

INSTITUTO FEDERAL DE SANTA CATARINA
CAMPUS FLORIANÓPOLIS-CONTINENTE
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM GASTRONOMIA

GUILHERME ALEXANDRE DOS SANTOS

**PROPOSTA DE PLANEJAMENTO PARA FORNECIMENTO DE PRODUTOS
E SERVIÇOS DE GASTRONOMIA EM EVENTOS SOCIAIS**

Florianópolis
2022

GUILHERME ALEXANDRE DOS SANTOS

**PROPOSTA DE PLANEJAMENTO PARA FORNECIMENTO DE PRODUTOS
E SERVIÇOS DE GASTRONOMIA EM EVENTOS SOCIAIS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso Superior de Tecnologia em Gastronomia do Instituto Federal de Santa Catarina como requisito parcial à obtenção do título de Tecnólogo em Gastronomia

Orientadora: Profa. Dr^a. Jane Petry da Rosa

Florianópolis
2022

RESUMO

O Planejamento é uma etapa muito importante no processo de Gestão de Alimentos e Bebidas para Eventos Sociais. Embora, durante muito tempo, ele tenha ficado restrito à montagem de cardápios, baseado, quase que exclusivamente no orçamento e nas preferências dos consumidores, diversas mudanças no mercado de gastronomia para eventos, nas demandas dos clientes e na sociedade em que vivemos, solicitam que se altere também, a forma com que se processam negócios neste setor. O objetivo deste trabalho centrou-se na proposição de planejamentos personalizados – através da sugestão de cardápio, carta de bebidas, local de realização e tipologia de serviço. Por meio de *briefings* fornecidos por empresas de eventos que atuam em Florianópolis e consultas bibliográficas, foram realizados o planejamento de quatro diferentes eventos sociais (três casamentos e um aniversário de quinze anos). As propostas elaboradas para esses eventos levaram em conta o horário de realização, a época do ano, o local de realização, o perfil dos clientes e convidados, a demanda por experiências personalizadas, através dos pedidos específicos de cada contratante e a sustentabilidade. Além disso, também foram feitas sugestões de harmonização entre os pratos e as bebidas escolhidas. A elaboração destas atividades permite-nos afirmar o a importância de um plano de trabalho bem detalhado, apoiado em ferramentas de gestão de eventos e planejamento de cardápios como forma de otimizar recursos materiais e financeiros, ofertar produtos e serviços adequados às necessidades e perfil dos clientes e convidados, adequar-se as demandas do mercado e, desta forma, diferenciar-se perante a concorrência. Sugere-se mais pesquisas nessa área e temática para auxiliar no desenvolvimento dos profissionais de Eventos e Gastronomia.

Palavras-chave: Eventos Sociais. Organização. Planejamento de Cardápios. Carta de bebidas.

ABSTRACT

Planning is a very important step in the Food and Beverage Management process for Social Events. Although, for a long time, it was restricted to the assembly of menus, based almost exclusively on the budget and on consumer preferences, several changes in the gastronomy market for events, in the demands of customers and in the society in which we live, request that the way in which business is processed in this sector will also change. The objective of this work focused on the proposition of personalized planning - through the suggestion of a menu, beverage menu, place of performance and typology of service. Through briefings provided by event companies operating in Florianópolis and bibliographic consultations, four different social events were planned (three weddings and a fifteenth anniversary). The proposals made for these events took into account the time of the event, the time of year, the location, the profile of customers and guests, the demand for personalized experiences, through the specific requests of each contractor and sustainability. In addition, suggestions were also made for harmonizing the chosen dishes and drinks. The elaboration of these activities allows us to affirm the importance of a well-detailed work plan, supported by event management tools and menu planning as a way of optimizing material and financial resources, offering products and services suited to the needs and profile of customers and guests, adapt to market demands and, in this way, stand out from the competition. Further research in this area and theme is suggested to assist in the development of Events and Gastronomy professionals.

Keywords: Social Events; Organization; Menu Planning; Beverage Menu

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 - Lista dos eventos

TABELA 2 - Pratos e justificativas - Evento A

TABELA 3 - Bebidas - Evento A

TABELA 4 - Pratos e justificativas - Evento B

TABELA 5 - Bebidas 1 - Evento B

TABELA 6 - Bebidas 2 - Evento B

TABELA 7 - Pratos e justificativas - Evento C

TABELA 8 - Bebidas - Evento C

TABELA 9 - Pratos - Evento D

TABELA 10 - Vinhos - Evento D

TABELA 11 - Demais bebidas - Evento D

LISTA DE IMAGENS

IMAGEM 1 - Bar subterrâneo do Solar Beach Hotel

IMAGEM 2 - Vista para o mar do Solar Beach Hotel

IMAGEM 3 - Arena Frente Mar no Costão do Santinho

IMAGEM 4 - Planta Baixa do Salão Social do Paula Ramos Esporte Clube

IMAGEM 5 - Espaço Villa Casarão

SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO.....	8
2.	OBJETIVOS.....	11
2.1	Objetivo Geral.....	11
2.2	Objetivos Específicos.....	11
3.	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	11
4.	METODOLOGIA.....	17
5.	APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS.....	18
5.1	Evento A.....	20
5.1.1	Alimentos Evento A.....	21
5.1.2	Bebidas Evento A.....	24
5.2	Evento B.....	26
5.2.1	Alimentos Evento B.....	27
5.2.2	Bebidas Evento B.....	29
5.3	Evento C.....	31
5.3.1	Alimentos Evento C.....	32
5.3.2	Bebidas Evento C.....	36
5.4	Evento D.....	37
5.4.1	Alimentos Evento D.....	38
5.4.2	Bebidas Evento D.....	41
	CONCLUSÃO.....	43
	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	45

1. INTRODUÇÃO

As celebrações festivas acontecem há muitos anos e várias delas, além de se tornarem marcos importantes na história da humanidade, são também, expressões significativas da civilização. De acordo com Martins (2019), é difícil datar com exatidão o momento histórico que marcou a origem das festas, mas pesquisas realizadas por antropólogos revelaram que os atos de celebrar e festejar tiveram início pouco tempo depois que o homem deixou de ser um caçador-coletor para virar um lavrador - entre 12 e 10 mil anos atrás.

Na Idade Antiga, surgiram os primeiros registros conhecidos relacionados aos eventos. Documentação encontrada na Grécia, contendo o dos vencedores da Olimpíada, ocorrida em 776 a.C., um evento de caráter religioso e esportivo, por exemplo, comprovam que já havia uma organização para as cerimônias (FESU/DF, 2021). Na Grécia e Roma antigas, estão documentadas a realização de muitas festas, geralmente, com a realização de rituais, fartura de alimentos, bebidas alcoólicas e danças, além da entrega das pessoas a outros prazeres carnavais. Um exemplo disso era a Lupercália, festa romana para a purificação e a fertilidade realizada no mês de fevereiro, que de acordo com Roque (2021) teve alguns de seus elementos transmitidos para as celebrações do Carnaval.

Nas Américas, também há vários exemplos de celebrações religiosas que surgiram para agradecer ou para adorar diferentes divindades e que, ao longo do tempo, se transformaram em eventos que atraem moradores e turistas. É o caso do Inti Raymi, no Peru, que existe há mais de seis séculos.

Antigamente, o Inti Raymi durava quinze dias. Os Incas faziam sacrifícios e organizavam bailes, preparavam comidas e dançavam para cultuar o “Apu Inti” (Rei Sol). A festa era realizada em junho, por ocasião do solstício de inverno e o objetivo era agradecer as colheitas e pedir abundância para a próxima safra a fim de garantir o sustento da população. Atualmente, este é um dos maiores eventos realizados no Peru. Ele celebra a cultura e as tradições do país e atrai milhares de turistas. (CUSCO PERU, 2021).

A partir destes fatos históricos inferimos que os eventos, sejam eles de caráter religioso, esportivo, social ou educativo, estão presentes na sociedade há milênios, sempre fomentados pela necessidade comum de agrupamento e comemoração coletiva. Além disso, esses ritos tinham datas e objetivos

específicos, características estas, presentes nas várias definições da palavra “evento” que encontramos atualmente.

O conceito de Rosa (2019, s.p) contém todos esses elementos. Segundo a autora, “eventos são acontecimentos com objetivos definidos, programados para reunir um grupo de pessoas em uma data e um local previamente estabelecidos e cuja principal premissa é o planejamento”. As definições da palavra evento contidas nos dicionários, sempre conduzem a um acontecimento, um acaso, uma eventualidade. Podemos dizer, então, que eventos são caracterizados como “quaisquer acontecimentos que fogem à rotina, sempre programados para reunir um grupo de pessoas” (SENAC, 2000, p.11).

Quando passamos a estudar e conhecer um pouco mais as tipologias de eventos e as suas particularidades, surgem outras definições menos genéricas, que enfocam as características de cada tipo de evento. No caso dos eventos sociais, objeto de estudo desta pesquisa, os principais atributos estão relacionados aos rituais presentes em comemorações como os aniversários, casamentos, bodas e confraternizações em geral, muitos deles relacionados aos Alimentos e Bebidas.

A ABNT NBR 16004:2016, por sua vez, define evento social como um acontecimento “que visa celebrar momentos especiais gerando a confraternização e a sociabilização”. Na mesma linha de pensamento, Alves (2018) entende que os eventos sociais têm como principal objetivo a reunião de pessoas para celebrar momentos especiais. De acordo com Rosa (2019), os eventos sociais têm como principais características o fato de serem fechados, ou seja, demandarem um convite, não seguirem regras rígidas de cerimonial e protocolo, serem flexíveis, permitirem o uso da criatividade e utilizarem dos Alimentos e Bebidas como elemento-chave da comemoração/celebração.

Embora os ritos de encontros sociais façam parte da história da humanidade há muitos anos, os responsáveis pela organização de festas de casamento, aniversários, formaturas, etc. estão sempre buscando inovações e aumentando o faturamento de uma Indústria que não para de crescer. Segundo Matsue (2021), o Mercado de Casamentos, principal representante desta tipologia, deve movimentar 40 bilhões de reais no Brasil em 2022. Grande parte deste montante é utilizado na contratação de espaços para realização da cerimônia e da festa, decoração, cerimonial, fotografia, vestimenta, serviços de

alimentos e bebidas (bolo, doces, bufês, catering, bebidas, etc), músicos, iluminação, sonorização, etc.

Ainda que o planejamento e a organização de muitas festividades sociais no Brasil, seja mediada por um cerimonialista, os fornecedores e clientes têm um contato bastante próximo e são eles que definem as contratações de acordo com seus recursos financeiros, suas necessidades e seus desejos. De acordo com o site ZankYou, um dos maiores portais especializados em festas do Brasil, os Alimentos e Bebidas (A&B) podem consumir de 30 a 40% do orçamento de um evento social.

Tendo em vista tal cenário, torna-se cada vez mais relevante um planejamento criterioso no que se refere aos elementos relacionados diretamente e indiretamente aos Alimentos e Bebidas. Em geral, este planejamento era realizado levando em conta, unicamente, o orçamento do cliente e as suas preferências. No entanto, mudanças no formato do negócio “evento sociais”, exigências dos clientes, dos fornecedores e do próprio mercado, fizeram com que a dedicação ao estudo das variáveis que impactam na organização de cada evento, seja ele um casamento, festa de quinze anos ou aniversário, fosse cada vez mais necessária.

No caso dos produtos e serviços gastronômicos ofertados em eventos sociais, um projeto detalhado, apoiado em ferramentas de gestão de eventos e planejamento de cardápios, é primordial para otimizar os recursos materiais, humanos e financeiros investidos no evento, ofertar produtos e serviços adequados às necessidades e perfil dos clientes e convidados, adequar-se as demandas do mercado e, desta forma, diferenciar-se perante a concorrência.

As propostas elaboradas para esses eventos devem levar em conta o horário de realização, a época do ano, o local, o perfil dos clientes e convidados, a demanda por experiências personalizadas, através dos pedidos específicos de cada contratante e a sustentabilidade. Em função disso, apresenta-se neste trabalho, além do planejamento do cardápio, propostas de harmonização entre os pratos e as bebidas escolhidas, recomendações do tipo de serviço e, quando necessário, sugestão de locais para a realização.

Não obstante, ao se procurar por materiais bibliográficos relacionados à gastronomia em eventos, muito pouco se encontra. Em livros mais tradicionais, como “Estratégias para eventos: uma ótica do marketing e do turismo”, de

Janaina Britto e Nena Fontes, é possível obter algumas informações relacionadas ao tipo de serviço e à coquetelaria. Nas outras obras, por sua vez, existem curtas passagens sobre o tema. Deste modo, este trabalho tentou unir as poucas informações disponíveis de cada material, formando, assim, um material mais completo e abrangente, excetuando-se a parte de custos operacionais e de produção, tendo em vista que esta parte é bem abrangida nas obras. Além disso, o tempo limitado para a realização desta produção, impossibilitaria aplicar a qualidade necessária para elucidar os gastos da realização de todos os eventos abordados.

2. OBJETIVOS

2.1 Objetivo Geral

Propor modelos de planejamento para o fornecimento de Gastronomia para Eventos Sociais, de acordo com os *briefings* fornecidos pelo cliente.

2.2. Objetivos específicos

- Elaborar cardápios levando em conta a possibilidade de uso de produtos locais e diferentes do convencionais;
- Propor diferentes tipos de serviço de acordo com as características do evento;
- Sugerir harmonizações entre bebidas e os pratos propostos;
- Sugerir locais para a realização do evento de acordo com o perfil dos clientes;

3. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

3.1 Eventos e Satisfação do Cliente

Ao analisar a literatura sobre o tema é possível verificar um grande crescimento do setor de eventos que trouxe a reboque um incremento no orçamento de áreas afins como a decoração e os serviços de A&B. Embora, como vimos, os eventos tenham objetivos diversos: reunir pessoas, confraternizar, celebrar, divulgar marcas, realizar negócios, vender ou entreter,

todos eles buscam a satisfação do cliente, isto é, cumprir ou superar a expectativa feita antes mesmo da contratação. De acordo com Kotler (1998 p. 53) satisfação “é o sentimento de prazer ou de desapontamento resultante da comparação do desempenho esperado pelo produto ou resultado em relação às expectativas da pessoa”. Ainda que o produto evento seja intangível, para vendê-lo é preciso recorrer a certo grau de tangibilidade e isso pode ser feito através de imagens, depoimentos, projetos detalhados, degustações, etc.

Como nos ensina Kotler, no momento de aquisição de um produto, o consumidor sempre tem algum nível de expectativa. Esta é formada por experiências anteriores, promessas feitas, publicidade, referências de amigos e parentes, dentre outros. Por isso, é tão importante mapear as expectativas e necessidades dos clientes a fim de criar estratégias para satisfazê-las ou superá-las. Britto e Fontes (2002, p. 21), ressaltam que “o produto somente deverá existir quando vier a satisfazer a necessidade de determinado público”. Em outras palavras, o organizador do evento deve, conhecer as necessidades e desejos dos clientes e procurar executar o que lhe foi contratado sem falhas, pois, em função da intangibilidade, os “defeitos” sempre irão acontecer na presença dos clientes.

Ainda sobre o assunto, pode-se dizer que, para alcançar esses níveis desejados de satisfação do cliente, torna-se indispensável um planejamento e uma organização estrutural. Conforme Canton (1997, p. 21), “o simples fato de uma empresa decidir organizar um determinado evento, para atingir determinada meta, já demonstra o ato de criar uma forma de atingir seu objetivo.” Com isso, a profissão de organizador de eventos surge como uma parte fundamental de todo o projeto, sendo ele o responsável por organizar, coordenar, planejar e liderar. Além disso, vale ressaltar também, que cabe ao profissional avaliar o pedido do cliente e transformá-lo no projeto em si, utilizando ferramentas como o *briefing*.

3.2 O *briefing*

O *briefing* é um instrumento de controle, uma ferramenta de gestão utilizada nos primeiros contatos com o contratante. O resultado do *briefing* é um guia detalhado com os pedidos do cliente que subsidia a elaboração e execução de um projeto de evento.

O *briefing* é um conjunto de informações preliminares, uma coleta de dados discutidas em uma reunião para o desenvolvimento de um evento, sendo muito utilizadas em Relações Públicas, na Publicidade e na Administração. O *briefing* deve criar uma sequência de ações para definir a solução que se procura, é como definir o problema, e com as discussões propor estratégias para criar as soluções. É uma peça fundamental para a elaboração de um projeto de eventos. É um elemento chave para o planejamento de todas as etapas posteriores. (FORTES; SILVA, 2011, p. 137).

Portanto, ao receber uma solicitação de orçamento ou projeto, realizar o *briefing* é o primeiro passo. Através dele, o organizador irá conhecer as principais necessidades, o perfil do cliente e do público, o orçamento do evento, e outras informações que permitam com que ele estruture um projeto ou uma proposta comercial adequada e que atenda os objetivos do cliente.

É importante ressaltar que o *briefing* não é um instrumento estático, ou seja, ele não pode ser realizado utilizando um instrumento de pesquisa fechado e tampouco, ser realizado uma única vez. Ou seja, embora haja alguns questionamentos que fazem parte de todos os *briefings*, ele é um instrumento flexível, as perguntas vão sendo adaptadas no decorrer da entrevista. Além disso, durante todo o processo de planejamento do evento organizador e cliente seguem conversando e acertando detalhes, ou seja, “brifando”.

Para iniciar a composição de um projeto de evento, portanto, é preciso estudar sobre todas as estruturas que o compõem como, por exemplo, o público alvo, o objetivo, a duração do evento, a temática e o local de realização. Conhecendo estas características será possível iniciar o planejamento; no caso deste trabalho, oferecer serviços de gastronomia aos clientes realizando a construção do cardápio e da carta de bebidas, sugerindo local do local e o tipo de atendimento/serviço mais adequado.

3.3 A elaboração do planejamento X definição do local

O primeiro passo, portanto, após essa consulta, é construir o conceito do evento, traçando estratégias que qualifiquem a experiência dos usuários e optem pelas melhores opções possíveis. Como exemplo, é possível citar a escolha do local, a qual por excelência define completamente alterações no cardápio do evento.

O local escolhido deve ter, no mínimo, uma infraestrutura básica e adequada ao evento proposto e ser compatível com a capacidade

exigida para o total de participantes. É preciso também levar em conta o propósito, as necessidades físicas e os objetivos do evento. (FORTES; SILVA, 2011, p. 50)

O local é tão importante para a ambientação e a consecução dos objetivos de um evento, que merece um estudo individual e completo, realizado, geralmente, através de uma visita técnica. Cesca (2008, p. 42), nos ensina que “o local é fundamental para contribuir com o sucesso do evento.” No que tange a gastronomia, uma boa análise do local irá contribuir com uma sugestão apropriada do tipo de serviço, com um melhor dimensionamento dos recursos humanos necessários a operação do evento e, principalmente, com a definição estratégica e precisa do cardápio.

Para iniciar a elaboração de uma proposta de planejamento, no que se refere ao local, pode-se utilizar, como ponto de partida, a realização de uma pesquisa através da *web*, observando a disponibilidade, pontos fortes e fracos seguidos da análise de comentários de clientes de eventos anteriores. Também é necessário buscar informações cruciais que garantam suporte ao evento, como capacidade máxima, presença de água e luz, estacionamento, segurança, etc. No caso dos eventos apresentados posteriormente — os quais foram submetidos ao enfoque gastronômico —, é fundamental da mesma forma observar a presença de cozinhas (industriais ou domésticas), equipamentos, presença de bar, distância entre essas áreas e o salão, acessos para carga e descarga, etc. a fim de prevenir quaisquer eventuais dificuldades não planejadas.

Como explicado por Britto e Fontes (2002, p. 187), “dependendo do tipo de evento que se quer realizar, procede-se à investigação e análise da estrutura do espaço e disponibilidade de instalação da infraestrutura operacional, com base no desempenho, funcionalidade e segurança.” Analisar e pensar no ambiente, portanto, é de suma importância no momento do serviço, podendo fazer com que a tipologia oferecida (empratado, serviço à francesa, à americana, à brasileira, etc.) necessite ser alterada para um melhor desempenho da equipe e um melhor conforto dos consumidores.

É crucial lembrar, não obstante, que as observações e informações obtidas via *web* não substituem a visita técnica feita *in loco*. Algumas inspeções, citadas por Rogers e Martin (2011) devem ser realizadas e registradas através

de um *checklist*, que deve conter anotações sobre o espaço físico trazendo dados importantes como acesso para deficientes, acesso de carga, acesso independente e outros. Além disso, ainda segundo os autores, deve-se verificar elementos fixos, como localização das portas, saídas de incêndio, pilares e obstáculos — os quais são fontes de dificuldade para o serviço —, formato da sala, etc. Por fim, os autores sugerem que se averigüe os elementos móveis, como mesas, cadeiras, sinalizadores, entre outros. O mobiliário, por sua vez, precisa ser verificado para saber se estará disponível na data do evento, a fim de garantir que não haja nenhum imprevisto no momento da sua realização.

Somado a isso, é preciso também confirmar, durante a visita técnica, a disponibilidade e funcionamento de equipamentos e utensílios de cozinha (como fornos, bancadas, geladeiras e fogões), visto que essas ferramentas são imprescindíveis e impactam diretamente na construção do cardápio. Vale ressaltar, porém, que devido à pandemia de Covid-19 e as altas taxas de transmissão encontradas no momento da realização do trabalho, preferiu-se evitar realizar a visita técnica aos locais escolhidos a fim de garantir uma maior segurança e não pondo em risco a saúde dos envolvidos.

Outro fator importante a ser considerado quando ocorre a escolha do local é o preço do aluguel e o orçamento disponível. Esse valor, por sua vez, está ligado a viabilidade do evento, fazendo com que a cerimônia "dependa do custo do espaço, que deve ser analisado considerando-se a arrecadação financeira total para o evento e a proporção que o local representa desse montante". (GIACAGLIA, 2006, p. 24). Este trabalho, no entanto, não levou em conta os dados financeiros dos clientes, tendo em vista que as informações obtidas foram feitas exclusivamente via empresa contratada e não houve contato direto entre estudante-cliente. Deste modo, não foi possível assegurar se quaisquer valores estipulados estariam dentro ou não dos orçamentos previstos. Tendo isso em vista, preferiu-se focar no planejamento e nas justificativas de cada escolha para a execução dos eventos.

3.4 Variáveis intervenientes na elaboração do cardápio

A temática da festa é um elemento essencial para o planejamento e a organização de um evento e, a preparação do cardápio, foco deste trabalho, também é impactada grandemente por essa definição. Para encontrar um tema,

deve-se ser criativo e aproveitar as características do ambiente, a época do ano, a história, o perfil dos convidados e o objeto da celebração. A harmonia entre todos esses aspectos nos ajuda a oferecer uma experiência singular. Como dito por Britto e Fontes (2002, p. 319), “o processo criativo em eventos implica a originalidade de sua idealização, concepção e execução. Assim, todo evento deve ser criado para ser único, envolver seu público-alvo, sensibilizar patrocinadores e apoio e trazer resultados positivos aos empreendedores.”

Levando em conta tais observações e a gastronomia florianopolitana — reconhecida mundialmente como Cidade Criativa da Gastronomia UNESCO —, é possível introduzir tendências, como o locavorismo, e aproveitar os insumos da região para a produção do menu do evento.

Para planejar e administrar destinos e produtos turísticos relacionados à gastronomia na perspectiva da sociedade dos sonhos, tornam-se imprescindíveis profissionais capazes de reconhecer os aspectos da cultura gastronômica local e que possuam sensibilidade e conhecimento técnico para conformá-los em produtos que despertem o interesse e a satisfação dos clientes desejados. Para isto será necessária uma grande capacidade de articulação, a fim de que os vários momentos vividos pelos clientes sejam convertidos em uma experiência conjunta única. (GÂNDARA, 2009, p. 190)

Somado a isso, com a presença das novas tendências, modismos e necessidades (BRITTO; FONTES, 2002), percebe-se a importância de se utilizar de ingredientes locais para a criação de novos sabores e pratos originais, ou até mesmo adaptar receitas culturais e clássicas que estejam relacionadas ao evento.

Atualmente não existem fronteiras. Encontra-se praticamente tudo em quase todos os lugares, o que vem provocando uma verdadeira revolução na gastronomia. Muitos pratos têm sido recriados, de acordo com as possibilidades locais, dando origem às novas interpretações. (MENEGUEL; SILVA, 2013, p. 57)

Assim como a construção do cardápio, a carta de bebidas também deve ser pensada com base nos fatores que compõem o evento, como o tema e o ambiente. Além disso, o diálogo entre alimento e bebida tem de existir, fazendo com que um contribua para melhorar o sabor e experiência do outro, compondo, deste modo, a harmonização. Conforme Santos (2011, apud SANTOS, Maria, 2017), “um vinho rico em sabor relaciona-se mal com uma comida pobre

gustativamente. Por outro lado, um vinho insípido atrapalha a alegria de uma comida saborosa”.

Somado a isso, é necessário fazer com que o serviço escolhido esteja adequado à proposta do evento. Independentemente da escolha, convidados em pé ou sentados maior ou menor grau de formalidade e sofisticação, cada tipo de serviço precisa ser único e é a sua nomenclatura somada as características do evento que definirão, para a equipe como agir durante a realização das atividades e como servir o cliente. Além disso, o *mise en place* da mesa, composto por talheres, copos, pratos, guardanapos, etc, também é influenciado pelo tipo de atendimento escolhido.

Os serviços — formas de servir os alimentos e bebidas — derivam originalmente dos arranjos de mesas e da ocasião do evento, com maior ou menor cunho de cerimônia. São conhecidos como serviços em pé, ou sentados à mesa. O serviço em pé é realizado com o serviço à americana. Os serviços sentados à mesa são: serviço à americana, serviço à francesa, serviço franco-americano, serviço à inglesa direto e indireto, serviço à russa e serviço à brasileira. (BRITTO; FONTES, 2002, p. 268)

Curiosamente, em todos os eventos trabalhos neste projeto, foram os clientes que definiram o tipo de serviço durante o *briefing* formalizado junto a empresa responsável por fornecer os dados para este projeto. Com isto, faz-se necessário estar preparado para todos os tipos de serviços e os possíveis diferentes cardápios para trabalhar com qualidade no ramo de eventos e poder suprir as necessidades e expectativas dos clientes.

4. METODOLOGIA

Esta pesquisa foi desenvolvida com o intuito propor modelos de planejamento para o fornecimento de Gastronomia para Eventos Sociais. Ela é classificada como descritiva e exploratória. Primeiramente, buscou-se realizar um levantamento de dados bibliográficos a respeito da temática com a finalidade de facilitar a delimitação do tema e estruturar a fundamentação teórica do estudo.

Na sequência, foram mapeadas cerimonialistas que trabalham com a organização de eventos sociais e empresas que fornecem serviços de gastronomia para estes mesmo eventos a fim de verificar se possuíam *briefings* já realizados com potenciais clientes para disponibilizar e colaborar com a execução deste estudo. Recebemos quatro *briefings* que foram os utilizados para propor o planejamento

Na terceira etapa, que contemplou a análise dos *briefings* e a elaboração das propostas, foi realizada uma pesquisa descritiva, em que os fatos foram observados e registrados, analisados e interpretados. Quanto à sua abordagem, caracteriza-se como qualitativa, pois examina evidências baseadas em dados verbais e visuais.

A pesquisa qualitativa é conhecida também como "estudo de campo", "estudo qualitativo", "interacionismo simbólico", "perspectiva interna", "interpretativa", "etnometodologia", "ecológica", "descritiva", "observação participante", "entrevista qualitativa", "abordagem de estudo de caso", "pesquisa participante", "pesquisa fenomenológica", "pesquisa-ação", "pesquisa naturalista", "entrevista em profundidade", "pesquisa qualitativa e fenomenológica", e outras [...]. Sob esses nomes, em geral, não obstante, devemos estar alertas em relação, pelo menos, a dois aspectos. Alguns desses enfoques rejeitam total ou parcialmente o ponto de vista quantitativo na pesquisa e outros denunciam, claramente, os suportes teóricos sobre os quais elaboraram seus postulados interpretativos da realidade (TRIVIÑOS, 1987, p. 124).

5. RESULTADOS DA PESQUISA - ELABORAÇÃO DE CARDÁPIOS

Para começar a construção dos cardápios e da carta de bebidas, utilizou-se *briefings* disponibilizados por uma cerimonialista e por uma empresa de *catering* situadas em Florianópolis - SC. Foi elaborada uma tabela comparativa entre todos os eventos, destacando o tipo de evento, o número de participantes, o público alvo, o horário de início, o local definido, a estação do ano em que o evento ocorrerá, a tipologia de serviço, os pedidos específicos do cliente e observações importantes relacionadas ao evento.

Nome	A	B	C	D
Evento	Casamento	Casamento	Festa de 15 anos	Casamento
Número de pessoas	40	80	165	130
Público alvo	Adulto	Adulto	Adolescente	Adulto
Horário de início	16:30h	11:00h	14:00h	15:00h
Local do evento	Solar Beach Hotel	Sem local definido	Sem local definido	Villa Casarão
Estação do ano	Outono	Outono	Inverno	Outono
Tipologia de serviço	Volante Empratado	Volante À americana Empratado	Volante À americana	Volante À americana
Pedidos específicos do cliente	Presença de finger food	Entradas volantes; Buffet de almoço; Risoto ou moqueca empratados na janta	Mesa de frios; 4 finger foods quentes; “Comidas para adolescente”	Presença de camarão no cardápio; 2 ilhas; 5 volantes; Mesa de antepastos
Observações	Festa pós alimentação; Presença de bar no local	Evento longo (Início às 11h e Jantar às 19h)	-	Noivo vegetariano

Tabela 1 - Lista dos eventos

Não obstante, além do *briefing* enviado pelo cliente, a elaboração do cardápio requer uma série de observações e pesquisas prévias que darão o suporte para o envio de uma proposta adequada às necessidades do cliente. As primeiras informações que devem ser levadas em consideração são o local, o horário e a data de realização. Geralmente, elas fazem parte do primeiro contato com cliente, oportunidade em que ele nos fornece algumas informações sobre o evento e solicita o orçamento inicial.

Sabendo disso, expandiu-se a tabela acima em textos maiores e explicativos, os quais têm como objetivo apresentar o cardápio e a carta de bebidas, a fim de mostrar as diferenças observadas na construção de cada evento e justificar as respectivas escolhas. Reitera-se, novamente, que os valores de custo e venda não foram apresentados tendo em vista o período limitado para a realização deste trabalho e o amplo espaço de tempo necessário para a gestão e construção das fichas de custo de cada evento individualmente.

5.1 Evento A

No que se refere ao Evento A, realizou-se uma pesquisa sobre o local do evento utilizando-se o site do meio de hospedagem escolhido pelos os clientes para realização da cerimônia e festa de casamento. Esta pesquisa prévia, que não substitui uma visita técnica caso haja a celebração do contrato, tem o objetivo de buscar informações sobre a localização do hotel, o tamanho do local, o estilo da construção, a disposição dos ambientes (cozinha, banheiros, salão), etc. Na pesquisa, verificou-se que no local escolhido pelos noivos há um bar subterrâneo, onde será realizada a festa, e uma área externa com vista para o mar, local no qual, normalmente, são feitas as cerimônias. Além disso, existe também um grande salão, onde foi definido que será elaborado o jantar pós casamento.

Diante dessas percepções, pretende-se basear tanto a proposta de cardápio quanto a tipologia de serviço (coquetel volante no início do evento e empratados no jantar) nas inspirações encontradas no Solar Beach Hotel e nas características naturais do ambiente, como estação do ano e horário de realização do evento.

5.1.1 Alimentos A

Para iniciar a construção do cardápio, foi feita uma busca não só por ingredientes presentes na época da realização do evento como também por características do outono na região. Deste modo, é possível trazer os melhores produtos disponíveis para a realização dos pratos e, da mesma forma, entender como o clima poderá influenciar na avaliação e satisfação final do cliente, tendo em vista que o evento será realizado no período vespertino/noturno e de frente para o mar, havendo muito provavelmente a presença de ventos fortes e frio na parte externa.

Sob o prisma da atividade turística, bares, restaurantes e similares são elementos estratégicos, pois, além de garantirem a satisfação da necessidade fisiológica de nutrição, divulgam as características culinárias locais e regionais e ainda podem ser verdadeiros atrativos por conta de suas especificidades (como é o caso de restaurantes e bares temáticos espalhados pelo Brasil e o mundo). Permitindo a diversificação da oferta de lazer do destino turístico, estes estabelecimentos criam um importante elo de aproximação do turista com a realidade visitada, não apenas por meio da comida e bebida, mas a partir do exercício da sociabilidade entre seus freqüentadores, sejam eles turistas ou autóctones. (GÂNDARA, 2009, p. 180)

Não obstante, vale ressaltar que o ambiente interno (bar subterrâneo) é climatizado, e será utilizado para a festa pós jantar. Com isso, notando uma grande diferenciação entre os dois espaços (interno e externo), realizou-se uma divisão do coquetel volante nessas duas regiões, sendo uma delas o bar subterrâneo, onde se preferiu escolher pratos que não precisassem de louça - evitando causar incômodo e possíveis acidentes na área de dança -, como o canudinho de maionese de ostra e a cestinha de linguiça blumenau, e o ambiente externo, o qual priorizou-se entregar pratos que auxiliassem no aquecimento dos comensais, como o caldinho de camarão e o consommé quente de especiarias e gengibre.

Imagem 1 - Bar subterrâneo do Solar Beach Hotel



Fonte: Website do hotel

Imagem 2 - Vista para o mar do Solar Beach Hotel



Fonte: Website do hotel

Os empratados, por sua vez, serão servidos em um salão e, por isso, não houve a necessidade de divisão entre ambientes. Somado a isso e pensando na escolha dos pratos principais, foram favorecidos componentes que não deixassem a refeição pesada, tendo em vista que o seguimento da festa pós jantar. Deste modo, preferiu-se usar saladas verdes com frutos do mar e talharim de legumes com azeite de ervas à massas e molhos pesados, pratos estes muitas vezes presentes em cardápios clássicos de eventos. Além disso, na preparação das sobremesas (opção para quem não for consumir o bolo de casamento) foram utilizadas a abóbora e a tangerina, ambas, presentes, na estação do Outono. (citação sobre volante e empratado p/ poucos convidados).

Para finalizar a idealização dos pratos do Evento A, abaixo segue uma tabela com todas as preparações que poderão ser servidas durante o evento, divididas em Coquetel Volante (ambiente interno e ambiente externo) e Empratado (pratos principais e sobremesas). Vale lembrar, também, que na tabela junto a cada prato, existe uma justificativa enviada ao cliente do porquê da escolha daquele prato/ingredientes. Reitera-se, portanto, a importância da utilização de produtos que tenham afinidade com o local escolhido; neste caso o mar, e levando em consideração as atividades realizadas durante o evento, como as comemorações e danças pós jantar.

EVENTO A – Alimentos				
	VOLANTE		EMPRATADO	
	Interno	Externo	Principal	Sobremesa
Pratos 1	Tartellete de abobrinha, cenoura e berinjela	Consommé quente de especiarias e gengibre	Salada de polvo e camarão	Cubos de doce de abóbora com cravo
Justificativa 1	Opção vegetariana; Legumes da estação; Sem necessidade de louça para servir.	Opção vegetariana; Aquecer os convidados durante a permanência no ambiente externo.	Opção frutos do mar; Prato leve para o seguimento da festa.	Fruto da estação; doce típico.
Pratos 2	Cestinha de linguiça blumenau caramelizada	Caldinho de camarão	Talharim de vários legumes com azeite de ervas	Mini creme brûlée de tangerina
Justificativas 2	Opção com carne; Sem necessidade de	Opção de frutos do mar; Aquecer os convidados	Opção vegetariana; Prato leve	Fruta da estação;

	louça para servir.	durante a permanência no ambiente externo.	para seguimento da festa.	releitura de clássico.
Pratos 3	Canudinho de maionese de ostra	Canapé com creme quente de ova de tainha		
Justificativas 3	Opção de frutos do mar; Sem necessidade de louça para servir.	Opção de frutos do mar; Produto típico da época e da região; Aquecer os convidados durante a permanência no ambiente externo.	-	-

Tabela 2 - Pratos e justificativas - Evento A

5.1.2 Bebidas A

Para a criação da carta de bebidas, pensou-se muito no ambiente em que o casamento aconteceria. Dessa forma, houve uma análise e junção do que os dois ambientes (interno e externo) possuem em comum, e fez-se uma carta para ambos os espaços.

Com o predomínio de frutos do mar no cardápio, a escolha clássica inicial para acompanhar estes pratos é o vinho branco. Não obstante, pelo desejo de uma acidez mais forte, definiu-se que os vinhos brancos seriam todos de Denominação de Origem Controlada (D.O.C), mais especificamente da região do Minho, no Noroeste de Portugal, a qual produz os conhecidos Vinhos Verdes.

Além disso, para celebrar o casamento, também devem estar presentes os espumantes do tipo Cava. No bar, por sua vez, a presença de uma cerveja Witbier também auxilia na harmonização com os frutos do mar, muito por conta do seu sabor leve, cítrico e refrescante. Somado a isso, outras bebidas também foram acrescentadas à carta, pensando principalmente no público que não esteja

tão familiarizado com os vinhos, como a caipirinha de limão feita com a cachaça prata Intisica da região de Blumenau, SC.

No que diz respeito às sobremesas, também houve uma escolha para criar uma harmonização. Aqui, foi definido o vinho Marsala, tendo em vista que possui aromas dominantes, de acordo com Puckette e Hammack (2015, p. 172), como “damasco cozido, baunilha, tamarindo, açúcar mascavo e tabaco”, os quais contribuem e se assemelham aos encontrados nas sobremesas.

Sabendo disso, foi feita uma tabela para exemplificar as bebidas para o cliente, assim como sugerir rótulos específicos dos tipos de cada bebida.

EVENTO A - Bebidas		
	Tipo	Rótulo de exemplo
Alcoólicas	Vinho verde	Aveleda (safra 2020)
	Espumante Cava	Cava Castellblanc Brut
	Cerveja Witbier	Baden Baden Witbier
	Caipirinha de Limão	Intisica Prata
	Vinho de sobremesa	Marsala Superiore Lombardo Ambra Dolce
Não Alcoólicas	Chá gelado de Hibisco	-
	Suco natural de Limão	
	Abacaxi, creme de coco e água com gás	
	Água com e sem gás	

Tabela 3 - Bebidas - Evento A

Para o serviço, portanto, é importante lembrar que as bebidas não alcoólicas e a caipirinha serão produzidas no bar (excetuando-se as águas encontradas em ambos os espaços). Com isso, é essencial que no dia da visita técnica seja criada uma rota no sentido bar para ambiente externo que garanta

o bem estar dos consumidores localizados no interior, a fim de evitar que o trajeto feito pela equipe de serviço prejudique o seu conforto.

Com essas informações, finaliza-se o projeto inicial do Evento A. Por meio de uma nova consulta com o cliente, outros pratos e bebidas podem ser acrescidos, retirados ou refeitos de acordo com a necessidade entendida, sempre visando o maior conforto e qualidade ao consumidor.

5.2 Evento B

Relativo ao Evento B, deve-se levar em consideração um fator extremamente importante para toda a definição do cardápio: a duração do evento. Diferentemente dos demais eventos, ele é o único que ocorre durante o almoço e o jantar. Sendo assim, é necessário não só encontrar um espaço adequado para a sua realização como também optar por alimentos e bebidas que não comprometam o andamento da festa; neste caso, um casamento para 80 pessoas.

Diferentemente do Evento A, a cerimônia atual não possui um local definido para a sua realização. Com isso, iniciou-se o processo de busca de um espaço que pudesse suportar as atividades propostas, isto é, um almoço seguido de um momento de festas e finalizado com um jantar. Após algumas consultas entre diferentes tipos de ambientes, preferiu-se trabalhar em um local aberto, muito por conta da duração do evento. Dessa forma, o clima da natureza também seria um entretenimento para os convidados durante os preparativos e o decorrer da festa, evitando o desgaste e o desinteresse dos convidados. Ao definir isso, foi selecionada a Arena Frente Mar localizada no Resort Costão do Santinho para sediar a celebração.

Com o espaço suficiente para a quantidade de comensais e com um caminho que leva diretamente à Praia do Santinho, a Arena cumpre todos os requisitos necessários para a realização do evento, desde estacionamento, segurança e assistência médica até alvarás necessários para a utilização da praia. Vale lembrar, no entanto, que é necessário fazer um pedido prévio de aprovação para a Célula de Eventos do Costão do Santinho a fim de poder fornecer alimentos externos que não sejam dos restaurantes ligados ao *resort*.

Dada a importância para o local designado, inicia-se a produção do cardápio inicial para a aprovação do cliente.



Imagem 3 - Arena Frente Mar no Costão do Santinho

5.2.1 Alimentos B

Atendendo às especificidades do cliente, é necessário produzir um menu com entradas volantes, um buffet para o almoço e uma janta de forma empratada. Da mesma forma que no Evento A, o casamento B também ocorre no Outono. Tendo isto em conta, é possível considerar que as condições ambientes serão muito semelhantes; sendo um calor maior no período do almoço e ventos fortes com frio no momento da tarde/noite. Faz-se indispensável também citar novamente que os alimentos e as bebidas do Evento B devem ser leves, visto a duração com várias horas e o ambiente praiano. Deste modo, buscou-se alimentos que remetessem ao mar e fossem, em sua maioria, facilmente digeridos, como a sardinha, dita por Colemborgue *et al* (2011, p. 273), “o pescado é um alimento de origem animal que possui alto teor proteico, vitamínico, de sais minerais e ainda é de fácil digestão”.

Os pratos, portanto, levaram em conta principalmente o horário do evento. Neste caso, as entradas servidas através do coquetel volante devem ser refrescantes, haja vista as altas temperaturas encontradas na praia durante às 11h. O almoço, por sua vez, servido na forma de buffet e um pouco mais tarde, deve seguir a mesma lógica. Além do mais, não se pode esquecer do pedido específico do cliente relacionado à janta: uma moqueca; neste caso, ela foi dividida em duas partes, sendo uma de frutos do mar, e uma opção vegetariana à base de banana da terra.

EVENTO B				
	VOLANTE	BUFFET (Almoço)		EMPRATADO
	Finger Food	Proteínas	Acompanhamentos	(Jantar)
Prato 1	Ostra <i>in natura</i> ao gelo e limão	Peixe branco no vapor com azeite de ervas	Legumes glaceados	Moqueca de Frutos do Mar
Justificativa 1	Opção de frutos do mar; Opção gelada	Opção de pescado; Opção leve	Legumes da estação;	Pedido do cliente; Opção frutos do mar
Prato 2	Bisque de camarão com gengibre	Escabeche de sardinha	Abacaxi com raspas de limão siciliano	Moqueca de Banana da Terra
Justificativa 2	Opção de frutos do mar; Opção quente; Refrescante	Opção de pescado; Produto pouco utilizado; Fácil digestão	Auxilia digestão; <i>Alimento in natura</i>	Pedido do cliente; Opção vegetariana
Prato 3	Charutinho de acelga recheado com cogumelos e castanhas	Sobrecoxa de frango grelhada ao molho de laranja	Folhas verdes com pupunha e mel de melato de bracinga	-
Justificativa 3	Opção vegetariana;	Opção de ave; Opção grelhada	Produtos da época; Produto local e premiado	

Prato 4	-	Carpaccio de polvo com figo em compota	Salada de frutas da estação	-
Justificativa 4		Opção de fruto do mar; Opção fria	Produtos da época; Opção sobremesa	

Tabela 4 - Pratos e justificativas - Evento B

5.2.2 Bebidas B

Diferentemente do espaço do Evento A, a Arena Frente Mar cobra uma taxa de rolha para vinhos que não sejam comprados diretamente do resort. No entanto, tendo em conta a ampla carta oferecida pelo local, optou-se por adquirir as garrafas propriamente lá, isto é, sem que haja a necessidade do pagamento extra por rótulo.

Diante disso, através de uma pesquisa *web*, foi possível adquirir não só os nomes dos vinhos disponíveis na carta como também os espumantes e seus respectivos países de produção. Além disso, pelo local não possuir um bar na própria Arena, foi definida uma maior diversidade de garrafas em comparação ao Evento A, em detrimento de drinks clássicos como a Caipirinha de Limão.

Nessa situação, a escolha dos rótulos foi feita pensando na variedade de uvas e regiões encontradas na carta. Pensando no almoço e na janta, foram selecionados três vinhos brancos: um sul-africano, um argentino e outro espanhol, sendo o primeiro harmonizado com os frutos do mar do buffet, o segundo com ambas as moquecas do jantar e o terceiro possuindo equilíbrio com aves. Não obstante, é indispensável salientar que as safras devem ser informadas ao cliente, conforme Johnson (1993 apud CORDEIRO, 2014), o qual diz que existe “a importância de a carta trazer a safra dos vinhos, basicamente por dois motivos, a idade do produto, bem como a relação entre qualidade da bebida e as condições climáticas no período de sua elaboração”. A tabela abaixo, porém, não demonstra tais valores devido à própria carta do resort não apresentar o período de colheita das uvas. Neste caso, haveria a necessidade

de, durante a visita técnica, perguntar ao *sommelier* do Costão do Santinho sobre as safras dos produtos selecionados. Outro fator importante também citado por Cordeiro (2014), mas não visto na tabela, são os valores dos rótulos; no entanto, faz-se a ressalva de que o objetivo principal do trabalho é planejar o evento, definindo os produtos fornecidos, os serviços e o local, sem a necessidade de calcular os valores cobrados, gastos e custos relacionados à produção de cada cerimônia.

Diante disso, segue abaixo a tabela de bebidas do Evento B.

EVENTO B - Bebidas 1			
	Rótulo	Região	Uva
Alcoólicas	Vinho branco The Beachhouse	África do Sul	Sauvignon Blanc e Semillon
	Vinho branco Susana Balbo Tradición	Argentina	Chardonnay
	Vinho branco Ramón Bilbao Albariño	Espanha	Albariño
	Espumante Henkell Trocken	Alemanha	Seleção de uvas das áreas tradicionais
	Espumante La roche brut	França	Arién e Ugni Blanc

Tabela 5 - Bebidas 1 - Evento B

Para complementar, serão adicionadas também bebidas não alcoólicas, como sucos naturais e ginger beer, que, embora a tradução literal do nome seja cerveja de gengibre, não possui teor alcoólico significativo.

Acredita-se que a cerveja de gengibre se originou na Inglaterra na metade do século XVIII e foi amplamente difundida devido ao seu baixo nível de álcool. Era uma bebida comum disponível até para as crianças

e considerada mais segura do que a água que estava frequentemente contaminada. (NUTAKOR *et al*, 2020, p. 1, tradução nossa).

Diante disso, segue a tabela com as bebidas não alcoólicas para o casamento.

EVENTO B - Bebidas 2	
Não Alcoólicos	Água com e sem gás
	Suco natural de abacaxi com hortelã
	Suco natural de maracujá
	Ginger beer

Tabela 6 - Bebidas 2 - Evento B

Para o serviço das bebidas, portanto, haverá a disponibilização de baldes refrigeradores para os vinhos brancos e espumantes, os quais poderão ser levados para a praia. Os sucos, por sua vez, serão realizados na área interna do Resort e levados à Arena por meio de jarras, sendo feito o serviço no local.

Deste modo, o projeto inicial para a realização do Evento B está concluído, sendo ainda necessários novos *briefings* com o cliente para a visualização e aprovação da proposta.

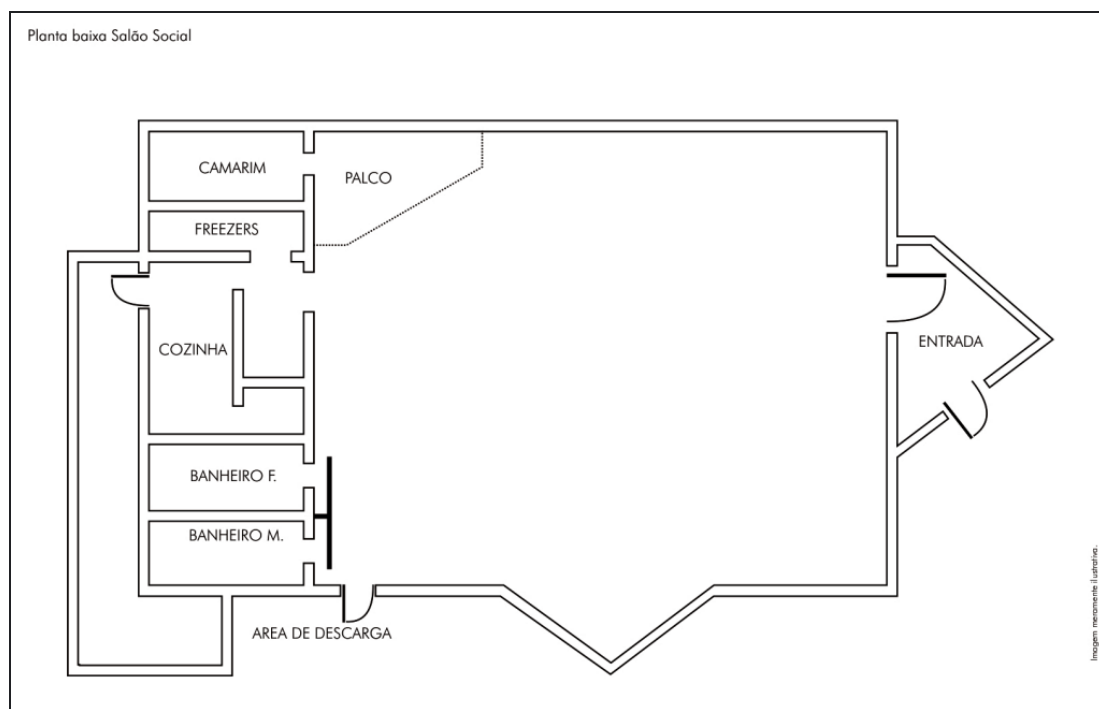
5.3 Evento C

Para iniciar o planejamento do Evento C, fez-se uma consulta às necessidades do cliente, conforme o *briefing* presente na Tabela 2, pensando tanto na montagem do cardápio quanto no bem-estar do público alvo específico; neste caso, adolescentes. Com isso, verificando que não há um local pré-definido para a realização do aniversário de 15 anos, iniciou-se uma busca por um espaço na cidade de Florianópolis que possa suportar o evento.

Dentre as opções avaliadas, encontrou-se o Clube Paula Ramos, localizado no bairro Trindade. Com um amplo salão social e capacidade para até 380 pessoas, ele possui todos os espaços necessários para a realização do evento, estando disponíveis banheiros (feminino e masculino), uma cozinha industrial, um camarim (a ser utilizado pela aniversariante), um palco para shows, uma área de descarga de insumos para o restaurante, um gerador elétrico, um

parque infantil localizado na área externa e também a possibilidade de aluguel de quadras poliesportivas a interesse do cliente. Para exemplificar, abaixo segue a planta baixa do local apresentada ao cliente para respectiva verificação e aprovação.

Imagem 4 - Planta Baixa do Salão Social do Paula Ramos Esporte Clube



Fonte: <http://paularamos.net/estrutura/salao-social/>>

Após a escolha do local e já sabendo das condições de trabalho, é possível montar um plano organizacional e um cardápio adequado à zona do evento.

5.3.1 Alimentos C

Observando os pedidos específicos do cliente, é possível ter uma base para a idealização do cardápio: um pedido com quatro *finger foods* quentes, uma mesa de frios completa e um buffet de salgados para adolescentes. Não obstante, a temática de uma festa de aniversário é de suma importância para a elaboração do cardápio, a fim de fazer com que os convidados “conheçam” o ambiente da festa. Tendo isso em vista, optou-se por realizar um aniversário com uma temática que fosse conhecida pelo público alvo, visto a importância e o auxílio que isso daria na confecção do cardápio.

Considerar o tema e o público do evento também deve ser utilizado como fator determinante para a elaboração dos cardápios. Deve-se evitar servir, por exemplo, comidas típicas do nordeste brasileiro em um evento onde o público é predominantemente sulista. A distância de sua cidade faz com que as pessoas sintam necessidade de algo que os mantenha ligada às suas origens. Isso pode ser conseguido através da gastronomia, oferecendo cardápios que conhecem e com os quais estão acostumados e gostam. (PIMENTEL, 2004, p. 38)

Para a escolha da temática, portanto, procurou-se imaginar produtos clássicos de aniversário que pudessem ser recriados com base na sazonalidade do inverno, levando em conta os eventos tradicionais que já ocorrem nessa época. Com isso, definiu-se que o tema escolhido para o aniversário seria a Festa Junina.

Havendo definido a ideia principal, iniciou-se a parte da produção dos pratos. Destaca-se, contudo, não só a necessidade de agradar o público alvo (adolescentes) como também o público restante; neste caso, o adulto. Além disso, é importante lembrar que muitos alimentos existentes em eventos assim são pobres em diversidade, como visto na pesquisa realizada por Pimentel entre variados fornecedores de buffet, onde:

Foram citados alguns exemplos de salgados que são servidos praticamente em todos os eventos, com aparência e sabores idênticos, não havendo qualquer diferenciação entre eles. Como exemplo podem ser citados o camarão empanado, os folhados de palmito, de tomate com orégano, risoles de frango, risoles de milho e coxinhas com catupiry. (PIMENTEL, 2004, p. 30)

Deste modo, houve uma tentativa de diferenciar os produtos, trazendo uma personalidade e um sabor novos para a mesa do cliente, sempre respeitando os pedidos e a aprovação final.

Primeiramente, ao se deparar com uma cozinha industrial no local do evento, é possível realizar um cardápio em que os pratos possam ser em sua maioria produzidos *in loco*, e não necessariamente em uma cozinha externa. Além disso, métodos de cocção como a fritura em óleo podem ser bem utilizados, visto que a cozinha é pensada para que toda a gordura e odor sejam extraídos pela coifa principal, de modo que a festa não se prejudique.

Com isso, criou-se o cardápio inicial para o evento. Reitera-se, entretanto, que um dos pedidos específicos do cliente era “comida para adolescentes”; neste caso, entende-se principalmente como frituras e alimentos ricos em calorias, o

qual pode-se observar na seguinte pesquisa de Silva *et al* com 27 adolescentes sobre alimentação:

Dessa maneira, ao se perguntar ao adolescente se existem alimentos típicos para a fase da adolescência, 24 indicaram que as “besteiras” marcam esta tipificação, pois os preferencialmente consumidos são, justamente, aqueles alimentos que eles mesmos traduziram como os que se antagonizavam aos exemplos de uma alimentação saudável por serem preparações ricas em gordura como hambúrguer, pizza e batatas fritas. (SILVA et al, 2014, p. 1098)

Apesar disso, é importante lembrar que deveria ser feito um novo *briefing* com o cliente para assegurar esse entendimento. Caso houvesse um equívoco, por sua vez, um novo cardápio deveria ser recriado, sendo sugerido ainda alimentos mais saudáveis e menos calóricos, visando a saúde e o bem estar dos convidados.

Para finalizar, segue a tabela com o cardápio do Evento C, sendo ele composto por coquetéis volantes (finger food quente) e um buffet (mesa de frios, salgados e doces).

EVENTO C				
	VOLANTE	BUFFET		
	Finger Food Quente	Mesa de Frios	Salgados	Doces
Prato 1	Dadinho de polenta com molho de tomate	Carpaccio de filé com molho de laranja e mostarda	Coxinha de cordeiro desfiado	Docinho de arroz doce
Justificativa 1	Opção vegetariana; Opção sem glúten	Opção de carne bovina;	Releitura de clássico de aniversários	Releitura de prato típico do inverno;
Prato 2	Pastel de carne seca	Salame colonial suíno com geleia de uvaia	Mini cachorro quente com	Mini churros com doce de

	com cebolinha		salsicha berna	leite da fazenda
Justificativa 2	Opção com carne; Sem necessidade de louça	Produto colonial; Fruta local; Opção suína	Releitura de prato típico de festa-junina	Doce quente
Prato 3	Mini empada de espinafre com alho-poró e palmito	Presunto de parma com figo e brotos de rúcula	Kibe vegetariano assado com paçoca de pinhão	Morangos recheados com cheesecake
Justificativa 3	Opção vegetariana; Assada; Sem necessidade de louça	Fruta da estação; Opção suína	Opção vegetariana; Ingrediente local	Fruta da estação; Releitura de sobremesa clássica
Prato 4	Batata assada nas ervas com fondue de queijo	Queijo brie com mel de melato de bracatinga e nozes caramelizadas	Bolinho de pamonha frita	Bolo em cubos de chocolate com coco e calda quente de brigadeiro
Justificativa 4	Opção vegetariana; Sem glúten	Mel local e premiado; Opção vegetariana	Releitura de prato típico de festa junina; Sem glúten; Opção vegetariana	Opção sem glúten; Doce quente

Tabela 7 - Pratos e Justificativas - Evento C

5.3.2 Bebidas C

Muito diferente das cerimônias anteriores, o público alvo do Evento C não pode consumir álcool. Pensando nisso, é importante ressaltar que o desenvolvimento desta carta teve como foco bebidas não alcoólicas, isto é, *drinks* a base de frutas, principalmente cítricas, tendo em vista o excesso de frituras no cardápio, e outros saborizantes, como refrigerantes e chás.

Para iniciar o processo de criação e escolha das bebidas, levou-se em consideração releituras de *drinks* clássicos, como a Piña Colada, chamada nesta carta de “Piña descolada”, por conta da retirada do rum. Além disso, outro *drink* que não poderia faltar na carta seria o quentão; no entanto, devido à idade do público alvo, elaborado integralmente com suco de uva. Também estarão presentes outras bebidas como a limonada e a batida de maracujá.

Para o público adulto, por sua vez, será oferecido o vinho francês Florian Mollet, feito com uvas Pinot Noir e produzido no Val de Loire (safra 2018). Ele acompanha bem aperitivos à base de carne vermelha, possuindo uma boa acidez e com a adstringência necessária para compensar o conjunto de frituras.

Na tabela a seguir, serão exemplificados os *drinks* elaborados na festa com as suas respectivas modalidades de produção, isto é, batidos, montados ou mexidos. Além disso, haverá ainda o detalhamento dos insumos utilizados para a sua preparação. Não obstante, é imprescindível lembrar que as modalidades e categorias foram pensadas com base nos *drinks* clássicos que inspiraram os seus respectivos *drinks* sem álcool, como no caso do “mimoso”, composto de suco de laranja e água com gás, com inspiração no *drink* “mimosa”, o qual leva espumante brut gelado e suco de laranja. É por isso, portanto, que as bebidas não alcoólicas preparadas para a festa serão servidas em copos curtos, como o old-fashioned e o martini glass, e não longos, como seria o de costume.

EVENTO C – Bebidas		
Drink sem álcool	Componentes	Modalidade e categoria
Batida de Maracujá	Maracujá, água sem gás, gelo e açúcar	Short-drink Batido

Limónada	Limão, água sem gás, gelo e açúcar	Short-drink Batido
Quentão sem álcool	Suco de uva, gengibre, açúcar, canela, cravo e casca de laranja	Short-drink Batido
"Mimoso"	Suco de laranja, água com gás, açúcar e hortelã	Short-drink Montado
"Só da maçã"	Refrigerante de limão, suco de maçã e gelo	Long-drink Montado
"Piña descolada"	Suco de abacaxi, creme de coco e gelo	Long-drink Batido
"Pink Baby"	Groselha, cereja marasquino, água com gás e suco de limão siciliano	Short-drink Mexido
Vinho		
Florian Mollet Pinot Noir Val de Loire 2018		

Tabela 8 - Bebidas - Evento C

Pensando no serviço, faz-se necessário afirmar que haverá a retirada de pedidos à mesa das bebidas. Para os clientes situados na área de dança, por sua vez, deverá ser feita a solicitação e retirada dos drinks no balcão.

Posto isto, finaliza-se o plano inicial para o aniversário de 15 anos, sendo necessário o *briefing* com o cliente para aprovação do local, alimentação e bebida.

5.4 Evento D

Sendo o maior dos três casamentos, o Evento D tem como local escolhido pelos noivos o Villa Casarão Eventos, ambiente com espaço para até 300 pessoas e situado no Ribeirão da Ilha, em Florianópolis. Assim como os eventos A e B, este também será realizado em grande parte a céu aberto, fazendo com que seja possível explorar a interação entre ambiente externo e cardápio. Na vista para o mar, por exemplo, é possível observar as excelentes criações de bivalves do Ribeirão, como ostras e mexilhões (mariscos). Sabendo disso, a

ideia inicial foi criar e selecionar pratos que pudessem aproximar os clientes ao ambiente, demonstrando, deste modo, o local onde o elemento principal do prato foi produzido. Como exemplo, é possível citar a Ostra *Bocuse*, a qual fará parte como coquetel volante do cardápio, e dizer que a sua produção ocorreu na Fazenda Marinha Ostravagante, próxima à zona de realização do evento.

Imagem 5 - Espaço Villa Casarão



Fonte: Website do empreendimento

Após definir o guia para a criação dos pratos do cardápio, torna-se imprescindível introduzir os pedidos específicos do cliente a esse tema. No projeto atual, houve vários pedidos, dentre eles uma mesa de antepastos, um buffet com duas ilhas temáticas e cinco coquetéis volantes. Além disso, também existiram duas observações, sendo a primeira que houvesse a presença de camarão no cardápio e a segunda que um dos clientes principais da festa, neste caso, o noivo, é vegetariano, isto é, teria a necessidade do cardápio possuir pratos ausentes de proteína animal. Levando em conta todas as especificidades, poderia ser iniciada a fabricação do menu.

5.4.1 Alimentos D

Em primeiro lugar, é importante dizer como se deu a escolha das ilhas temáticas. Levando em conta a tradição local do bairro Ribeirão da Ilha, acreditou-se ser significativo adicionar uma ilha gastronômica em que a ideia

principal fosse a cozinha local, fomentando, novamente, a ideia de aproximação do ambiente e comida, fato lembrado por Britto e Fontes (2002, p. 297), os quais dizem que “eventualmente, podem-se oferecer pratos típicos ou regionais, desde que a ocasião permita e que a iguaria seja preparada de forma mais leve.”

Por outro lado, embora receba a classificação de um evento de pequeno porte ao possuir um grupo inferior a 200 pessoas (BRITTO; FONTES, 2002, p. 135), existe o risco de que nem todo comensal seja receptivo à comida regional. Tendo isso em vista, optou-se também por escolher como formato para a segunda ilha uma cozinha clássica; neste cenário, a cozinha italiana, por questões de afinidade do organizador do evento. Além disso, também se aproveitou o termo *antepastos* utilizado pelo cliente — subentendido como entradas — para montar uma mesa de aperitivos que mesclasse a culinária italiana com alguns ingredientes locais, como a ova (gônada) do ouriço.

Para o coquetel volante, por sua vez, utilizou-se de pratos já conhecidos e muito trabalhados pelo organizador do evento. Houve ainda a tentativa de mostrar uma nova forma de apresentar o camarão, sendo servidas as patas dianteiras, as quais foram temperadas com alho, limão e sal, empanadas em farinha de trigo e fritas sob imersão em óleo quente. Elas mantêm o sabor característico do camarão e ainda somam a textura crocante para a experiência. Novamente, como não se sabe a aceitação do público por esse prato — tornando-se necessários novos *briefings* com o cliente para avaliar esse tema —, fez-se também um *arancini* de camarão, pertencente à cozinha clássica italiana.

Com isso, para justificar a escolha dos pratos e da construção do cardápio, fez-se a seguinte listagem, dividida entre as etapas do serviço:

- Volante:
 - 5 volantes a pedido do cliente;
 - Presença de camarão a pedido do cliente;
 - Presença de pratos vegetarianos;
 - Presença de insumos produzidos na região, como a ostra do ribeirão.
- Ilha Italiana:
 - Cozinha clássica (fácil aceitação);
 - Presença de pratos vegetarianos;

- Presença de insumos produzidos na região, como os mexilhões (mariscos);
- Duas ilhas a pedido do cliente;
- Ilha da Gastronomia Local:
 - Possibilidade de explorar a cultura local;
 - Presença de produtos da região e legumes da estação, como a abóbora;
 - Presença de ave e pratos vegetarianos;
 - Duas ilhas a pedido do cliente;
- Mesa de Antepastos:
 - Entradas que mesclam a cozinha clássica com a regional;
 - Presença de produtos vegetarianos;
 - Presença de ingredientes singulares, como a ova do ouriço;

Lembra-se ainda que para a produção do cardápio de Ilha Italiana foi utilizado como referência Mangolini (2015) e Hazan (2013). Por sua vez, para a produção de pratos legitimamente locais, fez-se a consulta na obra “E vem do mar: Breve história dos alimentos e da culinária na Ilha de Santa Catarina” de Corrêa e Mello (2021).

A seguir está o cardápio com os pratos produzidos para o evento.

EVENTO D			
Volante	Buffet		
	Ilha Italiana	Ilha da Gastronomia Local	Mesa de Antepastos
Arancini de camarão	Mexilhões e lula ao tomate	Pirão de feijão com garoupa, batata-doce e abóbora	Focaccia <i>genovese</i>
Ostra <i>Bocuse</i> (ervas, manteiga e panko)	<i>Zuppa di pesce</i> (Sopa de peixe com frutos do mar)	Berbigão ao bafo com azeite de ervas	Patê de ova de ouriço

Bolinho de cogumelo shitake recheado com muçarela de búfala	Gnocchi de abóbora com molho de sálvia	Frango com farofa de ovo e laranja	Caponata de legumes
Palitinho com azeitonas aromatizadas e tomate cereja confitado	Ravioli de ricota com molho de limão siciliano	Banana-da-terra assada com farinha e melado	Burrata com molho pesto e tomatinhos rama
Patinhas de camarão crocantes	-	Marisco lambe-lambe	Grissini crocantes

Tabela 9 - Pratos - Evento D

5.4.2 Bebidas D

Para acompanhar o cardápio, pensou-se em trazer bebidas das mesmas regiões trabalhadas, isto é, Itália e Florianópolis. No entanto, querendo basear grande parte da carta de bebidas em vinhos, fez-se necessário ampliar o contexto de Florianópolis e incluir toda Santa Catarina, visando rótulos produzidos nas demais localidades do estado. A “ilha da magia”, portanto, ficou responsável pelos destilados utilizados nos drinks, como caipirinhas e batidas de frutas.

Para a escolha dos vinhos italianos, utilizou-se de consultas bibliográficas para observar qual a região que possuía características vistas como mais harmoniosas com o cardápio. Tendo isso em vista, ficou definida a região Norte da Itália como fornecedora dos vinhos para a carta. Como exemplo, é possível citar o vinho branco feito com uvas Pinot Grigio, da região de Veneto (Nordeste da Itália), o qual passa por um leve processo de prensagem para não haver interação entre a cor da casca da uva e o mosto.

No quesito vinhos catarinenses, foi escolhida a vinícola Abreu Garcia para ser a representante, localizada na Serra Catarinense. Dentre eles, um branco seco feito com uvas Sauvignon Blanc da safra de 2019 e com 3 anos de potencial de guarda e um rosé premiado como o melhor rosé da ViniBraExpo da safra de 2020. Ambos possuem harmonização com frutos do mar e apresentam aromas

herbáceos e florais leves, fazendo com que sejam excelentes para acompanhar os pratos escolhidos no cardápio. Para finalizar, também foi adicionado o espumante da mesma vinícola denominado Festividad, feito pelo método tradicional com 70% uvas Chardonnay e 30% uvas Pinot Noir.

Com relação aos destilados de Florianópolis, optou-se pela presença de garrafas que se adequassem à preparação de drinks. Deste modo, preferiu-se utilizar destilados prata, sem a passagem por barricas que agregam um sabor amadeirado. Assim sendo, aproveitou-se das cachaças produzidas no Alambique Indaiá, situado no bairro Pântano do Sul, para a elaboração da carta, como no caso da Batida de araçá.

Por fim, para as bebidas não alcoólicas, pensou-se em sucos naturais, como o suco de pitanga, e águas com e sem gás. Abaixo seguem as tabelas correspondentes aos vinhos e aos drinks.

EVENTO D – Vinhos		
Produtor	Vinhos	Safra
Campagnola	Pinot Grigio Delle Venezie DOC	2019
Abreu Garcia	Branco Sauvignon Blanc Seco	2019
Abreu Garcia	Rosé Malbec Seco	2020
Abreu Garcia	Espumante Brut Festividad	2017

Tabela 10 - Vinhos - Evento D

EVENTO D - Demais bebidas	
Alcoólicos	Batida de araçá
	Batida de maracujá
	Caipirinha de limão

Não Alcoólicos	Suco de pitanga
	Suco de tangerina
	Águas com e sem gás

Tabela 11 - Demais bebidas - Evento D

Através das tabelas acima é finalizado o planejamento do Evento D, fazendo-se necessários novos *briefings* para a sua análise e aprovação.

CONCLUSÃO

Durante a organização de eventos, a gestão pode-se valer de vários tipos de ferramentas para assegurar um bom planejamento. A boa utilização de instrumentos de controle como *briefing*, as visitas técnicas, o check list e o projeto, permitem assegurar um maior controle dos processos e propiciar conforto e satisfação ao cliente, visando sempre superar as suas expectativas com uma experiência agradável.

Vale ressaltar, no entanto, que durante a realização do trabalho foram encontrados poucos estudos referentes ao tema. Obras clássicas da área de eventos abrangem a temática da gastronomia em eventos de forma sucinta e restrita, com breves trechos sobre o *mise en place* da mesa e nada sobre a escolha dos cardápios. As informações sobre vinhos, por sua vez, se resumem sugerir os brancos para peixes e aves e os tintos para carnes vermelhas, muito provavelmente por serem obras já datadas e não atualizadas à gastronomia moderna.

Deste modo, esse trabalho utilizou-se do repertório adquirido durante o Curso Superior de Gastronomia e as experiências profissionais desenvolvidas ao longo dessa trajetória que foram utilizadas para a construção de um cardápio e uma carta de bebidas que fizessem sentido para o cliente e o público alvo, respeitando o tipo de cerimônia e a faixa etária, o ambiente, o local e a época do ano.

Durante o curso realizado no Instituto Federal de Santa Catarina, foi possível observar e aprender diversos novos conceitos – básicos e específicos – do ramo gastronômico. Desde termos clássicos utilizados dentro das cozinhas até ferramentas para compreender melhor os pedidos dos clientes. Os conhecimentos compartilhados e as instruções recebidas auxiliaram profundamente a melhorar o desempenho profissional dos alunos. Além disso, é importante ressaltar a predisposição de todos os responsáveis no *campus* em garantir a qualidade do ensino, não importando as adversidades encontradas durante o ano letivo.

Com isso, utilizando-se dos métodos disponíveis e dos conhecimentos encontrados em bibliografias – mesmo que de forma sucinta e restrita –, foi elaborado o cardápio das quatro diferentes cerimônias, respeitando os pedidos específicos dos clientes e aproveitando-se dos locais de realização com os seus respectivos ambientes internos e externos. Deste modo, cumpriu-se com os objetivos propostos.

A elaboração deste trabalho contribuiu para um melhor entendimento do ramo gastronômico na parte de eventos sociais, sugerindo, deste modo, a uma ferramenta para organização e o planejamento de projetos e a elaboração de cardápios e cartas de bebidas. Além disso, o estudo também cooperou para uma melhor percepção das oportunidades relacionadas a este mercado, sendo agora possível criar experiências baseadas em diversos fatores, como ambiente, público alvo e tipologia de serviço. Sendo assim, sugere-se que este conhecimento seja expandido através da realização de outras pesquisas na área, que conforme foi dito, é carente de referências nesta temática.

REFERÊNCIAS

ALVES, Nadine. Os principais tipos de eventos que você pode organizar. **Symppla**, 31 jul. 2018. Disponível em: <https://blog.symppla.com.br/tipos-de-eventos/#:~:text=1.->

,Eventos%20sociais,na%20sua%20vida%20para%20festejar. Acesso em: 2 fev. 2022.

BETTEGA, Maria Lúcia. **Eventos e cerimonial**: Simplificando ações. 4. ed. rev. e aum. Caxias do Sul: EDUCS, 2006. 245 p.

BORGES, Euclides Penedo. **Harmonização: O livro definitivo do casamento do vinho com a comida**. 1. ed. [S. l.]: Mauad, 2009. 192 p.

BRITTO, Janaina; FONTES, Nena. **Estratégia para eventos**: Uma ótica do marketing e do turismo. 2. ed. atual. e aum. São Paulo: Aleph, 2002. 384 p.

CANTON, Marisa. Evento: da proposta ao planejamento. **Revista Turismo em Análise**, São Paulo, ano 1997, v. 8, n. 1, p. 18-30, 5 maio 1997. Disponível em: <http://www.repositorio.ufc.br/handle/riufc/42016>. Acesso em: 21 dez. 2021.

CARVALHO, Raynna Pedrosa de; et al. **Planejamento do Evento Tecendo Histórias**. Revista encontros universitários da UFC, Fortaleza, v.1, n.1, 2016. (Encontro de Experiências Estudantis, 9)

CESCA, Cleuza Gertrudes Gimenes. **Organização de eventos**: Manual para planejamento e execução. 9. ed. rev. e atual. São Paulo: Summus, 2008. 195 p.

COLEMBERGUE, J. P.; GULARTE, M. A.; ESPÍRITO SANTO, M. L. P. Caracterização química e aceitabilidade da sardinha (*Sardinella brasiliensis*) em conserva adicionada de molho com tomate. **Alim. Nutr.**, Araraquara, v. 22, n. 2, p. 273-278, abr./jun. 2011.

CORDEIRO, Wilton Carlos. Análise da Carta de Vinhos dos restaurantes localizados em Florianópolis-SC. **Revista Rosa dos Ventos**, [S. l.], ano 2014, v. 6, n. 1, p. 87-95, jan./mar. 2014. Disponível em: <http://www.ucs.br/etc/revistas/index.php/rosadosventos/article/view/2255>. Acesso em: 30 dez. 2021.

CORDEIRO, Wilton Carlos; MARIANO, Vanessa Correa. Análise da carta de vinhos dos restaurantes localizados em Florianópolis, filiados à Associação Brasileira de Bares e Restaurantes de Santa Catarina (ABRASEL-SC). **SEPEI 2013**. Disponível em: <https://eventoscientificos.ifsc.edu.br/index.php/sepei/sepei2013/paper/download/153/360>. Acesso em: 30 dez. 2021.

CORRÊA, Narbal de Souza; MELLO, Amílcar D'Ávila de. **E vem do mar**: Breve história dos alimentos e da culinária na Ilha de Santa Catarina. 2. ed. Florianópolis-SC: Lilás, 2021. 280 p.

FEDERAÇÃO DO ESPORTE UNIVERSITÁRIO DO DISTRITO FEDERAL. Você sabe como surgiram as Olimpíadas?. **FESU**, Distrito Federal, 3 ago. 2021. Disponível em: <http://www.fesudf.com.br/Publicacao.aspx?id=241523>. Acesso em: 18 jan. 2022.

FORTES, Waldyr Gutierrez; SILVA, Mariângela Benine Ramos. **Eventos**: Estratégias de planejamento e execução. 2. ed. São Paulo: Summus, 2011. 232 p.

FREUND, Francisco Tommy. **Festas e recepções: Gastronomia, organização e cerimonial**. SENAC: São Paulo, 2020. 127 p.

GIACAGLIA, Maria Cecília. **Eventos**: Como criar, estruturar e captar recursos. 1. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2006. 216 p.

GIACAGLIA, Maria Cecília. **Gestão estratégica de eventos**: Teoria, prática, casos e atividades. 1. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2010. 248 p.

GÂNDARA , José Manoel Gonçalves. **Reflexões sobre o turismo gastronômico na perspectiva da sociedade dos sonhos**. 2009.

HAZAN, Marcella. **Fundamentos da cozinha italiana clássica**. [S. l.]: WMF Martins Fontes, 2013. 712 p.

HURTADO, Daiane Cristina; CALLIARI, Caroline Maria. **Fibras Alimentares no Controle da Obesidade**. Londrina. 2010.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle**. 5 ed, São Paulo: Atlas, 1998.

MANGOLINI, Mia. **Enciclopédia da gastronomia italiana**. 1. ed. São Paulo: SENAC, 2015. 466 p.

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

MARTINS, Fernando. A origem e a história oculta das festas: como os festeiros construíram a civilização. **Gazeta do povo**, 6 dez. 2019. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/vozes/fernando-martins/origem-e-historia-das-festas/>. Acesso em: 5 fev. 2022.

MATIAS, Marlene. **Organização de eventos: procedimentos e técnicas**. 6. ed. rev. e atual. [S. l.]: Manole Ltda., 2013. 220 p.

MENEGUEL, Cinthia Rolim Albuquerque; SILVA, Angelita Molina Sardinha da. Tendências gastronômicas no mercado de eventos. **Revista RETC**, [S. l.], ano 2013, n. 12, p. 56-60, 1 abr. 2013. Disponível em: https://www.academia.edu/40538641/TEND%C3%80NCIAS_GASTRON%C3%94MICAS_NO_MERCADO_DE_EVENTOS?from=cover_page. Acesso em: 4 jan. 2022.

NUTAKOR, Christabel *et al.* Ginger Beer: An Overview of Health Benefits and Recent Developments. **Fermentation**, [S. l.], ano 2020, v. 6, n. 4, p. 1-23, 28 out. 2020. DOI <https://doi.org/10.3390/fermentation6040102>. Disponível em: <https://www.mdpi.com/2311-5637/6/4/102>. Acesso em: 23 dez. 2021.

PUCKETTE, Madeline; HAMMACK, Justin. **O guia essencial do vinho: Wine Folly**. 1. ed. [S. l.]: Intrínseca, 2016. 240 p.

ROGERS, Tony; MARTIN, Vanessa. **Eventos: Planejamento, Organização e Mercados**. 1. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011. 192 p.

ROSA, Jane Petry da. [PowerPoint de apoio à disciplina Eventos na Gastronomia, lecionado no Instituto Federal de Santa Catarina], 2019.

ROQUE, Maria Isabel. **A festa dos namorados: das Lupercalia ao dia de São Valentim**. A MUSE ARTE, 14 fev. 2021. Disponível em: <https://amusearte.hypotheses.org/7081>. Acesso em: 5 fev. 2022.

SILVA, Julyana Gall da *et al.* Alimentação na adolescência e as relações com a saúde do adolescente. **Texto & Contexto Enfermagem**, Florianópolis, v. 23, n. 4, p. 1095-1103, out./dez. 2014. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/tce/a/4V3SxBrzWSBCXc7PVR5YVDP/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 5 jan. 2022.

SANTOS, José Ivan Cardoso. **Vinhos, o essencial**. 8ª ed. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2011

SANTOS, Maria do Socorro dos. **A enogastronomia no Brasil e a interferência da temperatura na harmonização entre vinhos e preparações**. 2017. 48 f. Trabalho de conclusão de curso (Tecnólogo em Gastronomia) - Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí, Teresina, 2017. Disponível em: http://bia.ifpi.edu.br/jspui/bitstream/prefix/391/1/2017_tcc_mssantos.pdf. Acesso em: 7 jan. 2022.

SENAC, DN. Eventos: Oportunidades de novos negócios. Rio de Janeiro: Ed. SENAC Nacional, 2000.

SILVA, Daniel Neves . Origens do Carnaval. Mundo Educação - UOL. Disponível em: <<https://mundoeducacao.uol.com.br/carnaval/as-origens-carnaval.htm>>. Acesso em: 6 fev. 2022.

TRIVIÑOS, Augusto Nivaldo Silva. Três enfoques na pesquisa em ciências sociais: o positivismo, a fenomenologia e o marxismo. In: _____. Introdução à pesquisa em ciências sociais. São Paulo: Atlas, 1987. p. 31-79.