 pessoas, a INTERCOM contou apenas com 4 funcionários fixos da secretaria. O critério adotado foi de notas de 1 a 10.

Gráfico 8 – Organização geral do evento



Os aspectos positivos apontados pelos participantes foram, numa primeira hierarquia, a diversidade de temas, seguido da acessibilidade, havendo um empate entre trabalhos apresentados e nível dos palestrantes (Gráfico 9).

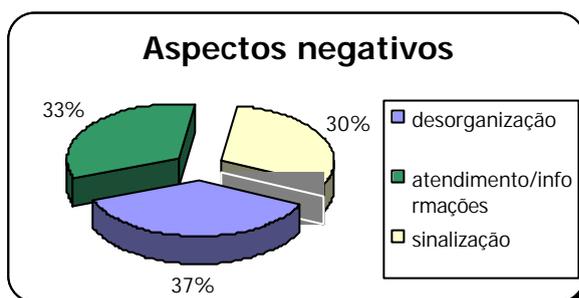
Gráfico 9 – Aspectos positivos



Os aspectos negativos (Gráfico 10) apontados pelos participantes foram desorganização, atendimento e informações e sinalização. Embora essas questões não devessem acontecer em um evento que está em sua XXVIII realização, é preciso ter em mente que a instituição que acolhe o congresso em geral não tem idéia de suas reais dimensões nem do esforço que é necessário para que o mesmo aconteça sem deficiências. Quanto à desorganização comentada pelos respondentes, estes informaram uma série de problemas essencialmente operacionais no evento, ou seja: falta de monitores nas salas e despreparo dos atendentes, além da postura dos mesmos, salas pequenas não comportando o

número de interessados, ausência e cancelamento de alguns eventos por ausência dos expositores, falta de didática em algumas apresentações, quando foi realizada leitura, ao invés de uma abordagem verbal. Algumas críticas deixam perceber que os participantes desconhecem a forma como o evento é organizado e quais os objetivos dos diferentes espaços do congresso.

Gráfico 10 – Aspectos negativos



### 3.3 Análise dos NPs

Ao se argüir os participantes no quesito avaliação do nível dos trabalhos, constatou-se, após tabulação dos dados, que a média geral (4) considerou que os trabalhos foram muito bons, conforme Tabela 1, abaixo. Isso demonstra a preocupação com a seleção dos trabalhos por parte da direção científica, além da qualidade conceitual dos artigos que foram submetidos.

Tabela 1 - Avaliação do nível dos trabalhos

	5	4	3	2	1	0		
NP	excelente	muito bom	bom	regular	ruim	ñ avaliou	Média	Aval.
01		1		1		1	3	bom
02	3	8	1			4	4	muito bom
03	1	6	1	1			4	muito bom
04		2		1			3	bom
05	1	6	3	1			4	muito bom
06	2	2	1			1	4	muito bom
07	1	2	4	2		2	3	bom
08	4	3		1		1	4	muito bom
09	1	2		1			4	muito bom
10	2	2		1			4	muito bom
11	1	7		1			4	muito bom
12	5	1	3				4	muito bom
13	3	6	1				4	muito bom
14	1		1	1		1	3	bom
15	2	5	4			2	4	muito bom
16	11	16	6			2	4	muito bom
17		1	1				4	muito bom
18	1	4					4	muito bom
19	3	10	3	1			4	muito bom
20	1	1		1		1	4	muito bom
21	12	4	1	2		2	4	muito bom



ñ especificou		3	1	1			3	bom
<b>NOTA FINAL TRABALHOS NOS NPs</b>							<b>4</b>	<b>muito bom</b>

Quando questionados quanto ao nível dos debates, os respondentes consideraram, por meio da média geral (3), bons, de acordo com a Tabela 2, abaixo, o que reflete a qualidade dos participantes.

Tabela 2 - Avaliação do nível dos debates

	5	4	3	2	1	0		
NP	excelente	muito bom	bom	regular	ruim	ñ avaliou	Média	Aval.
01		1	1	1		1	3	bom
02	2	5	6	1	1	3	3	bom
03		1	5	2			3	bom
04		1	1	1			3	bom
05	1	2	8	2			3	bom
06		3	2	1		1	3	bom
07		4	2	1	2	2	3	bom
08	3	3		1	1	1	4	muito bom
09	1		1	2			3	bom
10	2	2		1	1		4	muito bom
11	2	3	3	1		1	4	muito bom
12	2	4	3	1			4	muito bom
13	4	3	2				4	muito bom
14	1	1	1			1	4	muito bom
15	2	3	4	2		2	3	bom
16	7	17	7	1		2	4	muito bom
17			2			1	3	bom
18	1	3	1				4	muito bom
19	6	8	2		1		4	muito bom
20	1		1		1	2	3	bom
21	9	5	2	2	1	1	4	muito bom
ñ especificou		2	2	1			3	bom
<b>NOTA FINAL DEBATES NOS NPs</b>							<b>3</b>	<b>bom</b>

Conforme a Tabela 3, abaixo, verificou-se que a organização das NPs obteve uma média boa, dando uma certa credibilidade aos organizadores dos NPs.

Tabela 3 - Avaliação da organização

	5	4	3	2	1	0		
NP	excelente	muito bom	bom	regular	ruim	ñ avaliou	Média	Aval.
01				3			2	regular
02	2	1	3	3	3	3	3	bom
03				5	4		2	regular
04		2	1				4	muito bom
05	2	1	4	1	2	1	3	bom
06	1	1		1	2	2	3	bom
07	1		5	2	2	2	3	bom
08	2	1	3		1	1	3	bom
09	2		2				4	muito bom
10	2	1	1	1	1		3	bom
11	4	1	2	2		1	4	muito bom



12	2	4	2	2	1		3	bom
13	2	5	2	1			4	muito bom
14	1			2		1	3	bom
15	1	2	3	2	3	1	3	bom
16	8	6	6	8	2	2	3	bom
17				1			2	regular
18		3	1	1			3	bom
19	1	9	1	2	2	1	3	bom
20	1				1	1	3	bom
21	5	4	7	2	1	1	4	muito bom
ñ especificou		1	1	2		1	3	bom
<b>NOTA FINAL ORGANIZAÇÃO NOS NPs</b>							<b>3</b>	<b>bom</b>

### 3.4 Sugestões gerais dos respondentes

Entre as sugestões dos participantes para a melhoria do evento foram registradas: que houvesse uma preocupação quanto à divisão do congresso em eventos separados, inspirando-se no padrão ANPAD para todo o processo pré-evento, que fossem realizados convênios e parcerias com restaurantes, hotéis, transportes, entre outros serviços de apoio ao visitante. Melhorar e aprimorar higiene, produtos e ambiente nos sanitários. Organizar e preparar melhor os funcionários/ monitores/ coordenadores, oferecer disponibilidade de acesso à internet para congressistas, melhorar sinalização na área onde o evento está sendo realizado para orientar, informar, alertar o participante.

Pode-se inferir dessas sugestões que o que se espera é que, devido às dimensões assumidas pelos congressos da INTERCOM, o mesmo deva se profissionalizar mais, possivelmente contratando uma empresa para dar suporte ao evento e não se restringir ao trabalho voluntário.

## 4 Considerações Finais

Neste artigo, procurou-se, em breves palavras, levantar e analisar dados que poderão contribuir para aprimorar a realização dos próximos eventos na área. Pode-se observar que um evento desta categoria e porte requer inúmero cuidado, considerando que o maior público participante é de alunos de graduação, e que neste estágio eles procuram o padrão, os exemplos, com base em uma visão idealizada do que se deveria esperar em perfeição, qualidade, satisfação e recompensa quando da participação em um evento deste porte e abrangência.

Além dos conteúdos discutidos em cada Núcleo de Pesquisa, que contribuirá com novas reflexões, novas formas de ver o mundo e a troca de experiências, o exemplo de como tudo isso é organizado e efetivado também servirá de referência para a profissão, e por que



não, até de um tema a ser discutido quanto ao paradoxal, teoria e prática, que não necessariamente caminham juntos.

Cabe à direção da Intercom reconsiderar os resultados da pesquisa, para que em tempo hábil possa mitigar os problemas ocorridos para que não incidam nos próximos congressos.

### **Referências**

A INTERCOM. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/intercom/intercom.shtml>>. Acesso em: 27 mai. 2006.

BAPTISTA, Isabel. **Dar rosto ao futuro**: a educação como compromisso ético. Porto: Profedições, 2005.

CANTON, Marisa. Os Eventos no contexto da hospitalidade. In: DIAS, Célia. **Hospitalidade**: reflexões e tendências. Barueri: Manole, 2002.

LASHLEY, Conrad; MORRISON, Alison. **Em busca da Hospitalidade**: perspectivas para um mundo globalizado. Barueri: Manole, 2004.

MARTIN, Vanessa. **Manual prático de Eventos**. São Paulo: Atlas, 2003.

MEIRELLES, Gilda Fleury. **Tudo Sobre Eventos**. São Paulo: STS Publicações e Serviços Ltda., 1999.

PROGRAMA DA INTERCOM. Apresentação do Tema Central. 2005. p. 9-10.