

**FACULDADE SENAC CONCÓRDIA**  
**Curso Superior de Tecnologia em Gastronomia**

**Bruna Carolina de Braga**  
**Cristiane Aparecida Roegelin Cavassin**  
**Cristiane Romanzini**  
**Daniel Ugolini Batista**  
**Edione Marasca Vivan Merlo**  
**Elisangela Fátima Romani Morche**  
**Eugênio de Oliveira Neto**  
**Fernando Rafael Curioletti**  
**Franciele Cristina da Silva**  
**Gabriela Wedig Ferreira**  
**Genésio José Vergani**  
**Henrique Alex Petry**  
**Lucas Baccin Penso**  
**Maria Vitória Pazinato Vendruscolo Pastore**  
**Natalia Funes Ruchs**  
**Neusa de Avila**  
**Rodrigo Mattia Andrades**  
**Sonia Regina dos Santos Oliveira**  
**Tainá Chiarello Ficagna**  
**Vanessa Daiane Riffel**

**GRAN FINALE:**

**EVENTO TEMÁTICO VISANDO UMA EXPERIÊNCIA GASTRONÔMICA QUE  
VALORIZE O *TERROIR* DO OESTE CATARINENSE**

**Concórdia**

**2020**

**Bruna Carolina de Braga  
Cristiane Aparecida Roegelin Cavassin  
Cristiane Romanzini  
Daniel Ugolini Batista  
Edione Marasca Vivan Merlo  
Elisangela Fátima Romani Morche  
Eugênio de Oliveira Neto  
Fernando Rafael Curioletti  
Franciele Cristina da Silva  
Gabriela Wedig Ferreira  
Genésio José Vergani  
Henrique Alex Petry  
Lucas Baccin Penso  
Maria Vitória Pazinato Vendruscolo Pastore  
Natalia Funes Ruchs  
Neusa de Avila  
Rodrigo Mattia Andrades  
Sonia Regina dos Santos Oliveira  
Tainá Chiarello Ficagna  
Vanessa Daiane Riffel**

**GRAN FINALE:**

**EVENTO TEMÁTICO VISANDO UMA EXPERIÊNCIA GASTRONÔMICA QUE  
VALORIZE O *TERROIR* DO OESTE CATARINENSE**

Trabalho apresentado a Faculdade Senac Concórdia  
como requisito parcial para obtenção do título de  
Tecnólogo em Gastronomia.

Orientadores: Me. Juliano da Rosa  
Me. Verônica Paz de Oliveira

**Concórdia  
2020**

Ficha de identificação da obra

G748 Gran finale: evento temático visando uma experiência gastronômica que valorize o *terroir* do oeste catarinense / Bruna Carolina de Braga...[et al.] – Concórdia (SC): Faculdade Senac Concórdia, 2020.  
70 f.: il. color.

Orientadores: Juliano da Rosa; Verônica Paz de Oliveira.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Faculdade Senac Concórdia, Curso Superior de Tecnologia em Gastronomia, 2020.

1. Evento temático. 2. Experiência Gastronômica. 3. Terroir. I. Braga, Bruna Carolina...[et al.] II. Rosa, Juliano da. III. Oliveira, Verônica Paz de VI. Título

CDD 22 ed.: 641.013

Ficha catalográfica elaborada pela Bibliotecária Jaqueline Turatto – CRB/SC 14/837



Creative Commons - Atribuição - Não Comercial CC BY-NC

**Bruna Carolina de Braga  
Cristiane Aparecida Roegelin Cavassin  
Cristiane Romanzini  
Daniel Ugolini Batista  
Edione Marasca Vivan Merlo  
Elisangela Fátima Romani Morche  
Eugênio de Oliveira Neto  
Fernando Rafael Curioletti  
Franciele Cristina da Silva  
Gabriela Wedig Ferreira  
Genésio José Vergani  
Henrique Alex Petry  
Lucas Baccin Penso  
Maria Vitória Pazinato Vendruscolo Pastore  
Natalia Funes Ruchs  
Neusa de Avila  
Rodrigo Mattia Andrades  
Sonia Regina dos Santos Oliveira  
Tainá Chiarello Ficagna  
Vanessa Daiane Riffel**

**GRAN FINALE:**

EVENTO TEMÁTICO VISANDO UMA EXPERIÊNCIA GASTRONÔMICA QUE  
VALORIZE O *TERROIR* DO OESTE CATARINENSE

Trabalho apresentado a Faculdade Senac Concórdia  
como requisito parcial para obtenção do título de  
Tecnólogo em Gastronomia.

Orientadores: Me. Juliano da Rosa  
Me. Verônica Paz de Oliveira

**Avaliadores:**

---

Juliano da Rosa (Prof. Orientador) – Faculdade Senac Concórdia

---

Verônica Paz de Oliveira (Profª. Orientadora) – Faculdade Senac Concórdia

Concórdia, 22 de julho de 2020.

Dedicamos este trabalho às nossas famílias que sempre foram nosso apoio e fontes de inspiração durante essa caminhada.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradecemos aos professores e colaboradores de todos os setores da Faculdade Senac Concórdia que estiveram conosco durante esse curso: vocês foram a ponte que tornou esse sonho possível.

Agradecemos de forma especial aos nossos colegas que foram companhias diárias dentro e fora da sala de aula e da cozinha. Fomos fonte de inspiração uns para os outros, trocamos receitas, angústias, vitórias e experiências de forma incrível. Juntos superamos desafios de todos os tipos e aprendemos a lidar com as diferenças de temperamento (e de tempero) de forma madura. Fomos apoio e recebemos apoio e, com certeza, saímos desse curso como seres humanos melhores. E seres humanos melhores, cozinham e temperam a vida com muito mais amor.

“A relação do homem com o alimento precisa ser revista. Precisamos aproximar o saber do comer, o comer do cozinhar, o cozinhar do produzir, o produzir da natureza; agir em toda a cadeia de valor, com o propósito de fortalecer os territórios a partir de sua biodiversidade, agrobiodiversidade e sociobiodiversidade, para garantir alimento bom para todos e para o ambiente” (MANIFESTO DO INSTITUTO ATA – DO CHEF DE COZINHA ALEX ATALA, 2020).

## RESUMO

Com o passar dos anos os hábitos das pessoas mudaram: desde a forma de viver, passando pela forma de se relacionar com a sociedade, pela forma trabalhar e, não poderia ser diferente, a forma de se alimentar também mudou. Pensando nessa relação com o alimento planejou-se um evento temático que proporcionasse ao público uma experiência gastronômica utilizando técnicas de preparo e uso racional dos alimentos, o processo de planejamento, execução e gestão de eventos em todas as suas áreas (não apenas o ato isolado de cozinhar) e a valorização do *terroir*. Afinal, é necessário olhar para a região onde está inserido e compreender que a valorização das suas riquezas, hábitos e tradições é o que valoriza a história e garante que esse patrimônio cultural se perpetue. Assim, utilizando técnicas gastronômicas e ingredientes locais foi possível elaborar um cardápio que valoriza a colonização italiana de Concórdia/SC e demonstra que uma comida saborosa não é aquela preparada com ingredientes caros e de difícil acesso: produtos que estão na horta de casa e estiveram presentes na mesa de muitas famílias desde a infância podem ficar ainda mais saborosos, além de fomentar e fortalecer a economia local. Haja vista a situação de pandemia ocasionada pelo COVID-19 (coronavírus) o evento não pode ser realizado nos moldes e no porte planejado inicialmente, porém, mesmo com um público reduzido foi possível demonstrar que a gastronomia vai muito além do simples ato de cozinhar: é uma rede que começa com o agricultor, passa por toda a cadeia produtiva responsável pela venda e preparo do alimento, gera inúmeros empregos e é capaz de proporcionar experiências incríveis e momentos únicos! No decorrer deste trabalho encontram-se as informações que embasaram todo o processo de realização do evento, através de pesquisa aplicada, de caráter descritivo, bibliográfico e documental no que diz respeito ao seu objetivo e mista (qualitativa e quantitativa), quanto à abordagem do problema, com aplicação de pesquisa de satisfação após a realização do evento.

Palavras-chave: Evento temático. Experiência Gastronômica. *Terroir*.

## ABSTRACT

Over the years, people's manners have changed: the way of living, and how they relate to the society, as the their work style, and, which couldn'y be different, their eating habits changed as well. While thinking of this relation with the food, we planned a thematic event that would show the public an gastronomic experience utilizing preparation techniques and rational use of the food, the planning process, execution and event maganing in all it's areas (not only the sole act of cooking) and terroir appreciation. After all, it's necessary to look at the region in which you are inserted and to understand that the values of it's riches, manners and traditions is what values the history and guarantees that this cultural heritage will endure. Thus, with the use of gastronomic techniques and local ingredients it was possible to elaborate a menu that values the italian colonization of Concórdia and that shows that tasty food doesn't need to be prepared with expensive ingredients and with hard access: products that are in the home's garden and were present in the tables of many families since chidhood can become even more tasteful, besides promoting and strengthening the local economy. In view of the pandemic situation caused by COVID-19 (Corona virus), the event could not be accomplished in the molds and the size initially planned, but even with a reduced public it was possible to demonstrate that gastronomy goes way beyond the simple act of cooking: its a web that starts with the farmer, goes through all of the productive chain responsible for the sales and preparation of food, generates countless jobs and is capable of providing amazing experiences and unique moments! In the course of this work, we find the information that supported the whole process of holding the event, through applied research, descriptive, bibliographic and documentary character with regard to its objective and mixed (qualitative and quantitative), as to the approach to the problem, with the application of a satisfaction survey after the event.

Keywords: Thematic Event. Gastronomic Experience. Terroir.

## LISTAS DE ILUSTRAÇÕES

Quadro 1 – Tipos de eventos.....	17
Quadro 2 – Pratos e técnicas utilizadas.....	24
Foto 1 - Couvert: Grissini com ervas, queijos e patê de tomate seco.....	41
Foto 2 - Couvert: Grissini com ervas, queijos e patê de tomate seco.....	41
Foto 3 - Entrada: Caldo de cabotiá com farofa de bacon, servido no pão italiano de cebola.....	42
Foto 4 - Entrada: Caldo de cabotiá com farofa de bacon, servido no pão italiano de cebola.....	42
Foto 5 - Prato principal 1: Gnocchi verde com ragu de frango, tuile de parmesão e brotos.....	43
Foto 6 - Prato principal 2: Carré suíno confit com molho de laranja e pimenta rosa, aligot de mandioca e crispy de radicci.....	44
Foto 7 - Sobremesa: Panna cotta de baunilha com geleia de bergamota e crumble de cuca.....	45
Foto 8 – Registros do evento.....	46
Foto 9 - Mesa de apoio para bebidas, talheres e taças.....	46
Foto 10 – Mesa principal.....	47
Foto 11 – Mesa principal.....	47

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	<b>11</b>
1.1 ESPECIFICAÇÃO DO PROBLEMA .....	11
1.2 OBJETIVOS .....	12
<b>1.2.1 Objetivo geral</b> .....	<b>12</b>
<b>1.2.2 Objetivos específicos</b> .....	<b>12</b>
1.3 JUSTIFICATIVA .....	13
<b>2 REVISÃO DE LITERATURA</b> .....	<b>16</b>
2.1 EVENTO E EVENTO TEMÁTICO .....	16
2.2 PLANEJAMENTO, ORGANIZAÇÃO E GESTÃO DE EVENTOS .....	19
<b>2.2.1 Composto de marketing</b> .....	<b>23</b>
2.3 PROCESSOS DE PRODUÇÃO E TÉCNICAS PRODUTIVAS .....	24
2.4 GASTRONOMIA ITALIANA E TERROIR LOCAL.....	25
<b>3 METODOLOGIA</b> .....	<b>31</b>
<b>4 EVENTO TEMÁTICO</b> .....	<b>38</b>
4.1 CARACTERÍSTICAS DO EVENTO.....	38
4.2 GESTÃO E PLANEJAMENTO DO EVENTO .....	38
4.3 AVALIAÇÃO DOS PARTICIPANTES .....	38
<b>4.2.1 Processos relacionados à gestão e planejamento do evento temático e criação de cardápio</b> .....	<b>38</b>
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	<b>50</b>
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	<b>52</b>
<b>APÊNDICE A – Questionário</b> .....	<b>56</b>
<b>APÊNDICE B – Fichas técnicas e operacionais</b> .....	<b>59</b>
<b>APÊNDICE C – Cardápio impresso do evento</b> .....	<b>69</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Com migração de italianos e alemães vindos do Rio Grande do Sul após o término da guerra do contestado enriqueceu-se muito a gastronomia catarinense, isso porque foram implantadas inúmeras técnicas e produções oriundas da Europa, necessitando desta forma adaptar-se ao *terroir* local.

Procurando desmistificar um tema abordado como alta gastronomia, buscar-se-á demonstrar que mesmo utilizando insumos mais tradicionais pode-se alcançar altos níveis de sabor e qualidade. Para tal, fez-se necessário o desenvolvimento de um evento temático contextualizando e elaborando toda uma cadeia de processos.

No processo de criação, estão descritos os fatores necessários para a execução do evento e etapas do planejamento, demonstrando a idealização do cardápio, no que diz respeito à produção e escolha dos pratos, descrevem-se os processos produtivos e as técnicas utilizadas para o preparo em cozinha, já no atendimento está descrito o tipo de serviço utilizado e as etapas do serviço de salão, contudo, apresentar-se-á também o modelo de gestão que demonstra os resultados obtidos.

### 1.1 ESPECIFICAÇÃO DO PROBLEMA

O estado de Santa Catarina foi formado por diversas etnias, como: indígenas, africanos, poloneses, ucranianos, japoneses, austríacos, holandeses, húngaros, açorianos, alemães e italianos, sendo os imigrantes os principais responsáveis pela formação da identidade cultural e gastronômica do estado. Nesse sentido, verifica-se que atualmente 45% da população catarinense é de descendentes de italianos (SANTUR, 2020).

A região Oeste Catarinense é uma das 6 mesorregiões do estado, sendo formada por 118 municípios. Além da Mesorregião Oeste Catarinense, o estado é formado por Mesorregião do Norte Catarinense, Mesorregião Serrana, Mesorregião do Vale do Itajaí, Mesorregião da Grande Florianópolis e Mesorregião do Sul Catarinense (CIDADE BRASIL, 2020). A colonização do Oeste Catarinense foi feita praticamente por imigrantes italianos e alemães, e isso não é novidade para ninguém que seja descendente ou que resida em alguma cidade do Oeste Catarinense.

Desta forma, verifica-se que os imigrantes italianos foram influenciadores em vários aspectos, tanto com relação as tradições culturais, bem como na gastronomia. É muito comum nos dias atuais identificar que alguma receita surgiu a muito tempo atrás, trazida por uma bisavó ou outro parente distante. Essa é outra característica desse povo, a gastronomia familiar e a rural. Por isso este *terroir* é tão farto e generoso. Segundo Holz e Carlesso (2017, p. 7) “[...] é importante destacar que o que faz com que se mantenha viva a gastronomia local é a valorização da própria população que conhece e prepara os seus alimentos de modo diferenciado que varia de uma região para a outra”.

Essa mudança cultural, ocasionada pela colonização, acaba por enaltecer as culturas já fixadas. A vinda de novos produtos pelos colonizadores teve, em grande parte, muito sucesso em todo território. Freixa e Chaves (2008, p.144-145) descrevem que de acordo com a história alguns empresários, principalmente do turismo, perceberam que o trabalhador atual tinha mais tempo ocioso e passou a investir mais na história, as tradições e cultura gastronômica regional para difundir melhor o turismo gastronômico.

Dessa compreensão, coloca-se a seguinte questão problema: como desmistificar a alta gastronomia valorizando o *terroir* do oeste catarinense usando como base elementos da cultura italiana?

## 1.2 OBJETIVOS

### 1.2.1 Objetivo geral

Realizar evento temático que proporcione uma experiência gastronômica valorizando o *terroir* do oeste catarinense, para desmistificar a alta gastronomia usando como base elementos da cultura italiana.

### 1.2.2 Objetivos específicos

- (i) Conceituar *terroir* e efetuar levantamento sobre seus principais produtos na região para elaboração do cardápio do evento, definindo receitas e ingredientes;

- (ii) Descrever os aspectos relevantes para a realização de evento focado na experiência gastronômica de seus comensais;
- (iii) Formalizar todas as etapas de planejamento marketing do evento, efetuando previsão de recursos materiais, humanos e financeiros; (cardápio, mídia e divulgação, logística, elaboração de fichas técnicas, precificação, escala de atividades, tipo de serviço);
- (iv) Realizar o evento aplicando técnicas gastronômicas que valorizem o sabor de cada ingrediente e minimizem o desperdício de alimentos;
- (v) Avaliar os pontos positivos e oportunidades de melhoria do evento.

### 1.3 JUSTIFICATIVA

Na maioria dos casos, logo após nascer e respirar, a primeira experiência humana com o mundo se dá através do leite materno, da amamentação. Esse fato dá início a uma história que se perpetua até o encerramento do ciclo orgânico da vida: a relação diária e rotineira com a comida.

E a construção dessa relação baseia-se, principalmente, em aspectos regionais e culturais. O lugar onde as pessoas nascem, as tradições e hábitos familiares, círculo social e experiências ao longo da vida são muito relevantes e participam ativamente da construção de memórias gastronômicas e afetivas e do registro cultural de cada indivíduo. Mais do que uma questão de sobrevivência, alimentar-se é um ato que fala muito sobre as pessoas.

Concórdia é uma cidade que foi colonizada majoritariamente por italianos e alemães, após a Guerra do Contestado. E, até hoje, o Município convive com tradições dessas culturas que estão fortemente enraizadas no dia a dia do concordiense (PORTAL DO CIDADÃO MUNICÍPIO DE CONCÓRDIA, 2020).

Ocorre que, com a revolução industrial e a globalização, assim como no resto do mundo, Concórdia vem passando por disrupturas no seu estilo de vida. A conquista da independência da mulher e seu ingresso no mercado de trabalho mudou as estruturas familiares, assim como o desenvolvimento da tecnologia, o crescimento da população e a escassez de tempo mudaram diversos hábitos.

Com essas mudanças a relação com a comida também mudou. A rotina mais intensa por diversas vezes leva as pessoas a fazerem suas refeições fora de casa, em intervalos de tempo menores e por diversas vezes de forma solitária ou na

companhia do celular, enquanto resolve alguma pendência do trabalho ou até mesmo pessoal. A diversidade de opções e a facilidade para solicitar comida por *delivery* ou ainda, de sair de casa para comer, também alterou as relações interpessoais dos encontros.

Além disso, nos últimos anos, observa-se uma crescente oferta de programas gastronômicos televisivos que vão desde *realitys shows* até a explicação detalhada de técnicas e receitas que, ao mesmo tempo em que desmistificou a gastronomia para alguns, a transformou em algo (supostamente) caro e de difícil acesso para outros públicos.

Em entrevista realizada por Nascimento (2016) com a jornalista e escritora especializada em gastronomia Mastroso “nunca falamos tanto de comida e cozinhamos tão pouco”. Diante desse contexto fica muito difícil dissociar gastronomia de cultura e cultura de gastronomia: uma não sobrevive sem a outra. E é com base nessa manifestação que a realização deste trabalho justifica-se.

Planeja-se uma experiência gastronômica que possa resgatar a riqueza dos encontros: familiares e amigos reunidos para uma refeição saborosa, preparada com elementos de *terroir*, em um ambiente aconchegante e com receitas que remetam a momentos saudosos, utilizando técnicas de gastronomia que permitam extrair o melhor de cada ingrediente.

A busca pela valorização dos ingredientes locais e resgate de preparos tradicionais é uma tentativa de mostrar que as técnicas de gastronomia podem e devem ser aplicadas até nos ingredientes considerados mais simples e que elas geram ótimos resultados. A sugestão para o evento temático é que se utilizem técnicas clássicas da gastronomia para apresentar receitas simples com sabores e apresentações surpreendentes.

Atala (2013, p. 12), grande defensor da cozinha e dos ingredientes brasileiros, afirma que “a técnica tornou-se uma ferramenta para obter o melhor de cada ingrediente”. Opinião também validada por Ducasse apud Atala (2013, p. 12) que afirma que “usando as mesmas técnicas básicas (essencialmente francesas, como acontece), cada um, dentro do seu próprio contexto e cultura, está apto à tarefa de identificar, renovar e reviver sua tradição culinária”.

A valorização do *terroir*, intrinsecamente, leva à valorização de toda a cadeia produtiva do alimento – geralmente composta por pequenos produtores – gerando um círculo de benefícios para toda a comunidade e fortalecimento cultural.

Além disso, acredita-se que ações nesse sentido contribuem para a valorização e reconhecimento do trabalho dos profissionais de gastronomia (que atuam tanto na cozinha como no salão). Afinal, no dia a dia, por diversas vezes suas funções são tidas como de baixo prestígio social, esquecendo-se da complexidade e das inúmeras variáveis que envolvem suas tarefas.

## 2 REVISÃO DE LITERATURA

Nessa seção apresenta-se a definição de evento e evento temático, o planejamento, organização e gestão de eventos, os processos de produção e técnicas produtivas e a gastronomia italiana e *terroir* local.

### 2.1 EVENTO E EVENTO TEMÁTICO

De acordo com Matais (2014, p. 3) “na antiguidade [...] (3500 AC a 476 DC) sabe-se que os principais tipos de eventos que ocorreram foram congressos, conferência, festas e festas saturna lista, das quais, deriva o Carnaval – Feiras - Que estão relacionadas a festividades religiosas e dia Santos -, e o Principal delas os jogos Olímpicos”.

Já na idade média começam “as feiras comerciais surgiram para atender a necessidade das pessoas em relação a alimentação, ao vestuário e a armamentos” (NAKAME, 2018, p.8).

Passando esse período os eventos tiveram mais derivação, sendo eles evento científico e técnico. “Seu início em Roma em 1681 com o congresso de medicina geral, o primeiro evento de cunho não religioso. Depois disso surgiram os eventos técnicos, sendo o congresso de Viena o pioneiro realizado em 1.815, após a derrota de napoleão” (NAKAME, 2018, p.10).

Embora os primeiros eventos tenham ocorrido na antiguidade, conforme apontam os estudiosos, apenas nas últimas décadas é que eles ganharam o destaque merecido isso ocorreu justamente porque foi abandonada sua antiga conotação táctica ligada a um viés mercadológico passando a associar-se ao planejamento estratégico proposto pelas organizações (CZAJKAWSKI, 2017, p.68).

Para o SEBRAE (2016) as principais funções dos eventos são promover causas, ideias e conceitos, por meio do afeto e da sensibilidade humana. Para um bom evento é preciso tocar as pessoas de forma diferenciada, promovendo sensações marcantes para tornarem-se inesquecíveis. Para isso é necessário que sejam elaborados e planejados com antecedência e dedicação.

Evento, no dicionário Michaelis (2020), está definido como “acontecimento (festa, competição esportiva, espetáculo) planejado com lugar e hora determinados, que geralmente atrai grande público e cobertura da mídia”.

O conceito amplo de eventos é definido por Meirelles (1999, p.21) como um:

Instrumento institucional e promocional, utilizado na comunicação dirigida, com a finalidade de criar conceito e estabelecer a imagem de organizações, produtos, serviços, ideias e pessoas, por meio de um acontecimento previamente planejado, a ocorrer em um único espaço de tempo com a aproximação entre os participantes, quer seja física, quer seja por meio de recursos de tecnologia.

Conforme Martin (2015, p.39) existem classificações para os eventos, sendo elas:

Pela abrangência: segundo o alcance do evento, na captação dos participantes, podem ser: mundiais, internacionais, latino-americanos, brasileiros, regionais ou municipais. Para competição: essa classificação abrange todo tipo de evento que permita criar uma competição e, por consequência, uma premiação. Pode ser esportiva, cultural, artística etc., tais como concursos, campeonatos, torneios e olimpíadas. Para demonstração ou exposição: pode haver ou não competição, mas a principal motivação é a apresentação de um produto ou serviço, em eventos como desfiles, inaugurações, exposições, leilões, shows, noites de autógrafos. Por data ou frequência: permanentes, esporádicos, únicos e de oportunidades.

Além das classificações, os eventos variam de acordo com o objetivo e área de interesse (MARCONDES, 2015). O Quadro 1, apresenta as tipologias dos eventos.

Quadro 1 – Tipos de eventos

<b>Tipos de eventos</b>	<b>Definição</b>
<b>Artístico</b>	Evento que trata de arte, como literatura, teatro, dança, música, dentre outros.
<b>Científico</b>	Relacionado a assuntos científicos em qualquer campo de conhecimento ligado à pesquisa.
<b>Cultural</b>	Evento relacionado aos aspectos culturais para sua divulgação e reconhecimento ou mesmo com objetivo promocional. Incluem-se nesta classificação os eventos folclóricos e ligados a outras manifestações e hábitos regionais.
<b>Educativo</b>	Aborda questões da área educacional, novas práticas pedagógicas, cursos e novidades da educação.
<b>Cívico</b>	São os relacionados a comemorações que dizem respeito à história de um povo. Exemplos: Parada de 07 de setembro, a simulação da morte de

<b>Tipos de eventos</b>	<b>Definição</b>
	Tiradentes, entre outros.
<b>Político</b>	Trata de assuntos políticos, como eventos ligados a partidos políticos, associações de classe, etc.
<b>Governamental</b>	Em todas as esferas, níveis e instâncias, são eventos que mostram ações e prestam contas sobre as realizações do governo.
<b>Empresarial</b>	Envolve atividades organizacionais como pesquisa e ações de empresas e seus parceiros.
<b>Comercial</b>	Tem como objetivo de promover o lançamento de um produto, ou de aumentar as vendas, ou de inaugurar um novo local, ou simplesmente de chamar atenção do público para os serviços prestados por esta ou aquela empresa.
<b>Lazer</b>	Evento que visa gerar entretenimento e bem-estar aos seus participantes.
<b>Social</b>	Evento de interesse comum, que visa à confraternização, quer seja familiar, quer seja de grupos com interesses afins, amigos ou outros grupos sociais.
<b>Desportivo</b>	São eventos que podem ser de ordem local, municipal, regional, nacional e até internacional. Exemplos característicos são as Olimpíadas, a Copa do Mundo, os Jogos Pan americanos, e todas as modalidades de eventos que envolvam assuntos pertinentes ao desporto.
<b>Religioso</b>	São eventos cujos objetivos são promover os valores morais e religiosos; integrar as pessoas adeptas dessa religião; chamar a atenção para adesão de novos fiéis; inaugurar um local como igreja, sinagoga, templo, etc.
<b>Beneficente</b>	Eventos realizados em prol de uma causa que reflete programas e projetos sociais divulgados em cerimônias públicas, normalmente para angariar fundos ou apoio institucional.
<b>Turístico</b>	Visa divulgar e promover produtos e serviços turísticos tentando incrementar o turismo local ou nacional.

Fonte: Adaptado de Marcondes (2015).

#### Já nos eventos temáticos:

é importante considerar que a maioria deles carrega aspectos culturais e simbólicos, que vão muito além de apenas uma decoração inovadora e uma gastronomia diferente. Os eventos temáticos têm como propósito entregar uma experiência única aos participantes, fazendo uso da criatividade aliada às características do seu evento (RAMALHO, 2017).

Ainda com relação a eventos é relevante descrever o número médio de participantes conforme a tipologia e o segmento de atuação. Conforme Martin (2015, p.20) “cada tipo de evento tem suas diferenças e características quanto ao formato, à operação, entre outras coisas. Também o número total de participantes pode ser um desses fatores”. Martin (2015, p.20) apresenta o dimensionamento do público participante em cada evento. “Microeventos – até 100 pessoas; pequenos eventos –

de 101 a 500 pessoas; médios eventos – de 501 a 2.500 pessoas; grandes eventos – de 2.501 a 5.000 pessoas e macroeventos – mais de 5.000 pessoas”.

## 2.2 PLANEJAMENTO, ORGANIZAÇÃO E GESTÃO DE EVENTOS

Realizar um evento pode parecer simples num primeiro momento. Mas é um processo que envolve uma série de detalhes e etapas que devem ser considerados para que ele atinja seus objetivos. E, tratando-se de um evento gastronômico, existem ainda mais detalhes envolvidos.

Cesca (2008, p. 49) é clara: “a organização de eventos é trabalhosa e exige grande responsabilidade”. Zobaran (2004, p. 23) completa: “para se realizar um bom evento e para se obter dele um bom resultado, deve-se ter em mente o conceito que o rege”.

Cesca (2008, p. 49) reforça a importância de se fazer um planejamento criterioso para atingir plenamente os objetivos estabelecidos envolvendo “objetivos, públicos, estratégias, recurso, implantação, fatores condicionantes, acompanhamento e controle, avaliação e orçamento”. A autora exemplifica brevemente cada um desses componentes (CESCA, 2008):

- objetivos: deve-se considerar os gerais e específicos;
- públicos: é importante classificar para quem se destina o evento, determinando se externo, interno ou misto;
- estratégias: é aquilo que serve de atração para o público de interesse do evento;
- recursos: incluem-se fatores humanos, materiais e físicos que serão utilizados;
- implantação: descrevem-se todos os procedimentos, do início (aprovação) do projeto ao fim;
- fatores condicionantes: fatos, decisões e acontecimentos que podem condicionar a realização do projeto;
- acompanhamento e controle: é importante estabelecer quem coordenará o processo de organização do evento e como ela será efetivada;
- avaliação: é uma espécie de prestação de contas, que acontece em forma de relatório após o término do evento

- orçamento: deve receber atenção especial e ser efetuado de forma detalhada pois é fundamental saber quais serão os recursos financeiros necessários para pagar recursos humanos e materiais.

Para Zobaran (2004, p. 23), objetivo também é uma “palavra fundamental na elaboração do evento. Que recado queremos transmitir, ou o que queremos compartilhar com consumidores ou convidados?”

Atualmente, conceitos se transformam em realizações verdadeiramente originais e atingem objetivos, sempre em direção a alguém muito bem focado, e com a participação cada vez maior de seu público específico. Por isso, também, “público-alvo” não é mais uma expressão restrita ao meio publicitário. Esse princípio é sempre levado em conta pelos organizadores de eventos que reúnem, em torno de determinada ideia, um grupo específico, de preferência homogêneo em suas características básicas, e com interesses em comum (ZOBARAN, 2004, p. 24).

A classificação do público-alvo pode acontecer de várias formas, com diversos critérios. Mas a escolha do público certo deve sempre considerar a “busca de uma coerência que traga resultado para aquilo que desejamos e iremos apresentar” (ZOBARAN, 2004, p. 25).

“Com um conceito estabelecido, um objetivo determinado claro em mente e um público definido com base em quantidade e qualidade, damos nossos primeiros passos em direção ao sucesso” (ZOBARAN, 2004, p. 25). Definidos esses fatores, Zobaran (2004) passa àquele que considera a primeira grande indagação: qual será o orçamento disponível? O autor ainda recomenda que “orçamentos de eventos devem ser feito com mais de um fornecedor, sempre que possível” (ZOBARAN, 2004, p. 48).

Assim, Zobaran (2004) manifesta-se no sentido de que o planejamento de um evento contempla, basicamente, os vinte elementos que seguem: conceito, objetivo, público, local, data e hora, convite, lista de convidados, confirmação de presença, manobristas e/ou estacionamento, recepcionistas, seguranças, som, luz, decoração/cenografia, comida, bebida, brindes, equipamentos diversos, suporte e atração. Por fim, reforça a importância de qualquer evento seja realizado de forma legalizada.

A elaboração do planejamento com antecedência também é um fator relevante na organização do evento, especialmente, por ser a ferramenta que

estabelece o cronograma de trabalho, subcomissões e seus responsáveis (CESCA, 2008).

Para Zobaran (2004, p. 37) “todo evento deve ser muito bem planejado; de outra forma, pode perder todo seu sentido, seu principal objetivo”. A Editora Senac Nacional (2000 apud Zobaran, 2004, p. 37) reforça que “o planejamento faz ganhar tempo, diminuir o esforço e permitir a compreensão por parte de todos os envolvidos” e conclui “planejamento diminui imprevistos e ajuda a atingir os objetivos”.

Tendo sempre como parâmetro o projeto, faz-se, então, a distribuição das atividades entre os membros da equipe organizadora, dentro do cronograma que envolve preparação (pré), execução (trans) e avaliação (pós). É, portanto, o antes, o durante e o depois do evento (CESCA, 2008, p. 55).

Transferir as tarefas estabelecidas no planejamento para uma tabela de *check list*, por exemplo, deixa o processo mais visual e facilita o cumprimento de prazos (CESCA, 2008, p. 60). Além disso “paralelo ao cronograma de operacionalização do planejamento do evento deve ser feito o controle econômico, em que constarão despesas e receitas” (CESCA, 2008, p. 60).

Tabelas de quantidades e valores em mãos, além de orçamentos e demais levantamentos, fichas preexistentes e indispensáveis à parte, um bom planejamento de eventos deve conter planilhas com datas, horários e locais, e todas as etapas pelas quais iremos passar, ou seja, um cronograma de atividades – nem sempre para ser cumprido à risca, mas que sirva para nos orientar em relação a prazos, responsabilidades e custos/preços. Portanto, devem ser especialmente enumeradas as tarefas e as diversas atribuições de quem deverá cumpri-las, sejam nós ou os respectivos envolvidos (ZOBARAN, 2004, p. 40)

Entre os detalhes da realização do evento, Cesca (2008) destaca o cerimonial, a disposição das mesas, que deve observar o tamanho total do espaço e a quantidade de convidados além da disposição de louças que devem estar de acordo com a temática do evento. Por se tratar de um evento gastronômico, esses detalhes são muito importantes para o sucesso do evento e serão detalhados no decorrer do trabalho.

O tipo de traje também é fator importante para o sucesso dos eventos e deve ser informado quando efetuado o convite. Para Cesca (2008) mais comuns são os de gala (usando somente em eventos extremamente sofisticados), rigor ou *black-tie*

(usado em eventos formais: vestido longo e *smoking* – termo com gravata borboleta), social (sofisticado mas não tão requintado como os anteriores: vestidos longuetes e terno escuro com gravata), esporte completo (*blaser* sem gravata para homens e vestido curto, conjunto de calça ou saia, com sapatos de meio salto e acessórios para mulheres) e esporte (roupas seguindo as tendências da moda, com opções de vestido, bermudas e saias com sapatos baixos, inclusive tênis, para mulheres e calça, bermuda, camisa de manga curta, polo ou camiseta com sapato esporte, tênis ou sandálias para os homens). Zobaran (2004, p. 100) conclui: “num Brasil de largas dimensões e tantos climas, temos ainda nossas regionalizações culturais, ou até oficiais. Mesmo as pessoas mais viajadas, educadas e antenadas, precisam saber o que se espera delas em termos de apresentação formal”.

Os convites também merecem atenção especial. Cesca (2008) lembra que eles devem conter elementos básicos, que são: quem convida, tipo de evento, local, data, hora, indicar se é intransferível, pedir confirmação e indicar o traje, além de informar o cardápio. Ainda deve-se observar a antecedência necessária para sua entrega: “os formais devem ser entregues com antecedência de dez dias; os menos formais, com oito dias, por meio de entrega direta, ofício ou correio” (CESCA, 2008, 137). Ainda recomenda que para as autoridades, os convites sejam impressos e enviados com um ofício.

Para Zobaran (2004, p. 65) o convite é “normalmente – e literalmente – a primeira impressão que chega e fica até o dia do evento (muitas vezes permanece na lembrança para sempre)” e desempenham um papel muito importante “para que os convidados sintam-se atraídos e, assim, possam identificar melhor o evento para o qual estão sendo chamados”.

O pré-convite (ou *save the date*) também é lembrado por Zobaran (2004, p. 77) como uma opção eficiente que permite que o convidado reserve a data, geralmente sem saber maiores detalhes do evento – que serão informados posteriormente.

O autor ainda destaca que os convites eletrônicos são cada vez mais utilizados “é uma realidade irrevogável” (ZOBARAN, 2004, p. 84), com destaque positivo pela praticidade e economia.

Após exemplificar as etapas que compõem o planejamento e a realização de eventos sugere-se a utilização de ferramentas de *marketing*, já consagradas pela

literatura, que podem facilitar a visualização e integração de todas as variáveis apresentadas através de segmentos, tornando o processo decisório mais assertivo.

### 2.2.1. Composto de marketing

Kotler e Keller (2013, p. 3) pontuam que “o marketing envolve a identificação e a satisfação de necessidades humanas e sociais. Para defini-lo de uma maneira bem simples, podemos dizer que ele atende a necessidades de maneira lucrativa”.

Drucker (1973, p.64-65, apud KOTLER; KELLER, 2013, p.3) ainda pontua que vender não é a parte mais importante do marketing:

[...] o objetivo do marketing é tornar supérfluo o processo de venda. O objetivo do marketing é conhecer e entender o cliente tão bem que o produto seja adequado a ele e ele se venda por si só. Idealmente, o marketing deve resultar em um cliente disposto a comprar. Nesse caso, a única coisa necessária é tornar o produto disponível.

Garcia (2015, p. 4) também afirma que “o marketing bem-sucedido é aquele que supre as necessidades dos consumidores e gera lucro para as empresas” e que, do ponto de vista social, ele melhora a qualidade de vida das pessoas, atendendo seus desejos.

Garcia (2015, p. 5) ainda esclarece que “o marketing usa a propaganda, mas não se limita a ela”.

Desta forma, além de todos os itens já elencados para realização de um evento, utilizar-se-ão conceitos e ferramentas de marketing para contemplar todas as variáveis do processo através de uma segmentação em quatro grupos macro, já consagrados pela literatura pela denominação “4Ps” (McCARTHY, 2002 apud KOTLER; KELLER, 2013). Na sequência, apresentam-se alguns dos itens que compõe cada um desses pilares segundo Kotler e Keller (2013, p. 18):

- produto: variedade de produtos, qualidade, *design*, características, marca, embalagem, tamanhos, serviços, garantias, devoluções;
- preço: preço, descontos, bonificações, prazo de pagamento e condições de financiamento;
- praça: canais, cobertura, variedades, locais, estoque e transporte.
- promoção: promoção de vendas, propaganda, força de vendas, relações públicas e marketing direto.

Os “4Ps” também não conhecidos como “mix de marketing” ou “composto de marketing” são o “modo usado para definir, organizar e planejar os objetivos” e “devem vir sempre em conjunto, integrados, mirando o mesmo objetivo, a saber, compreender e realizar os desejos dos consumidores” (GARCIA, 2015, p. 11):

- 1. Produto** – é alvo da primeira decisão da empresa: ela deve saber o que ofertará aos clientes.
- 2. Preço** – indica não apenas quanto o consumidor pagará, mas também de que modo o fará, inclusive apontando para a possibilidade de financiamento ou parcelamento.
- 3. Praça** – também conhecida como ponto de venda, envolve toda a distribuição do produto, considerando-se como e quando ele chegará a esse local.
- 4. Promoção** – divulgação do produto (GARCIA, 2015, p. 11).

Aliando essas ferramentas direcionadoras do marketing e os elementos que devem compor o planejamento do evento, poderão ser detalhadas todas as etapas e variáveis relevantes na realização da ação proposta.

## 2.3 PROCESSOS DE PRODUÇÃO E TÉCNICAS PRODUTIVAS

Para conseguir preparações balanceadas, saborosas e padronizadas, todos os processos são desenvolvidos utilizando técnicas de cozinha profissional nos processos de *mise in place*, pré-preparo e produção, visando otimizar as preparações para que atinjam excelentes níveis de sabor e qualidade.

De acordo com a proposta ofertada, listam-se no Quadro 2 os pratos que compõem o cardápio e as técnicas utilizadas em suas preparações:

Quadro 2 – Pratos e técnicas utilizadas

Descrição	Técnicas utilizadas
<b>Couvert:</b> Grissini com ervas, queijos e patê de tomate seco	Técnicas de panificação para o patê e de emulsão para o patê de tomate seco.
<b>Entrada:</b> Caldo de cabotia com farofa de bacon, servido no pão italiano de cebola	Sopas creme na preparação do caldo de cabotia e técnicas de panificação no pão de cebola
<b>Prato principal 1:</b> Gnocchi verde com ragu de frango, tuile de parmesão e brotos	Pastas multicoloridas, utilizada para a produção do nhoque e de molhos para o ragu de frango
<b>Prato principal 2:</b> Carré suíno confit com molho de laranja e pimenta rosa,	Técnica de confitar para o carré suíno (técnica que consiste em cozinhar a carne em baixa temperatura e

Descrição	Técnicas utilizadas
<i>aligot</i> de mandioca e <i>crispy</i> de <i>radicci</i>	emergidas em gordura) e purês na produção do aligot (técnica que consiste em cozinhar o tubérculo em imersão e depois processá-lo em liquidificação)
<b>Sobremesa:</b> Panna cotta de baunilha com geleia de bergamota e crumble de cuca	Técnica de emulsão na preparação da panna cotta e técnicas de cocção para a geleia (cozimento/redução) e o crumble (assar)

Fonte: Elaborado pelos autores (2020).

## 2.4 GASTRONOMIA ITALIANA E *TERROIR* LOCAL

A formação cultural do Brasil é uma miscigenação étnica, iniciando pelos povos indígenas que eram nativos dessa terra quando os portugueses aportaram nas praias das *índias*. Talvez um cálculo errado ou um vento cruzado trouxeram os primeiros visitantes das terras além-mar e esse primeiro contato ocasionou um choque cultural gigantesco no habitante local, que antes desconhecia qualquer tipo de cultura que não fosse a sua. Toda a história sofreu uma ruptura nesse exato momento, já que os portugueses tinham hábitos totalmente diferentes, desde a higiene pessoal até a alimentação (IGLESIAS, 1998).

Do encontro de duas culturas só poderia resultar um choque, pois se tratava de culturas muito diversas: a europeia, já milenar e consolidada, com um continente de enormes dimensões e povoado, na maior parte, por povos de cultura bem menos elaborada. Colombo ignorou o que era esse mundo ao qual chegara: fascinado pela ideia da Índia, estava convencido de que aí se encontrava (IGLESIAS, 1998, p. 26).

Mas a mistura cultural na panela brasileira não ficou por aí, pois, além de portugueses, espanhóis, holandeses, ingleses, noruegueses, polacos, alemães, italianos e muitas outras etnias pousaram seus pés nessas terras aumentando o choque de diferenças que transformaram a gastronomia brasileira (GOMES; LAROQUE, 2011).

[...] grande parte da cultura brasileira formou-se com a contribuição dos grupos étnicos vindos de terras longínquas e também pelas distintas e diversas sociedades nativas. Dentre estas, destacam-se a do indígena, negro, do açoriano, do alemão, do italiano, entre outras. (GOMES; LAROQUE, 2011, p. 36).

Com relação ao processo migratório Fonseca e Camargo (2013, p.52) expõem que:

No Brasil do período do Segundo Reinado a necessidade de substituir a mão de obra escrava negra, de mudanças na sociedade étnica brasileira e de colonizar terras desabitadas por colonizadores brancos, levou a classe dominante brasileira a incentivar a migração de europeus brancos, católicos e arraigados a terra para suprirem as necessidades de mão de obra assalariada. Os primeiros imigrantes foram os alemães. Italianos, espanhóis e portugueses vieram depois.

Os italianos estimulados pelas mudanças socioeconômicas que ocorreram na Europa a partir século XIX, começaram a imigrar para a América do Sul. “No Brasil, o auge da imigração italiana foi entre os anos de 1880 e 1930. Vindos, em sua maioria, do norte da Itália, os imigrantes que aqui chegaram se destinaram, inicialmente, à região Sudeste e, depois, à região Sul do país” (SILVA; CONFORTIN, 2015, p.35).

Com a chegada dos italianos a São Paulo e “a partir do momento em que a escassez de mão de obra naquele estado foi suprida, os imigrantes recém-chegados passaram a ser direcionados para o Sul do Brasil” (SILVA; CONFORTIN, 2015, p.35).

É evidente que os imigrantes italianos contribuíram com vários setores da sociedade, como na arte, música, arquitetura e principalmente na gastronomia (SILVA; CONFORTIN, 2015). A gastronomia é sem dúvida um meio de identificação de um povo pois, através dela se torna possível conhecer a história, hábitos e seus costumes. “E é comum o uso da gastronomia como fonte de investigação da identidade de determinada região com o intuito de perpetuar os seus hábitos e costumes” (HOLZ; CARLESSO, 2017, p.7).

A origem da palavra gastronomia provém do grego “*gaster* ou *gastros*”, que quer dizer estômago e “*gnomos*”, conhecimento, ou seja, o termo significa conhecimento, estudo do estômago” (BRITTO, 2012, p.109).

Levando-se em consideração que o prazer que a comida gera é, de uma forma física, nos sentidos do indivíduo, se permite afirmar que a gastronomia estuda e lida com os alimentos, de forma a transmitir, através da comida, as identidades, cultura, história e outras representações, que intermediam a busca pelo bem-estar (BRITTO, 2012, p.109).

O migrante italiano manteve sua história e a sua cultura viva através da transmissão oral, que na época era uma das formas mais comuns, o dialeto do país

natal era disseminado entre os mais novos, garantindo assim a manutenção da língua, e conseqüentemente a gastronomia veio de carona nessa oralidade:

Uma das formas mais importantes de proteger e estimular a herança cultural italiana consiste na manutenção da língua, ou seja, do dialeto, pois a manutenção da língua falada garante a permanência de outros valores ou, ainda, ao cultivar o dialeto, todo um conjunto de elementos culturais são também preservados, tais como: a música, os provérbios, as receitas de culinárias e de medicina caseira, as lendas, as brincadeiras infantis, entre outras. [...] a gastronomia também é ainda muito presente na mesa dos descendentes italianos, principalmente dos mais velhos. O prato típico do colono italiano é a polenta, que muitas vezes foi motivo de chacota. Isso porque a polenta acabou sendo sinônimo de comida de pobre, não a comendo o imigrante rico. Mas o colono, que labutava no pesado, sempre teve na polenta a comida base. Comia-se polenta no café da manhã, no almoço e na janta. A polenta é uma comida de alto teor energético e de fácil digestão (GOMES; LAROQUE, 2011, p. 37).

Com uma diversidade gastronômica e também uma das cozinhas mais importantes mundialmente, a Itália não pode ficar apenas na polenta, e ainda de acordo com Gomes e Laroque (2011) sopas, massas, pães, queijos, salame, radicci, doces e é claro o vinho, produto tão elementar na mesa do descendente de italiano e também um “marco histórico [...] provenientes principalmente do Veneto” (ALZER, 2015, p. 19).

Silva e Confortin (2015, p.36) relatam que “[...] nas regiões de colonização italiana, a feitura do pão é através de um trabalho artesanal, que consiste desde a preparação do fermento caseiro até o processo de assar em forno feito de tijolos”. “A farinha de trigo não servia somente para o pão, mas também era utilizada para o preparo de outras massas” [...] (SILVA; CONFORTIN, 2015, p.36). “Os imigrantes italianos também trouxeram o costume das massas, lasanhas, tortei e capeleti” (HOLZ; CARLESSO, 2017, p.8).

Voltando os olhos para Santa Catarina, é possível identificar a consolidação da colonização italiana por volta de 1830, que segundo Pissurno (2020) seria formada com imigrantes originários da região próxima de Trento, Itália e se estabeleceriam nas regiões catarinenses de Nova Trento, Brusque e Porto franco. Já o Oeste catarinense teve uma colonização mais tardia:

A colonização do atual oeste catarinense deu-se principalmente a partir das primeiras décadas do século XX [...] os municípios de Joaçaba e Chapecó, criados no ano de 1917. Destarte, a migração para a região oeste catarinense, desenvolveu um modelo estrutural semelhante se não idêntico ao das colônias italianas do RS [...] “Os ítalos migraram, levando, além da

esperança, a experiência vivida nas antigas colônias do Rio Grande do Sul e na Itália, e construíram uma história peculiar, intimamente ligada a terra” (VANNINI, 2016, p. 89).

Para compreender a origem da gastronomia típica da região oeste catarinense é pertinente conhecer a história de formação dessa região (HOLZ; CARLESSO, 2017).

No início do século XX, o oeste era considerado pelo governo estadual como vazio demográfico, a última fronteira a ser ocupada. Porém, a região já era habitada pelos índios Kaingang, segundo vestígios arqueológicos encontrados na bacia do Rio Uruguai, o grupo já teria chegado à região, por volta de 5.500 a. C. (PAIM, 2006 apud HOLZ; CARLESSO, 2017, p.9).

“[...] a Região Oeste de Santa Catarina era considerada praticamente “despovoada”, pois os indígenas e caboclos, por possuírem modos de vida diferente, [...] e não possuir títulos de propriedade, eram desconsiderados pelas autoridades (PAIM, 2006 apud HOLZ; CARLESSO, 2017, p.9).

“Com a vinda dos colonos, estabeleceu-se um sistema produtivo calcado na pequena propriedade, com predomínio da mão de obra familiar e agricultura de subsistência” (HOLZ; CARLESSO, 2017, p.9). “Os colonizadores dedicaram-se principalmente ao cultivo de milho, cuja produção era grande. Para absorver o excedente, os colonizadores iniciaram a criação de suínos e aves” (HOLZ; CARLESSO, 2017, p.9).

Uma parte importante e que ainda se mantém viva na região de imigrantes italianos é o *filó* que na Itália “consistia num encontro social entre parentes, amigos e vizinhos realizado muitas vezes no paiol, na cozinha, no porão ou mesmo ao ar livre” (GOMES; LAROQUE, 2011, p. 39). Hoje esse modelo de encontro é muito mais voltado ao espetáculo, isto é, uma encenação remete o espectador ao passado, mostrando-lhe como era a vida dos antepassados. O turismo acabou ganhando um novo nicho de mercado com os *filós*, já que muitas pessoas buscam conhecer a cultura da qual descendem, por curiosidade ou pelo prazer da gastronomia oferecida acaba buscando eventos que remetam a diferentes culturas e sabores.

“Ndar a far Filò”, era um costume das famílias italianas, que ao final de uma jornada de trabalho, visitavam-se para rezar, comer, jogar, cantar e negociar. O Filò Talian é um jantar espetáculo realizado em um paiol em que se recompõem esses costumes através de cenas dramatizadas por atores e participantes do evento. Trata-se de um momento mágico de

interação cultural e entretenimento regado a alegria contagiante (CAMINHO DA ROÇA, 2020).

Com relação ao *terroir*, palavra francesa que diz respeito à terra, território, mas se tratando da gastronomia geral quer dizer muito mais que isso. O *terroir* abrange em um conjunto de terras de uma região, seus produtos e sua aptidão característica (SONOMA BLOG, 2019).

Historicamente falando, os seres humanos em seu princípio praticavam o *terroir* constantemente, pois aprenderam a plantar, colher, preparar (cozinhar) e comer seu próprio alimento. Com a evolução dos tempos esse conceito se perdeu por causa do aumento das produções industriais e forte importação de produtos. Mesmo assim, em muitos países ainda procura-se manter a cultura do *terroir*, principalmente por ter custos menores do que do mercado em geral. Tornando-se uma boa prática de marketing para vários segmentos na gastronomia (SONOMA BLOG, 2019).

Dentro da gastronomia são vários os produtos ligados ao *terroir* como: queijo, vinho, mel e alimentos em geral. E determinados produtos acabam sendo melhores, no cenário mundial, por causa de onde ele é produzido, seu *terroir*.

De acordo com o *site* Sonoma Blog (2019), “em comum entre todos há o respeito pela qualidade do produto e pela identidade de seu lugar de origem, que faz com que cada produto seja reconhecido como único e como referência de qualidade”. Por assim dizer, *terroir* é a soma das condições ambientais e seus efeitos sobre um produto, fazendo com que ele se torne especial e único. Uma uva Merlot produzida na Argentina é diferente de uma Merlot produzida na França. Tudo por causa do clima e das condições de cada solo especificamente.

O *site* Tintos e Tantos (2020) traduz perfeitamente a definição como, “[...] um conjunto de características especiais que a geografia, a geologia e o clima de um determinado lugar, interagindo com a genética da planta, expressam, em forma de sabor e aroma, em produtos como vinho, café, chocolate, tomate [...]”

Com tantos lugares diferentes que englobam o planeta, fica difícil mensurar a grandiosa variedade de alimentos naturais de cada solo. Entretanto, uma das formas mais comuns de se conhecer esses lugares é a prática do turismo. Visitar os mais estranhos, irreverentes, fantásticos, surpreendentes ou assustadores lugares do mundo, também trazem, além de sua geografia, um vasto leque de alimentos e bebidas provenientes destes lugares. Segundo Costa e Coriolano (2020) “nesse

contexto, o *terroir* entra na atividade turística por meio da segmentação de mercado, com o uso das indicações geográficas (IGs), que agrega valor ao produto e transforma-o em atração turística”.

Contudo, com a crescente evolução humana, muito do que se conhecia como gastronomia foi-se alterando. Colocando em risco as raízes cultuadas nas regiões do mundo todo. Garcia (2003) destaca onde a desterritorialização de alimentos e serviços influencia diretamente na gastronomia. Relacionado a redução de tempo para o preparo das refeições, pelo avanço tecnológico, transformação e conservação, pelas várias formas de importação, publicidade, e, principalmente, pela crescente individualização e redução nos ritos familiares. Pensando dessa forma, se torna relevante a utilização do *terroir* da região do Oeste Catarinense para dar mais valor ao evento em questão.

### 3 METODOLOGIA

Para Barros e Lehfeld (2007, p. 2) “a metodologia corresponde a um conjunto de procedimentos a ser utilizado na obtenção do conhecimento”, ou seja, “não procura soluções, mas escolhe maneiras de encontrá-las”.

Esse processo pode se dividir em processo intelectual, configurado pela análise de qualquer problema com análise prévia e sistemática que visa considerar todas as vias possíveis para encontrar uma solução e, como processo operacional que, nada mais é, do que a ordenação das atividades necessárias para atingir o objetivo (BARROS; LEHFELD, 2007).

Este capítulo destina-se à caracterização da pesquisa, metodologia e critérios adotados para levantamento, forma e análise dos dados.

Inicia-se a caracterização do estudo afirmando tratar-se de pesquisa aplicada, já que os autores são movidos “pela necessidade de contribuir para fins práticos mais ou menos imediatos” (CERVO; BERVIAN; SILVA, 2007, p.60) e que almejam transformar em ação concreta os resultados a serem obtidos com o trabalho.

Quanto ao seu objetivo, a pesquisa apresentada caracteriza-se como descritiva.

A pesquisa descritiva não é tão preliminar quanto a exploratória e nem tão profunda como a explicativa. “Nesse contexto, descrever significa identificar, relatar, comparar, entre outros aspectos” (BEUREN, 2009, p. 81). Ela “observa, registra, analisa e correlaciona fatos ou fenômenos (variáveis) sem manipulá-los” (CERVO; BERVIAN; SILVA, 2007, p. 61).

A pesquisa descritiva desenvolve-se, principalmente, nas ciências humanas e sociais, abordando aqueles dados e problemas que merecem ser estudados, mas cujo registro não consta de documentos. Os dados, por ocorrerem em seu hábitat natural, precisam ser coletados e registrados (CERVO; BERVIAN; SILVA, 2007, p. 62)

Na pesquisa descritiva cita-se a pesquisa documental onde “são investigados documentos com o propósito de descrever e comparar usos e costumes, tendências, diferenças e outras características” (CERVO; BERVIAN; SILVA, 2007, p. 62), trabalhando dados e fatos colhidos da própria realidade. Para identificar essas informações CerVO, Bervian e Silva (2007) lista instrumentos como a observação, a entrevista, o questionário e o formulário.

Cervo, Bervian e Silva (2007) ainda ressalta que a pesquisa bibliográfica pode ser realizada como parte da pesquisa descritiva, para explicar um problema, a partir de referências teóricas: “busca-se conhecer e analisar as contribuições culturais ou científicas do passado sobre determinado assunto, tema ou problema” (CERVO; BERVIAN; SILVA, 2007, p. 60).

Em relação à abordagem do problema, define-se como mista: quantitativa pois faz-se necessário considerar os dados financeiros envolvidos e a aplicação de pesquisa de satisfação após a realização do evento e, qualitativa por caracterizar-se pela descrição, compreensão e interpretação de fatos e fenômenos (MARTINS; THEÓPHILO, 2009).

Beureun apud Richardson (2009) afirma que a principal diferença entre as abordagens qualitativa e quantitativa é o fato de que a primeira não emprega instrumento estatístico. “Na pesquisa qualitativa concebem-se análises mais profundas em relação ao fenômeno que está sendo estudado” (BEUREN, 2009, p. 92).

Para Zanella (2009, p. 102) a pesquisa qualitativa “define-se pelo conhecimento da realidade segundo a perspectiva dos sujeitos participantes da pesquisa, sem que se meçam ou se utilizem elementos estatísticos para a análise dos dados”.

Cervo (2007) destaca que aos aspectos sociais e humanos, essencialmente qualitativos, não são aplicáveis os processos de quantificação (pesar e medir): “deve-se sempre ter em mente que os homens, em tese, mesmo sendo iguais, agem, pensam e se organizam socialmente de formas diferenciadas” (CERVO, 2007, p.21).

Cabe, nesse momento, salientar que, na pesquisa qualitativa, o processo de coleta de dados é simultâneo ao de análise de dados, o que a difere da pesquisa quantitativa, em que, em um momento os dados são coletados e, em outro são analisados. Na investigação qualitativa, não há dois momentos distintos, o processo é interativo, integrado. (ZANELLA, 2012, p. 105)

No que diz respeito ao levantamento de dados quantitativos, os cuidados devem começar ainda no processo de definição das etapas pois “o agrupamento dos dados e das informações em categorias e a definição precisa das variáveis serão

determinantes quanto às possibilidade de análise, de comparação e de experimentação” (CERVO, 2007, p. 36).

Essa delimitação, quando realizada de forma adequada, é de grande valia na codificação dos resultados e dela, segundo Certo (2007, p; 36) depreende-se que:

- permitem a concentração do maior número possível de informações no mesmo espaço;
- permitem a visualização do objeto da pesquisa por meio de representação material figurada;
- facilitam, pela aproximação, a comparação das cifras.

Através de ferramentas quantitativas pode-se elaborar o orçamento de todo evento, assim como registrar os investimentos, receitas, despesas e lucros planejados e/ou obtidos, além de avaliar a satisfação do público. Ainda, de forma fácil e prática, esses recursos permitem rápida atualização em casos de mudança de cenários antes da realização do evento e uma visão do todo após sua conclusão.

Após descrição da metodologia a ser utilizada, ressalta-se que a realização de evento gastronômico temático engloba dois universos distintos:

- os dados técnicos, bibliograficamente registrados – cita-se como exemplo as informações sobre ingredientes, métodos de cocção, tipos de serviço, dados históricos, econômicos e culturais da região);

- informações oriundas da experiência e vivência dos autores no local de desenvolvimento do trabalho – como o conhecimento de espaços para realização do evento, contato com fornecedores e conhecimento intrínseco sobre hábitos culturais comuns na região – o que, inevitavelmente influenciará o processo decisório em alguns momentos.

“A coleta de dados é a etapa da pesquisa em que se inicia a aplicação dos instrumentos elaborados e das técnicas selecionadas, a fim de efetuar a coleta dos dados previstos” (LAKATOS; MARCONI, 2017, p.179).

De acordo com Lakatos e Marconi (2017, p.172) “para a obtenção de dados, podem ser utilizados três procedimentos: pesquisa documental, pesquisa bibliográfica e contatos diretos”. Desta forma, para atingir o (i), (ii) e (iii) objetivos específicos deste estudo foi necessário realizar pesquisa bibliográfica e documental com a finalidade de conceituar *terroir* e efetuar levantamento sobre seus principais produtos na região para elaboração do cardápio do evento, definindo receitas e ingredientes; descrever os aspectos relevantes para a realização de evento focado

na experiência gastronômica de seus comensais; bem como para formalizar todas as etapas de planejamento de marketing do evento, efetuando previsão de recursos materiais, humanos e financeiros; (cardápio, mídia e divulgação, logística, elaboração de fichas técnicas, precificação, escala de atividades, tipo de serviço).

“A pesquisa bibliográfica é um apanhado geral sobre os principais trabalhos já realizados, revestidos de importância, por serem capazes de fornecer dados atuais e relevantes relacionados com o tema”. (LAKATOS; MARCONI, 2017, p.172). Portanto, para levantamento teórico foram realizadas pesquisas em base de dados científicas como, Ebsco Host e Portal de Periódicos Capes, onde foi possível encontrar artigos científicos sobre o tema. Destaca-se também, a utilização de livros do acervo da biblioteca da Faculdade Senac Concórdia/SC.

A coleta de documental contemplou o levantamento de relatórios, planilhas, fichas técnicas e pesquisas de mercado que apresentasse informações relevantes sobre o perfil do cliente, a experiência gastronômica e seus comensais.

Atualmente, com a popularização da *internet*, a grande maioria da população consegue acessar canais que antes não estavam à disposição de qualquer um, e essa prática determinou a revolução gastronômica que, acabou mudando o perfil do cliente, deixando-o mais exigente, mais crítico. Esse novo cliente veio em busca de novas experiências, novos sabores, enfim, ele chegou trazendo o desejo da inovação, da releitura.

O SEBRAE (2020) aponta que os clientes estão mais seletivos, atentos em como gastar o seu dinheiro: eles desejam ser especiais. E é nessa atmosfera – de experiência – que o evento temático será realizado, fazendo com que memórias do passado ressurgam e o gosto de quero mais permaneça.

Além de criar uma experiência é preciso que o “cliente veja valor na experiência que está consumindo, ela precisa estar alinhada com os desejos e expectativas dele. É por isso que é fundamental entender quem é o cliente, o que ele deseja” (ABRASEL, 2018).

O foco no *terroir* é um atrativo para o comensal:

Uma tendência mundial que começa a ganhar força no Brasil propõe mais consciência sobre a origem dos alimentos que ingerimos. A preocupação em consumir produtos orgânicos, sazonais ou produzidos localmente (e que impulsionam a economia e os produtores locais) tem sido critério de muitos consumidores na hora de escolher onde comer. Investir nesses elementos ao comprar a matéria-prima dos pratos do restaurante pode funcionar como

uma forma de se aproximar do consumidor e também como argumento na comunicação da empresa. (ABRASEL, 2018)

Outro ponto de destaque para que uma experiência gastronômica seja completa é o ambiente:

[...] é preciso investir em uma ambientação que combine com a proposta de valor e com a identidade do restaurante. É aí que entra a importância de ter não apenas decoração, mas também som ambiente, objetos decorativos e diferentes detalhes que, somados, ajudam a criar uma experiência memorável. (ABRASEL, 2018).

Esses itens ajudam a nortear o evento, mas para que ele seja uma completa experiência gastronômica é necessário focar em todos os fatores do evento, itens do pré-evento, que garantem expectativa ao cliente, no momento da chegada ao local que o façam ele se sentir acolhido, durante o evento é necessário surpreender e por último, mas não menos importante, deve ser deixada uma marca para que ele queira voltar o mais breve possível.

Visando atingir o (iv) objetivo específico que contempla realizar o evento aplicando técnicas gastronômicas que valorizem o sabor de cada ingrediente e minimizem o desperdício de alimentos será necessário elaborar a ficha técnica de controle; aplicar boas práticas e higienização; boa armazenagem de alimentos; buscar e manter os produtos adquiridos em suas embalagens originais, tendo em vista que elas foram desenvolvidas especialmente para preservar os alimentos, ficar atento à necessidade (ou não) de refrigeração dos produtos, pois um armazenamento desnecessário pode afetar suas condições e, assim, causar desperdício; controlar as porções dos pratos; segurança sanitária do ambiente de trabalho (alimentos mal conservados ou fora do prazo de validade atraem mais bactérias, o que pode prejudicar as condições higiênicas do local) e por fim, ter uma estimativa de pessoas no evento.

E por último, para avaliar os pontos positivos e oportunidades de melhoria do evento, sendo esse o (v) objetivo específico, será aplicado um questionário. O questionário “é a técnica de investigação composta por um conjunto de questões que são submetidas a pessoas com o propósito de obter informações (GIL, 2017, p.121).

O questionário é um dos procedimentos mais utilizados para obter informações. É uma técnica de custo razoável, apresenta as mesmas questões para todas as pessoas, garante o anonimato e pode conter questões para atender a

finalidades específicas de uma pesquisa. Aplicada criteriosamente, esta técnica apresenta elevada confiabilidade. Podem ser desenvolvidos para medir atitudes, opiniões, comportamento, circunstâncias da vida, e outras questões. Quanto à aplicação, os questionários fazem uso de materiais simples como lápis, papel, formulários, etc. Podem ser aplicados individualmente ou em grupos, pessoalmente, por telefone, ou mesmo pelo correio. Pode incluir questões abertas, fechadas, de múltipla escolha, de resposta numérica, ou do tipo sim ou não (LAKATOS; MARCONI, 2017).

O questionário que foi aplicado encontra-se em (Apêndice A) contém uma breve descrição sobre o evento, bem como instruções para seu correto preenchimento. O mesmo é composto por questões fechadas, sendo caracterizadas como múltipla escolha, perguntas de resposta e algumas questões estarão em aberto para que os participantes possam expressar suas ideias, opiniões, críticas e/ou sugestões.

Todo tipo de pesquisa necessita atender um tipo de público alvo, é neste conjunto de pessoas que dados são coletados e se tem os dados necessários para análise da pesquisa. Chamados de população este público constitui um grupo de pessoas que apresentam características. Amostra é um subconjunto desta população, parte do grupo.

Em um estudo científico, a população refere-se aos potenciais elementos que podem ser agrupados por apresentarem pelo menos uma característica em comum, a partir da qual se extrai a amostra (LAKATOS; MARCONI, 2017). Nesse sentido, a amostra “[...] é o processo de colher amostras de uma população”. Completando este conceito, o autor afirma que a amostra é “qualquer parte de uma população” (MATTAR, 2001, p. 133).

O público alvo do evento são apreciadores da gastronomia, mas devido a Covid 19, somente 4 pessoas participaram do evento. No final foi aplicado a pesquisa de satisfação, o questionário servirá para avaliar o serviço a qualidade e melhorias do evento.

Os dados qualitativos obtidos com a realização da coleta serão avaliados através da técnica análise de conteúdo. A análise de conteúdo é utilizada para a interpretação e compreensão dos fenômenos estudados (BARDIN, 2016). Conforme Bardin (2016) a constituição da análise de conteúdo, indica as etapas essenciais,

sendo elas pré-exploração do material, tratamento de dados, processos de categorização e subcategorização e interpretação do conteúdo.

Bardin (2016) descreve a técnica de análise de conteúdo perpassando a discussão entre teoria e a prática em pesquisas aplicadas em organizações. Na pré-análise a autora orienta que ocorra a organização dos materiais com a finalidade de verificar o que ainda precisa ser coletado. Posteriormente indicasse a leitura flutuante do material, para ver do que se trata, escolher os documentos que serão analisados, constituir com base na exaustividade, representatividade, homogeneidade e pertinência, formulando hipóteses e objetivos, preparando o material (BARDIN, 2016).

Na próxima fase apresenta-se as etapas de codificação e categorização do material, na codificação deve ser feito o recorte das unidades de registro e de contexto, levando em consideração o custo e a pertinência. Também deve ser feita enumeração de acordo com os critérios estabelecidos anteriormente. Depois da codificação, deve ser feita a categorização tendo alguns critérios como semântico, sintático, léxico ou expressivo (BARDIN, 2016).

A codificação é o processo pelo qual os dados brutos são transformados sistematicamente e agregados em unidades, as quais permitem uma descrição exata das características pertinentes do conteúdo (BARDIN, 2016, p. 133)

A interpretação dos resultados obtidos pode ser feita por meio da inferência (ação ou efeito de inferir), um tipo de interpretação controlada, para Bardin (2016, p. 133), a inferência poderá apoiar-se nos elementos constitutivos do mecanismo clássico da comunicação.

Os dados quantitativos referentes aos recursos materiais, humanos e financeiros para a realização do evento e a avaliação dos pontos positivos e oportunidades de melhoria foram analisados de forma descritiva com a apresentação de números absolutos, dispensando a utilização de gráficos pelo número de avaliadores.

## 4 EVENTO TEMÁTICO

### 4.1 CARACTERÍSTICAS DO EVENTO

### 4.2 GESTÃO E PLANEJAMENTO DO EVENTO

A gestão e planejamento são fundamentais para uma boa execução e sucesso de um evento, onde incluem-se as etapas de organização, execução, pré e pós evento onde se pode avaliar os pontos positivos e negativos do mesmo.

Segundo Nakane (2000, p.32) “o esforço de diversos profissionais começa a se concretizar com a execução de todo o planejamento previamente estipulado”. Desta forma, nesta seção serão apresentadas as etapas de planejamento do evento temático, efetuando previsão de recursos materiais, humanos e financeiros; (cardápio, mídia e divulgação, logística, elaboração de fichas técnicas, precificação, escala de atividades, tipo de serviço) e as estratégias de *marketing*.

#### **4.2.1 Processos relacionados à gestão e planejamento do evento temático e criação de cardápio**

Devido ao cenário atual causado por uma pandemia mundial do novo coronavírus (COVID -19) e as orientações dos órgãos de saúde sobre distanciamento social, visando minimizar as chances de contaminação da população, o planejamento e execução do evento precisou ser revisto.

O evento que inicialmente havia sido planejado para um público estimado de 100 pessoas foi reformulado para atender apenas um grupo de 4 pessoas (formado por colaboradores da Faculdade Senac Concórdia e um convidado externo), formando a banca avaliadora deste trabalho.

O evento foi realizado no dia 23 de julho de 2020, a partir das 20h30min nas dependências na Faculdade Senac Concórdia, localizada Rua João Zanardi, 330, Bairro Nossa Senhora da Salete, Concórdia, SC.

Os convidados foram recepcionados pelas alunas Cristiane Cavassin e Vanessa Daiane Riffel juntamente com o coordenador do curso, Prof. Juliano da Rosa, que explicarão a temática e a dinâmica do evento.

O serviço de salão é a inglesa com *couvert*, entrada, dois pratos principais e sobremesa todos com harmonização de bebidas.

A mesa foi organizada a francesa, com talheres e copos específicos para cada prato e bebida.

As equipes apresentaram cada prato e a escolha da bebida para harmonização, conforme cardápio descrito na sequência.

Foram quatro equipes de cinco componentes e cada uma foi responsável pela ficha técnica, elaboração e apresentação de uma parte do cardápio, qual: *couvert* e sobremesa, entrada, prato principal 1 e 2.

Os custos com a compra dos insumos foram de responsabilidade da Faculdade Senac Concórdia.

O pré preparo foi realizado no dia 22 de julho e o evento no dia 23 de julho.

Vale ressaltar que todo o evento segue dentro das normas de serviço de acordo com a Resolução-RDC nº 216, de 15 de setembro de 2004 (BRASIL, 2004), que dispõe sobre Regulamento Técnico de Boas Práticas para Serviços de Alimentação, cujo item 1.2 estabelece que:

Aplica-se aos serviços de alimentação que realizam algumas das seguintes atividades: manipulação, preparação, fracionamento, armazenamento, distribuição, transporte, exposição à venda e entrega de alimentos preparados ao consumo, tais como cantinas, bufês, comissarias, confeitarias, cozinhas industriais, cozinhas institucionais, delicatessens, lanchonetes, padarias, pastelarias, restaurantes, rotisseries e congêneres.

Visando reforçar a identidade visual do evento foi elaborado cardápio para apresentação aos comensais, apresentando os pratos e a harmonização com as bebidas escolhidas, apresentado no Apêndice C.

Haja vista a mudança no formato do evento não foram criadas ferramentas de mídia para divulgação com o público externo.

A escolha dos pratos que compõem o cardápio do evento levaram em conta preparações que fazem parte das memórias gastronômicas dos integrantes da turma e remetem às tradições gastronômicas italianas regionais, sem deixar de lado a influência de outras características culturais da região, haja vista a multiculturalidade e a riqueza de ingredientes do Brasil.

O *couvert* composto pelo *grissini* com ervas, queijos e patê de tomate seco buscou valorizar a tradição do pão caseiro (o *grissini* foi feito com uma receita de

massa de pão), que foi muito presente na vida de todas as famílias até começarem a surgir mercados e padarias e utilização das ervas e temperos das hortas que eram cultivadas em cada residência.

O patê de tomate seco buscou remeter aos sabores da Itália, utilizando o tomate e o manjericão fresco, também servido com uma torrada feita com pão (visando evidenciar o reaproveitamento de alimentos que, por ventura, já não estejam mais tão frescos). O mix de queijos buscou trazer diferentes texturas e sabores, apresentando o:

- queijo parmesão (*parmigiano-reggiano*): feito com leite de vaca semidesnato, feito em grande rodas com interior cor de palha e casca dura, dourada; sabor acre, amendoado, salgado, muito duro, seco e farelento – queijo grana;

- queijo *gouda*: queijo de mesa feito de leite de vaca integral, que vai de dourado a âmbar (dependendo da idade), suave, cremoso, ligeiramente amendoado, uniforme, pode ter pequeno orifícios, geralmente é feito no formato de roda (em geral recoberta com cera vermelha) – queijo de pasta dura;

- queijo *gruyere*: feito de leite de vaca integral cru; em formato de rodas planas, bege com casca marrom, de sabor frutado e amendoado – queijo de pasta dura;

- queijo colonial: é um queijo fresco muito produzido por pequenas propriedades de nossa região, com sabor que varia muito de uma receita para outra e atualmente também é produzido em escalas comerciais.

A valorização da tradição do pão caseiro também foi levada em conta na escolha da entrada do cardápio. Optou-se por um pão italiano com toque de cebola para servir um caldo de abóbora cabotiá, alimento saboroso encontrado em abundância em nossa região por ser de fácil cultivo, baixo custo e ter diversas utilizações na alimentação de humanos e de animais criados pelas famílias para consumo próprio – como bovinos e suínos. O caldo também remete aos hábitos alimentares da região que possui um inverno rigoroso e exige uma alimentação mais calórica. Para dar crocância ao prato, optou-se por uma farofa de bacon, ingrediente produzido a partir da carne suína: com destaque para a importância que a agropecuária possui na matriz econômica do nosso Município, sendo a fonte de renda de inúmeras famílias.

Foto 1 - Couvert: Grissini com ervas, queijos e patê de tomate seco



Fonte: Elaborado pelos autores (2020).

Foto 2 - Couvert: Grissini com ervas, queijos e patê de tomate seco



Fonte: Elaborado pelos autores (2020).

Foto 3 - Entrada: Caldo de cabotia com farofa de bacon, servido no pao italiano de cebola



Fonte: Elaborado pelos autores (2020).

Foto 4 - Entrada: Caldo de cabotia com farofa de bacon, servido no pao italiano de cebola



Fonte: Elaborado pelos autores (2020).

Para o primeiro prato principal buscou-se resgatar a tradição das pastas e massas italianas. Além de trazer o nhoque e a carne de frango – que acompanha a carne suína na base agropecuária da nossa matriz econômica – buscou-se trazer as cores da Itália para o prato: o gnocchi pigmentado de forma natural com o suco do espinafre, servido com ragu de frango com molho de tomate recebe brotos de beterraba e um *tuile* de queijo parmesão, dando diferentes texturas e uma explosão de sabores marcantes ao prato, sem perder a harmonia entre seus elementos.

Foto 5 - Prato principal 1: Gnocchi verde com ragu de frango, tuile de parmesão e brotos



Fonte: Elaborado pelos autores (2020).

Para valorizar novamente a carne suína e evidenciar diferentes cortes o ator principal do segundo prato foi um carré suíno confitado, servido com molho de

laranja (fruta abundante na região e presente no quintal de muitas residências, facilmente encontrada nessa época do ano, ou seja, produto sazonal com valor atrativo), guarnecido por um *aligot* de mandioca e *crispy* de *radicci*. A mandioca, apesar de ter origem indígena foi um alimento que foi incorporado na alimentação por ser de fácil cultivo e por fazer as vezes da batata, sendo uma alternativa à alimentação. O *radicci* também é um item cultivado na maioria das hortas familiares mas, nesse prato, é apresentado de uma forma diferente da tradicional: ao invés de salada ele vira um acompanhamento interessante e ainda mais saboroso.

Foto 6 - Prato principal 2: Carré suíno confit com molho de laranja e pimenta rosa, *aligot* de mandioca e *crispy* de *radicci*



Fonte: Elaborado pelos autores (2020).

Para fechar o cardápio optou-se por uma panna cotta de baunilha com geleia de bergamota e crumble de cuca. A panna cotta é uma sobremesa muito saborosa que surgiu no norte da Itália, na região de Piemonte, que lembra um pudim. Trata-se de uma sobremesa à base de creme de leite mas que não é cozida, apenas aquecida. Também evidencia-se que durante a colonização da região era muito comum que as famílias tivessem gado de leite visando atender a demanda da família com leite de vaca e fabricação de queijos. Para acompanhar a sobremesa optou-se por uma geleia de bergamota que, assim como a laranja, é uma fruta sazonal típica do inverno no oeste catarinense e emprega uma técnica de conservação muito utilizada para evitar o desperdício de alimentos e, conseqüentemente, sua utilização durante todo o ano. O crumble, pensado para trazer uma terceira textura ao prato faz referência às tradições alemãs de fabricação de cuca que também se difundiram entre os descendentes italianos da região.

Foto 7 - Sobremesa: Panna cotta de baunilha com geleia de bergamota e crumble de cuca



Fonte: Elaborado pelos autores (2020).

Foto 8 – Registros do evento



Fonte: Elaborado pelos autores (2020).

Foto 9 - Mesa de apoio para bebidas, talheres e taças



Fonte: Elaborado pelos autores (2020).

Foto 10 – Mesa principal



Fonte: Elaborado pelos autores (2020).

Foto 11 – Mesa principal



Fonte: Elaborado pelos autores (2020).

No Apêndice B apresentam-se as fichas técnicas com os insumos utilizados nas receitas, modo de preparo e estimativa de custos para preparação para um jantar para aproximadamente 4 pessoas, com uma margem de segurança visando evitar imprevistos.

Novamente em face da pandemia o levantamento de custos reais com a organização do evento em maior porte foi comprometida. Diante da situação de pandemia, que se tornou realidade no país a partir da segunda quinzena de maio, e das orientações de distanciamento social que levaram à proibição de eventos com grandes públicos refletiu nos custos de aluguel de espaços, fornecimento de insumos, capacidade produtiva de empresas e similares.

Desta forma, para realização do evento, os custos com insumos e estrutura física foram custeados pela Faculdade Senac Concórdia, com auxílio dos alunos nas questões de decoração do ambiente e recursos humanos mas, diante do contexto, entende-se que essas contribuições não tiveram impacto tão significativo para serem registrados neste documento.

Todavia, ressalta-se a importância de observar todos os aspectos que compõem o planejamento de um evento, independente do seu porte, para garantir que os resultados sejam os melhores possíveis.

#### 4.3 AVALIAÇÃO DOS PARTICIPANTES

Participaram do evento quatro pessoas, duas com idade entre 36 e 50 anos e duas com mais de 51 anos que responderam questionário de avaliação ao final do evento.

Todos os participantes disseram que o evento atendeu as expectativas, disseram-se muito satisfeitos com a recepção e o atendimento prestados. Além disso, foram unânimes ao classificar a limpeza, decoração e infraestrutura do local como ótimos.

Sobre o serviço de alimentação, 50% dos participantes disseram-se satisfeitos e 50% muito satisfeitos. De forma pontual, sobre os pratos registramos:

- *couvert*: 3 participantes muito satisfeitos e 1 participante satisfeito;
- entrada: 3 participantes muito satisfeitos e 1 participante satisfeito;
- prato principal 1: todos os participantes muito satisfeitos;
- prato principal 2: todos os participantes muito satisfeitos;

- sobremesa: 2 participantes muito satisfeitos e 2 participantes satisfeitos.

Questionados sobre o que mais gostaram no evento, 3 participantes afirmaram terem gostado de tudo (idealização do evento, das comidas servidas/bebidas e do serviço de atendimento) e um participante deu ênfase à idealização do evento.

Após análise das respostas pode-se afirmar que o evento atingiu seu objetivo e pode ser considerado como uma experiência agradável para os participantes.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A realização desse trabalho permitiu que os autores compreendessem e entendessem melhor quais são as influências da colonização da região e de que forma elas geraram reflexos e participaram da construção da identidade gastronômica e cultural do oeste catarinense, especialmente no Município de Concórdia/SC.

Com base nas informações levantadas foi possível elaborar um cardápio saboroso que valoriza os produtos locais e sua sazonalidade, fazendo releituras de pratos presentes na vida dos moradores da nossa região, apresentando-os com uma nova roupagem.

Além de apresentar pratos tradicionais de forma diferente foi possível aplicar os conhecimentos das técnicas gastronômicas tradicionais que visam obter o melhor de cada ingrediente e evitar o desperdício de insumos, evidenciando o trabalho do profissional da área de gastronomia: tanto no planejamento do evento, como na execução dos pratos e no serviço do salão.

Aqui evidencia-se que o planejamento de um evento é um processo cheio de detalhes que exige empenho e bastante estudo por parte de seus organizadores. As etapas do planejamento, abordadas durante esse trabalho, evidenciam uma série de fatores que nem sempre são levados em consideração mas que, quando são abordados com seriedade geram aspectos resultados muito positivos. Então, ressalta-se a importância de olhar para todas as áreas que envolvem um evento: desde a escolha do local, do uniforme das pessoas envolvidas, da música e iluminação do ambiente, da identidade visual, louças utilizadas, tipo de serviço, impressão do cardápio, estimativa de custos, padronização das receitas, divulgação, etc.: todas essas etapas são importantes e muito significativas para a realização de um evento de sucesso.

Por fim, ressalta-se a importância do engajamento da equipe e outros aspectos relacionados à gestão de pessoas: são as pessoas que fazem o evento acontecer então, é primordial que todos estejam alinhados e comprometidos com o objetivo do evento.

Para esse evento em específico foram encontradas algumas dificuldades para realização do evento planejado inicialmente haja vista a pandemia pela COVID-19 que o mundo está enfrentando. Essa situação, impossível de estimar, comprometeu

a realização de eventos nos formatos conhecidos, gerou impactos nos custos de insumos, de mão de obra e também comprometeu o poder aquisitivo de muitas pessoas. Dessa forma, pensando na saúde de todos o evento foi realizado em um formato menor mas, exigiu que todas as áreas e ações fossem planejadas da mesma forma que aconteceria para realização de um evento para 100 pessoas.

A avaliação positiva dos participantes demonstra que os objetivos propostos foram atingidos de forma muito satisfatória, proporcionando uma experiência gastronômica com resgate cultural e desmistificando a alta gastronomia, utilizando insumos mais tradicionais pode-se alcançar altos níveis de sabor e qualidade.

## REFERÊNCIAS

- ABRASEL. **Experiências gastronômicas:** como essa tendência vem mudando o mercado da alimentação fora de casa. Disponível em: <https://abrasel.com.br/noticias/noticias/experiencias-gastronomicas-como-essa-tendencia-vem-mudando-o-mercado-da-alimentacao-fora-de-casa/>. Acesso em: 28 mai. 2020.
- ALZER, Célio. **Falando de vinhos:** a arte de escolher um bom vinho. 4. ed. Rio de Janeiro: Ed. Senac Rio de Janeiro, 2015.
- ATALA, Alex. **D.O.M.:** redescobrimo ingredientes brasileiros. São Paulo, SP: Melhoramentos, 2013.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo.** São Paulo, SP: Edições 70, 2016.
- BARROS, A. de J. da S. de; LEHFELD, N. A. de S. **Fundamentos de metodologia científica.** 3. ed. [s. l.]: Pearson Prentice Hall, 2007. Disponível em: <<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=cat07070a&AN=senac.21555&lang=pt-br&site=eds-live>>. Acesso em: 01 maio. 2020.
- BEUREN, Ilse Maria (Org.). **Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade:** teoria e prática. 3. ed. São Paulo, SP: Atlas, 2009.
- BRITTO, Ágata Morena de. A relação da gastronomia e os produtos do terroir na contemporaneidade. **Congresso Internacional de Gastronomia – Mesa Tendências.** 2012. Senac: São Paulo, 2012. Disponível em: [https://www.academia.edu/12931379/A\\_Rel%C3%A7%C3%A3o\\_da\\_Gastronomia\\_e\\_os\\_Produtos\\_do\\_terroir\\_na\\_Contemporaneidade](https://www.academia.edu/12931379/A_Rel%C3%A7%C3%A3o_da_Gastronomia_e_os_Produtos_do_terroir_na_Contemporaneidade). Acesso em: 15 abr.2020.
- CAMINHO DA ROÇA. **Atrativos:** Filó Talian. Disponível em: [http://www.caminhodaroca.tur.br/arquivos\\_internos/index.php?abrir=atracoes&acao=mais\\_detalhes&categoria=15&id=26](http://www.caminhodaroca.tur.br/arquivos_internos/index.php?abrir=atracoes&acao=mais_detalhes&categoria=15&id=26). Acesso em: 13 abr. 2020.
- CARTILHA DAS BOAS PRÁTICAS ANVISA. Disponível em: <http://portal.anvisa.gov.br/documents/33916/389979/Cartilha+Boas+Pr%C3%A1ticas+para+Servi%C3%A7os+de+Alimenta%C3%A7%C3%A3o/d8671f20-2dfc-4071-b516-d59598701af0>. Acesso em: 18 jul 2020.
- CESCA, Cleuza Gimenes. **Organização de eventos:** manual para planejamento e execução. 9. ed., rev. e atual. São Paulo, SP: Summus, 2008.
- CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A.; SILVA, R. da. **Metodologia científica.** [registro eletrônico]. 6. ed.-. [s. l.]: Pearson, 2007. Disponível em: <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=cat07531a&AN=senac.9788576050476&lang=pt-br&site=eds-live>. Acesso em: 01 maio. 2020.

CIDADE BRASIL. **Mesorregião do Oeste Catarinense** [2020?]. Disponível em: <https://www.cidade-brasil.com.br/mesorregiao-do-oeste-catarinense.html>. Acesso: 02 abr. 2020.

COSTA, Ewerton Reubens Coelho; CORIOLANO, Luzia Neide Menezes. **O uso do terroir e das indicações geográficas no turismo enogastronômico**. 2020. Disponível em: <https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/11/143.pdf>. Acesso em: 20 abr.2020.

CZAJKAWSKI, Adriana e CZAJKAWSKI, Sergio júnior. **Eventos: uma estratégia baseada em experiência**. 1. ed. Editora Intersaberes, 2017.

FONSECA, Leonardo; CAMARGO, Luiz Octávio de Lima. Hospitalidade, migração e gastronomia: a família Marino e o restaurante Carlino. **Cultur, Revista de Cultura e Turismo**, ano 17, n.14, fev, 2013.

FREIXA, Dolores; CHAVES, Guta. **Gastronomia no Brasil e no mundo**. Rio de Janeiro, RJ: Ed. Senac Nacional, 2008.

GARCIA, Janaina Leonardo (Org.). **Marketing de serviços e de varejo**. São Paulo: Editora Pearson Education do Brasil, 2015.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 6. ed. São Paulo, SP: Atlas, 2017.

GOMES, Vanderlisa Ferreira; LAROQUE, Luís Fernando da Silva. História e cultura dos italianos e seus descendentes: o costume do filó em localidades do vale do Taquari/RS. **Revista Destaques Acadêmicos**, [S.l.], v. 2, n. 2, out. 2011. Disponível em: <http://www.univates.br/revistas/index.php/destaques/article/view/63>. Acesso em: 13 abr. 2020.

HOLZ, Cristiane; CARLESSO, Silvana. **Potencialidades da gastronomia no desenvolvimento do turismo rural no Oeste Catarinense**. 2017. Disponível em: <http://www.uniedu.sed.sc.gov.br/wp-content/uploads/2017/08/TCC-Cristiane-Holz.pdf>. Acesso em: 20 mar.2020.

IGLESIAS, Francisco. **Encontro de duas culturas: América e Europa**. Estud. av., São Paulo, v. 6, n. 14, p. 23-37, Apr. 1992. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0103-40141992000100003](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-40141992000100003). Acesso em: 13 abr. 2020.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Marketing essencial: conceitos, estratégias e casos**. 5. ed. São Paulo: Editora Pearson Education do Brasil, 2013. 456 p.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 8. ed. 3. reimpr. São Paulo: Atlas, 2017.

MARCONDES, Sérgio. **Evento o que é? Conceito. Classificação dos eventos. Gestão de segurança privada**. 2015. Disponível em:

<https://gestaodesegurancaprivada.com.br/evento-o-que-e-conceitos-classificacao-dos-eventos/>. Acesso em: 31 maio de 2020.

MARTIN, Vanessa. **Manual prático de eventos: gestão estratégica, patrocínio e sustentabilidade**. 1. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2015.

MARTINS, Gilberto de Andrade; THEÓPHILO, Carlos Renato. **Metodologia da investigação científica para ciências sociais aplicadas**. 2. ed. São Paulo, SP: Atlas, 2009. 247 p.

MATAIS, Marlene. **A arte de receber em eventos**. 1. ed. Editora Manole, 2014.

MATTAR, Fauze Najib. **Pesquisa de marketing**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

MEIRELLES, Gilda Fleury. **Tudo sobre eventos**. São Paulo: STS, 1999.

MICHAELIS: **Dicionário prático da língua portuguesa**. São Paulo. Editora melhoramentos, 2020.

NAKANE, Andrea. **Técnicas de organização de eventos**. Rio de Janeiro: Infobook, 2000.

NASCIMENTO, Débora. Nunca falamos tanto de comida e cozinhamos tão pouco. **Revista Continente**. 2016. Disponível em: <https://revistacontinente.com.br/edicoes/191/rnunca-falamos-tanto-de-comida-e-cozinhamos-tao-poucor>. Acesso em: 10 mar.2020.

PISSURNO, Fernanda Paixão. **Imigração italiana em Santa Catarina**. Disponível em: <https://www.infoescola.com/historia/imigracao-italiana-em-santa-catarina/>. Acesso em: 14 abr. 2020.

PORTAL DO CIDADÃO, Município de Concórdia. A História de Concórdia. [2020?]. Disponível em: <https://concordia.atende.net/#!/tipo/pagina/valor/2>. Acesso em: 01 abr. 2020.

RAMALHO, Gisele. **Eventos temáticos: da inspiração à execução**. Terra, 2017. Disponível em: <https://www.terra.com.br/noticias/dino/eventos-tematicos-da-inspiracao-a-execucao,73e53d0afa1d06b86c493be43084e706z9wejjxa.html>. Acesso em: 17 maio 2020.

RESOLUÇÃO-RDC N° 216, DE 15 DE SETEMBRO DE 2004. Disponível em: <http://portal.anvisa.gov.br/documents/33916/388704/RESOLU%25C3%2587%25C3%2583O-RDC%2BN%2B216%2BDE%2B15%2BDE%2BSETEMBRO%2BDE%2B2004.pdf/23701496-925d-4d4d-99aa-9d479b316c4b>. Acesso em: 18 jul 2020.

SANTUR. **O Estado: sobre Santa Catarina** [2020?]. Santa Catarina Turismo S/A. Disponível em: <http://turismo.sc.gov.br/o-estado/>. Acesso: 02 abri. 2020.

SEBRAE. **Guia prático de eventos gastronômicos**: saiba como idealizar o se. Passei direto, 2016. <https://www.passeidireto.com/arquivo/54325775/guia-pratico-de-eventos-gastronomicos-sebrae>. Acesso em: 17 maio de 2020.

SEBRAE. Mercados e vendas. **Experiência gastronômica**: encante seu cliente para fidelizá-lo. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/bis/experiencia-gastronomica-encante-o-seu-cliente-para-fideliza-lo,357239a2ade2e510VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 28 mai. 2020.

SILVA, Greice Mara Marques da; CONFORTIN, Helena. Cultura italiana: estudo comparativo – descritivo da culinária italiana da Itália e da culinária italiana do Brasil. **Perspectiva**, v. 39, n.148, p. 33-45, dez/2015.

SONOMA BLOG. **Afinal, o que é terroir?** 2019. Disponível em: <https://blog.sonoma.com.br/curiosidades/afinal-o-que-e-terroir/> Acesso em: 20 abr. 2020.

SOUSA, Daniel; FUKUNISHI, Thayná; FERRO, Rafael. (2017). **Caracterização da cozinha clássica italiana**: uma revisão bibliográfica. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/321756812\\_Caracterizacao\\_da\\_cozinha\\_clássica\\_italiana\\_uma\\_revisao\\_bibliografica](https://www.researchgate.net/publication/321756812_Caracterizacao_da_cozinha_clássica_italiana_uma_revisao_bibliografica). Acesso em: 14 abr. 2020.

TINTOS E TANTOS. **Terroir**: o que é isso? 2020. Disponível em: <http://www.tintosetantos.com/index.php/desmistificando/184-terroir-o-que-e-isso>> Acesso em: 15 mar. 2020.

VANNINI, Ismael Antônio. Imigração Italiana: A ocupação da (RCI) região colonial italiana do Rio Grande do Sul e a Corrente migratória Ítalo – descendente para o oeste catariense 1875 – 1950. *Umuarama*, v. 24, n. 1, p. 85-92, jan./jun. 2016. **Akrópolis – Revista de ciências humanas da UNIPAR**. Disponível em: <https://revistas.unipar.br/index.php/akropolis/article/view/6055>. Acesso em: 14 abr. 2020.

ZANELLA, Liane Carly Hermes. Adaptação: Eleonora Milano Falcão Vieira, Marialice de Moraes. **Técnicas de pesquisa**. Florianópolis: Departamento de Ciências Contábeis, UFSC, 2009, 133p.

ZOBARAN, Sergio. **Evento é assim mesmo!**: do conceito ao brinde. Rio de Janeiro, RJ: Ed. Senac Rio, 2004. 191 p.

## APÊNDICE A – Questionário

Obrigado por comparecer e participar do nosso evento!

Este questionário foi desenvolvido pelos alunos do curso Superior de Tecnologia em Gastronomia da Faculdade Senac Concórdia/SC. O objetivo é avaliar os pontos positivos e oportunidades de melhoria do evento.

Sua contribuição com as respostas deste questionário será de grande ajuda para o desenvolvimento do trabalho de conclusão de último semestre da turma.

### Instruções:

- O questionário é anônimo, não sendo necessário se identificar.
- Nas questões de múltipla escolha, marque um **X** na opção que você mais se identifica.
- Marque **X** em apenas uma alternativa por questão.

1. Qual a sua faixa etária?

- Até de 17 anos
- De 18 a 24 anos
- De 25 a 35 anos
- De 36 a 50 anos
- A partir de 51 anos

2. Em geral, quão satisfeito você ficou com o evento?

- Muito Insatisfeito
- Insatisfeito
- Indiferente
- Satisfeito
- Muito Satisfeito

3. O evento cumpriu com as suas expectativas?

- Sim
- Não

4. Como você avalia a limpeza, decoração e infraestrutura do local onde o evento foi realizado?

- Ótimo
- Bom
- Regular
- Ruim
- Péssimo

5. No geral, quão satisfeito você ficou com a recepção e o atendimento no evento?
- Muito Insatisfeito
  - Insatisfeito
  - Indiferente
  - Satisfeito
  - Muito Satisfeito
6. Como você classificaria a organização do evento?
- Ótimo
  - Bom
  - Regular
  - Ruim
  - Péssimo
7. O que você achou da relação custo/benefício?
- Ótimo
  - Bom
  - Regular
  - Ruim
  - Péssimo
8. Quão satisfeito você ficou com o serviço de alimentação?
- Muito Insatisfeito
  - Insatisfeito
  - Indiferente
  - Satisfeito
  - Muito Satisfeito
9. O que você mais gostou no evento?
- Da idealização do evento
  - Das comidas servidas
  - Do serviço de atendimento
  - Da acessibilidade
- Outro: \_\_\_\_\_
10. O que você menos gostou no evento? Comente.
- 
-

---

11. Comente aqui suas ideias, reclamações e/ou sugestões.

---

---

---

## APÊNDICE B – Fichas técnicas e operacionais

<b>FICHA TÉCNICA OPERACIONAL</b>			
<b>Nome da Preparação:</b>		Grissini com ervas, queijos e patê de tomate seco	
<b>Referência:</b>		Couvert	
Ingredientes	Quantidade Líquida	Unidade Medida	Preparo:
<b>GRISSINI DE ERVAS</b>			<p><b>GRISSINI DE ERVAS:</b> Misture todos os ingredientes até obter uma massa homogênea. Deixe crescer por uma hora ou até dobrar de tamanho. Sove e modele em tiras cilíndricas de 15 centímetros. Coloque em uma assadeira dando espaço entre as tiras. Polvilhe com ervas, sal grosso, gergelim, queijo ralado ou outros temperos de sua preferência. Deixe fermentar por 15 minutos. Asse a 210°C em forno pré-aquecido de 10 a 15 minutos ou até que fique dourado.</p> <p><b>PATÊ DE TOMATE SECO:</b> Bata no processador o cream chesse com o tomate seco até ficar homogêneo. Retire a casca do pão, corte no formato desejado e leve ao forno para tostar com temperos de sua preferência. Coloque uma pequena porção do patê em cima de cada torradinha. Decore com uma folha de manjericão fresco.</p> <p><b>QUEIJOS:</b> corte os queijos nos formatos desejados e sirva com o grissini de ervas e o patê de tomate seco.</p>
Farinha de trigo	0,250	quilos	
Fermento biológico	0,020	quilos	
Azeite de oliva	0,007	litros	
Sal	0,004	Qb	
Ervas (orégano, alecrim, tomilho)		Qb	
<b>PATÊ DE TOMATE SECO</b>			
Cream cheese	0,300	quilos	
Tomate seco	0,200	quilos	
Manjericão fresco		Qb	
Pão fatiado	1,000	unidade	
<b>QUEIJOS</b>			
Colonial	0,200	quilos	
Gouda	0,200	quilos	
Gruyere	0,200	quilos	
Parmesão	0,200	quilos	

<b>FICHA TÉCNICA GERENCIAL</b>					
<b>Nome da Preparação:</b>		Grissini com ervas, queijos e patê de tomate seco			
<b>Referência:</b>		Couvert			
<b>Ingredientes</b>	<b>Quantidade Líquida</b>	<b>Unidade Medida</b>	<b>Valor Unidade</b>	<b>Quantidade Bruta</b>	<b>Valor Real Utilizado</b>
<b>GRISSINI DE ERVAS</b>					
Farinha de trigo	0,250	quilos	R\$ 2,80	0,250	R\$ 0,70
Fermento biológico	0,020	quilos	R\$ 109,83	0,020	R\$ 2,20
Azeite de oliva	0,007	litros	R\$ 27,90	0,007	R\$ 0,20
Sal	0,004	Qb	R\$ 4,39	0,004	R\$ 0,02
Ervas (orégano, alecrim, tomilho)	0,000	Qb	R\$ 258,00	0,000	R\$ -
<b>PATÊ DE TOMATE SECO</b>					
Cream cheese	0,300	quilos	R\$ 45,93	0,300	R\$ 13,78
Tomate seco	0,200	quilos	R\$ 118,00	0,200	R\$ 23,60
Manjericão fresco	0,000	Qb	R\$ 4,99	0,000	R\$ -
Pão fatiado	1,000	unidade	R\$ 4,99	0,000	R\$ -
<b>QUEIJOS</b>					
Colonial	0,200	quilos	R\$ 35,95	0,200	R\$ 7,19
Gouda	0,200	quilos	R\$ 134,75	0,200	R\$ 26,95
Gruyere	0,200	quilos	R\$ 69,90	0,200	R\$ 13,98
Parmesão	0,200	quilos	R\$ 71,95	0,200	R\$ 14,39
<b>Total da Receita (R\$):</b>					R\$ 103,00

FICHA TÉCNICA OPERACIONAL			
<b>Nome da Preparação:</b>	Caldo de cabotiá com farofa de bacon, servido no pão italiano de cebola		
<b>Referência:</b>	Entrada		
Ingredientes	Quantidade	Unidade	Preparo:
	Líquida	Medida	
Abóbora cabotiá	1,000	quilo	<p><b>CALDO DE CABOTIÁ:</b> Descascar e cortar a cabotiá em cubos, retirar a semente. Picar a cebola e alho. Numa panela, colocar a manteiga e o azeite, juntar a cebola e o alho para refogar. Acrescentar a cabotiá e misturar. Adicionar o caldo de legumes e cozinhar por 15 min ou até que a cabotiá esteja macia. Retirar do fogo e bater no liquidificador. Voltar o creme para a panela em fogo baixo. Acrescentar o creme de leite fresco e deixar ferver.</p> <p><b>FAROFA DE BACON:</b> Fritar o bacon na própria gordura até ficar crocante. Escorrer a gordura e triturar em um liquidificador até ficar esfarelado.</p> <p><b>PÃO ITALIANO DE CEBOLA:</b> Num bowl, misturar a farinha com o sal, fermento e cebola em pó. Acrescentar água aos poucos, misturar. Repousar em temperatura ambiente por 10 minutos. Com a espátula, revirar e dobrar a massa sobre ela mesma, para atingir uma consistência fácil de manusear. Transferir a massa para a bancada e sovar por cerca de 15 min ou até ficar bem lisa, macia e úmida. Untar uma tigela grande com azeite. Modelar a massa no formato de uma bola e transferir para a tigela untada. Cobrir com um pano e deixar em temperatura ambiente para crescer por cerca de 1 hora ou até dobrar de volume. Assim que a massa crescer, polvilhar a bancada e sovar por 5 minutos. Repetir o processo e descansar por 10 minutos. Polvilhar uma tigela grande com farinha. Cortar a massa em 3 partes iguais, deixar descansar por 30 minutos. Pré-aquecer o forno a 220°. Fazer 3 cortes paralelos na superfície de cada pão. Borrifar com água e levar ao forno. Deixar assar por 30 min ou até a casca ficar dourada.</p>
Cebola	0,400	quilo	
Caldo de legumes	1,500	litro	
Alho	0,100	quilo	
Azeite de oliva	0,110	litro	
Manteiga	0,150	quilo	
Sal	0,040	quilo	
Pimenta do reino	0,020	quilo	
Queijo parmesão	0,300	quilo	
Bacon	0,400	quilo	
Tomilho	0,020	quilo	
Louro	0,020	quilo	
Alecrim	0,020	quilo	
Cebola em pó	0,150	quilo	
Farinha de trigo	0,620	quilo	
Fermento biológico	0,010	quilo	
Água	0,650	litro	
Vinho Terroir Pinot Noir	1,000	garrafa	

<b>FICHA TÉCNICA GERENCIAL</b>					
<b>Nome da Preparação:</b>		Caldo de cabotiá com farofa de bacon, servido no pão italiano de cebola			
<b>Referência:</b>		Entrada			
<b>Ingredientes</b>	<b>Quantidade Líquida</b>	<b>Unidade Medida</b>	<b>Valor Unidade</b>	<b>Quantidade Bruta</b>	<b>Valor Real Utilizado</b>
Abóbora cabotiá	1,000	quilo	R\$ 2,99	1,000	R\$ 2,99
Cebola	0,400	quilo	R\$ 4,49	0,000	R\$ -
Caldo de legumes	1,500	litro	R\$ -	1,500	R\$ -
Alho	0,100	quilo	R\$ 39,90	0,100	R\$ 3,99
Azeite de oliva	0,110	litro	R\$ 27,90	0,110	R\$ 3,07
Manteiga	0,150	quilo	R\$ 40,95	0,150	R\$ 6,14
Sal	0,040	quilo	R\$ 4,39	0,040	R\$ 0,18
Pimenta do reino	0,020	quilo	R\$ 249,67	0,020	R\$ 4,99
Queijo parmesão	0,300	quilo	R\$ 71,95	0,303	R\$ 21,80
Bacon	0,400	quilo	R\$ 34,95	0,400	R\$ 13,98
Tomilho	0,020	quilo	R\$ 4,99	0,020	R\$ 0,10
Louro	0,002	quilo	R\$ 240,83	0,002	R\$ 0,48
Alecrim	0,005	quilo	R\$ 381,67	0,005	R\$ 1,91
Cebola em pó	0,150	quilo	R\$ 68,97	0,150	R\$ 10,35
Farinha de trigo	0,620	quilo	R\$ 2,80	0,620	R\$ 1,74
Fermento biológico	0,010	quilo	R\$ 109,83	0,010	R\$ 1,10
Água	0,650	litro	R\$ 2,58	0,650	R\$ 1,68
Vinho Terroir Pinot Noir	1,000	garrafa	R\$ 74,90	1,000	R\$ 74,90
<b>Total da Receita (R\$):</b>					R\$ 74,49

FICHA TÉCNICA OPERACIONAL			
<b>Nome da Preparação:</b>		Gnocchi verde com ragu de frango, tuile de parmesão e brotos	
<b>Referência:</b>		Prato Principal 1	
Ingredientes	Quantidade Líquida	Unidade Medida	Preparo:
<b>RAGU DE FRANGO COM TUILE DE PARMESÃO</b>			<p><b>RAGU DE RANGO:</b> Limpar o frango tirando excessos de gordura, temperar com sal e pimenta e rezevar. Refogar cebola e alho, juntar o frango e refogue até que fique bem dourado. Adicionar o tomate italiano, louro, orégano, corrigir sal e cobrir com água, deixar cozinhar por cerca de 15 minutos com a tampa fechada.</p> <p><b>TUILE DE PARMESÃO:</b> Ralar todo o queijo e dispor sobre um tapete de silicone. Colocar no forno e espere dourar. Tirar e resfriar para que fique crocante.</p> <p><b>NHOQUE DE ESPINAFRE:</b> Cozinhe a batata até que esteja macia e passe em um amassador. Em seguida adicione a manteiga e o sal e misture bem. Bata no liquidificador os ovos e o espinafre e adicione a mistura a massa de uma só vez, incorporando o tubérculo. Adicione a farinha a massa de uma só vez. Faça rolinhos e corte. Cozinhe, retire e jogue em água fria, escorra e impermeabilize com óleo.</p>
Filé de sobrecoxa	1,000	quilo	
Alho	0,020	quilo	
Cebola	0,200	quilo	
Azeite	0,030	litro	
Tomate italiano pelado	0,240	quilo	
Orégano	0,005	quilo	
Louro	0,002	Qb	
Cheiro verde		Qb	
Pimenta do reino		Qb	
Queijo parmesão	1,000	quilo	
<b>NHOQUE DE ESPINAFRE</b>			
Batata	1,000	quilo	
Espinafre	1,000	maço	
Manteiga	0,050	quilo	
Farinha de trigo	0,400	quilo	
Ovos	2,000	unidades	
Sal		Qb	
Brotos de beterraba		Qb	
Vinho Sauvignon Blanc	1,000	garrafa	

<b>FICHA TÉCNICA GERENCIAL</b>					
<b>Nome da Preparação:</b>	Gnocchi verde com ragu de frango, tuile de parmesão e brotos				
<b>Referência:</b>	Prato principal 1				
<b>Ingredientes</b>	<b>Quantidade Líquida</b>	<b>Unidade Medida</b>	<b>Valor Unidade</b>	<b>Quantidade Bruta</b>	<b>Valor Real Utilizado</b>
<b>RAGU DE FRANGO COM TUILE DE PARMESÃO</b>					
Filé de sobrecoxa	1,000	quilo	R\$ 11,47	1,000	R\$ 11,47
Alho	0,020	quilo	R\$ 39,90	0,020	R\$ 0,80
Cebola	0,200	quilo	R\$ 4,49	0,200	R\$ 0,90
Azeite	0,030	litro	R\$ 27,90	0,030	R\$ 0,84
Tomate italiano pelado	0,240	quilo	R\$ 4,99	0,240	R\$ 1,20
Orégano	0,005	quilo	R\$ 358,00	0,005	R\$ 1,79
Louro	0,002	Qb	R\$ 240,83	0,002	R\$ 0,48
Cheiro verde	0,000	Qb	R\$ 1,99	0,000	R\$ -
Pimenta do reino	0,000	Qb	R\$ 249,67	0,000	R\$ -
Queijo parmesão	1,000	quilo	R\$ 71,95	1,000	R\$ 71,95
<b>NHOQUE DE ESPINAFRE</b>					
Batata	1,000	quilo	R\$ 6,29	1,000	R\$ 6,29
Espinafre	1,000	maço	R\$ 26,63	1,000	R\$ 26,63
Manteiga	0,050	quilo	R\$ 40,95	0,050	R\$ 2,05
Farinha de trigo	0,400	quilo	R\$ 2,80	0,400	R\$ 1,12
Ovos	2,000	unidades	R\$ 0,45	2,000	R\$ 0,90
Sal	0,000	Qb	R\$ 4,39	0,000	R\$ -
Brotos de beterraba	0,000	Qb	R\$ 1,99	0,000	R\$ -
Vinho Sauvignon Blanc	1,000	garrafa	R\$ 99,90	1,000	R\$ 99,90
<b>Total da Receita (R\$):</b>					<b>R\$ 226,31</b>

<b>FICHA TÉCNICA OPERACIONAL</b>			
<b>Nome da Preparação:</b>		Carré suíno confit com molho de laranja e pimenta rosa, aligot de mandioca e crispy de radicci	
<b>Referência:</b>		Prato principal 2	
Ingredientes	Quantidade Líquida	Unidade Medida	Preparo:
Banha de porco	2,000	quilo	<p><b>CARRÉ SUÍNO CONFIT:</b> Temperar as peças de carré com o sal a pimenta e o alecrim e reservar. Em uma panela imergir o carré na banha de porco até que o mesmo fique totalmente coberto. Cozinhar o carré na banha de porco por quatro horas, e garantir que a temperatura dentro da panela não ultrapasse 65°C. Passadas quatro horas de cozimento reservar, manter o carré imerso até o momento da montagem do prato.</p> <p><b>ALIGOT DE MANDIOCA:</b> Limpar bem a mandioca e cozinhar até atingir consistência fácil de esmagar, homogeneizar, afim de obter uma massa bem lisa, livre de grumos. Acrescentar aos poucos o leite já quente afim de obter um purê bem liso. Acrescentar o queijo mussarela e queijo parmesão, e mexer continuamente até obter elasticidade e homogeneidade, manter aquecido até a montagem do prato, se necessário corrigir o sal.</p> <p><b>MOLHO DE LARANJA COM PIMENTA ROSA:</b> Selecionar as laranjas bem maduras, espremer o suco das laranjas. Em uma sautesse verter o suco de laranja e reduzir em fogo baixo com a pimenta, até obter consistência desejada, reservar.</p> <p><b>CRISPY DE RADICCI:</b> cortar o radichi em julienne. Em óleo quente fritar até ficarem crocantes, escorrer bem o excesso de óleo e reservar.</p> <p><b>MONTAGEM:</b> Com o aligot fazer uma cama sobre o prato, acomodar o carré sobre o aligot delicadamente. Sobre o carré dispor uma pequena quantidade da redução do suco de laranja. Servir com o crispy em um ramequin.</p>
Carré suíno	2,000	quilo	
Mandioca branca	2,000	quilo	
Laranja bahia	3,000	quilo	
Pimenta rosa em grão		Qb	
Queijo mussarela	0,350	quilo	
Queijo parmesão	0,200	quilo	
Radicci	2,000	quilo	
Pimenta preta		Qb	
Alecrim fresco		Qb	
Sal	0,060	quilo	
Óleo	1,000	litro	
Vinho Terroir Gewürztraminer	1,000	garrafa	

<b>FICHA TÉCNICA GERENCIAL</b>					
<b>Nome da Preparação:</b>	Carré suíno confit com molho de laranja e pimenta rosa, aligot de mandioca e crispy de radicci				
<b>Referência:</b>	Prato principal 2				
<b>Ingredientes</b>	<b>Quantidade Líquida</b>	<b>Unidade Medida</b>	<b>Valor Unidade</b>	<b>Quantidade Bruta</b>	<b>Valor Real Utilizado</b>
Banha de porco	2,000	quilo	R\$ 19,99	2,000	R\$ 39,98
Carré suíno	2,000	quilo	R\$ 13,99	2,000	R\$ 27,98
Mandioca branca	2,000	quilo	R\$ 5,99	2,000	R\$ 11,98
Laranja bahia	3,000	quilo	R\$ 7,99	3,000	R\$ 23,97
Pimenta rosa em grão	0,000	Qb	R\$ 190,83	0,000	R\$ -
Queijo mussarela	0,350	quilo	R\$ 28,99	0,350	R\$ 10,15
Queijo parmesão	0,200	quilo	R\$ 71,95	0,200	R\$ 14,39
Radicci	2,000	quilo	R\$ 2,00	2,000	R\$ 4,00
Pimenta preta	0,000	Qb	R\$ 65,00	0,000	R\$ -
Alecrim fresco	0,000	Qb	R\$ 2,29	0,000	R\$ -
Sal	0,060	quilo	R\$ 4,39	0,060	R\$ 0,26
Óleo	1,000	litro	R\$ 9,97	1,000	R\$ 9,97
Vinho Terroir Gewürztraminer	1,000	garrafa	R\$ 69,90	1,000	R\$ 69,90
<b>Total da Receita (R\$):</b>					<b>R\$ 212,58</b>

FICHA TÉCNICA OPERACIONAL			
<b>Nome da Preparação:</b>		Panna cotta de baunilha com geleia de bergamota e crumble de cuca	
<b>Referência:</b>		Sobremesa	
Ingredientes	Quantidade Líquida	Unidade Medida	Preparo:
<b>PANA COTTA DE BAUNILHA</b>			<p><b>PANA COTTA DE BAUNILHA:</b> Hidrate a gelatina: Coloque as folhas de gelatina na água fria e as mantenha submersas por 10 a 15 minutos. Reserve. O tempo pode variar dependendo do fabricante da gelatina, sempre verifique as instruções na embalagem. Aqueça a mistura de creme de leite, açúcar e baunilha: Em uma panela pequena, coloque o creme de leite, açúcar, sementes de baunilha e a fava sem sementes. Em seguida, leve ao fogo para aquecer, mexendo até que o açúcar tenha se dissolvido. Quando a mistura atingir a temperatura de 100°C ou começar a ferver, desligue o fogo e retire a fava de baunilha. Adicione a gelatina: Retire as folhas de gelatina da água e esprema-as para retirar o excesso de água. Em seguida, adicione-as na mistura de creme de leite, açúcar e baunilha, mexendo até que as folhas de gelatina se dissolvam. Coloque no molde: Com o auxílio de um funil, coloque a panacota no recipiente final. Desenforme pouco antes de servir.</p> <p><b>GELEIA DE BERGAMOTA:</b> Descasque as bergamotas, retire os filamentos brancos do centro e dos gomos. Corte cada gomo e retire todas as sementes. Coloque as bergamotas no processador e processe aos poucos até obter uma espécie de pasta, mas a ideia é manter pequenos pedaços. Coloque o creme de bergamota em uma panela, adicione o açúcar e o suco de limão. Cozinhe com a panela destampada e em fogo médio por aproximadamente 40 minutos, acerte o açúcar. A geleia deve ficar brilhosa e densa.</p> <p><b>CRUMBLE DE CUCA:</b> Corte a manteiga em cubos, com as mãos misture com as farinhas e o açúcar. A massa ao final deve parecer com grandes grãos de areia. Reserve.</p>
Folhas de gelatina incolor (6 folhas)	0,500	pacote	
Leite condensado	0,395	quilo	
Leite	0,240	litro	
Creme de leite fresco	0,240	litro	
Fava de baunilha	1,000	unidade	
<b>GELEIA DE BERGAMOTA</b>			
Bergamota	2,000	quilo	
Açúcar	0,500	quilo	
Suco limão	0,100	quilo	
Cravo-da-índia	0,005	quilo	
<b>CRUMBLE DE CUCA</b>			
Manteiga gelada	0,150	quilo	
Farinha de trigo	0,125	quilo	
Farinha de amêndoa	0,125	quilo	
Açúcar mascavo	0,150	quilo	
Canela em pó	0,005	quilo	
Noz moscada (inteira, para ralar)	0,005	quilo	
Espumante Naturelle Moscatel	1,000	garrafa	

<b>FICHA TÉCNICA GERENCIAL</b>					
<b>Nome da Preparação:</b>	Panna cotta de baunilha com geleia de bergamota e crumble de cuca				
<b>Referência:</b>	Sobremesa				
<b>Ingredientes</b>	<b>Quantidade Líquida</b>	<b>Unidade Medida</b>	<b>Valor Unidade</b>	<b>Quantidade Bruta</b>	<b>Valor Real Utilizado</b>
<b>PANACOTA DE BAUNILHA</b>					
Folhas de gelatina incolor (6 folhas)	0,500	pacote	R\$ 16,99	0,500	R\$ 8,50
Leite condensado	0,395	quilo	R\$ 18,95	0,395	R\$ 7,49
Leite	0,240	litro	R\$ 4,69	0,240	R\$ 1,13
Creme de leite fresco	0,240	litro	R\$ 34,58	0,240	R\$ 8,30
Fava de baunilha	1,000	unidade	R\$ 40,00	1,000	R\$ 40,00
<b>GELEIA DE BERGAMOTA</b>					
Bergamota	2,000	quilo	R\$ 2,99	2,000	R\$ 5,98
Açúcar	0,500	quilo	R\$ 2,60	0,500	R\$ 1,30
Suco limão	0,100	quilo	R\$ 5,99	0,100	R\$ 0,60
Cravo-da-índia	0,005	quilo	R\$ 347,95	0,005	R\$ 1,74
<b>CRUMBLE DE CUCA</b>					
Manteiga gelada	0,150	quilo	R\$ 40,95	0,150	R\$ 6,14
Farinha de trigo	0,125	quilo	R\$ 2,80	0,125	R\$ 0,35
Farinha de amêndoa	0,125	quilo		0,000	R\$ -
Açúcar mascavo	0,150	quilo	R\$ 17,98	0,150	R\$ 2,70
Canela em pó	0,005	quilo	R\$ 143,00	0,005	R\$ 0,72
Noz moscada (inteira, para ralar)	0,005	quilo	R\$ 423,95	0,005	R\$ 2,12
Espumante Naturelle Moscatel	1,000	garrafa	R\$ 47,95	1,000	R\$ 47,95
<b>Total da Receita (R\$):</b>					R\$ 84,93

## APÊNDICE C – Cardápio impresso do evento

<p style="text-align: center;"><i>Gran Finale</i></p> <p style="text-align: center;">MENU 2020</p> <p style="text-align: center;"></p>	<p style="text-align: center;"><i>Couvert</i></p> <p style="text-align: center;">Grissini com ervas, queijos e patê de tomate seco</p> <p style="text-align: center;"><i>Entrada</i></p> <p style="text-align: center;">Caldo de cabotiá com farofa de bacon servido no pão italiano de cebola</p> <p style="text-align: center;"><i>Primeiro prato</i></p> <p style="text-align: center;">Gnocchi verde com ragu de frango, tuile de parmesão e brotos</p> <p style="text-align: center;"><i>Segundo prato</i></p> <p style="text-align: center;">Carré suíno confit com molho de laranja e pimenta rosa, aligot de mandioca e crispy de radicci</p> <p style="text-align: center;"><i>Sobremesa</i></p> <p style="text-align: center;">Panna Cotta de baunilha com geleia de bergamota e crumble de cuca</p>
---	--