



Turismo: Reflexões e Desafios

Volume III

Queila P. da Silva
Sérgio R. R. Guardia
organizadores



Queila Pahim da Silva
Sérgio Ramiro Rivero Guardia
Organizadores

Turismo:
Reflexões e desafios
Volume III



Pantanal Editora

2022

Copyright© Pantanal Editora

Editor Chefe: Prof. Dr. Alan Mario Zuffo

Editores Executivos: Prof. Dr. Jorge González Aguilera e Prof. Dr. Bruno Rodrigues de Oliveira

Diagramação: A editora. **Diagramação e Arte:** A editora. **Imagens de capa e contracapa:** Canva.com. **Revisão:** O(s) autor(es), organizador(es) e a editora.

Conselho Editorial

Grau acadêmico e Nome

Prof. Dr. Adaylson Wagner Sousa de Vasconcelos
Profa. MSc. Adriana Flávia Neu
Profa. Dra. Allys Ferrer Dubois
Prof. Dr. Antonio Gasparetto Júnior
Profa. MSc. Aris Verdecia Peña
Profa. Arisleidis Chapman Verdecia
Prof. Dr. Arinaldo Pereira da Silva
Prof. Dr. Bruno Gomes de Araújo
Prof. Dr. Caio Cesar Enside de Abreu
Prof. Dr. Carlos Nick
Prof. Dr. Claudio Silveira Maia
Prof. Dr. Cleberton Correia Santos
Prof. Dr. Cristiano Pereira da Silva
Profa. Ma. Dayse Rodrigues dos Santos
Prof. MSc. David Chacon Alvarez
Prof. Dr. Denis Silva Nogueira
Profa. Dra. Denise Silva Nogueira
Profa. Dra. Dennyura Oliveira Galvão
Prof. Dr. Elias Rocha Gonçalves
Prof. Me. Ernane Rosa Martins
Prof. Dr. Fábio Steiner
Prof. Dr. Fabiano dos Santos Souza
Prof. Dr. Gabriel Andres Tafur Gomez
Prof. Dr. Hebert Hernán Soto Gonzáles
Prof. Dr. Hudson do Vale de Oliveira
Prof. MSc. Javier Revilla Armesto
Prof. MSc. João Camilo Sevilla
Prof. Dr. José Luis Soto Gonzales
Prof. Dr. Julio Cezar Uzinski
Prof. MSc. Lucas R. Oliveira
Profa. Dra. Keyla Christina Almeida Portela
Prof. Dr. Leandro Argentel-Martínez
Profa. MSc. Lidiene Jaqueline de Souza Costa Marchesan
Prof. Dr. Marco Aurélio Kistemann
Prof. MSc. Marcos Pisarski Júnior
Prof. Dr. Marcos Pereira dos Santos
Prof. Dr. Mario Rodrigo Esparza Mantilla
Profa. MSc. Mary Jose Almeida Pereira
Profa. MSc. Núbia Flávia Oliveira Mendes
Profa. MSc. Nila Luciana Vilhena Madureira
Profa. Dra. Patrícia Maurer
Profa. Dra. Queila Pahim da Silva
Prof. Dr. Rafael Chapman Auty
Prof. Dr. Rafael Felipe Ratke
Prof. Dr. Raphael Reis da Silva
Prof. Dr. Renato Jaqueto Goes
Prof. Dr. Ricardo Alves de Araújo (*In Memoriam*)
Profa. Dra. Sylvana Karla da Silva de Lemos Santos
MSc. Tayronne de Almeida Rodrigues
Prof. Dr. Wéverson Lima Fonseca
Prof. MSc. Wesclen Vilar Nogueira
Profa. Dra. Yilan Fung Boix
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme

Instituição

OAB/PB
Mun. Faxinal Soturno e Tupanciretã
UO (Cuba)
IF SUDESTE MG
Facultad de Medicina (Cuba)
ISCM (Cuba)
UFESSPA
UEA
UNEMAT
UFV
AJES
UFGD
UEMS
IFPA
UNICENTRO
IFMT
UFMG
URCA
ISEPAM-FAETEC
IFG
UEMS
UFF
(Colômbia)
UNAM (Peru)
IFRR
UCG (México)
Mun. Rio de Janeiro
UNMSM (Peru)
UFMT
Mun. de Chap. do Sul
IFPR
Tec-NM (México)
Consultório em Santa Maria
UFJF
UEG
FAQ
UNAM (Peru)
SEDUC/PA
IFB
IFPA
UNIPAMPA
IFB
UO (Cuba)
UFMS
UFPI
UFG
UEMA
IFB
UFPI
FURG
UO (Cuba)
UFT

Conselho Técnico Científico
- Esp. Joacir Mário Zuffo Júnior
- Esp. Maurício Amormino Júnior
- Lda. Rosalina Eufrausino Lustosa Zuffo

Ficha Catalográfica

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)	
T938	Turismo [livro eletrônico]: reflexões e desafios: volume III / Organizadora Queila Pahim da Silva, Sérgio Ramiro Rivero Guardia. – Nova Xavantina, MT: Pantanal Editora, 2022. 97p.; il. Formato: PDF Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader Modo de acesso: World Wide Web ISBN 978-65-81460-66-2 DOI https://doi.org/10.46420/9786581460662 1. Turismo – Pesquisa – Brasil. 2. Lazer. I. Silva, Queila Pahim da. II. Guardia, Sérgio Ramiro Rivero. CDD 338.4791
Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422	



Nossos e-books são de acesso público e gratuito e seu download e compartilhamento são permitidos, mas solicitamos que sejam dados os devidos créditos à Pantanal Editora e também aos organizadores e autores. Entretanto, não é permitida a utilização dos e-books para fins comerciais, exceto com autorização expressa dos autores com a concordância da Pantanal Editora.

Pantanal Editora

Rua Abaete, 83, Sala B, Centro. CEP: 78690-000.
Nova Xavantina – Mato Grosso – Brasil.
Telefone (66) 99682-4165 (Whatsapp).
<https://www.editorapantanal.com.br>
contato@editorapantanal.com.br

Apresentação

O turismo é uma das principais atividades econômicas da atualidade e apesar dos efeitos causados pela restrição de circulação de pessoas pela pandemia de Covid 19, continua a se mostrar potencial para promover melhorias significativas em todos os locais que apostam nesse setor. Por isso, torna-se essencial a discussão e reflexão sobre os desafios que este fenômeno de aspecto social, cultural e econômico traz para os destinos, residentes e visitantes. Com o objetivo de apresentar pesquisas nesta área de conhecimento, esta obra traz trabalhos acadêmicos de pesquisadores de várias regiões do Brasil, que exploram algumas das diversas faces do turismo.

No primeiro capítulo é apresentado o tema da governança no turismo através de uma compilação sobre as principais instituições no mundo e seus princípios e conceitualizações sobre a boa governança. A partir desse ponto, é abordado o tema destinos turísticos inteligentes no que tange à governança, descrevendo as principais tarefas que devem ser observadas neste tipo de destino para operacionalizar o turismo por meio da coordenação, cooperação e colaboração das atividades e dos participantes. O capítulo conclui com reflexões da governança do turismo inteligente e dos seus impactos nos destinos para manter sua atratividade e competitividade.

O segundo capítulo aborda o turismo pedagógico em escolas de ensino fundamental e médio, do município de Santa Cruz, RN, revelando sua importância para o processo de ensino aprendizagem e mostrando o entendimento de alunos e professores sobre seu conceito.

Já no terceiro capítulo, o enfoque se dá sobre a percepção da inteligência emocional por líderes do setor de eventos na capital federal, Brasília. Os resultados da pesquisa revelam a importância do controle emocional para o alcance dos objetivos profissionais individuais e coletivos em eventos.

O quarto capítulo discute sobre os processos comunicacionais turísticos mediados na *Fanpage* da Prefeitura Municipal de Salvador - BA no *Facebook*, evidenciando sua relação com a produção de memórias turísticas. Há a aplicação da semiótica peirceana aos estudos do turismo, com uma problematização sobre memórias turísticas e com um direcionamento epistemológico às interfaces teóricas entre turismo e comunicação turística da gestão municipal.

E por fim, o quinto e último capítulo é abordado o tema destinos turísticos inteligentes no que diz respeito à percepção do *trade* de turismo com relação ao conceito e a confiabilidade nas estruturas (público e privada) para o estabelecimento de Natal como destino inteligente. Entendendo que a governança de um destino é geralmente atribuída a um órgão, geralmente de uma entidade pública atrelada ao governo a governança dos destinos turísticos é geralmente conduzida por uma Organização de Gestão de Turismo (OGD) ou também conhecida por *Destination Management Organization* (DMO) e tem característica transversal. Conclui-se que há mais confiabilidade na iniciativa privada do que na pública para a transformação de Natal em destino inteligente.

Esperamos que as leituras sejam válidas e úteis, pois são produto de trabalho árduo de pesquisadores, alunos e docentes que juntos fazem o conhecimento evoluir. Boa leitura.

Os organizadores.

Sumário

Apresentação	4
Capítulo 1	6
Governança pública: uma compilação com as principais estruturas mundiais, rumo aos destinos turísticos inteligentes	6
Capítulo 2	25
Turismo Pedagógico: Um Estudo Multicaso em Santa Cruz – RN	25
Capítulo 3	41
A percepção da inteligência emocional dos líderes do setor de eventos	41
Capítulo 4	58
Comunicação pública da cidade turística e perspectivas para a construção de memórias sociais	58
Capítulo 5	77
Destinos Turísticos Inteligentes: um estudo sobre a percepção do profissional de turismo no RN	77
Índice Remissivo	96
Sobre os organizadores	97

A percepção da inteligência emocional dos líderes do setor de eventos

Recebido em: 15/10/2022

Aceito em: 25/10/2022

 10.46420/9786581460662cap3

Felipe Rocha Lacerda¹ 

Paula Fernandes Furbino Bretas² 

Rodrigo Cardoso da Silva³ 

Queila Pahim da Silva^{4*} 

INTRODUÇÃO

Com as constantes transformações que vêm acontecendo no mundo, o setor organizacional tem investido cada vez mais em inovações a fim de não só crescer o seu caráter competitivo no mercado, mas também de elevar a qualidade de vida no trabalho, proporcionando um ambiente saudável para os próprios colaboradores. Segundo Vieira (2010) o mercado exige que os profissionais possuam competências técnicas, aliadas à competência comportamental e emocional, já que as organizações contemporâneas começam a demandar mais do que gerências técnicas. Diante desse contexto, o conceito da inteligência emocional está sendo explorado por pesquisadores e cientistas, bem como por líderes de diversos tipos de organizações com o objetivo de atender a demanda por um ambiente de trabalho sustentável e com o foco voltado aos colaboradores e o desenvolvimento de habilidades e competências emocionais.

Weisinger (2001) define a inteligência emocional como “o uso inteligente das emoções, isto é, fazer intencionalmente com que as emoções trabalhem a seu favor, usando-as como uma ajuda para ditar seu comportamento a seu raciocínio de maneira a aperfeiçoar seus resultados”. A inteligência emocional se torna uma característica essencial para que uma pessoa possa aperfeiçoar em várias áreas da sua vida profissional e pessoal, principalmente no que diz respeito ao exercício da liderança, que tem sido requisitado cada vez mais nas organizações, especialmente nos processos que envolvem a gestão de pessoas ou mesmo processos onde a prestação de serviço seja o principal insumo.

Lopes e Salovey (2008 *apud* Silva et al., 2010) defendem a aplicação da inteligência emocional à liderança, já que as emoções têm influência na maneira como as pessoas pensam e se comportam, sendo que essa influência exercida sobre outrem caracteriza a liderança.

¹ Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília (IFB).

² Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília (IFB).

³ Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília (IFB).

⁴ Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília (IFB).

* Autora correspondente: queila.silva@ifb.edu.br

Com isso, de acordo com Goleman (2012), liderar “não é dominar, mas, sim a arte de convencer as pessoas a trabalharem com vistas a um objetivo comum”. O exercício da liderança no setor de eventos não difere do conceito dado por Goleman, já que a liderança nesse setor se mostra de uma forma bem ampla, não se limitando ao cargo e a hierarquia ocupada. A gestão de eventos depende majoritariamente da atribuição de funções necessárias ao desenvolvimento do projeto. Sendo assim, algumas das atribuições mais comuns nesse setor são: coordenador, gerente, diretor, produtor, organizador de serviços de alimentação, dentre outras. Observa-se que tais funções envolvem o uso da liderança, seja no pré evento (fase de planejamento), no trans evento (momento de execução do evento) ou no pós evento (fase de avaliação e análise de resultados).

Dessa forma, o problema de pesquisa deste estudo se define como: qual a percepção da inteligência emocional dos líderes do setor de eventos? O objetivo geral desta pesquisa é compreender a percepção da inteligência emocional dos líderes do setor de eventos. Para isso, como objetivos específicos tem-se de compreender a percepção das emoções; compreender o manejo das próprias emoções; compreender o manejo das emoções dos outros e compreender a utilização das emoções.

Justifica-se essa pesquisa em termos teóricos, pois de acordo com Ferrari e Ghedine (2020) existem lacunas de pesquisa, como a exploração dos temas: inteligência emocional e liderança que apontam caminhos que podem contribuir para o amadurecimento do tema e para a aplicabilidade nas organizações. Além disso, Ferrari e Ghedine (2020) mostram que foi verificado um menor número de publicações nacionais sobre esses temas em comparação às internacionais, o que aponta que ainda tem muito a ser explorado em nível nacional.

Em termos profissionais, justifica-se, pois “gestores emocionalmente inteligentes conduzem sua equipe ao alcance de resultados por saberem lidar com sua equipe conhecendo e administrando a favor da organização e do indivíduo as características individuais de cada um.” (Vieira, 2010). Entendendo as suas emoções e a das pessoas em sua volta e sabendo usá-la com sabedoria é possível construir um ambiente de trabalho produtivo e sustentável, com uma gestão focada no bem estar do trabalhador. Além disso, a inteligência emocional se torna essencial no ambiente profissional, já que “quando emocionalmente perturbados, os colaboradores esquecem, não acompanham, não aprendem, e nem tomam decisões com firmeza, podendo causar desmotivação e promover o absentismo” (Silva; Corrêa, 2019).

Em termos sociais, justifica-se essa pesquisa, pois a habilidade de liderar pessoas com a complementação da capacidade de gerir as próprias emoções e perceber as emoções dos seus colaboradores tem sido cada vez mais requisitado nas organizações, sobretudo por causa das necessidades de novas habilidades, como as soft skills que está diretamente ligada à inteligência emocional das pessoas (Di Spagna, 2017). Ademais, em qualquer área da vida, as pessoas estão sendo observadas, avaliadas e cobradas o tempo todo, o que acaba gerando uma pressão constante, que pode ser muito estressante e

desgastante, especialmente para quem não possui equilíbrio emocional (Sociedade brasileira de inteligência emocional, 2019).

Vale ressaltar também que, a negligência com a saúde mental tanto na vida pessoal quanto no ambiente organizacional desencadeou o aumento nos transtornos mentais, como a ansiedade e a depressão. De acordo com a Organização Mundial da Saúde, o Brasil é o país com o maior número de pessoas com ansiedade do mundo e o segundo com o maior número de casos de depressão na América, ficando atrás apenas dos Estados Unidos. Em relação às pressões no trabalho, a International Stress Management Association mostra que cerca de 32% dos trabalhadores brasileiros sofrem com o efeito do stress, o que pode comprometer a saúde física e mental e dar alguns sinais iniciais da síndrome de Burnout (Passos, 2019).

REFERENCIAL TEÓRICO

O aporte teórico da pesquisa está fundamentado em três pontos, inicialmente aborda-se o conceito e aplicação da inteligência emocional, seguindo do debate sobre liderança e as repercussões de ambos os conceitos. Por fim estabelece-se as relações com o setor de eventos.

INTELIGÊNCIA EMOCIONAL (IE)

Com a modernização da sociedade e conseqüentemente das relações de trabalho, o estado emocional se tornou alvo de estudos e pesquisas com o objetivo de compreender as emoções e usá-las da melhor maneira possível. Levando em consideração a importância das emoções, Smith e Lazarus (1990 *apud* Woyciekosky; Hutz, 2009) citam que o estado emocional pode influenciar no bem estar subjetivo das pessoas, na saúde física e mental, nas interações sociais, além de impactar a capacidade de resolução de problema.

A partir disso, Goleman (1999) argumenta que a inteligência emocional (IE) refere-se à capacidade de poder identificar os nossos próprios sentimentos e os dos outros, de nos motivar e de gerenciar as emoções dentro de nós e nas nossas relações sociais. No ambiente organizacional, os benefícios da inteligência emocional são capazes de influenciar positivamente na produtividade, tornando-se até mais importante do que o QI (quociente de inteligência), já que

o quão bem gerimos nossa vida e nossos relacionamentos — são as habilidades que distinguem aqueles com desempenho excepcional. E quanto mais sobe em uma organização, maior a importância da IE (Goleman, 2015).

De acordo com Slivnik (2012),

os profissionais que as empresas buscam precisam ir além da qualificação técnica. Eles precisam também de habilidades comportamentais adequadas, que complementam seu conhecimento no seu ramo de negócios e expandem suas possibilidades de atuação.

Portanto, o que vai determinar o sucesso na carreira profissional é a soma de talentos e atitudes de cada profissional, “uma vez que as pessoas são contratadas pelo currículo e demitidas pelas atitudes” (Ferraz 2012).

Destaca-se que a IE pode ser desenvolvida ao longo da vida, se forem adotadas a abordagem correta, e para o seu desenvolvimento é preciso conhecer os seus componentes, que segundo a teoria de Goleman (2015), são divididos em: autoconsciência, autogestão, empatia e habilidade social.

A autoconsciência diz a respeito da compreensão das próprias emoções, forças, fraquezas, necessidades e impulsos. Indivíduos com autoconsciência reconhecem como seus sentimentos afetam a elas, as outras pessoas e seu desempenho profissional. Essa característica também pode ser verificada nas avaliações de desempenho, já que “pessoas autoconscientes conhecem suas limitações e forças e se sentem à vontade conversando sobre elas, com frequência demonstrando afeição pela crítica construtiva” (Goleman, 2015).

A autogestão diz respeito à capacidade de controlar os impulsos emocionais e de canalizá-los de forma útil. Para Goleman (2015), a gestão e o controle das emoções podem proporcionar um ambiente de confiança e equidade. Nesse tipo de ambiente, os conflitos são reduzidos e a produtividade é elevada. Assim, os sinais do controle emocional são vistos através da aptidão pela reflexão e ponderação; bem como da adaptação à ambiguidade e mudança; além da integridade — uma capacidade de dizer não aos impulsos.

Outra aptidão necessária à IE é a empatia, sendo esta um importante componente da liderança por ao menos três motivos: o número cada vez maior de equipes, o ritmo veloz da globalização e a necessidade crescente de reter os talentos (Goleman, 2015). A empatia significa levar em conta ponderadamente os sentimentos dos colaboradores — junto com outros fatores — no processo de tomadas de decisões.

Por fim, a habilidade social é a cordialidade alinhado com um propósito: conduzir as pessoas na direção desejada. “Pessoas socialmente hábeis tendem a ter um amplo círculo de conhecidos e têm um dom para chegar a um denominador comum com pessoas de todos os tipos — um dom para desenvolver afinidades” (Goleman, 2015). Portanto, a habilidade social é uma ferramenta que permite às pessoas colocarem em prática a sua inteligência emocional. Nesse sentido, as habilidades listadas aqui são componentes interessantes, e se ajustam de certa forma às pessoas que pretendem ou tem habilidades para liderar, a seguir o próximo tópico tratará melhor a questão da liderança.

LIDERANÇA

Os cargos de liderança têm exigido cada vez mais preparo e habilidades para lidar com as emoções (internas e externas). Como um líder exerce influência comportamental sobre a equipe dependente, é notório a proximidade da liderança com o comportamento humano, e consequentemente, com a inteligência emocional (Sobral; Peci, 2013).

Atualmente, liderar não significa apenas ocupar um cargo de destaque ou uma hierarquia superior em uma organização. Liderar é apontar uma direção, empoderar e ajudar pessoas, por intermédio de uma estratégia eficaz, realizando seus objetivos com disposição e velocidade. Sendo assim, liderança é mobilizar e conduzir um grupo rumo a um futuro planejado (Kotter, 2014).

Com isso, a capacidade de liderar passou a ser exigida, além de ser um atributo bastante valorizado pelas empresas e demais organizações, principalmente na busca de um processo produtivo eficiente, já que para o alcance desse processo é necessário a participação conjunta de diversos parceiros, cada um contribuindo com os seus meios (Chiavenato, 2010).

Segundo Chiavenato (2000), a percepção de que uma gestão de pessoas eficiente é imprescindível para o sucesso das organizações é recente, com isso, o fator humano começou a ser valorizado somente no final do século passado.

Chiavenato (2005) argumenta que “a gestão de pessoas tem sido a responsável pela excelência das organizações bem sucedidas e pelo aporte de capital intelectual que simboliza, mais do que tudo, a importância do fator humano em plena era da informação”.

Portanto, o líder tem um papel fundamental nos rumos de uma empresa, no alcance dos objetivos, na definição de metas e os meios para atingi-los. É através do líder que irá combinar as habilidades técnicas e comportamentais adequadas para o desenvolvimento desejado da organização (Tajra, 2014).

Assim como a inteligência emocional, a liderança também pode ser desenvolvida, porém o comportamento de um líder eficaz pode variar de uma atuação para outra, levando em consideração a situação, os fatores, os liderados, a organização, os aspectos psicológicos, sociológicos e filosóficos (Estevan, 2020).

Contudo, há algumas características que demonstram um perfil de liderança competente, que, segundo Goleman (1999), vai além do mero gerenciamento de atividades. Um líder eficaz possui a capacidade de criar um ambiente inspirador e carismático com a sua equipe, construindo bons relacionamentos e incentivando-os para a superação dos desafios propostos.

Ademais, com as constantes mudanças a que o setor empresarial está sujeito, o perfil do líder contemporâneo tem demonstrado a importância do uso da motivação, da confiança e da quebra de paradigmas, a fim de conscientizar a equipe das mudanças necessárias e tirá-lo da zona de conforto (Queiroz, 2009).

Covey (2003, *apud* Ferraz, 2015) complementa que o papel do líder contemporâneo não é "gerenciar a mudança", mas sim de ter a capacidade de desenvolver o próprio futuro dentro do panorama que se está modificando em um conceito determinado como "liderar a mudança".

Tendo isso em consideração, Barbieri (2016) cita a capacidade de influência e inspiração que um líder causa, já que ao se tornar um referencial, a sua equipe passa a ter a mesma visão do gestor e a capacidade de se empenhar e se esforçar na busca da excelência, o que também contribui, segundo

Vergara (1999), na formação de novos líderes, que compartilham com seus liderados a sua visão, missão, objetivos, metas, estruturas, tecnologias e estratégias.

Em suma, esse tópico demonstra que há importantes entrelaces entre a liderança, eficiência da equipe e adaptação às novas formas de trabalho, destacou-se principalmente o papel protagonista do gestor (líder) de equipe para o alcance de objetivos. Nesse sentido as habilidades emocionais, a empatia e o controle dos impulsos são características que se destacam na literatura para os novos líderes. A seguir abordaremos de forma aprofundada a I.E e a liderança.

INTELIGÊNCIA EMOCIONAL E LIDERANÇA

Como um líder é visto como uma referência em sua equipe, é preciso que ele desenvolva habilidades que permitam lidar com si mesmo e com os seus liderados. Por isso, a inteligência emocional é uma importante ferramenta para os gestores, já que a habilidade de liderar pode ser desenvolvida pela própria pessoa, desde que ela saiba usar e compreender suas emoções de forma madura (Gaudêncio, 2007).

Desde os anos 2000, os gestores se preocupam cada vez mais com a relação entre as pessoas e a organização, “o que revela o crescente interesse pela área das emoções, sentimentos e conseqüentemente comportamentos inerentes assim como a consciencialização de que o motor das organizações são as pessoas” (Costa; Jesus, 2009).

Ademais, Goleman (1999) cita a importância do líder ter habilidades emocionais, visto que é necessário suportar as dificuldades que irão surgir em sua gestão e tolerar sentimentos negativos, como a angústia e a frustração, que contribuem para resultados inócuos e ineficientes.

Além disso, o líder funciona como pacificador e gerenciador da sua equipe, por causa da variedade de pessoas, com diferentes pensamentos, ideias e motivações que podem gerar atritos. Portanto, como o ambiente da organização condiciona o comportamento das pessoas, cabe aos líderes gerenciar essa diversidade (Silva, 2010).

É preciso que o líder tenha a capacidade de influenciar o comportamento dos outros, e com isso evitar que os liderados fiquem desmotivados e com baixa produtividade. Por isso, a tarefa principal do gestor é utilizar a “liderança emocional”, que permite o uso das suas melhores emoções, como o humor, o otimismo, a autenticidade e a alta energia para não só se regular, mas também, através das suas ações, poder inspirar os seus seguidores a sentirem e agirem da mesma forma, administrando assim o ambiente e os relacionamentos em sua volta (Goleman, 2015).

Segundo Cury (2010),

nossos comportamentos são sementes. As sementes são diminutas, frágeis, mas poderão ter inúmeras decorrências, sejam imediatas ou futuras. Pensar nas conseqüências dos comportamentos é a base para construirmos um futuro saudável alicerçado em um presente saudável.

Portanto, o líder que possui inteligência emocional desenvolve, cativa, eleva a autoestima da equipe e ameniza os impactos das pressões diárias. Como consequência, esse gestor obtém subordinados mais felizes, comprometidos com o objetivo organizacional e produtivos (Silva, 2016).

Percebemos então que na era da informação e produtividade as habilidades, traquejo social e humano são essenciais para a condução de equipes. Esses aspectos se reforçam ainda mais em atividades do setor de serviços, no qual os processos precisam apresentar padrões de qualidade elevados, o que só é possível com equipes motivadas, eficientes, cooperativas e empáticas. O setor de eventos está estritamente ligado aos serviços, ele é claramente uma prestação de serviços aos clientes na forma privada, no âmbito público é um serviço que visa dar alternativas de atividades as pessoas em seus momentos de lazer e entretenimento.

LIDERANÇA E INTELIGÊNCIA EMOCIONAL NO SETOR DE EVENTOS

No que se refere ao setor de eventos, é importante destacar o seu conceito e o processo de planejamento que a envolve. Segundo Veloso (2001), os eventos e as cerimônias são meios de estabelecer a comunicação aproximativa entre pessoas e públicos de organizações governamentais ou privadas.

O seu processo de planejamento implica em uma série de medidas que devem ser tomadas pensando sempre nos objetivos do evento. Segundo Maximiano (2000), o processo de planejamento consiste em definir planos que contenham os objetivos e as formas de realizá-los.

Ademais, Meirelles (1999) complementa que

o planejamento é o fator fundamental ao desenvolvimento de qualquer atividade e, de modo especial, para a organização de eventos, permitindo a racionalização das atividades, o gerenciamento dos recursos disponíveis e a implantação do projeto.

Além disso, para se ter um trabalho eficiente, são necessários vários profissionais nas fases de planejamento, execução, avaliação, entre outras. Todos os profissionais envolvidos precisam estar em plena sintonia e motivados por um objetivo comum para que tudo saia com êxito (Albuquerque, 2004).

Segundo Britto e Fontes (2002), os eventos são organizados de formas diferentes, mas passam pelas mesmas fases de organização. Com isso, a organização de um evento exige condições que permitam ao profissional responsável pelo projeto coordenar e controlar todas as etapas.

Por isso, o uso de uma liderança eficaz acompanhada da inteligência emocional na gestão de um evento é relevante, pois o gerenciamento de projetos envolve uma inclinação para o surgimento de conflitos, devidos aos prazos, à complexidade das relações sociais e outras limitações que desafiam o gestor (Pinto; Rouhiainen, 2002, *apud* Lima; Silva, 2015).

De acordo com Trejo (2014 *apud* Lima; Silva, 2015), também é relevante analisar a inteligência emocional no contexto dos integrantes da equipe, já que o elevado nível de IE apresentado pelos liderados contribui para o sucesso do planejamento, o que traz melhores resultados e gera impactos diretamente no gerenciamento do projeto.

Quando se trata de eventos, é imprescindível o investimento nos colaboradores, com o intuito de que todos os membros estejam altamente treinados para o serviço que irão executar, independente do papel de atuação, de tal forma que não haja erros durante a prestação do serviço (Vargas, 2017).

Como um evento consiste em várias etapas, fases e habilidades, abrangendo diversos colaboradores, o profissional de eventos deve ter excelente nível de relações sociais que facilite o contato com outros profissionais que serão contratados para serviços específicos (Freiberger, 2010).

Com base nisso, o perfil do profissional de eventos deve ter características que permitam exercer suas funções com excelência, sendo que muitas dessas características estão ligadas não só com habilidades técnicas, mas também de habilidade interpessoais, como discrição, compromisso ético, saber contornar situações, ser tranquilo e conquistar a confiança da pessoa por quem trabalha (Bettega, 2002).

Portanto, para o desempenho de um modelo de gestão eficaz, as habilidades técnicas e acadêmicas não são suficientes, pois não garantem as competências imprescindíveis para o enfrentamento dos desafios e conflitos que possam surgir, sendo necessário o desenvolvimento da inteligência emocional para qualquer profissional, principalmente para aqueles que exercem a liderança (Goleman, 2012).

Fica claro a mescla do perfil que o profissional de eventos precisa ter para gerenciar os processos produtivos do seu trabalho, no qual o conhecimento técnico e acadêmico deve ser instruído e complementado pela capacidade de gerenciar emoções internas e externas. A seguir será mostrado os procedimentos metodológicos que usamos para aprofundar o estudo entre liderança, I.E e o setor de eventos.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O presente estudo foi realizado no ano 2021 e elaborado sob o caráter descritivo, pois, segundo Gil (2002), a pesquisa descritiva tem como objetivo descrever características de determinada população, fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis. Além disso, para o alcance dos objetivos deste estudo foi adotada a abordagem qualitativa, que permite o foco na qualidade das informações e respostas, possibilitando narrativas ricas e interpretações individuais ou em grupos. Com isso, o foco da pesquisa qualitativa não é a representatividade numérica, mas, sim, o aprofundamento da compreensão de um grupo social, organização, dentre outros (Gerhardt; Silveira, 2009).

Como meios de coletar dados e informações, foram utilizados como procedimentos técnicos a pesquisa bibliográfica e a entrevista semiestruturada. Para a realização da pesquisa bibliográfica, foram utilizados livros, artigos científicos e pesquisas online que tinham como foco o estudo da inteligência emocional, da gestão organizacional, da liderança, das *soft skills*, entre outros. Consultamos a base de dados das publicações em turismo, e da SPELL como referência para o estudo.

Realizou-se entrevista, semiestruturada, com o objetivo de realizar questionamentos e perguntas aos entrevistados sem a necessidade de seguir rigorosamente a estrutura definida. Além disso, para a

elaboração das perguntas, foi adotado o modelo de perguntas abertas, que permite a ampliação do entendimento do assunto e a obtenção de informações mais precisas e detalhadas.

Para a elaboração das perguntas, foi adotado como base o questionário traduzido e adaptado ao português do *Schutte Self Report Emotional Intelligence Test* (SSEIT) (Júnior et al., 2018), o qual foi ajustado do modelo quantitativo para o modelo qualitativo, tendo como base os quatro domínios avaliados no questionário: percepção das emoções, gerenciamento das próprias emoções, gerenciamento das emoções dos outros e a utilização das emoções. Seguindo os preceitos éticos da pesquisa nas ciências sociais aplicadas, todos os entrevistados antes de realizar a entrevista foram apresentados ao Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE).

Para a aplicação da entrevista, foram selecionados indivíduos que trabalham ou já trabalharam na área de eventos exercendo o papel de liderança, na qual pode ser compreendida em diversos cargos e funções, como coordenador, gerente, organizador, produtor, supervisor, entre outras funções que tenham como papel a gestão de uma equipe ou projeto.

As entrevistas foram realizadas através de aplicativo de videoconferência (*Google Meet*), com gravação durante todo o período da entrevista, ressalta-se que as entrevistas aconteceram entre setembro e novembro de 2021. As gravações tiveram como objetivo facilitar posteriormente na compreensão dos dados e promover a transcrição dos relatos dos participantes, através de software específico (*Voice Meeter*), para realizar a análise dos dados. A duração das entrevistas totalizou aproximadamente 4 horas.

No que se refere à análise dos resultados, foi realizada a análise de conteúdo, com as gravações obtidas nas entrevistas, com isso, buscou-se analisar de forma que descrevesse de forma objetiva, sistemática e qualitativa o conteúdo manifestado na comunicação. Segundo Bardin (2011), a análise de conteúdo consiste em um conjunto de técnicas de análise de comunicação que permite ao receptor da mensagem organizar, codificar e categorizar a informação a fim de obter um padrão na análise e atender aos objetivos da pesquisa. As principais categorias de análise são: 1 - Percepção das emoções; 2 - Gerenciamento das próprias emoções; 3 - Gerenciamento das emoções dos outros; 4 - Utilização das emoções. Considerando essas categorias foi utilizada a seleção temática das falas dos entrevistados para explorar esses marcadores teóricos com maior proximidade no trabalho com eventos.

Por fim, o perfil dos entrevistados e as suas informações básicas foram agrupados na Quadro 1. Os nomes dos participantes foram substituídos pelas siglas E1, E2, E3 e E4 a fim de facilitar a compreensão dos dados e preservar o sigilo das pessoas entrevistadas.

Quadro 1. Perfil dos entrevistados. Fonte: Os autores.

Entrevistado	Idade	Escolaridade/Formação	Tempo de experiência com eventos	Profissão	Áreas que já trabalhou/trabalha
E1	30	Graduação em Publicidade e Comunicação/Gestão em <i>Marketing</i>	2 anos de forma direta e 8 anos de forma indireta	Produtor de conteúdo audiovisual	<i>Marketing</i> /planejamento/captação de recursos/produção de conteúdo/publicidade
E2	23	Ensino médio e curso em Eventos	Aproximadamente 3 anos	Produtor de eventos	<i>Backstage</i> , camarim, organização, planejamento, produção
E3	29	Graduação em Turismo e curso técnico em Eventos	Aproximadamente 7 anos	Produtora de eventos e professora	Comissária de vendas, montagem, desmontagem, atendimento ao público, cenografia, coordenadora de atendimento, produtora de base artístico e atendimento
E4	22	Graduação em Eventos	8 anos	Produtor de eventos	Atendimento ao público, montagem e desmontagem, camarim, treinamento de pessoal, coordenação

RESULTADOS

PERCEPÇÃO DAS EMOÇÕES

Na área da inteligência emocional, a percepção das emoções é responsável pela capacidade do indivíduo de perceber as suas emoções e as emoções das outras pessoas. Com isso, para analisar essa percepção, os entrevistados foram perguntados sobre a sua capacidade de identificar as suas diferentes emoções, a sua capacidade de compreendê-las, o seu processo de autoconhecimento e a identificação das emoções dos outros.

Para o entrevistado E1, é importante que o gestor tenha capacidade de exercer o domínio próprio, de entender o seu estado emocional e buscar soluções e alternativas que contribuam para a manutenção da sua gestão organizacional e da sua saúde física e mental. Além disso, de acordo com o entrevistado, a sua capacidade de perceber o seu estado emocional lhe permite lidar com as emoções negativas, como a ansiedade, tensão, irritação, estresse, de modo que busque soluções diferentes de acordo com as diferentes emoções. Segundo Goleman (2015), a capacidade de lidar com as emoções é capaz de influenciar positivamente na produtividade, já que a capacidade de gerir bem a própria vida e os relacionamentos interpessoais é uma habilidade que distingue aqueles que têm desempenho excepcional.

Ademais, os entrevistados E2 e E4 reforçaram a busca pelo controle emocional para o alcance dos objetivos pretendidos. Porém, o entrevistado E2 não costuma trabalhar o autoconhecimento e percebe que durante a produção dos eventos lida com situações que não consegue controlar a ansiedade e o medo de possíveis erros, e que, para compreender o seu estado emocional precisa de um tempo para

refletir e até o aconselhamento de pessoas próximas. Com isso, a ausência de trabalho do autoconhecimento pode prejudicar na percepção das emoções, já que, segundo Goleman (2015), a consciência das próprias emoções é importante para os indivíduos reconhecerem como os seus sentimentos afetam a si mesmo, as outras pessoas e o seu desempenho profissional.

Eu particularmente como produtor sou muito ansioso, eu não durmo, as pessoas da minha equipe falam para descansar eu falo que não quero, eles também me ajudam nessa parte, me encorajam (E2).

Eu consigo chegar ali na hora, ver o que está acontecendo e realmente pensar com toda calma e paciência para chegar em uma conclusão. Se tem uma coisa que aprendi é que em horas de raiva ou momentos de pressão não se toma decisão (E4).

Já para a entrevistada E3, as diferentes emoções que são sentidas na área de eventos dependem do evento e da equipe, já que as pessoas e as diferentes situações ocorridas podem influenciar o estado emocional e gerar emoções negativas, como irritação e estresse. Esse trecho tem concordância com o que diz Silva (2010), que cita o ambiente organizacional como um condicionador das emoções das pessoas. Portanto, cabe ao líder exercer o papel de pacificador e gerenciador da sua equipe, evitando conflitos que possam surgir devido à diversidade de pensamentos, ideias e motivações.

Tem várias nuances, tem eventos que a gente vai conseguir lidar melhor com as emoções e tem eventos que a gente vai ter que sofrer com as emoções de terceiros (E3).

Já teve eventos que eu mesma fiquei estressada... a partir desse dia eu comecei a rever o meu comportamento com as pessoas que eu estou lidando, porque eu estou lidando com diversas pessoas diferentes né, que tem realidades diferentes (E3)

Na percepção das emoções dos outros, os entrevistados E1, E2 e E4 deram ênfase na comunicação não verbal, observando a linguagem corporal, as expressões faciais e o comportamento. Na comunicação verbal, E1 e E2 citaram o tom de voz como um meio de identificar as emoções dos outros. Já para E3, a ênfase foi dada na comunicação verbal, observando a capacidade de conversar e dá a oportunidade para as pessoas exporem o que estão sentindo.

GERENCIAMENTO DAS PRÓPRIAS EMOÇÕES

O gerenciamento das próprias emoções é responsável pela capacidade do indivíduo de controlar os seus impulsos emocionais e de canalizá-los de forma útil, de gerenciar os tipos de pensamentos que têm diante de uma tarefa e melhorar a sua capacidade de análise e tomada de decisão no contexto da liderança.

Diante disso, os quatro entrevistados foram unânimes na escolha do otimismo como uma característica que os acompanham quando estão diante de uma tarefa, sendo assim, os entrevistados adotam uma postura mais positiva no trabalho.

Para os entrevistados E4 e E2, essa postura mais otimista vem acompanhada de outras emoções, como a motivação e a paciência, que os ajudam na resolução de problemas. Já a entrevistada E3 cita a

importância de possuir habilidades sociais (Goleman, 2015) e de ter uma equipe alinhada a fim de entregar uma boa experiência ao cliente e garantir um evento bem-sucedido.

Eu acho que é importante você criar bons relacionamentos com a sua equipe, porque nos momentos de estresse eles te ajudam a absorver isso e a organizar certinho o que você está precisando, a dificuldade que você está tendo naquele momento (E3)

Observando o controle dos impulsos emocionais, E1 citou a importância do controle desses impulsos, principalmente em situações de conflitos, através da autogestão (Goleman, 2015).

Você vai olhar e entender o que te deixou irritado para que isso não se repita e também vai começar a criar barreiras para que mesmo que isso aconteça o resultado não seja um impulso negativo (E1)

Já E2 diz que apesar de conseguir controlar os impulsos, é preciso de um processo para aprender essa habilidade, processo esse que passa pelo controle das emoções negativas, pela ajuda de profissionais e pela capacidade de lidar com a falta de apoio e incentivo de pessoas próximas e familiares.

Preciso de um tempo, preciso colocar a cabeça para pensar, sento e me desligo um pouco (E2)

Hoje consigo controlar, mas antes não era assim. Sempre tive medo das coisas, questão de apoio também, porque às vezes algumas pessoas da sua família não apoiam determinados trabalhos que você faça, então isso mexe muito com a pessoa (E2)

Portanto, nesta seção, pode-se observar a presença do otimismo como uma característica dos entrevistados. Essa característica pode contribuir para inspirar os colaboradores a agirem da mesma forma, evitando a desmotivação e a falta de produtividade, com o uso da “liderança emocional” (Goleman, 2015). Além disso, a presença do otimismo e de outras habilidades citadas nesta seção podem contribuir na elevação do nível da inteligência emocional, visto que o controle dos impulsos emocionais, o desenvolvimento das habilidades sociais e o uso da autogestão são ferramentas que ajudam o líder a suportar as dificuldades que irão surgir em sua gestão e a tolerar sentimentos negativos.

GERENCIAMENTO DAS EMOÇÕES DOS OUTROS

O gerenciamento das emoções dos outros se caracteriza pela capacidade do indivíduo de observar o impacto das suas emoções nas outras pessoas, de lidar com as emoções negativas dos outros e motivar a sua equipe.

Para E2, o líder precisa se responsabilizar em manter um ambiente equilibrado, observando a autoconsciência (Goleman, 2015) para impedir que as emoções negativas afetem a sua equipe e prejudiquem as metas previstas.

Se você demonstrar um certo medo, a equipe vai demonstrar mais medo ainda, então você não tem que demonstrar isso... Você tem que demonstrar muita paz para lidar com isso, senão vai interferir no andamento do processo (E2)

No contexto da liderança, E2 fala da motivação como uma ferramenta a ser usada no gerenciamento de uma equipe.

Eu gosto de motivar as pessoas a crescerem também... então essa questão de liderança é para ajudar as outras pessoas, a encorajarem a não desistir e continuar seguindo em frente (E2)

Já para E4, o gerenciamento das emoções dos outros pode ser observado na capacidade do líder de motivar e analisar as particularidades de cada indivíduo a fim de garantir a concretização dos objetivos.

Um gerente que não sabe motivar a equipe e respeitar o tempo de cada pessoa acaba atrasando o lado de todo mundo e o objetivo que se tinha em mente não se concretiza (E4)

Para E1, o impacto das próprias emoções nos outros, apesar de não ser em sua totalidade, pode influenciar o ambiente e as pessoas em sua volta.

Sem dúvidas, o ambiente onde você está muda, então se você está irritado ou nervoso o ambiente onde você está acaba ficando mais turbulento...se as outras pessoas não tiverem um método para quebrar isso, acaba contaminando todo mundo (E1)

No contexto de lidar com as emoções negativas dos outros e motivar sua equipe, E3 cita a importância de os colaboradores estarem felizes e motivados na produção de um evento.

Costumo tentar conversar, tentar entender e tentar solucionar a questão da pessoa que está desmotivada (E3)

A pessoa que trabalha para você precisa estar bem assistida, bem atendida, bem feliz... quando a equipe começa a ser desalinhada tudo desmorona (E3)

Portanto, nesta seção, pode-se observar a importância de o líder trabalhar com a motivação e com a percepção do impacto do seu estado emocional nos outros. Sendo assim, é relevante que o líder consiga gerenciar o seu estado emocional para que possa influenciar positivamente a sua equipe. Segundo Barbieri (2016), pela capacidade de influência e inspiração que um líder causa, a sua equipe passa a ter a mesma visão do gestor, o que contribui na capacidade de se empenhar e buscar a excelência. Por isso, o gerenciamento das emoções dos outros é essencial para os que exercem a liderança, pois, de acordo com Albuquerque (2004), todos os profissionais envolvidos precisam estar em plena sintonia e motivados por um objetivo comum para que tudo saia com êxito.

UTILIZAÇÃO DAS EMOÇÕES

A utilização das emoções se caracteriza pela capacidade do indivíduo de utilizar suas emoções para o alcance dos seus objetivos, de usar as experiências do passado para reavaliar suas metas e perceber o impacto das emoções em novas ideias e possibilidades.

Para E1, o humor acaba gerando um impacto na sua produtividade e no seu ritmo de trabalho, o que inclui a capacidade de estar focado em uma atividade e a capacidade de experimentar novas possibilidades.

O mau humor me faz ficar mais focado, enquanto o bom humor me faz experimentar outras possibilidades, me faz ser mais energético... então às vezes no mau humor eu produzo menos, mas eu fico mais focado, e no bom humor eu produzo mais só que fico mais disperso (E1)

Segundo E2, as suas emoções têm impacto na sua criatividade e na capacidade de experimentar novas possibilidades.

Quando crio algo é quando eu estou mais feliz, então eu penso ali, pego o caderninho e começo a escrever. Então significa que meu humor está lá em cima (E2)

Para E3, as emoções aliadas com as experiências e conhecimentos profissionais têm influência na capacidade de resolução de problemas e no aumento da produtividade.

Eu particularmente quando estou mais feliz e mais leve, consigo trabalhar melhor (E3)

Eu acho que na produção de eventos tem isso de estar com o pico de adrenalina lá em cima, então eu acho que quando você está ansioso, acaba fazendo as coisas mais rápido e com o tempo que você gera muito conhecimento e aprendizado na produção de eventos, você começa a solucionar as coisas muito mais rápido (E3)

No contexto da produção de eventos, E4 fala da importância de utilizar as experiências do passado para produzir novos eventos.

Se você não tiver um retorno, feedback dos eventos antigos, você pode ter um problema. A importância de você repensar um evento que já passou, que você participou, é porque se você for fazer um outro novo, você pode tomar como base aquilo que você já fez (E4)

Portanto, por meio desses resultados, pode-se perceber a importância da inteligência emocional para os líderes do setor de eventos, já que, o trabalho em eventos exige diversas habilidades desses profissionais, que vão além das habilidades técnicas. Um ponto comum para os líderes desse setor é o medo e a ansiedade presente na produção de eventos. Essas emoções advêm, principalmente, dos fatores externos e da imprevisibilidade que atingem os eventos e causam impacto no estado emocional do gestor e na sua equipe. Para lidar com isso, os entrevistados demonstraram usar diversos meios, de acordo com os seus aprendizados e experiências, para gerenciar as suas emoções e as emoções da sua equipe, podendo fazer essa gestão de forma individual, com o apoio da equipe ou com o auxílio profissional. Foi possível perceber também a semelhança dos componentes da inteligência emocional citados por Goleman (autoconsciência, autogestão, empatia e habilidades sociais) com os relatos trazidos pelos participantes. Além disso, apesar das experiências, dos conhecimentos e da personalidade de cada um, todos citam a importância de exercer o controle emocional e de usarem certas características que os façam gerenciar uma equipe, como a motivação, o otimismo e a percepção das suas emoções e dos outros.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho visou contribuir no estudo da inteligência emocional dos líderes do setor de eventos. Com isso, foi possível compreender a percepção que os líderes têm sobre a inteligência emocional e os seus componentes. A partir disso, verificou-se que os líderes têm a percepção de como as suas emoções podem ser trabalhadas para garantir bons resultados tanto no exercício da liderança quanto no setor de eventos.

Diante do contexto apresentado pelas falas dos entrevistados foi observado que a inteligência emocional, apesar de não ser um assunto muito explorado no setor de eventos, tem ganhado relevância por causa das peculiaridades que a produção de eventos exige dos profissionais, pois é necessário perceber, gerenciar e utilizar as diferentes emoções sentidas de pelos colaboradores e produtores no planejamento e execução do trabalho.

Os entrevistados foram unânimes na importância de exercer o controle emocional para o alcance dos objetivos profissionais. Com base nisso, Bettega (2002) cita que o profissional de eventos deve ter características que permitam exercer suas funções com excelência, sendo que dentre essas características estão as habilidades interpessoais, que vão além das habilidades técnicas.

Portanto, os profissionais de eventos, principalmente os líderes, estão cada vez mais atentos nessas habilidades interpessoais, o que inclui o conhecimento de si mesmo e do próximo como um meio de melhorar o convívio com os colaboradores e garantir maior sucesso no alcance dos resultados pretendidos.

Como limitações da pesquisa, pode-se citar a quantidade de participantes entrevistados, pois este trabalho foi elaborado durante a pandemia da Covid-19, o que dificultou os encontros presenciais e a celeridade na marcação das entrevistas. Além disso, outra dificuldade encontrada foi a ausência de estudos sobre a inteligência emocional e a liderança no setor de eventos.

Por fim, através deste estudo, foi possível proporcionar uma maior colaboração sobre a inteligência emocional em líderes de eventos, mas ainda há lacunas que podem ser exploradas a fim de garantir maior aprofundamento no tema. Como sugestões de novas pesquisas, devido às particularidades no setor de eventos, é preciso maior engajamento no estudo das emoções e do comportamento humano em pessoas que trabalham nesse setor. Assim, o estudo da inteligência emocional, do autoconhecimento e das habilidades interpessoais podem ser ampliados tanto para os líderes como também para os colaboradores, já que a inteligência emocional tem sido um fator fundamental no mercado de trabalho, principalmente na área de serviços, como a produção de eventos.

REFERÊNCIAS

- Albuquerque, S. (2004). A importância dos eventos para o desenvolvimento do turismo (Trabalho de conclusão de curso). Brasília: Universidade de Brasília.
- Barbieri, U. (2016). Gestão de pessoas nas organizações: conceitos básicos e aplicações. São Paulo: Atlas.
- Bardín, L. (2011). Análise de conteúdo. São Paulo: Edições 70.
- Bettega, M. L. (2002). Eventos e Cerimonial. Caxias do Sul: EDUCS.
- Britto J., F. N. (2002). Estratégias para eventos. São Paulo: Aleph.
- Chiavenato, I. (2005). Comportamento Organizacional: A dinâmica do sucesso das organizações. 2. ed. [S.l.]: Elsevier.
- Chiavenato, I. (2010). Gestão de pessoas. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier.

- Chiavenato, I. (2000). Introdução à teoria geral da administração. 6. ed. Rio de Janeiro: Campus.
- Costa, A., Jesus, S. (2009). Inteligência Emocional e Assertividade dos Enfermeiros. Faro: Sapientia.
- Cury, A. (2010). O Código da Inteligência e a Excelência Emocional. Rio de Janeiro: Thomas Nelson.
- Di spagna, J. (2017). 6 “soft skills” mais requisitadas pelo mercado. [S.I.]: Forbes. Disponível em: <<https://forbes.com.br/carreira/2017/07/6-soft-skills-mais-requisitadas-pelo-mercado>>. Acesso em: 22 dez.2020.
- Estevan, G. (2020). A gestão de pessoas e a importância da liderança para as organizações. [S.1]: Semana acadêmica. Disponível em: <https://semanaacademica.org.br/artigo/gestao-de-pessoas-e-importancia-da-lideranca-paraorganizacaoes>. Acesso em 11 de mai. 2021.
- Ferrari, S., Ghedine, T. (2020). Inteligência emocional e liderança: possíveis caminhos e desafios a serem trilhados. XLIV encontro da Anpad. Disponível em: http://www.anpad.org.br/abrir_pdf.php?e=Mjg0Mjc=. Acesso em 14 ago. 2021.
- Ferraz, E. (2012). Vencer é ser você: entenda por que a gente é do jeito que a gente é para progredir na carreira e nos negócios. São Paulo: Editora Gente.
- Ferraz, M. (2015). Liderança: um desafio para gestores do século XXI. Congresso Nacional de Excelência em Gestão. Disponível em: https://www.inovarse.org/sites/default/files/T_15_051M.pdf. Acesso em 12 maio. 2021.
- Freiberger, Z. (2010). Organização e planejamento de eventos. Cuiabá: UFMT, Curitiba: IFPR. Disponível em: <https://central3.to.gov.br/arquivo/453287/>. Acesso em 12 mai. 2021.
- Gaudêncio, P. (2007). Super dicas para se tornar um verdadeiro líder. São Paulo: Saraiva.
- Gerhardt, T., Silveira, D. (2009). Métodos de pesquisa. 1.ed. Rio Grande do Sul: Universidade Federal do Rio Grande do Sul.
- Gil, A. (2002). Como elaborar projetos de pesquisa. 4. ed. São Paulo: Atlas.
- Goleman, D. (2012). Inteligência emocional: A teoria revolucionária que define o que é ser inteligente. 28. ed. Rio de Janeiro: Objetiva.
- Goleman, D. (2015). Liderança: a inteligência emocional na formação do líder de sucesso. 1. ed. Rio de Janeiro: Objetiva.
- Goleman, D. (1999). Trabalhando com a Inteligência Emocional. Rio de Janeiro: Objetiva.
- Júnior A. et al (2018). Tradução e adaptação transcultural da versão brasileira do Schutte Self Report Emotional Intelligence Test. Belo Horizonte: Revista brasileira de educação médica.
- Kotter, J. (2014). Accelerate: Building Strategic Agility for a Faster-Moving World. [S.I.]: Harvard Business School Press.
- Lima, L., Silva, F. (2017). A Influência da Inteligência Emocional nas Competências Interpessoais do Gerente de Projetos e Sucesso no Gerenciamento de Projeto. 2. vol. São Paulo: Future Studies Research Journal.
- Maximiano, A. (2000). Introdução à Administração. 5 ed. São Paulo: Atlas.

- Meirelles G (1999). Tudo sobre eventos. São Paulo: STS Publicações e Serviços.
- Passos, L. (2019). Pesquisa mostra que 86% dos brasileiros têm algum transtorno mental. [S.l.]: Veja. Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/saude/pesquisa-indica-que-86-dos-brasileiros-tem-um-transtorno-mental>>. Acesso em: 22 dez. 2020.
- Queiroz, E. (2009). O líder moderno e seus desafios. [S.l.]: administradores. Disponível em:<<http://www.administradores.com.br/informe-se/artigos/o-lider-moderno-eseus-desafios/36657/>>. Acesso em: 11 de ago. 2021.
- Silva, L., Côrrea, R. (2019). A inteligência emocional como ferramenta para melhoria dos resultados organizacionais. Revista Empreenda Unioledo. Araçatuba.
- Silva, M. (2010). Inteligência emocional nas organizações – um estudo de caso. (Trabalho de conclusão de curso), Fundação Educacional do Município de Assis – FEMA. Disponível em: <https://cepein.femanet.com.br/BDigital/arqTccs/0711260102.pdf>. Acesso em: 15 mai. 2021.
- Silva, M. et al (2010). A inteligência emocional: da clarificação do constructo à sua aplicabilidade ao exercício da liderança. 2. vol. [S.l.]: Psychologica.
- Slivnik, A. (2012). O poder da atitude: como empresas com profissionais extraordinários encantam e transformam clientes em fãs. São Paulo: Editora Gente.
- Sobral, F., Peci, A. (2013). Administração - Teoria e Prática no Contexto Brasileiro. 2ª Ed. [S.l.]: Prentice Hall.
- SOCIEDADE BRASILEIRA DE INTELIGÊNCIA EMOCIONAL (2019). Afinal, o que é inteligência emocional. [S.l.]: Sociedade Brasileira de Inteligência Emocional. Disponível em: <<http://www.sbie.com.br/blog/afinal-o-que-e-inteligencia-emocional>>. Acesso em: 22 dez. 2020.
- Tajra, S. F. (2014). Planejamento e liderança: conceitos, estratégias e comportamento humano. 1. ed. São Paulo: Érica.
- Vargas, C. (2017). Gestão de eventos: Análise do processo de estruturação de um evento multicultural do tipo Rave (Trabalho de conclusão de Curso) Bacharelado em Administração. Lajeado: Universidade do Vale do Taquari – Univates.
- Veloso, D. (2001). Organização de Eventos e Solenidades. Goiânia: AB Editora, 2001.
- Vergara, S. (1999). Gestão de Pessoas. São Paulo: Atlas.
- Vieira, R. (2010). Inteligência emocional e a gestão organizacional. Disponível em: http://www.uniesp.edu.br/sites/_biblioteca/revistas/20170411124441.pdf. Acesso em jul. 2021.
- Weisinger, H. (1997). Inteligência emocional no trabalho: como aplicar os conceitos revolucionários da I.E nas suas relações profissionais, reduzindo o stress, aumentando sua satisfação, eficiência e competitividade. 13. ed. Rio de Janeiro: Objetiva, 1997.

Índice Remissivo

C

comunicação organizacional, 59, 60, 61, 63, 65,
67, 68, 71
cultura turística, 58, 59, 63, 65, 68, 69, 71

E

Educação, 25, 32, 34
Eventos, 50

I

Inteligência emocional, 43, 46, 47

L

Liderança, 44, 47

M

mediações digitais, 58, 62, 74
memórias coletivas, 59, 61, 68

S

semiótica peirceana, 59, 60, 61, 63, 64, 65, 74

T

Turismo pedagógico, 35

Sobre os organizadores



  **Queila Pahim da Silva**

Professora do Ensino Básico, Técnico e Tecnológico nas áreas de Turismo, Hospitalidade e Lazer no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília (IFB). Doutora em Educação pela Universidade Católica de Brasília. Mestre em Turismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (2012); Especialista em Planejamento e Consultoria Turística pela Faculdade Estácio de Sá RN (2009); Bacharel em Turismo pela Faculdade de Ciências Cultura e

Extensão do Rio Grande do Norte (2005) e técnica de Guia de Turismo pelo SENAC RN (2005). Atua nas áreas de formação de professores para a educação bilíngue de Surdos, educação de Surdos e oratória para ouvintes. Participa dos Grupos de Pesquisa: Grupo de Estudos Críticos e Avançados em Linguagens (GECAL) da Universidade de Brasília, Comunidade Escolar: Encontros e Diálogos Educativos da Universidade Católica de Brasília e Ensino de Libras - Língua Brasileira de Sinais do Instituto Federal de Brasília. Faz parte do corpo editorial da Pantanal Editora.



  **Sergio Ramiro Rivero Guardia**

Doutor em turismo (2020), mestre em sistemas e computação na área de engenharia de software pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte UFRN (2002). Graduado em processamento de dados pela Universidade Federal de Campina Grande UFCG (1987). Atualmente é engenheiro de sistemas e consultor em tecnologias da informação e comunicação na DATANORTE (Companhia de Processamento de Dados do RN) e professor da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Com larga experiência na área de

sistemas de informação empresarial e assessoria na gestão de empresas, tendo participado na modelagem de processos de negócios e no desenvolvimento de sistemas computadorizados, atuando principalmente nas áreas de: Inovação, gestão da TIC, gerenciamento de projetos, integração, desenvolvimento e implantação de sistemas de informação, negócios eletrônicos, sistemas de qualidade ISO e mais recentemente em marketing digital. No momento interessado em cidades e destinos inteligentes.



Pantanal Editora

Rua Abaete, 83, Sala B, Centro. CEP: 78690-000
Nova Xavantina – Mato Grosso – Brasil
Telefone (66) 99682-4165 (Whatsapp)
<https://www.editorapantanal.com.br>
contato@editorapantanal.com.br