



UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA  
"JÚLIO DE MESQUITA FILHO"  
Faculdade de Engenharia e Ciências  
Câmpus de Rosana



LEANDRO BRAZ NICOLO

PLANEJAMENTO E ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS DE NICHOS:  
O CASO DO ROSANA GEEKCON

Rosana

2022

LEANDRO BRAZ NICOLO

PLANEJAMENTO E ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS DE NICHOS:  
O CASO DO ROSANA GEEKCON

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Turismo da Faculdade de Engenharia e Ciências - Câmpus de Rosana, Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, como parte dos requisitos para obtenção do grau de Bacharel em Turismo.

Orientador (a): Prof. Dr./Me. Fábio Luciano  
Violin

Rosana

2022

N651p Nicoló, Leandro Braz  
Planejamento e organização de eventos de nicho : o caso do Rosana GeekCON / Leandro Braz Nicoló. -- Rosana, 2022  
42 p. : il., fotos

Trabalho de conclusão de curso (Bacharelado - Turismo) - Universidade Estadual Paulista (Unesp), Faculdade de Engenharia e Ciências, Rosana  
Orientador: Fábio Luciano Violin

1. Turismo. 2. Eventos. 3. Planejamento e organização de Eventos. 4. Animeventos. 5. Rosana GeekCON. I.

Título.

Sistema de geração automática de fichas catalográficas da Unesp. Biblioteca da Faculdade de Engenharia e Ciências, Rosana. Dados fornecidos pelo autor(a).

Essa ficha não pode ser modificada.

LEANDRO BRAZ NICOLO

PLANEJAMENTO E ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS DE NICHO ESPECÍFICO:  
O CASO DO ROSANA GEEKCON

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Turismo da Faculdade de Engenharia e Ciências - Câmpus de Rosana, Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, como parte dos requisitos para obtenção do grau de Bacharel em Turismo.

Rosana, \_\_\_\_/\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_.

Componentes da Banca Examinadora:

---

Presidente e Orientador: Fábio Luciano Violin Professor Assistente Doutor do curso de Turismo, Câmpus de Rosana, UNESP Faculdade de Engenharia e Ciências

---

Membro Titular: Guilherme Henrique Barros de Souza Professor Assistente Doutor, Câmpus de Presidente Prudente, UNESP Faculdade de Ciências e Tecnologia

---

Membro Titular: Roberson da Rocha Buscioli Professor Assistente Doutor do Curso de Turismo, Câmpus de Rosana, UNESP Faculdade de Engenharia e Ciências

Não caberia em poucas páginas se eu fosse citar o nome de todas as pessoas a quem eu gostaria de dedicar este trabalho por terem me ajudado a chegar onde cheguei, porém, alguns nomes jamais poderiam deixar de estar aqui. Primeiramente ao Pedro por ser a pessoa que me incentivou a prestar o vestibular para este curso além de dividir casa comigo até hoje. Segundamente, minha avó Carmen que foi a pessoa que me apoiou financeiramente para que eu conseguisse continuar esses 4 anos vivendo em Rosana. Por terceiro eu gostaria de dedicar aos amigos que fiz nessa cidade e que fizeram parte da minha história aqui, vou citar os mais próximos, mas espero que todos eles permaneçam na minha vida mesmo estando longe: Maria, Rebeca, João, Lucas, Bruno, Ana. Gostaria de agradecer todos os professores que trabalharam duro para passar todo o conhecimento deles a mim e aos meus colegas especialmente o Professor Guilherme que aguentou meus momentos de procrastinação, mas também me deu oportunidades únicas e ao Professor Fabio aceitou ser meu orientador nesses últimos momentos e que também me apoiou em outros momentos da minha graduação. Dedico também a esta cidade tão acolhedora que me trouxe momentos únicos e pessoas maravilhosas e por último, eu gostaria de dedicar a mim mesmo, que batalhei, que sofri, que me dediquei, que me arrisquei e que por várias vezes pensei em desistir, mas me reergui e continuei acreditando que tudo seria possível e que por fim estou concluindo mais esta etapa da minha vida. A todos, muito obrigado!

*Só porque você enfrenta adversidades e dificuldades, isso não é nenhuma razão para desistir deste mundo. Uma pessoa disposta a jogar fora todas as memórias de seus amigos e companheiros, nunca vai encontrar a paz de espírito. Se você perseverar e suportar, alguém vai estar lá para apoiá-lo.*

*Hatake Kakashi*

## RESUMO

Este trabalho teve como objeto de estudo o Rosana GeekCon, evento realizado por dois anos na cidade de Rosana-SP que tem como alvo os públicos Otaku, Geek, Nerd e Gamer, trazendo atrações relacionadas a cultura popular japonesa, games, ciência, cinema e outros. O objetivo principal deste estudo é entender como é realizar um evento para um público específico e não muito padrão, para isso os objetivos específicos foram: Descrever os aspectos organizacionais, etapas e programação de um evento de nicho; comparar aspectos teóricos e práticos da estruturação de um evento; identificar os anseios do público em potencial e a resposta do evento para este fim; contribuir para a área de eventos dessa temática com o apontamento de melhorias e relatos de experiência. A metodologia fundamentou-se em descrever a relação entre turismo e eventos, eventos de nicho, a estrutura de planejamento e organização de eventos além do próprio Rosana GeekCon. Também foi realizado um comparativo entre o evento realizado e a bibliografia utilizada referente a organização de eventos, além da aplicação de pesquisa e análise de questionários sobre o público alvo e uma pesquisa de campo realizada durante a segunda edição do evento. Os resultados mostraram que eventos de nicho apresentam uma dificuldade um pouco maior no momento da organização principalmente quando levamos em conta a característica do público alvo e que o Rosana GeekCon possui um grande potencial regional pois os grandes eventos de mesmo nicho se encontram nas grandes capitais e que geram um custo elevado para o público que mora no interior. Com relação ao público observou-se que eventos desse nicho podem abranger pessoas de diversas idades e que contraria a ideia de que filmes, jogos e desenhos são apenas para crianças. Considera-se também que apesar de ser um evento que tiveram apenas duas edições, o Rosana GeekCon, quando comparado com a estrutura utilizada para planejamento e organização de eventos, foi um evento bem estruturado e que segue a bibliografia utilizada, mas que ainda pode melhorar.

Palavras-chave: Animeeventos. Eventos. Planejamento e Organização de Eventos. Rosana GeekCon.

## ABSTRACT

This work had as object of study the Rosana GeekCon, an event held for two years in the city of Rosana-SP that targets the Otaku, Geek, Nerd and Gamer publics, bringing attractions related to Japanese popular culture, games, science, cinema and others. The main objective of this study is to understand how to organize an event for a specific and non-standard audience. To this end, the specific objectives were: describe the organizational aspects, steps and programming of a niche event; compare theoretical and practical aspects of the structuring of an event; identify the desires of the potential audience and the response of the event to this end; contribute to the area of events of this theme with improvements and experience reports. The methodology was based on describing the relationship between tourism and events, niche events, the structure of planning and organization of events, and the Rosana GeekCon itself. A comparison was also made between the event held and the bibliography used regarding the organization of events, besides the application of research and analysis of questionnaires about the target audience and a field research held during the second edition of the event. The results showed that niche events present a little more difficulty at the moment of organization, especially when we take into account the characteristics of the target audience and that the Rosana GeekCon has a great regional potential, because the big niche events are located in the big capitals and generate a high cost for the audience that lives in the countryside. Regarding the audience, it was observed that events of this niche can reach people of different ages and that it contradicts the idea that movies, games and cartoons are only for children. It is also considered that despite being an event that had only two editions, Rosana GeekCon, when compared to the structure used for planning and organizing events, was a well structured event that follows the bibliography used, but that can still improve.

**Keywords:** Animevents. Events. Event planning and organization. Rosana GeekCon.

## SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	11
2	METODOLOGIA	12
3	TURISMO E EVENTOS	13
4	EVENTOS DE NICHOS	15
5	PLANEJAMENTO E ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS	16
5.1	O QUÊ?	17
5.2	QUEM?	17
5.3	QUANDO?	18
5.4	ONDE?	18
5.5	PORQUE?	18
5.6	COMO?	18
5.7	ORÇAMENTO	19
5.8	PROGRAMAÇÃO	19
5.9	RECURSOS HUMANOS	19
5.10	ESTRUTURA	20
5.11	LOGÍSTICA	20
5.12	IDENTIDADE	20
5.13	PEÇAS DE DIVULGAÇÃO	21
5.14	ADEQUAÇÃO AO PÚBLICO	21
5.15	COBERTURA	21
5.16	SINALIZAÇÃO	21
5.17	CHECKLIST	21
5.18	CERIMONIAL, POSICIONAMENTO DA MESA DE HONRA E SIMBOLOS NACIONAIS EM SOLENIDADES	22
5.19	PÓS-EVENTO	22
6	ROSANA GEEKCON	23
6.1	ESTRUTURA DESCRITIVA DO EVENTO REALIZADO	23
6.2	PAINÉIS	23
6.3	OFICINAS	25
6.4	ATRAÇÕES	27
7	ANÁLISE DE DADOS	30
7.1	ESTRUTURA DO QUESTIONÁRIO	30
7.2	COMPARATIVO	31

7.3	ANÁLISE DO QUESTIONÁRIO	31
7.4	LISTA DE REQUISITOS	35
8	CONSIDERAÇÕES FINAIS	37
9	REFERÊNCIAS	40

## 1 INTRODUÇÃO

A área de turismo e eventos estão interligadas a partir do momento em que o próprio evento começa a trazer pessoas de fora da cidade-sede, com isso os participantes utilizam não só do evento, mas de outras estruturas turísticas como hospedagem, sistema de transportes e restaurantes que o município sede possa oferecer.

Ainda se tratando de eventos, mas agora em um outro aspecto, o surgimento dos nichos de eventos é um detalhe muito importante hoje em dia, pois os nichos conseguem trazer vantagens para quem organiza e para quem usufrui do mesmo, pois se tem a especialização do organizador sobre o tema e o público alvo mais definido, o que atrai mais pessoas com as características deste.

Diante das duas informações citadas anteriormente, surge a ideia que este trabalho aborda: a organização de um evento de nicho específico, pois apesar das vantagens como por exemplo trabalhar com um público definido e já conhecer parte das características do mesmo, o filtro que se deve ter ao tomar decisões para determinado tipo de evento é muito mais refinado do que ao organizar um evento que englobe todos os públicos. Com isso, o objeto de estudo escolhido para essa pesquisa é o Evento Rosana GeekCon, que aconteceu na cidade de Rosana nos anos de 2017 e 2018 respectivamente. Este evento foi escolhido como foco do estudo, pois além de ter ocorrido dentro do campus da UNESP de Rosana, que possui o curso de Turismo, ele teve a participação de alguns alunos como membros da organização e é principalmente um evento de nicho específico que ocorreu em uma cidade de pequeno porte, e com isso podem surgir alguns desafios para a equipe organizadora. Outro motivo é pelo tema do evento ser uma temática que está muito em alta, pois abrange um público que é razoavelmente novo e que vem trazendo uma grande força para o nicho, porém, que no caso estudado, muitas vezes não possuem condições de participar quando o evento se encontra nas grandes cidades.

O objetivo do trabalho é entender como é organizar um evento que possui um público alvo diferenciado e mais específico, e para auxiliar no cumprimento deste, tem-se então como objetivos específicos:

- (1) Descrever os aspectos organizacionais, etapas e a programação de um evento de nicho como o Rosana GeekCon;
- (2) Comparar os aspectos teóricos e práticos da estruturação de um evento;
- (3) Identificar os anseios do público em potencial e a resposta do evento para este fim;
- (4) Contribuir para a área de eventos dessa temática com o apontamento de melhorias e relatos de experiência.

Este trabalho contribui para o âmbito mercadológico na área de eventos, mostrando possíveis melhorias a serem feitas durante a fase de organização de um evento, principalmente os que possuem públicos específicos como alvo, ajudando os futuros organizadores a realizar melhores eventos. Já no meio acadêmico, contribui para aumentar o número de fontes de pesquisa para o tema, já que é um assunto pouco estudado no que diz respeito ao público alvo e o nicho dos eventos otaku, geek, nerd e gamer.

Assim, este trabalho passará pelos seguintes capítulos até sua conclusão: Turismo e Eventos, Eventos de Nicho, Planejamento e Organização de Eventos, Rosana GeekCON, Análise de Dados.

## **2 METODOLOGIA**

A pesquisa será de caráter descritiva onde é possível considerar a partir de TRIVIÑOS (1987 apud, Silveira, 2009) que esse tipo de pesquisa exige muitas informações sobre o que se deseja pesquisar, muito utilizado em estudos de caso, assim sendo realizada a introdução e descrição do evento Rosana GeekCon assim como todos os conceitos relacionados que são de importância para este trabalho. Esta será também de caráter comparativa que segundo Fachin (2001) “Consiste em investigar coisas ou fatos e explicá-los segundo suas semelhanças e suas diferenças.”, assim, será realizado um comparativo entre as características do evento e a bibliografia utilizada sobre planejamento e organização de eventos. A aplicação e análise de questionário será uma ferramenta importante que segundo Fonseca (2002, apud Silveira, 2009) pode ser dita como uma pesquisa de levantamento, pois coleta uma amostra ou de uma população, que a partir de algumas perguntas dispõem-se uma riqueza de informações e análise estática, enviando-o à potenciais participantes e potenciais patrocinadores através das diversas redes sociais, para que haja uma maior compreensão dos fatos e assim descobrir indicadores que possam influenciar no sucesso do evento respondendo assim ao segundo objetivo desta pesquisa, o mesmo obteve um total de 110 respostas. Um estudo de campo torna-se necessário para este trabalho a fim de analisar a estrutura do local onde o evento foi realizado e adquirir conhecimento empírico sobre o mesmo pois, segundo Gil (2008), este método tem ênfase na observação mais do que da interrogação sendo assim, durante a ocorrência do evento seria uma ótima oportunidade para coletar informações.

### 3 TURISMO E EVENTOS

Todos os conceitos de turismo são bem próximos ao conceito elaborado pela Organização Mundial de Turismo (OMT) em 1994, o mesmo passou a ser referência global no assunto. Essa definição diz o seguinte:

O turismo compreende as atividades que realizam as pessoas durante suas viagens e estadas em lugares diferentes ao seu entorno habitual, por um período consecutivo inferior a um ano, com finalidade de lazer, negócios ou outras (OMT, 2001, p. 38).

Ilka P. Tenan (2002, p. 11) como mais motivadoras para se realizar uma viagem sendo elas: lazer, visitas a amigos e parentes, tratamento de saúde, religião e peregrinação, negócios e motivos profissionais. Sendo assim, considera-se então, com base nos conceitos de turismo que: toda atividade desenvolvida no ócio, que não seja trabalho, que seja fora do seu cotidiano e traga prazer, pode nomear como turismo. Turismo de Eventos é uma área que se encaixa bem nesses conceitos e não é novidade que o mesmo tem movimentado o turismo de uma forma estrondosa indiferentemente das características do mesmo, podendo ser: Carnavais, Rock-in-Rio, Fashion Weeks e as sensações do momento Anime Friends, Brasil Game Show e Comic Con Experience por exemplo.

**Figura 1- Anime Friends**



Fonte: Facebook Oficial do Anime Friends (2022)

**Figura 2 - Brasil Game Show (BGS)**



Fonte: Facebook Oficial da Brasil Game Show (2022)

**Figura 3 - Fila Para a Comic-Con Experience**



Fonte: Facebook Oficial CCXP (2019)

Não é o foco deste capítulo exibir números relacionados ao crescimento da área, mas sim trazer a percepção de como eventos está relacionado ao turismo, já que estes citados anteriormente normalmente ocorrem em grandes cidades e com duração variada. Com isso, pessoas de cidades menores são motivadas a saírem de suas cidades de interior para os

prestigiar, utilizando assim das estruturas turísticas como meios de transporte, alimentos e bebidas, espaços de eventos, setor hoteleiro, algumas vezes, atrativos turísticos como praias e parques, teatros municipais e vários outros.

#### **4 EVENTOS DE NICHOS**

A segmentação de eventos por nicho, segundo o site Planeventos (2017) ocorre quando é dado foco ao um público alvo assim facilitando a comunicação e reduzindo a chance de erros. Segmentação de mercado é uma estratégia de marketing comum e eficiente segundo Churchill Jr. e Peter (2000, p. 205) que descrevem a estratégia como “dividir um mercado em grupos de compradores potenciais que tenham semelhantes necessidades e desejos, percepções de valores ou comportamento de compra”. Sendo assim, ganhamos a atenção do público que está mais interessado naquele assunto, além de que, tem se tornado uma das melhores soluções para momentos de crise, e como Kotabe e Helsen (2000, p. 190) afirmam, “a empresa pode desenvolver um composto de marketing para cada segmento e, daí, realizar um melhor trabalho de satisfação das necessidades dos segmentos-alvos”.

A segmentação funciona desta forma: Imagine que acontecerá um evento de exposição de carros na sua cidade. Agora, imagine que o evento que acontecerá é somente de carros antigos. O primeiro caso é um evento comum pois ele abrange uma totalidade de pessoas que gostam de carros, já o segundo caso ele reduz o alvo para pessoas que gostam de carros antigos. É claro que existe a possibilidade de que qualquer tipo de público apareça, mas em uma quantidade reduzida, visto que o evento é público e que muitos curiosos podem aparecer, mas a quantidade de pessoas que gostam do atrativo utilizado no exemplo é muito maior.

Uma tendência natural deste mercado é o fracionamento de grandes feiras e convenções em eventos menores, mais segmentados e direcionados a nichos. Isso já está acontecendo em destinos internacionais e visa tornar a experiência dos participantes mais personalizada. (Diretor Superintendente da Expo Center Norte, Paulo Ventura, durante debate no Congresso Mice Brasil, 07/06/17, São Paulo, apud Planeventos, 2017)

Conforme o site Planeventos (2017), “A experiência do cliente/usuário em eventos de pequeno porte é muito forte[...]”, já que esse usuário impacta em todas as etapas do evento, o que nos leva a entender que para ter um evento de sucesso com um nicho definido, o mesmo precisa ser de pequeno porte. Essa colocação pode ser refutada quando observamos eventos de grande porte que possuem uma definição de nicho de mercado. Um bom exemplo é o Brasil Eco Fashion Week, um evento grande de moda cujo público alvo são grandes marcas e empreendedores da moda, assim como influenciadores digitais. A Feira Internacional de

Turismo (FIT) também é de grande porte, ou seja, um evento que Matias (2013) classifica com um público acima de 500 participantes. O FIT tem como foco empresários e estudantes do ramo do turismo. Portanto, para ser classificado como evento de nicho é necessário definir um público alvo específico que possuem necessidades específicas de consumo e não necessariamente ser um evento de pequeno porte.

Alguns dos benefícios que é possível citar por se realizar um evento segmentado segundo Ivy do site Projetos Especiais (2019) e estas são:

- Referência: Pois se você é especializado e faz um bom serviço, se torna referência no assunto e seu nome chega mais facilmente aos ouvidos do cliente
- Especialização: Ao se focar no público alvo e no tipo de evento conseqüentemente estudará mais sobre o assunto, assim seu trabalho também melhora.
- Melhora no planejamento: Ser especializado em um tipo de evento facilita na hora de planejar pois tem que se preocupar com fornecedores, itens e detalhes específicos do seu nicho, e também melhora na hora da negociação com os mesmos por já ser conhecido e ou já ter trabalhado com o mesmo parceiro várias vezes.

## **5 PLANEJAMENTO E ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS**

Organizar, segundo o Dicionário Online Michaelis, significa: “Dispor de forma ordenada uma série de itens” e/ou “Estruturar de forma metódica” e complementando MORGAN (2002) diz que organização é uma estrutura na qual as pessoas que fazem parte da mesma devem colaborar para atingir o mesmo objetivo. Planejamento de acordo com o site Significados, quer dizer “[...]criar um plano para otimizar o alcance de um determinado objetivo”. Já MAXIMIANO (2000, p. 175) diz que “Planejamento é a técnica, ou processo, que serve para lidar com o futuro”. CHIAVENATO (2014, p.185) complementa que o planejar é o ato de “interpretar a missão organizacional e estabelecer os objetivos da organização, bem como os meios necessários para seu alcance com o máximo de eficácia e eficiência”. Ou seja, pode-se dizer que planejamento e organização de eventos é o ato de criar um método estruturado com uma série de etapas que colocadas em ordem tem o objetivo de otimizar o alcance do objetivo que foi definido para este evento.

Após esta pequena introdução ira-se explorar a estrutura utilizada para planejamento de eventos desde sua concepção até o momento do pós-evento, passando pelas etapas de organização, comunicação e realização.

## 5.1 O QUÊ?

A primeira etapa para se organizar um evento é entender e definir a classificação deste, e existem diversas classificações que podem ser utilizadas em conjunto para filtrar o público por exemplo. Este evento será aberto ou fechado ao público?

A área de interesse também é um método de classificação, podendo ser: artístico, científico, cívico, comercial, cultural, desportivo, folclórico, de lazer, promocional, religioso, social ou turístico.

Outra classificação é o tipo, segundo (Bettega, 2001:61) “os eventos, conforme as características e peculiaridades que apresentam, podem ser classificados em diversos tipos, tais como”: assembleia, brainstorming, brunch, colóquio, conclave, conferência, congresso, convenção, coquetel, debate, encontro, exposição, feira, fórum, mesa-redonda, mostra, oficina, painel, palestra, salão, semana, simplório, seminário, simpósio, videoconferência ou teleconferência, visita e workshop.

Desta forma, pode-se formar um nome para o evento também. Seguindo o exemplo utilizado pelo Instituto Federal do Espírito Santo (2018), “O nome do evento pode ser composto por sua edição, tipo, alcance, assunto e nome do grupo que está organizando ou realizando, como por exemplo:”

- X Semana Acadêmica de Turismo (edição: X + Tipo: Semana acadêmica + Assunto: Turismo)
- Fórum Internacional de Turismo (Tipo: Fórum + Alcance: Internacional + Assunto: Turismo)

Idealizar um bom nome para o evento é importante para o sucesso do mesmo, por isso o nome deve permitir compreensão instantânea por parte do público em relação ao que se trata.

## 5.2 QUEM?

Segundo Feiberger (2010), os eventos podem ser classificados de acordo com o público alvo, além disso, é necessário sempre tem em mente quantas pessoas você espera que virão a comparecer, ou se existe algum limite de público por conta do espaço.

Kunsch (apud BRITTO; FONTES, 2002, MEIRELLES, 1999), considera como público alvo não só que vai prestigiar o evento, mas também os acionistas, diretores, funcionários, familiares, comunidade geral, consumidores, imprensa, sindicatos, concorrentes, governo, comunidade financeira, revendedores e fornecedores.

Percebe-se que a lista de públicos a atingir é extensa, o que torna o trabalho de organizar o evento um tanto quanto complicada, porém, quanto mais desse público alvo conseguir atingir, as chances de sucesso aumentam consideravelmente

### **5.3 QUANDO?**

As datas podem ser comemorativas como nos casos de viradas de ano, natal, festa junina, ou também datas aleatórias, o importante é que devem ser bem trabalhadas visto que alguns empecilhos podem prejudicar o seu evento. Consultar o calendário de eventos da cidade sede do mesmo é uma boa forma de evitar choques de eventos no mesmo dia, e consequentemente evitando que seu público fique dividido entre os dois. Se o evento for público e depende de licitação por exemplo, o prazo para contratações deve ser levado em conta para a marcação da data. O IFES<sup>1</sup> (2018) acrescenta que os prazos para a produção de materiais e estruturas também devem ser levados em consideração.

### **5.4 ONDE?**

O espaço escolhido para que o evento aconteça deve ser pensado para comportar ele da melhor forma possível, não adianta apresentar um teatro por exemplo em um espaço onde a acústica não é boa pois o público não ouvirá nada. Além disso é legal observar também os arredores facilitando a chegada do público da melhor maneira e a capacidade de público em relação a expectativa.

### **5.5 PORQUE?**

Saber o objetivo do evento ajuda a manter o foco sobre onde o evento deve chegar e é um dos primeiros passos a seguir durante o planejamento.

Geralmente, o início do planejamento se dá nas primeiras reuniões entre o promotor e o organizador do evento, momento no qual são identificados o tema, os objetivos, a programação, o formato, as datas, o público-alvo, a quantidade de pessoas esperadas e o local. (Oliveira, Sandra Mara Tabosa de, 2016)

Já a justificativa tem a importância de dar melhor entendimento sobre as razões da realização do evento e também é necessário para as contratações.

### **5.6 COMO?**

Nesta etapa é onde se encontra a parte de planejamento e organização, onde serão listadas as tarefas, os responsáveis por elas e os prazos e uma das melhores formas de se realizar

---

<sup>1</sup> Instituto Federal do Espírito Santo

esse procedimento é criando um cronograma ou checklist, assim acompanhando o andamento e evitando que nada seja esquecido.

## 5.7 ORÇAMENTO

A partir deste ponto, será observado partes estruturais para que o evento aconteça. Primeiramente o orçamento, ou seja, a verba que será gasta para a realização do evento. O IFES (2018) classifica as fontes da seguinte forma:

- **Pública:** Quando a verba vem de algum órgão público como por exemplo a prefeitura.
- **Privada:** Quando a verba parte de uma empresa privada: Supermercados e outros.
- **Mista:** Quando a verba é de ambas as fontes, empresas privadas e órgãos públicos.
- **Patrocínios, apoios e parcerias:** Quando a verba vem de patrocinadores (quem compra espaço de exibição de marca), apoiadores (presta algum serviço, cede espaço ou material em troca de exibição da marca) e outros.

## 5.8 PROGAMAÇÃO

Quais serão as atividades e atrações que terão no evento, os temas, os horários. Essa etapa é onde será definido o que o público poderá presenciar no evento seja, palestras, shows, jogos, painéis ou qualquer outro atrativo que se encaixe com o tema do evento.

## 5.9 RECURSOS HUMANOS

A equipe deve estar preparada, e deve ser pensada de acordo com as necessidades do evento, quais funções serão necessárias para que o evento aconteça por exemplo, operador de som, garçom, técnico em informática e outros.

Os colaboradores são funcionários, estagiários ou servidores que possuam funções que possam se encaixar com a função necessária. O técnico em informática por exemplo, pode ser convidado a prestar suporte ao evento como parte da equipe principal da organização.

Servidores e alunos podem se voluntariar para trabalhar no evento e em alguns casos é necessário um edital de chamada. Para os voluntários geralmente é atribuído um certificado de participação.

Em casos mais extremos, onde há necessidade de pessoal especializado, ou equipes terceirizadas, costuma-se recorrer a contratação, ou seja, uma equipe que receberá um valor para prestar serviços durante o evento.

A contratação dos serviços profissionais para um evento deve ser realizada após uma criteriosa seleção, isto é, com apresentação de referências pessoais e profissionais,

documento de identificação, endereço e telefones comprovados. Tudo o que for acordado deve ser assegurado mediante contrato de prestação de serviços específico para esse fim. (MATIAS, 2007:124)

### **5.10 ESTUTURA**

Para que o evento aconteça, é necessária uma estrutura que atenda às necessidades que serão apresentadas durante a fase de planejamento. No livro Guia Rápido Para Organização de Eventos, o IFES (2018) indica 6 pontos que devem ser levados em consideração:

- O espaço: A reserva/aluguel de um espaço deve ser prioridade, pois sem esta, não conseguira planejar o respo da estrutura do evento e nem realizar a divulgação;
- Decoração: de acordo com a necessidade, intuito e orçamento da festa, pode ser necessário uma decoração;
- Estandes e mobiliários: quantidade, local e distribuição dos estandes, palcos e outras estruturas no ambiente;
- Energia; quantos e onde os pontos de energia serão localizados de acordo com a necessidade para realização do evento;
- Iluminação e som; definir qual o modelo necessário de sonorização para cada atrativo ou ambiente dentro do evento;
- Acessibilidade; sinalização, rampas tradução em libras, tudo para que possa ser acessível a todos os tipos de públicos.

### **5.11 LOGISTICA**

O responsável pela logística do evento terá a responsabilidade sobre os recursos necessários para execução de cada atividade. Pode-se citar alguns pontos como: alimentação, tanto da equipe como dos participantes; Transporte caso necessário um traslado entre hotel e evento; Hospedagem, ou seja, realizar as reservas dos quartos e até mesmo conseguindo descontos.

### **5.12 IDENTIDADE**

A identidade do seu evento deve representar os objetivos ao seu público, em casos de eventos temáticos de animes, por exemplo, é possível notar que a logo traz sempre algum personagem com traços de desenhos japoneses.

### **5.13 PEÇAS DE DIVULGAÇÃO**

Através da identidade do evento, peças para ajudar na divulgação podem ser criadas como itens colecionáveis, copos, camisetas, que podem ser sorteados, doados, ou até mesmo comercializados antes, durante ou depois do evento.

### **5.14 ADEQUAÇÃO AO PÚBLICO**

Adequar a linguagem utilizada ao público-alvo é uma estratégia interessante que pode trazer a sensação de pertencimento dos participantes em relação ao local que estão indo conhecer.

### **5.15 COBERTURA**

Esta etapa trata sobre criação de mídias sobre o evento: notícias, divulgação, fotos tiradas durante o evento e vídeos, então a equipe responsável deve decidir se há ou não a necessidade de contratação de mão-de-obra especializada.

### **5.16 SINALIZAÇÃO**

Como os participantes podem não estar familiarizados com o local, sinalizações devem ser colocadas em locais estratégicos para facilitar a localização de auditórios, banheiros, área de jogos e outros pontos do evento. Um mapa geral também é uma opção viável.

### **5.17 CHECKLIST**

A partir deste ponto o foco está na fase de realização do evento, ou seja, nos procedimentos que devem ser realizados horas antes do evento começar. Para não perder nada, é recomendado a realização de um checklist. “Não existe um modelo ideal de checklist! Ele deve ser feito de acordo com as necessidades particulares de cada evento” (IFES, 2018). Nesta lista podem estar inclusas:

- Passagem de som
- Conferir instalações
- Alimentação

Estes são apenas algumas das tarefas, mas essa lista pode ficar mais extensa a medida das necessidades do evento.

### **5.18 CERIMONIAL, POSICIONAMENTO DA MESA DE HONRA E SIMBOLOS NACIONAIS EM SOLENIDADES**

Alguns tipos de eventos, como o exemplo das palestras, exigem algumas formalidades que fazem parte do cerimonial. Esse processo é dotado de um roteiro montado previamente e este deve ser dinâmico apenas com informações relevantes para manter a flexibilidade e lidar com situações diversas. Além disso, esses eventos contam com abertura e uma ordem de precedência que, segundo D'Arcanhy (1998), a precedência é uma ordem hierárquica de disposição das autoridades seja ela de um Estado, de um grupo social, de um organismo ou de todo o corpo organizado.

Ou seja, é a apresentação e disposição na mesa solenes de acordo com a hierarquia iniciando pelo Presidente da República e por último professores e, caso tenha alguns, alunos. Essas pessoas são dispostas de acordo com o número de integrante das mesas, em caso de mesas ímpares o primeiro da lista de precedência se encontrará no centro, a segunda da lista a direita, a terceira a esquerda e assim por diante alternando entre esquerda e direita. Já nos casos de mesas pares, é definido um centro imaginário e a pessoa mais importante se encontra logo a direita deste centro, a segunda à esquerda do centro, a terceira se encontra a direita da primeira mais importante, assim também alternando entre direita e esquerda até o fim da lista.

Outro elemento importante nas cerimônias oficiais: colação de grau, posses, inaugurações e etc., é a utilização obrigatória da Bandeira Nacional, Hino e outros Símbolos Nacionais. Estes são regulamentados pela Lei nº 5.700/71, as bandeiras devem estar à direita da mesa de honra e em destaque, e o hino em eventos não oficiais fica a bom senso dos organizadores.

### **5.19 PÓS-EVENTO**

Após o término do evento, cuida-se do feedback, relatórios, prestação de contas e certificação. O feedback pode ser realizado através de um questionário aplicado aos participantes, para assim ter em consideração o ponto de vista deles para um próximo evento. O relatório também é gerado levando em consideração as experiências positivas e negativas, onde as boas podem ser consideradas para próximos eventos enquanto as ruins como exemplos do que não fazer e oportunidade para melhorar.

Com relação a pagamentos, deve-se realizar a prestação de contas para mostrar transparência ao usar os recursos financeiros principalmente quando há verba privada, e também acompanhar os processos de pagamento das contratações.

Por último, mas não menos importante, a certificação dos participantes deve ser feita nos casos dos voluntários e quando são eventos de caráter acadêmico como congressos e seminários, ou em casos como workshops e cursos.

## **6 ROSANA GEEKCON**

### **6.1 ESTRUTURA DESCRITIVA DO EVENTO REALIZADO**

O Rosana GeekCon é um evento de nicho específico para o público Otaku, Geek, Nerd e Gamer que estreou em meados de 2017 no município de Rosana-SP mais precisamente na E.E Francisco Piergentile apenas no período da manhã. O evento em sua primeira edição o evento contou com 2 palestras relacionadas ao tema central que ocorreram simultaneamente e os itens da exposição foram disponibilizados a partir de acervo particular dos organizadores. Neste evento não haviam lojas de produtos temáticos e estima-se que tenham comparecido em torno de 250 participantes, dentre eles, alunos da escola, alunos da UNESP e outros moradores da cidade.

Em sua segunda edição que ocorreu dentro do Campus da UNESP da própria cidade de Rosana no dia 18 de Agosto de 2018, além de palestras(o que aconteceu na 1ª) foram incluídas atividades como campeonatos de jogos online como League of Legends e Conter Strike: Global Offensive, contava também com campeonato de Just Dance, Naruto e Mortal Kombat. Desta vez o evento recebeu em torno de 600 pessoas vindo das cidades da região e com direito a lojinhas de itens especializadas, além de uma Escape Room, local para jogos de cartas e sucos Mupy (marca famosa por participar de eventos do mesmo tipo).

### **6.2 PAINÉIS**

Na programação oficial realizaram-se painéis de forma a apresentar diferentes temas. O primeiro deles, segundo a programação do evento foi o Workshop: A Jornada do Herói, que foi ministrado pelo Prof. Guilherme Henrique Barros de Souza onde o mesmo “mostrou a estrutura narrativa da Jornada do Herói delineada por Joseph Campbell em seu livro o Herói de Mil Faces.” (Souza, 2018). O workshop apontou que vários personagens da cultura pop contém a mesma estrutura narrativa e por fim criou-se um personagem do cotidiano comum dos presentes com uma estrutura narrativa para ilustrar a jornada deste.

**Figura 4** - Workshop: A Jornada do Herói



Fonte: Souza (2018, p.1)

O Painel seguinte foi: Universo Cinematográfico Marvel, ministrado pela turma da Central HQs mostrou de onde veio a inspiração, a fidelidade e as alterações feitas para a adaptação dos Quadrinhos para os Cinemas.

**Figura 5** - Painel: Universo Cinematográfico Marvel



Fonte: Souza (2018, p.2)

O terceiro painel foi onde Roberto Ortega relatou parte da sua vida no mundo Nerd do ponto de vista de alguém apaixonado pelo tema através dos seu colecionáveis, além de suas experiências como gamer, e as nuances dessa cultura, Vale ressaltar que a interação do público e a caracterização do mesmo com o público tornou a atividade muito produtiva.

**Figura 6 - Painel: A Vida Nerd e História dos Games**



Fonte: Souza (2018, p.2)

O pessoal da PokeHouse falou sobre o sucesso da franquia Pokemon nas mais diversas mídias trazendo todo o universo deste Anime/ Jogo à tona, além disso a PokeHouse distribuiu diversos brindes durante o evento.

**Figura 7 - PokeHouse**



Fonte: Souza (2018, p.3)

### 6.3 OFICINAS

Foram realizadas 4 oficinas durante o evento.

Na oficina de Astronomia que foi liderada pelo Professor Renivaldo José dos Santos os participantes puderam construir uma Luneta de PVC e tiveram noções de Astronomia e outras questões sobre um universo como um todo. “A oficina teve a presença do professor da rede estadual de ensino de Pirapozinho que trouxe valora colaboração para o momento.” (Souza, 2018)

**Figura 8 - Oficina de Astronomia**



Fonte: Souza (2018, p.3)

A Oficina de desenho trouxe noções básicas de desenho focado na construção de figuras humanoides e foi ministrada por Jhonatan Freire, criador do personagem Superdentinho.

**Figura 9** - Oficina de Desenho



Fonte: Souza (2018, p.4)

A oficina de pintura em miniaturas ensinou técnicas e cuidados com detalhes em figuras voltadas para o RPG e foi ministrada por José Amaral Junior.

**Figura 10** - Oficina de Pintura



Fonte: Souza (2018, p.4)

Também teve uma oficina de origami ministrada pelo servidor técnico do Campus de Rosana Carlos Eduardo da Silva.

#### **6.4 ATRAÇÕES**

Das atrações, o evento contou com Batalha Campal que contou com a participação de famílias, crianças e o grupo de escoteiros do município.

**Figura 11 - Batalha Campal**

Fonte: Souza (2018, p.5)

O curso de Eventos da FATEC de Presidente Prudente – SP montou uma sala de Escape, onde os participantes deveriam solucionar os mistérios para escapar do recinto.

**Figura 12 - Sala de Escape**

Fonte: Souza (2018, p.5)

Os participantes do evento também puderam tirar fotos com cosplayers (pessoas fantasiadas de personagens da cultura pop), painéis, exposição de colecionáveis e tiveram contato com músicas temáticas concorrendo a brindes.

**Figura 13 - Cosplayers**

Fonte: Souza (2018, p.6)

**Figura 14 - Exposição de Colecionáveis**

Fonte: Souza (2018, p.7)

Entre as atrações também haviam os torneios de videogames e jogos de computador com direito a premiação e oferecendo maior contato e interesse de crianças que nunca tiveram a oportunidade de interagir com esses elementos e também uma área de card games tutorada pelo pessoal da PokeHouse.

**Figura 15** - Torneios, Card Games e Video Games

Fonte: Souza (2018, p.8)

Depois da segunda edição a organização estava muito animada para realizar a próxima que aconteceria em 2019, mas por problemas financeiros a edição foi cancelada com prévia de retorno em 2020 que também teve de ser cancelada devido às condições de pandemia.

É importante ressaltar que o termo “GEEK” utilizado no nome do evento, neste caso, engloba 4 públicos diferentes: Otakus são pessoas que são adeptos da cultura popular japonesa em geral. Este termo no Brasil tem significado diferente de seu lugar de origem onde é considerado pejorativo segundo SAKUDA (2006); Geek e Nerd, que apesar de associadas, tem diferentes características como apresenta o engenheiro de software Burr Settles. Em sua pesquisa de 2013, Settles analisa 2.6 milhões de tuítes associados aos termos e considera que Nerd está mais associado aos estudos, a ciência e teorias, já os Geeks a cultura pop, o entretenimento e tecnologia por exemplo; Gamer: apesar de não possuir um estudo científico por trás do termo, gamer é uma palavra popularmente utilizada, principalmente na internet, para descrever pessoas que se aprofundam no mundo dos games. Apesar de cada um desses nomes terem características diferentes, eles sempre andam em harmonia quando se trata dos eventos, pois as atrações acabam abrangendo os 4 públicos.

## 7 ANÁLISE DE DADOS

### 7.1 ESTRUTURA DO QUESTIONÁRIO

O questionário utilizado neste trabalho teve o intuito de identificar um perfil básico das pessoas interessadas nestes eventos e possivelmente detectar fatores que possam não só influenciar na vida destas pessoas como também pode influenciar no sucesso de um evento de público específico, como por exemplo o preconceito sobre o tema e o público que o acompanha. Assim as perguntas feitas remetem a faixa etária do público, se a pessoa se encontra empregada

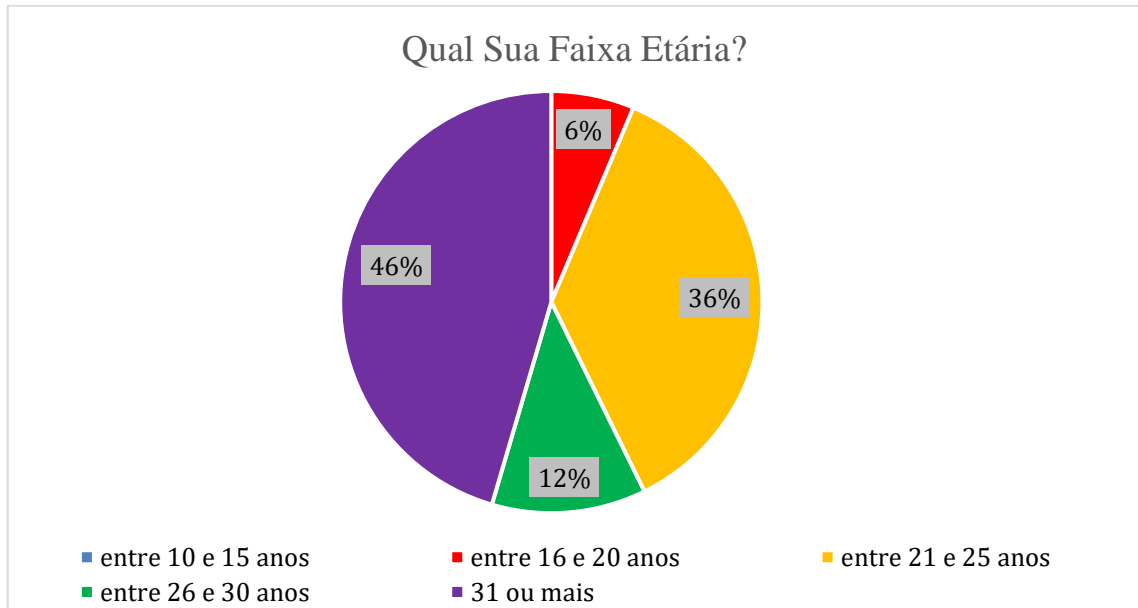
ou não (formal ou informalmente) o que pode indicar certa independência financeira, conhecimento do assunto (se a pessoa sabe o que é um Animeevento), participação de eventos semelhantes, atração (o que mais atrai a pessoa neste tipo de evento), e quais as maiores dificuldades que as mesmas encontram para participar deste atrativo (quantidade de eventos, alto custo, preconceito dos pais e amigos, distância, ou por falta de interesse da própria). É relevante ressaltar a importância de conhecer o público alvo, pois assim, pode se adequar o produto oferecido ao mesmo, e evitar ou corrigir alguns possíveis problemas que possam aparecer, para que assim o participante possa se sentir acolhido e reduzir a sensação de segregação.

## **7.2 COMPARATIVO**

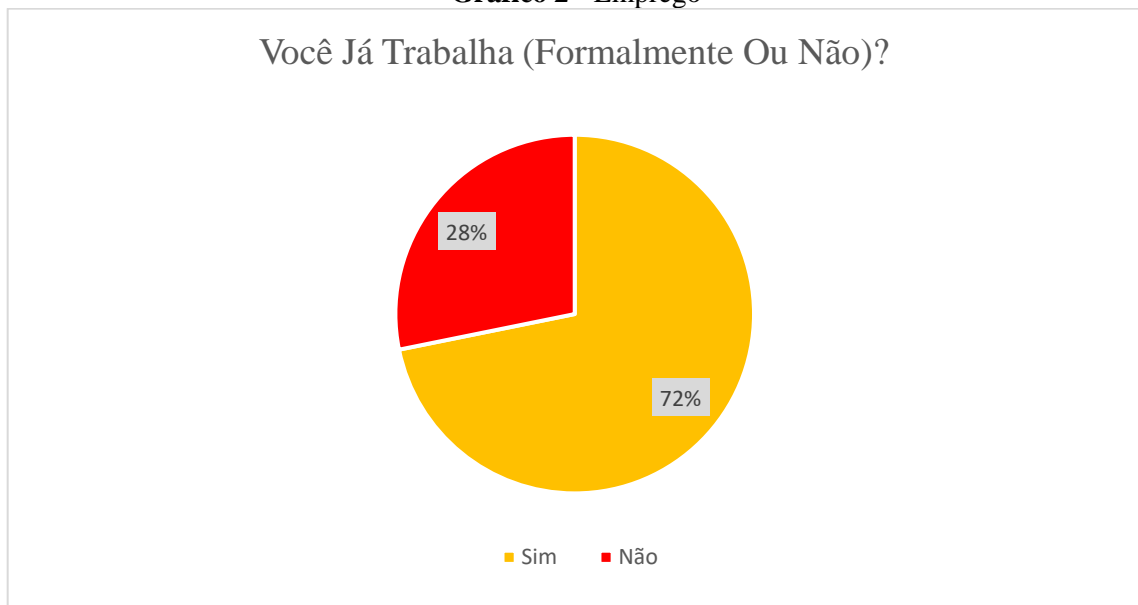
Será realizado um comparativo através de uma lista de requisitos elaborado a partir da bibliografia utilizada ao longo do capítulo 4 referentes a planejamento e organização de eventos. Esta etapa visa identificar através de um “padrão” utilizado para organização de eventos em outras universidades, quais as etapas que a equipe organizadora do Rosana GeekCon cumpriu ou não. É importante ressaltar que não cumprir alguns requisitos não quer necessariamente apontar um possível fracasso do evento, mas, pelo contrário, o preenchimento de todos os requisitos pode aumentar as chances de sucesso e reduzir a ocorrência de imprevistos.

## **7.3 ANÁLISE DO QUESTIONÁRIO**

A seguir será mostrado uma análise dos dados coletados com os questionários via divulgação online em redes sociais. É importante apontar que algumas questões precisaram ser analisadas de forma diferente das outras por conta do modelo utilizado na mesma. No total, foram 110 respostas obtidas com as perguntas, e a partir desses dados já se pode ter uma noção das características e das motivações do público.

**Gráfico 1 - Faixa Etária**

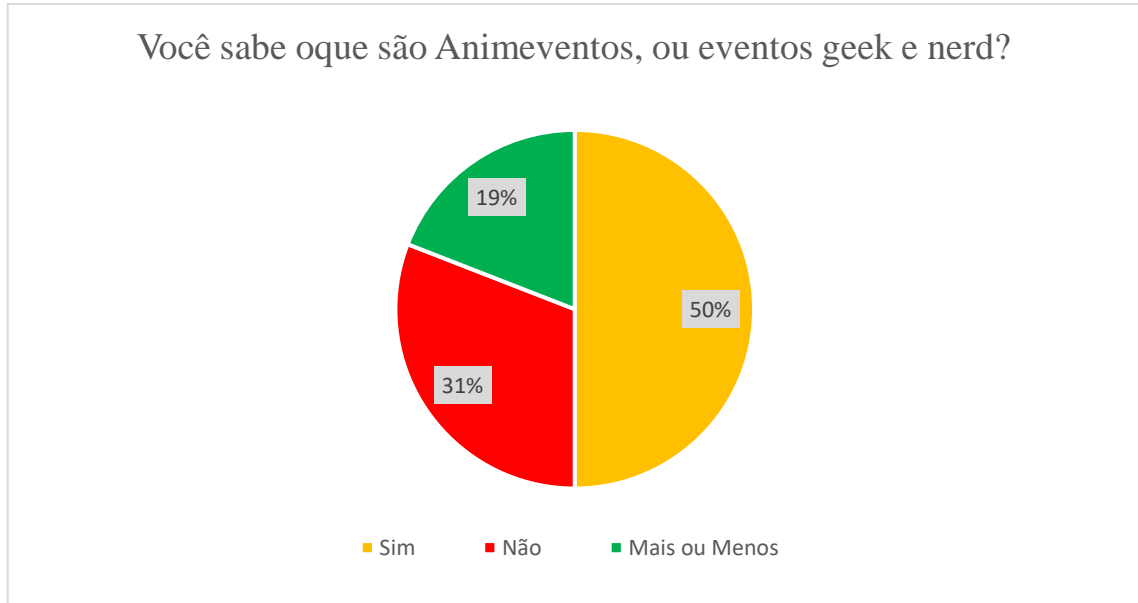
No gráfico 1 foi observado a média da idade do público que respondeu as perguntas e principalmente do pessoal que participa dos Animeeventos. A maior parte do público (54%) possui a idade entre 16 e 30 anos de idade, enquanto 46% são maiores de 31, ninguém que respondeu o questionário tem idade igual ou menor a 15 anos. Então, o público que mais participou das respostas se encontra na categoria “Jovens”.

**Gráfico 2 - Emprego**

Neste Gráfico podemos ver que 72% do público participante, respondeu que “sim”, ou seja, já trabalha, isso pode indicar um certo nível de “independência” com seu dinheiro e com

o que pode gastar. Já os 28% que não trabalham, ainda dependem dos pais ou parentes para comprar algo que desejam.

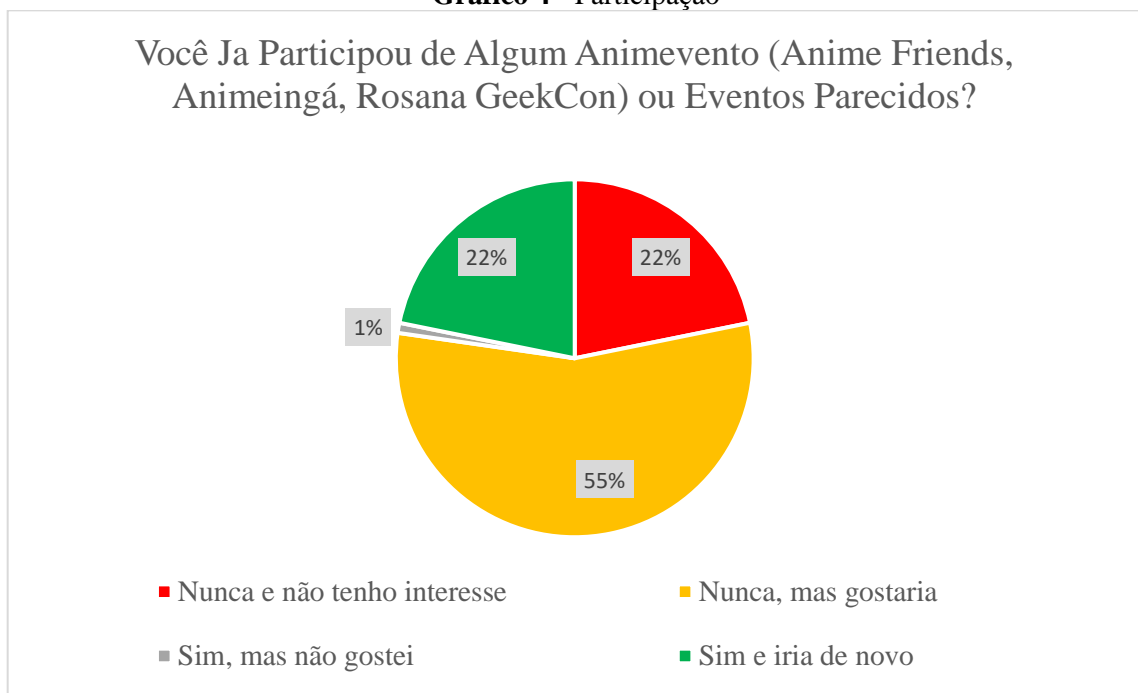
**Gráfico 3 – Conhecimento**



Fonte: O Autor (2020)

Quando questionados sobre conhecer ou não o assunto, 69% das pessoas que participaram da pesquisa já tinham algum conhecimento sobre o que são os Animeventos e 31% não, o que indica um certo nível de popularidade do assunto entre todas as idades. E mesmo sendo baixo o número de pessoas que não sabiam o que era, teve-se o cuidado de apresentar uma breve explicação sobre o assunto antes de dar continuidade no questionário.

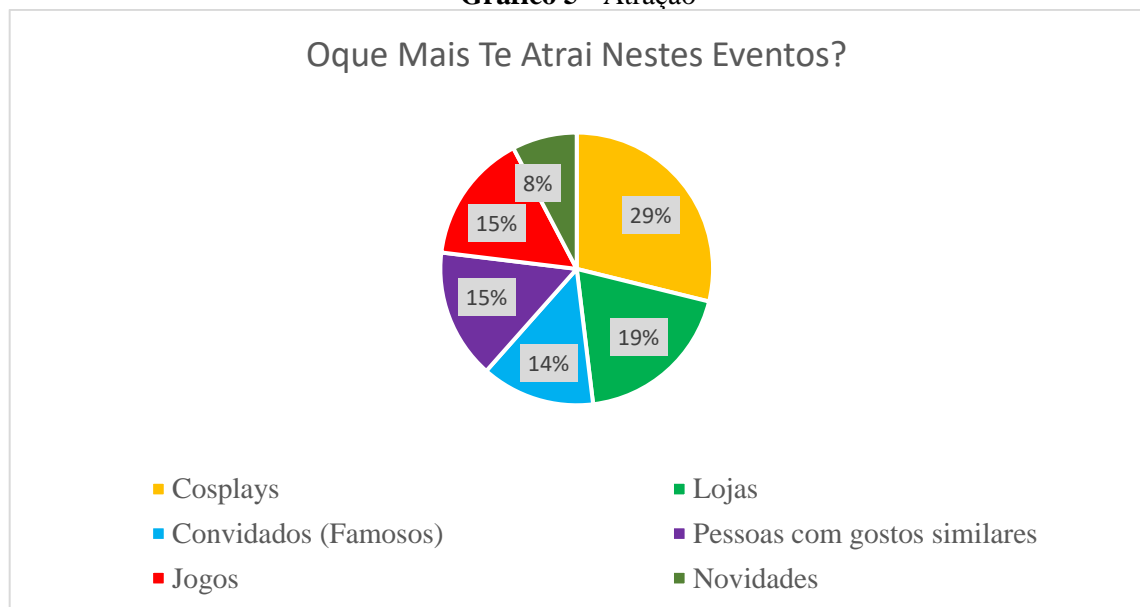
**Gráfico 4 - Participação**



Fonte: O Autor (2020)

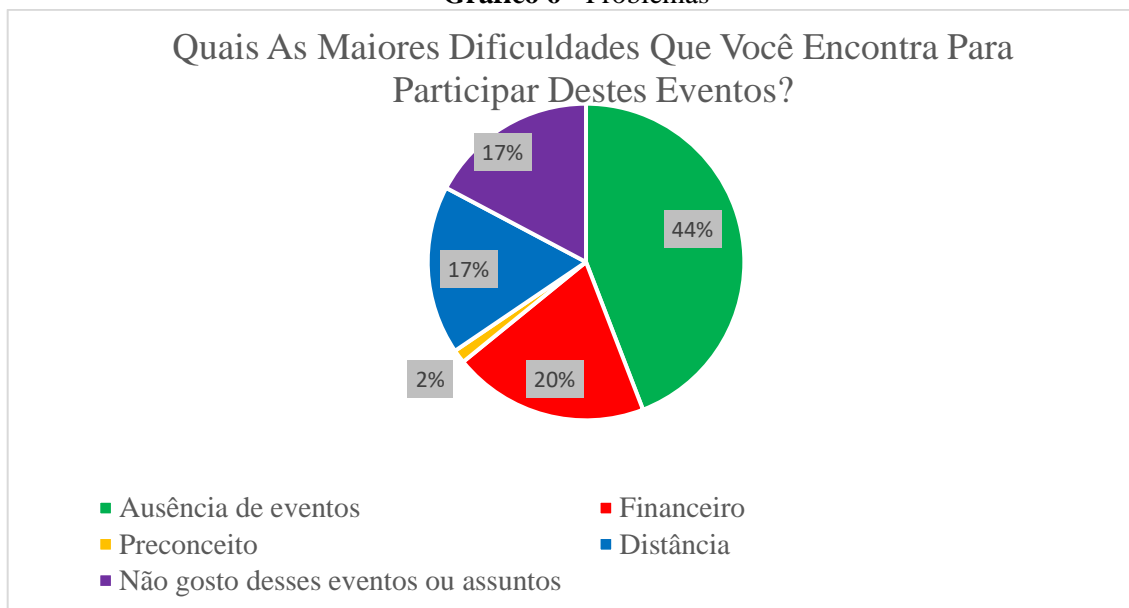
Após a explicação, nota-se que apenas 22% dos entrevistados não possuem interesse neste tipo de evento e que nunca foram em um. 22% já foi e tornaria a ir, e outros 55% não foram mais gostariam. E comparando com o gráfico de idades podemos dizer então que o público de todas as faixas pode estar incluso entre as porcentagens já que se precisa de 3 das 4 opções do primeiro gráfico serem somadas para obter o aproximadamente mesmo valor de interessados nos Animeventos. Pode-se observar quem todos os que foram gostariam de ir novamente, o que pode mostrar um bom nível de satisfação do público alvo.

**Gráfico 5 - Atração**



Fonte: O Autor (2020)

Na questão abordada por este gráfico, as respostas foram livres, e não foi uma pergunta obrigatória, por conta da possibilidade dos não interessados, e para os participantes terem uma liberdade maior de expressão. Após analisados os dados, classificaram-se as respostas por similaridade e criou-se categorias quem foram: Cosplays, Lojas, Convidados, Pessoas com gostos similares, Jogos e Novidades. 15 pessoas (29%) responderam que os cosplays são o que mais gostam ou tem vontade de conhecer, mas no geral, todas as categorias foram bem contempladas. É legal enfatizar que 8 pessoas gostam ou gostariam de ir à um Animevento, por conta de ter contato com pessoas as quais elas se identificam, ou seja, pessoas que gostam das mesmas coisas, que falam sobre os mesmos assuntos e 19% das respostas dão valor as lojas de souvenirs para trazer uma lembrança daquele momento e dos seus animes, jogos, series e filmes favoritos.

**Gráfico 6 - Problemas**

Fonte: O Autor (2020)

Esta questão foi pensada para apontar fatores problemáticos que dificultam para que mais pessoas participem dos eventos citados nas outras questões. Cada pessoa poderia selecionar mais de um motivo, e o mais citado, ocupando sozinho 44% do gráfico é a “Ausência de eventos”, ou seja, o que também nos leva aos outros 2 fatores mais citados: a distância e o financeiro. A distância pode indicar então que os eventos acontecem nas grandes cidades como São Paulo, Rio de Janeiro e outras, assim como o Anime Friends por exemplo. Com isso o fator financeiro acaba se agravando visto que além do pagamento da entrada, ainda dependem de gastar com viagem para o local, sendo de carro, de ônibus por conta própria ou então excursões.

#### 7.4 LISTA DE REQUISITOS

Utilizando a bibliografia citada anteriormente no capítulo sobre Planejamento e Organização de Eventos, mostra-se necessário apontar se o evento Rosana GeekCon foi estruturado e organizado de forma semelhante. Sendo assim a organização apresentou os seguintes pontos:

- O que: tipo: convenção, alcance: Rosana, Assunto: Geek;
- Quem: Pessoas que tem interesse pela cultura Nerd, Geek e Gamer;
- Quando: 18/08/2018;
- Onde: Instalações da UNESP Rosana;
- Porque: Possibilitar o público de Rosana e região a ter contato com a cultura popular japonesa e outros assuntos Nerds e Geeks;

- Como: Para atingir ao objetivo proposto pelo evento foram organizados painéis, minicursos, experiências e exposições estruturados em um evento de extensão acadêmica do curso de Turismo.
- Orçamento: De acordo com o Demonstrativo Financeiro do Rosana GeekCon, a receita do evento foi de R\$1096,00. As despesas, de modo geral, forma com os seguintes itens: Transporte para os organizadores do escape room e da banda, serviços gráficos, segurança, alimentação dos palestrantes e professores de oficinas, materiais para as oficinas, e batalha campal;
- Programação:

Figura 16 - Programação do Evento

**GUIA DO EVENTO**

**PAINÉIS**

No Aniflixão com entrada liberada para todos.

As 10:30 hrs - Jornada do Herói  
Descubra a fantástica ligação entre os heróis

As 12:30 hrs - Universo Marvel no Cinema  
Descubra as relações dos filmes com as HQs

As 14:00 hrs - A Vida Nerd e os Games  
Mais da cultura Nerd e a história dos Games

As 16:00 hrs - Pokémon, do TCG ao GO!  
Seja você também um mestre Pokémon

**OFICINAS**

Realizadas na Sala Q, apenas para inscrições nos mini cursos

09:30 O & A Bateria  
11:30 Mini Curso de Introdução ao RPG  
13:30 Mini Curso de Introdução ao RPG  
15:30 Mini Curso de Introdução ao RPG

**VIDEO GAMES**

A partir das 09:00 no palco na área de jogos.  
Inscrições para os torneios no local até as 11:00.

**ACESSO AO WIFI**

Você tem acesso liberado à internet com seu dispositivo!  
Basta conectar-se à rede unesp@rosana e entrar unesp@rosana.  
Após isso você deverá logar com sua conta do Facebook ou Google+.

**HORÁRIOS**

Atrações	Horário	Local
Abertura do Evento	9:00	Área Central
Seminários League Of Legends e CS-GO	9:00	Área Central
Inscrições Torneios de Vídeo Game	9:10 às 11:00	Área Vídeo Game
Inscrições Torneio de Card Game	9:10 às 11:00	BoardCard Game
Microfone Aberto	11:00	Área Central
Torneios de Vídeo Game	11:30	Área Vídeo Game
Torneios de Card Game	11:30	BoardCard Game
Microfone Aberto	13:30	Área Central
Finals League Of Legends e CS-GO	14:30	Área Central
Apresentação Banda Killer Season	16:00	Área Central
Batalha Campal	O dia todo	O dia todo
Jogos de Tabuleiro	O dia todo	BoardCard Game
Escape Room	O dia todo	Escape Room
Encerramento, Premiações e Sorteios	17:30 às 18:30	Área Central

**ÁREAS**

Fonte: Página do Rosana GeekCon no site Facebook (2018)

- Recursos Humanos: Estiveram À disposição do evento os funcionários da AEPE, Informática e área Operacional, bem como voluntários que auxiliaram no processo. Também tivemos uma equipe de discentes que atuaram fortemente no evento;
- Estrutura: instalações da UNESP Rosana, decoração temática com painéis para fotos, palco na parte central do evento, salas utilizadas para os campeonatos, palestras e mini cursos;
- Logística: praça de alimentação, ônibus para alunos das escolas da região;
- Identidade: mascote localizado na lateral direita da imagem:

Figura 17 - Mascote



Fonte: Página do Rosana GeekCon no site Facebook (2018)

- Peças de divulgação: Site, Instagram e Folders. Carro de Som na semana do evento;
- Adequação ao público: o pessoal que trabalhou no evento eram grande parte jovens que também gostavam do assunto, o que facilita e melhora a comunicação com o público;
- Cobertura: grande parte da cobertura pré-evento foi realizada através de publicações no facebook e site do evento que se encontrava online na época, também tivemos voluntários fotógrafos para cobertura durante o evento;
- Sinalização: Feita pela equipe de apoio, nas salas;
- Checklist: De acordo com a organização, não foi realizado nenhum checklist;
- Cerimoniais não foram necessários;
- Pós evento: Relatório acadêmico e agradecimentos nas redes sociais.

## 8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Rosana GeekCon, foi um evento realizado por professores e outros voluntários da cidade, com intuito de trazer maior conhecimento e contato com a cultura popular japonesa ao pessoal da região dessa forma o evento se caracteriza mais como um evento cultural e não como um evento para arrecadar dinheiro.

Percebe-se que organizar eventos não é uma tarefa fácil pois existem muitos pontos a serem definidos antes que o mesmo possa de fato acontecer. A tomada de decisões deve ser ainda mais precisa quando se propõe filtrar o público e torna-lo um evento de nicho específico pois todas as atrações, sejam elas musicais, minicursos e outras devem ser voltadas aos gostos dos participantes visando a maior adesão possível do público.

Quando o assunto é animes, quadrinhos e jogos, as pessoas podem pensar que se trata de um evento para o público infantil e, se analisarmos o gráfico, o mesmo pode corroborar com essa ideia, porém não podemos descartar a grande parcela de pessoas que são consideradas adultas que também fazem parte desse gráfico, isso mostra que eventos com o mesmo tema do Rosana GeekCon atingem pessoas de todas as idades aumentando nesse quesito o alcance de

público. Entretanto podemos perceber que na região onde a pesquisa foi aplicada não são realizados tantos eventos desse nicho e que a maior parte do público não participa por conta de distância ou por conta do financeiro, que pode ou não estar relacionado aos custos das viagens para as cidades-cede dos grandes eventos.

Analisando pelo lado organizacional em comparativo com estruturas utilizadas por outras equipes organizadoras, as pessoas que organizaram o Rosana GeekCon se mostraram bem preparadas para assumir tal tarefa, pois além de “cumprir” boa parte da lista, provando ser um evento bem estruturado, fizeram com que o evento pudesse ser um sucesso dentro da região atingindo um público considerável. A equipe também foi cuidadosa em estabelecer atrações além de disponibilizarem meios para que o público de cidades vizinhas pudesse chegar até o evento.

Durante os dias do evento, através do estudo de campo, algumas observações foram feitas que poderiam colaborar para as próximas edições: em relação a estrutura, algumas mudanças poderiam ser realizadas para maior aproveitamento de todo espaço que a UNESP pode oferecer utilizando as quadras para gincanas, biblioteca e até mesmo laboratórios para demonstrações de física e química por exemplo, afinal o mesmo abrange o público nerd. Já com a mão-de-obra, poderiam explorar mais o conhecimento dos alunos do curso de turismo ou então incentiva-los a participar da organização como forma de adquirir experiência em organização de eventos e também agregar com o que aprenderam durante o curso. Na praça de alimentação poderiam ter opções de comidas típicas do Japão pois existe uma grande variedade de comidas pratos. E para uma próxima edição também realizarem transmissões ao vivo do evento para alcançar mais pessoas através das plataformas online para atingir o público que não pode participar presencialmente.

O evento mostrou ser de grande importância para o meio acadêmico que pode participar e adquirir experiência com organização de eventos, também foi de grande importância para a equipe organizadora que teve seus esforços recompensados e seus objetivos alcançados e por último, para o público, que em sua maioria provavelmente nunca haviam presenciado um evento de tal nicho por conta de estarem situados em grandes cidades, e puderam encontrar e se identificar com pessoas que tem os mesmos gostos. Destaca-se também a carência de materiais que falam sobre o público alvo e a temática deste evento, tornando esse trabalho uma nova fonte de dados que possa ser utilizado em novas pesquisas e acrescentando outro ponto de vista para a comunidade acadêmica em relação ao assunto e, talvez, incentivar mais pesquisadores que se identifiquem com o tema. Este trabalho também tinha a ideia de servir

como base para a organização da terceira edição do evento que aconteceria posteriormente, porém devido ao grande impacto global que a pandemia do COVID-19 o mesmo não aconteceu.

## 9 REFERÊNCIAS

D'ARCANHY, Lula. **Cerimonial público e privado**. Curitiba, Editora do Autor, 1998.

CHIAVENATO, Idalberto, **Administração nos Novos Tempos: Os novos horizontes em administração**. 3. ed. – Barueri, SP: Manole, 2014.

CHURCHILL JR., Gilbert A.; PETER, J. Paul. **Marketing: criando valor para os clientes**. São Paulo: Saraiva, 2000.

FERREIRA, A. do A. **Comunicação para a qualidade**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2004.

GERHARDT, Tatiana Engel e SILVEIRA, Denise Tolfo (org); **Metodos de Pesquisa**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social** (6. ed.). São Paulo: Atlas, 2008.

INSTITUTO FEDERAL DO ESPIRITO SANTO (IFES). **Guia Rápido Para Organização de Eventos**. 001. ed. [S. l.: s. n.], 2018. Disponível em: <[https://www.ifes.edu.br/images/stories/files/Comunicacao/guia\\_rapido\\_eventos/guia\\_rapido\\_para\\_organizacao\\_de\\_eventos.pdf](https://www.ifes.edu.br/images/stories/files/Comunicacao/guia_rapido_eventos/guia_rapido_para_organizacao_de_eventos.pdf)>. Acesso em: 25 mar. 2020.

IVY. Nicho de Evento - O que é e quais os benefícios para organizadores. **Projetos Especiais**, 11, out. 2019. Disponível em: <<https://projetosespeciais.com/nicho-de-evento-o-que-e-e-quais-os-beneficios-para-organizadores/>>. Acesso em: 15, nov. 2019

KOTABE, Masaaki; HELSEN, Kristiaan. **Administração de marketing global**. São Paulo: Atlas, 2000.

MATIAS, M. (2013). **Organização de eventos: procedimentos e técnicas** (6. ed. rev. e atual. -). Manole.

MAXIMIANO, Antônio Cesar Amaru. **Introdução a administração**. 5. ed. rev. e ampl. São Paulo: Atlas, 2000.

MORGAN, G. **Imagens da organização**. São Paulo: Atlas, 2002.

Organização Mundial de Turismo (OMT). **Introdução ao turismo**. Trad. Dolores Martins Rodriguez Córner. São Paulo: Roca, 2001.

SAKUDA, Fabio Satoshi. Wotaku. **Discussão sobre o real sentido dos otakus**. Neo Tokyo, São Paulo, nº 10, p. 26-30, 2006

SEGMENTAÇÃO de mercado de eventos por nicho de mercado. **Planeventos**, Joinville, 28, jul. 2017. Disponível em: <<http://www.planeventos.com.br/segmentacao-de-eventos-por-nicho-de-mercado/>>. Acesso em: 1, nov. 2019

SETTLES, Burr. On “Geek” Versus “Nerd”. **LANGUAGE, PSYCHOLOGY, SOCIAL SCIENCE**, Slackpropagation, 3 jun. 2013. Disponível em: <https://slackprop.wordpress.com/2013/06/03/on-geek-versus-nerd/>. Acesso em: 24 out. 2022.

SOUZA, Guilherme Henrique Barros de. **Relatório Rosana GeekCon**. Rosana, 2018.