



EVENTOS E TERCEIRIZAÇÃO: CONFRONTANDO REALIDADES PARA ENTENDER OS PROBLEMAS NO RELACIONAMENTO COMUNICATIVO

Autor(a): **Adrijane Alves de Amorim**

Coautor(es): **Betânia Cunha de Cerpa Brandão**

Email: **alvesamorim@hotmail.com**

Introdução

Em qualquer que seja o setor - comércio, produto ou serviços, está-se rodeado de pessoas que são essenciais para a manutenção dos mais diferenciados empreendimentos. Assim sendo, vários são os públicos no entorno para os quais deve ser revisto o investimento no relacionamento e na comunicação.

Atender as expectativas de todos, em primeira instância, parece ser algo impossível de se conseguir, diante da diversidade de interesses. Entretanto, chegar a um denominador comum é fato possível de acontecer, de forma que todas as partes se sintam prestigiadas, ainda que não necessariamente plenamente contempladas. Para isso, faz-se necessário criar vias de relacionamento com os diferentes atores, compreendendo a diversidade de interesses e dividindo soluções, o que se exige competência e requer aprendizado e capacitação profissional.

Dentro dessa perspectiva, para a produção e organização de eventos, a realidade não é diferente. E, pode-se afirmar que uma das grandes dificuldades de relacionamento e comunicação encontradas nesse campo volta-se, principalmente, para com o grupo das empresas terceirizadas. Relação muito comum, diante das necessidades de constantes contratações de serviços dessa natureza em praticamente todos os eventos realizados, o que exerce grande impacto no universo de trabalho.

Contudo, para entender as dificuldades específicas é preciso, antes, entender os contextos envolvidos. Dessa forma, por meio de pesquisa bibliográfica, este trabalho tem como objetivo confrontar as duas realidades - terceirização e eventos, haja vista conceber que ambos os setores proliferaram em um terreno não suficientemente sólido para amparar as relações de parcerias tão necessárias entre si. Para tanto, apoiar-se-á nos estudos de Brito e Fontes (2002), Campos, Wyse e Araújo (2002), Gonçalves (1998), Guimarães (2011), Leira e Saratt (1995), Martins (2001), Melo



Neto (2001), Oliveira (2003), Oliveira e Januário (2011), Queiroz (1998) e Zanella (2003).

Fundamentação teórica

De acordo com Leira e Saratt (1995), a iniciativa de contratar terceiros surgiu nos Estados Unidos, antes da II Guerra Mundial, ganhando força como técnica administrativa empresarial a partir da revolução industrial.

No Brasil, conforme assinala Queiroz (1998), a terceirização foi introduzida, de forma gradativa, com a chegada das empresas multinacionais, na década de 80, sobretudo as automobilísticas, que se responsabilizavam pela montagem dos veículos, mas que adquiriam as peças, para essa atividade, por meio de outras empresas.

Segundo Oliveira (2003), inicialmente, as grandes empresas automotivas foram as responsáveis por promover estratégias de avanços qualitativos e quantitativos de produção que atingiram o mundo do trabalho, caracterizadas por flexibilidades organizacionais que permitiram que funcionários de diferentes empresas, fornecedoras de peças, associassem-se e criassem novos métodos de gerenciamento de produção.

Dessa forma, conforme o autor (*op. cit*), essa descentralização produtiva gerou a terceirização em um segundo estágio de desenvolvimento. Pois, antes, a terceirização se destinava apenas aos serviços de apoio à produção como, entre outros, os serviços de limpeza, transporte e segurança, visando a reduzir custos de mão de obra. A partir, então, da reestruturação produtiva, a terceirização passou a ser cada vez mais utilizada em todas as áreas da empresa como atividade-meio. Muito embora, ressalta-se, no Brasil, ainda inexistente uma legislação que regule a terceirização, exceto os serviços de vigilância e o trabalho temporário, respectivamente contemplados nas Leis 7.102/83 e 6.019/74. Faz-se necessário, contudo, considerar as informações contidas a respeito deste tema na Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), que regulamenta as relações individuais e coletivas de trabalho.

Como todo modelo de gestão, a terceirização possui vantagens e desvantagens. Para Martins (2001), a principal vantagem administrativa diz respeito à possibilidade de



melhoria de produtos ou serviços, assim como, da produtividade. Adotando esse modelo, a tomadora poderá dedicar-se a sua área específica, mas com vistas também à diminuição de encargos trabalhistas e previdenciários, além da redução do preço final do produto ou serviço. Porém, um dos grandes riscos na terceirização é a contratação de empresas que não são idôneas e que não tenham a devida competência para a prestação dos serviços. Ademais, quando se possui muitos parceiros, a relação entre eles fica difícil de administrar.

A parte a discussão sobre a terceirização, passa-se o foco para as empresas de eventos, que estão do outro lado, como tomadora de serviços.

Conforme assinalam Brito e Fontes (2002), os eventos são considerados o melhor meio de desenvolvimento nacional, de fomento da economia e da geração de empregos. Falar de eventos, hoje, é falar de um setor que, no Brasil, segundo Guimarães (2011), é responsável por 727.624 empregos diretos e terceirizados. Por isso, o investimento constante nesse segmento, em acelerado crescimento no país.

Para a realização de um evento, há necessidade de grande número de profissionais e de uma adequada infraestrutura. Por apresentar uma complexa amplitude e importância, a sua produção exige alta especialização técnica, experiência e especialização no tipo de evento a ser promovido (ZANELLA, 2003).

Segundo Oliveira e Januário (2007), o crescimento do mercado de eventos cria oportunidades, mas o torna altamente competitivo, o que demanda ao profissional o exercício continuado de sua criatividade e inteligência, assim como, permanente atualização e qualificação profissional.

Conforme Campos, Wyse e Araújo (2002), a palavra eventos vem do termo eventual, sinônimo de casual, de acontecimento que foge à rotina e é programado para reunir um grupo de pessoas.

Nesse sentido, apoiando-se nos conceitos de Gonçalves (1998, p. 20): “evento é qualquer tipo de acontecimento onde as pessoas se reúnem com o intuito de trocar ideias de cunho profissional, cultural, político, comemorativo, etc.”; e o de Melo Neto (2001, p. 20): “qualquer fato que pode gerar sensação e, por isso, ser motivo de notícia (seja esta de cunho interno, seja externo)”; vê-se que, aos olhos dos menos avisados, esses conceitos podem gerar interpretações de forma simplista, o que não é essa a intenção.



O fato é que, no momento atual, existe um mercado dividido, constituído de um lado, em menor proporção, por empresas e profissionais experientes e capacitados para atuar no segmento, com a seriedade e profissionalismo que demandam os eventos; e, do outro, encontram-se os eventuais planejadores de eventos que possuem apenas noções de organização ou que se aventuram como promotores e organizadores de eventos sem a devida qualificação.

Metodologia

Este trabalho trata-se de uma pesquisa exploratória, de natureza bibliográfica, tendo como princípio o levantamento de referenciais teóricos pré-existentes que respondam o objetivo proposto.

Considerações Finais

Confrontando-se as duas realidades: terceirização e eventos, pode-se inferir que ambas surgiram dentro de um modelo aparentemente simplista para logo ser percebida a sua complexidade como estratégia meio e fim. Dentro desse contexto, houve um crescimento acelerado e, pode-se dizer desordenado, de forma que ambos os casos sofrem ainda com a falta de aspectos legais regulamentares que, muitas vezes, deixa a desejar a formação ou capacitação profissional.

Particularmente falando do segmento de eventos, o mercado demanda alto grau de capacitação técnica; no entanto, muitos são os aventureiros, diante do terreno borbulhante de oportunidades e do mercado ainda livre. Logo, se despreparados estão para as questões técnicas, muito haverão de estar para driblar o relacionamento e a comunicação com aqueles que mais se relacionam: os terceirizados.

Com o advir da Copa de 2014 e as Olimpíadas de 2016, ouve-se muito falar de investimento na capacitação profissional do ponto de vista técnico, mas pouco se fala na capacitação para trabalhar estrategicamente a comunicação interpessoal, não apenas voltada aos clientes, mas também nas relações profissionais circulantes entre os diversos públicos. Exige-se, assim, que nesse processo, ênfase seja também dada a esse aspecto, de forma que os profissionais sejam capazes de resolver situações contingentes que comprometem as relações interpessoais no trabalho, uma vez que os



problemas dessa natureza também põem em risco a satisfação e os resultados de todos os envolvidos.

Referências Bibliográficas

BRITO, J. FONTES, N. Estratégias para eventos – uma ótica do marketing e do turismo. São Paulo: Aleph, 2002.

CAMPOS, Luiz Cláudio, WYSE, Nely e ARAÚJO, Maria Luiza da Silva. **Eventos: Oportunidade de novos negócios**. Rio de Janeiro, RJ: Senac Nacional, 2000.

GONÇALVES, Carmem Lucia Alves. **Organização de eventos com arte e Profissionalismo**. Fortaleza: Sebrae/CE, 1998.

GUIMARÃES, Indira. **Setor de Congressos e Eventos receberá R\$ 10 milhões para Qualificação**. Disponível em: <http://blog.opovo.com.br/turismoenegocios/setor-de-congressos-e-eventos-recebera-r/-10-milhoes-para-qualificacao/>. Acesso em: 20/08/2011.

LEIRA, Jerônimo Souto, SARATT, Newton Dornelles, **Terceirização: uma alternativa de flexibilidade empresarial**. 8. ed. São Paulo: Gente, 1995.

MARTINS, Sérgio Pinto. **A Terceirização e o direito do trabalho**. São Paulo: Atlas, 2001.

MELO NETO, Francisco Paulo de. **Marketing de Eventos**. 3. ed. Rio de Janeiro: Sprint, 2001

OLIVEIRA, Lourival José. **Direito do Trabalho: organizações de trabalhadores e modernização**. Curitiba: Juruá, 2003

OLIVEIRA, Silvana Toledo de, JANUÁRIO, Marcus Vinícius da Costa. **Os eventos como potencializadores do turismo regional: o festival de inverno Bahia**. Disponível em: <http://www.uesc.br/revistas/culturaeturismo/edicao1/artigo5.pdf>. Acesso em 03/08/2011.

QUEIROZ, Carlos Alberto Ramos Soares de. **Manual e terceirização**. 9. São Paulo: STS, 1998.

ZANELLA, Luis Carlos. **Manual de organização de eventos. Planejamento e operacionalização**. São Paulo: Atlas, 2003.