

XV Seminário da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
19 a 21 de setembro de 2018 – São Paulo/SP

Eventos Culturais em Livrarias

Camila Porto Santana Perete¹
Claudia Corrêa de Almeida Moraes²

Resumo

As livrarias no século XXI têm se posicionado como espaço de entretenimento e lazer. Embora sejam espaços comerciais de varejo, a forma como passaram a se constituir corroboram para serem *third place*. Com ambiente amistoso, design aconchegante, liberdade para ficar e se locomover, espaços para a sociabilidade nos cafés, nos restaurantes e nos eventos, estes lugares convidam a fruição cultural. Um dos elementos-chave da sociabilidade nas livrarias são os eventos. Eles reúnem de maneira organizada pessoas visando estimular trocas culturais. Pouco se tem refletido sobre eventos nestes espaços e, principalmente, sobre sua organização. Esta conjuntura e a ausência de dados suscitaram a indagação que moveu esta pesquisa: Os eventos criados nos espaços das livrarias sobre o novo julgo social econômico que a transformam em um *third place* de fruição cultural possuem qual tipo de organização? Seguindo os preceitos deste problema, a pesquisa apresentada neste artigo tem como objetivo desvelar a organização dos eventos no espaço comercial cultural livrarias. Buscou-se entender suas definições, planejamento, organização, execução, o papel dos organizadores e a opinião dos frequentadores durante o processo do evento. A pesquisa pode ser considerada de caráter exploratório e de natureza qualitativa, sendo seus procedimentos de coleta desenvolvidos em três etapas: o primeiro constituiu-se de uma entrevista com o responsável pelos eventos da rede de Livrarias da Travessa, o segundo de observação participante em três eventos realizados na livraria pesquisada e o terceiro de entrevistas com participantes dos eventos estudados. Os dados foram tratados e analisados a partir da definição de categorias de análises. Os resultados foram confrontados com a teoria estudada. A análise apontou aspectos da organização dos eventos em livrarias como: as motivações em realizá-los, a forma como são divulgados, o público que os frequentam, os recursos humanos empregados, a logística desenvolvida pelas livrarias, os espaços disponíveis, os investimentos necessários, quem se responsabilizam por eles, a frequência dos eventos e as principais tipologias. Observou-se que os eventos estão ocupando cada vez mais espaços neste tipo atividade e que devem ser ainda mais importantes, principalmente, pela influência que o e-commerce terá na ressignificação das livrarias que manterá seus aspectos de entretenimento e lazer, mas, provavelmente, num contexto de *flagship stores*.

Palavras-chave: eventos; cultura; livrarias; organização; Livraria da Travessa.

¹ Bacharel em Turismo pela Universidade Federal Fluminense. Pesquisadora. camillaporto@id.uff.br.

² Doutora em Geografia (Unesp), mestre em Comunicação com linha de pesquisa em Turismo e Lazer (USP), licenciada em História (Unicamp) e bacharel em Turismo (PUC Campinas). Professora Adjunta do Departamento de Turismo e Hotelaria da Universidade Federal Fluminense. <http://lattes.cnpq.br/1956118479593590>. claudiamoraes@uol.com.br.