



EVENTOS: UM ESTUDO DE CASO DA DANCETERIA PARK DANCE EM IRATI/PR, ENTRE OS ANOS DE 1993 A 2016

Elieti Fatima Gouveia
Paula Grechinski
Vanessa Alberton
Victor Antonio Cordeiro da Silva

Resumo: Esta pesquisa teve como objeto de estudo, a Danceteria Park Dance, situada no município de Irati/Pr. O problema indagado, foi compreender se o empreendimento Danceteria Park Dance, apresentou mudanças nos eventos organizados desde sua inauguração, com base nas respostas dos gestores. Assim, para entender o problema, foi elaborado o objetivo geral: analisar a trajetória e evolução dos eventos na Danceteria Park Dance e quanto aos objetivos específicos se situou em levantar o histórico do Park Dance, com um recorte temporal da estrutura da Danceteria entre os anos de 1993 a 2016; identificar os tipos de eventos realizados e formas de organização dos eventos desde 1993 a 2016. Para isso, o estudo teve enfoque por meio da pesquisa exploratória, descritiva, documental e de campo, de natureza qualitativa e recorte temporal longitudinal. Nos resultados observou-se a importância do planejamento e da organização para elaboração de um evento, que ao longo dos anos os eventos realizados pela Danceteria evoluíram. Nas formas de organização ocorreram e ocorrem diferenciações na oferta dos eventos conforme o público que frequentam e os gestores procuram acompanhar as tendências de mercado.

Palavras-Chave : Park Dance; eventos; história; organização; planejamento.

EVENTS: A CASE STUDY OF DISCO DANCE IN IRATI, PR, PARK, BETWEEN THE YEARS OF 1993 TO 2016

Abstract: This research had as its object of study, the Park Nightclub Dance, in the municipality of Irati/Pr. The problem asked if the venture was understand Nightclub Park Dance, introduced changes in the events organized since your inauguration, based on responses from managers. Thus, to understand the problem, the general objective: to analyze the trajectory and evolution of the events in the Park and the Dance Club specific objectives was to raise the Park's historic Dance, with a timeframe of the structure of the Club between the years of 1993 to 2016; identify the types of events and forms of organization of events since 1993 to 2016. To this end, the study had focused through exploratory research, documentary and descriptive, qualitative in nature and timeframe. The results showed the importance of planning and organization for the preparation of an event, that over the years the events held by the Club evolved. In the forms of organization occurred and occur in the provision of differentiations according the public attending and managers seek to follow market trends.

Keywords: Park Dance; Events; History; Organization; Planning.

1. Introdução

Em um mercado altamente competitivo, as empresas buscam se destacar na qualidade de seus serviços e produtos. Neste contexto, esta pesquisa teve por finalidade discorrer sobre o histórico, planejamento e organização dos eventos na Danceteria Park Dance, entre os anos de 1993 a 2016, situada no município de Irati/ Pr. A pesquisa se baseou no contexto e visão dos gestores do empreendimento, sobre a organização dos eventos e o histórico da Danceteria durante o período de 1993 a 2016.

A Danceteria Park Dance, teve início no mercado com a questão de entretenimento a partir da década de 1990 e permanece trabalhando com este ramo até o



momento. Neste aspecto surgiu o interesse em averiguar quais eventos efetivados e organizados no empreendimento, assim como as mudanças ocorridas na organização quanto aos eventos desde sua entrada no mercado de entretenimento. Deste modo, buscou-se reunir dados/informações com a finalidade de responder ao seguinte problema da pesquisa: foi compreender se o empreendimento Danceteria Park Dance, apresentou mudanças nos eventos organizados desde sua inauguração, com base nas respostas dos gestores.

Neste contexto, foi determinado o objetivo geral: analisar a trajetória e evolução dos eventos na Danceteria Park Dance e a partir das informações obtidas através destes, o problema da pesquisa foi alcançado. Após, foram nomeados os objetivos específicos quanto a busca do histórico do empreendimento, com um recorte temporal da estrutura da Danceteria Park Dance entre os anos de 1993 a 2016; como também a identificação dos tipos de eventos que foram realizados e a forma de organização dos eventos desde 1993 até 2016.

Teve como justificativa o desenvolvimento desta pesquisa, por entender que não há estudos relacionados as mudanças e adaptações no mercado das empresas do ramo de entretenimento situadas no município de Irati- Pr, e este tema ainda é menos discutido se comparado com outros que se correlacionam como turismo, como as áreas de hotelaria e recreação, por exemplo. Além disso, o resultado a partir dessa pesquisa poderá contribuir para outras pesquisas, na busca de novas teorias e de questões passíveis que possam ser utilizadas como base para futuras investigações.

Ressalta-se a importância do evento como “um aspecto cultural, um produto, uma informação, uma ideologia, com excelência e retorno positivo” (CANTON, 2001, p. 312). Havendo assim, importância dos estudos que visam analisar a trajetória e organização de eventos.

O objeto de estudo nesta pesquisa foi, portanto, o empreendimento Park Dance, localizado na Rua Expedicionário José de Lima, s/n, em frente ao Parque Aquático, um dos pontos turísticos de Irati. Foi inaugurada em setembro de 1993, a danceteria Park Dance é um empreendimento de entretenimento ao longo dos 22 anos de experiência no

mercado passou por inúmeras inovações estruturais e tecnológicas, tornando-se ao destaque em Irati e região (PARK DANCE, 2016).

Sendo assim, esta pesquisa estruturou-se em metodologia, embasamento teórico sobre tópicos de eventos, tipos de eventos, planejamento organização de eventos e posteriormente, os resultados da pesquisa, selecionando o conteúdo, bem como elementos pertinentes e relevantes para a discussão, finalizando com a conclusão, tendo como base a literatura subsidiária desta pesquisa.

2 Metodologia

A pesquisa teve cunho exploratório, descritivo, documental e de campo, de natureza qualitativa e recorte temporal longitudinal, pois analisou dados entre os períodos de 1993 a 2016.

Pesquisas de natureza qualitativa não buscam números na coleta de dados, mas sim seus significados, promovendo envolvimento do pesquisador com as pessoas, eventos e ambiente como parte integrante do processo. Procura também descobrir e expor hipóteses que permanecem por trás das ações ou eventos. (FERNANDES; GOMES, 2003). Já a pesquisa descritiva pode ser empregada para avaliação de programas, sendo que tais estudos podem ou não trabalhar com a formulação de hipóteses e muitas vezes servirão de base para estudos de relações causais. Para coleta de tais informações foram utilizados dados primários e secundários.

Nos dados primários foram realizadas entrevistas semiestruturadas, com os gestores do estabelecimento. As questões abordaram o histórico do Park Dance, as mudanças nas realizações dos eventos, os diferentes tipos de eventos realizados, a visão dos gestores nesse ramo, a estrutura e as possíveis alterações realizadas no planejamento entre os anos de 1993 a 2016. Após a coleta destes materiais, foram registrados, avaliados e interpretados.

Para a coleta dos dados secundários foi construída o embasamento teórica a partir de livros, artigos científicos, fontes como a Internet e demais materiais publicados e disponíveis no sistema online. Importante mencionar que foram utilizados autores, como: Carneiro e Fontes (1997); Trigo (1998), Bahl (2003); e Matias (2001, 2004 e 2013), entre outros, para o desenvolvimento de assuntos um texto que aborde temas como eventos,



tipos de eventos, planejamento e organização. Os dados secundários serviram, portanto, para o embasamento teórico, parte fundamental que orientou o caminho da pesquisa.

3 Eventos

Evento é um acontecimento que, desde as suas origens, na antiguidade, e em sua trajetória histórica até chegar aos tempos modernos, sempre envolve pessoas nas diversas fases do seu planejamento e organização, como atrai um grande número de participantes (MATIAS, 2013).

Eventos são, portanto, acontecimentos que têm suas raízes na Antiguidade e que permaneceram atuais nos mais diferentes momentos da civilização humana. Nessa trajetória, foram adquirindo particularidades econômicas, sociais e políticas das sociedades representativas de cada época (MARTIN, 2015).

De acordo com Zanella (2003), evento é um acontecimento formal e solene de pessoas ou instituição realizado em data e local especial, com finalidade de comemorar acontecimentos importantes e significativos, de caráter comercial, cultural, esportivo, social, familiar, religioso, científico etc.

Carneiro e Fontes (1997, p.66) conceituam eventos como

Todos os acontecimentos previamente planejados, organizados e coordenados de forma a contemplar o maior número de pessoas em um mesmo espaço físico e temporal, com informações, medida e projetos sobre uma ideia, ação ou produto, pela própria definição o evento vem se mostrando cada vez mais requisitado, e pela sua concepção estrutural e funcional pressupõe ações cada vez mais complexas.

Eventos tornam-se acontecimentos, movimentam a opinião pública, provocam polêmicas, despertam emoções nas pessoas e fazem do entretenimento a nova indústria do terceiro milênio (MELO NETO, 2004).

Martin (2003) parte da ideia que os eventos estão incorporados no cotidiano, nas tarefas mais corriqueiras de todas as pessoas, em qualquer atividade econômica.

Para Oliveira (2011, p. 13)

Os eventos estão relacionados às diversas áreas de trabalho, tais como: turismo, publicidade, marketing, finanças, logística, segurança, administrativa, contabilidade ou de gestão. Os eventos surgem para suprir uma necessidade importante das pessoas se reunirem para diversos fins, sejam eles lazer, conhecimento, entretenimento, fins religiosos, profissionais e outros.

Entretanto, para Tenan (2002), em um sentido geral, evento é sinônimo de acontecimentos *não* rotineiros, fato que desperta a atenção. A autora afirma que o evento em si gera turismo, pois também gera um atrativo turístico, cria fluxo turístico, já que o turista de eventos que não tem a oportunidade de conhecer bem a cidade retorna para o mesmo destino acompanhado da família ou amigos.

E isso evidencia os eventos no valor do desenvolvimento socioeconômico de uma região, divulgando a localidade de modo a estimular o turismo, gerando empregos induzidos, diretos e indiretos, onde compreende-se por emprego direto os serviços prestados diretamente ao turista, ou seja, o turista negocia diretamente, sem intermédio de terceiros e empregos indiretos são serviços criados pelo turismo, que surgem a partir da renda obtida pelas atividades produtivas dos residentes locais. Neste caso, o turista gasta, e o dinheiro que ele pagou será o salário de diversas áreas dentro da economia, promovendo intercâmbio entre as pessoas e trazendo novos investimentos (BAHL, 2003).

É complexo definir a palavra evento, porém, é fácil pensar em diferentes exemplos de eventos, tais como comemorações, celebrações, encontros, entre outros. Melo Neto (2004) afirma que tudo é evento, na verdade, e o seu conceito de domínio é bastante amplo. Atualmente eles constituem a mais nova mídia em nosso meio e fazem parte das programações diárias.

Para Matias (2004), o evento caracteriza-se pela realização de um ato comemorativo, com finalidade mercadológica ou não, visando apresentar, conquistar ou recuperar seu público alvo. A autora acrescenta ainda que, perante o público alvo, os objetivos serão alcançados após ações previamente planejadas.

Em muitos países o evento vem se desenvolvendo de forma acelerada e significativa, mostrando, assim, sua importância e expressão financeira (ZANELLA, 2003).

3.1. Tipos de Eventos

Há diferentes tipos de eventos que podem ocorrer em um país e que tem a finalidade em atender públicos distintos, sendo assim, “os eventos são apresentados sob diferentes tipos ou modalidades de acordo com sua natureza, fato gerador, objetivo,



qualificação ou nível dos participantes, amplitude, área, local etc.” (ZANELLA, 2003, p.19).

A realização de eventos é algo natural de uma empresa na sociedade moderna que busca comunicação com seu público, assim, surgem eventos de todos os tipos e qualidades, que buscam atender as múltiplas diversidades hoje encontradas na sociedade (MELO NETO, 2007).

Albuquerque (2004) classificou os eventos quanto a sua característica estrutural, sendo eles: 1). Pequenos: contendo um número de até 200 participantes; 2) Médio: contendo entre 200 e 500 participantes e 3) Grande: evento com mais de 500 participantes.

Desta forma, o *layout* do local caracteriza-se como fator determinante do sucesso do evento, devendo ser adequado ao porte do evento. A empresa investigada no presente estudo, Park Dance, além de realizar shows, também promove, entre outras festividades, eventos com estrutura de grande porte, como festas de formaturas, sendo necessário neste caso, portanto, *layout* versátil e estratégias de criatividade para possibilitar a apresentação de um “novo” lugar a cada evento oferecido.

Dentro das conceituações quanto a evento e natureza de atividade intrínseca, encontrados dentro dos subsídios da literatura, há autores que descrevem diversas formas possíveis os tipos de eventos hoje predominantes no mercado. Neste sentido, a autora Gordia (2016), baseada em autores da área, classifica os eventos conforme mostra quadro 01 a seguir.

Quadro 1 – Tipos de Eventos

Tipos	Definições
Congressos	Profissionais de empresas da mesma área se reúnem em local fechado e restrito para discutir temas em comum
Convenções de venda	Destinados as equipes de venda interna, externa, e canais de distribuição da empresa.
Eventos culturais	Eventos relacionados à arte: shows, peças, filmes, carnaval e outros.
Eventos desportivos	Relacionado a esportes, incluem: jogos de futebol, rodeios, maratonas e outros.
Eventos sociais	Voltado a atividades de cunho social de maneira que atinja seus propósitos e seja prazeroso ao mesmo tempo.



Feiras	Direcionadas a segmentos específicos do mercado, com duração média de uma semana.
Roadshows	Eventos que viajam por diferentes estradas levando o mesmo conteúdo de apresentações.
Festivais	Festa, celebração. Pode haver música, dança, entretenimento

Fonte: Gordia (2016).

No quadro 1 a autora apresenta alguns tipos de eventos e explica de forma sucinta a caracterização de cada um, o que os diferencia é sua tipologia e a natureza das atividades que são realizadas.

Entretanto, Zanella (2003) classifica os eventos de forma mais ampla, “nesta acepção, cada um desses segmentos apresenta em geral eventos específicos”, tais como mostra quadro 2.

Quadro 2 – Classificação dos Eventos

Comerciais:	Convenção, workshop, mostra, leilão, feira, exposição, desfile, reunião, etc.
Culturais:	Congresso, seminário, simpósio, conferência, curso, palestra, mesa-redonda, painel, fórum etc.
Sociais:	Recepção, baile, casamento, formatura, gardenparty, aniversário, passeio etc.
Artístico/Culturais:	Desfile, festival, concerto, show, amostra, exposição etc.;
Gastronômico:	Banquete, coquetel, festival etc.
Esportivos:	Competição, remate, excursão, premiação.
Políticos:	Debate, reunião, palestra, homenagem, convenção.
Históricos:	Aniversário, inauguração, comemoração, desfile etc.
Religiosos:	Encontro, conclave, festa, concílio, cerimonial.
Científico ou técnico:	Congresso, seminário, palestra etc.

Fonte: Zanella (2003, p. 19)

Nota-se assim, diferentes tipos de eventos, nas mais diferentes áreas, sendo de cunho cultural, social, religioso, político, histórico, entre outros. Porém, é algo muito mais complexo na conceituação. De forma mais abrangente, Hoeller (2002), classifica os eventos conforme seus objetivos e apresenta uma abrangência quanto aos conceitos de eventos, com relação ao tipo, descrição, diferenciando-os quanto ao seu formato e conteúdo. Os eventos hoje presentes mostram que toda ação praticada sobre a forma de atividade se encaixa em alguma das múltiplas naturezas do evento. Assim, a natureza do evento condiciona o seu conceito, visão e entendimento (MELO NETO, 2004)..

Para Barbosa (2013, p.88) “entre as inúmeras tipologias de turismo, o turismo de eventos tem se constituído entre as que mais estimulam o desenvolvimento econômico de sua destinação”. A dinâmica da sociedade dita seus valores conforme a época em que vivem, originando então o



evento em questão para a ocasião, cabe ao organizador que os realizam atrair o público de interesse conforme necessidade vigente.

O número de participantes que deseja atingir é para Melo Neto (2007, p. 47) “a segunda categorização refere-se ao escopo do evento - eventos de massas e eventos de nichos”. Os eventos de massas se diferem dos eventos de nichos em relação à quantidade de público que estão destinados a cada um, conforme quadro 03.

Quadro 3 – Alvo do Evento

Eventos de massa	São destinados ao grande público. Ocorre em áreas livres, de lazer, e de fácil acesso. Atraem em média mais de cinco mil pessoas.
Eventos de nichos	Ocorrem em ambientes fechados e selecionados, em locais e clubes privados, e destinam-se a segmentos de público específico.

Fonte: Melo Neto (2007)

Os eventos de massas são designados para um número significativo de pessoas, podendo ser apresentados nas formas de congressos, festivais, feira, exposição e mostra, por exemplo. Já os eventos de nichos são para um público específico, uma reunião de condomínio, um curso, painel, mesa redonda, etc., que não pretende abranger quantidades significativas de pessoas.

Matias (2001) define que existem dois tipos de eventos, os fechados e abertos. Entende-se por eventos fechados aqueles que ocorrem dentro de determinadas situações específicas e com público alvo definido, que é convocado e/ou convidado a participar e os eventos abertos são direcionados a um público em geral que atinge todas as classes de público. A autora supracitada afirma ainda que os atrativos de eventos são aqueles em que um acontecimento constitui o principal fator para que o turista visite o lugar tais como: feira, exposições, congressos, convenções, e os acontecimentos especiais como um festival.

Neste aspecto, entende-se que os eventos podem ser relacionados ao lazer dos indivíduos. No entanto, deve ser lembrado que tanto o turismo como o lazer são atividades complexas e entrelaçadas e acabam contribuindo para geração de renda, emprego direto, indireto, induzidos e que também movimentam grandes somas em impostos (TRIGO, 1998).

Vale ressaltar que os “eventos estão colaborando para aproximar pessoas, grupos e sociedades, numa era de isolamento tecnológico, na qual se fala por e-mails, se trabalha remotamente e se relaciona de forma virtual” (OLIVEIRA, 2011, p.14). O autor acrescenta ainda que nesse mundo de relacionamentos virtuais, esse encontro estabelece a possibilidade das relações sociais.

Cidades recebem novas vidas com eventos; turistas viajam o mundo para participar de eventos. Participando de eventos as pessoas educam seus sentidos, aprimoram seu olhar, adquirem uma nova visão do mundo, absorvem novos conhecimentos e vivem novas experiências. Enfim, ultrapassam os limites da vida particular (COUTINHO, 2010).

Ao participar de eventos, o homem moderno aprende e reaprende a ter emoções, amplia o seu senso crítico, melhora suas visões, preza a liberdade e adquire maior sensibilidade. E, com isso, aperfeiçoa sua vida emotiva e social, atravessando as fronteiras estreitas das emoções (MELO NETO, 2004). Sendo assim, o evento abre espaços para a vida social e pública e rege as pessoas para experiências conjuntas de emoções.

3.2 Organização e Execução de Evento

Segundo Oliveira (2011), organização e execução são fundamentais para o desenvolvimento de qualquer atividade, tanto empresarial quanto institucional, e não é diferente nos eventos. Para planejar e organizar um evento é necessário empregar estratégias que vão desde a definição do objetivo que se almeja e a definição do público alvo, até os atrativos ou entretenimento utilizados, bem como, a programação a ser oferecida. Acrescenta o autor que quanto mais envolvidas com seus objetivos forem essa organização e execução, mais sucesso o evento alcançará.

Neste contexto, por meio de um planejamento os elementos interdependentes podem ser, a base para a construção de um futuro de sucesso, nesse caminho do mercado cada vez mais competitivo, o resultado final de um planejamento deve avaliar quais metas foram alcançadas.

Barbosa (2013, p. 98) afirma que “os recursos tecnológicos assumem um papel de extrema importância, tanto na promoção do evento, como na consolidação do

relacionamento entre a organização e os participantes do evento”, devendo não esquecer que o planejamento é a prioridade para qualquer negócio se emante no mercado.

Neste viés do planejamento deve ocorrer a preparação (pré), execução (trans) e avaliação (pós) do projeto. Conforme classificação de Matias (2004), as etapas do processo de planejamento e organização de eventos em:

1. Concepção: incorporação da ideia;
2. Pré-evento: planejamento e organização;
3. Transevento: realização;
4. Pós-evento: avaliação e encerramento.

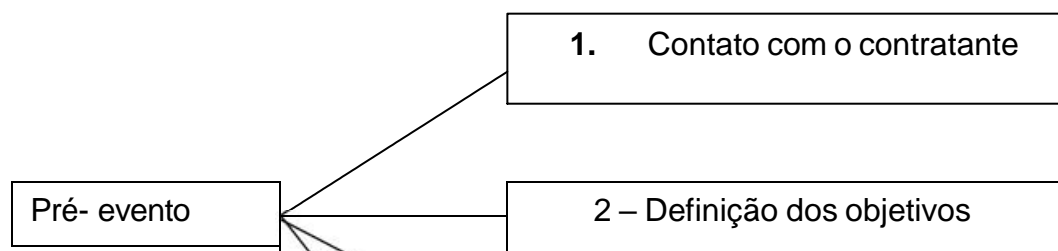
Matias (2003), explica que na fase concepção, os dados levantados serão sobre a importância desse evento, planejamento de alternativas para realização do evento e suas necessidades, coleta de informações sobre os participantes, listagem dos resultados desejados, entre outros. Sendo esse ponto, o primordial para estabelecimento de diretrizes.

Na fase pré-eventos serão realizadas atividades decisivas para o evento, sendo inserido o social do evento, o controle financeiro, a coordenação executiva e o técnico administrativo. Nessa etapa, será definido o local, data, estratégia de marketing, recursos financeiros, infraestrutura, identificação e análise dos participantes, entre outros (MATIAS, 2003).

Para Santos, Chegade e Rocha (2010, s/p) essa fase de pré-evento ou planejamento é importante, pois irá:

Traçar o objetivo principal, que incluirá uma adequada justificativa para a realização de um bom evento. Além de, desse modo, fazer com que tudo ocorra de maneira coordenada e prevista, ou seja, planejar é decidir antecipadamente o que deve ser feito de tal forma que no planejamento se possa agir de forma antecipada, aumentando as chances de sucesso do empreendimento .

Alves (2014) descreve as fases principais do pré-eventos, conforme visualizado abaixo:





3 – Orçamento disponível.

4 – Estratégias e apresentação do plano

Fonte: Alves (2014)

Importante salientar, conforme descrito por Alves (2014), que na 1ª etapa da fase, a empresa irá procurar o artista; a 2ª etapa ocorre a orientação na organização e na aquisição dos resultados esperados; na 3ª fase serão discutidos valores a serem gastos/pagos; e na 4ª fase serão adotadas as estratégias.

A fase transevento, segundo Matias (2003, p.135), “é o transcorrer das atividades, ou seja, a aplicação de determinações previstas no pré-evento, a qual todas as etapas do evento são acompanhadas mediante a aplicação do *checklist* por área”. Tendo em vista, portanto, a secretaria do evento – apoio administrativo-, serviço de recepção, “clima” do evento, sala de recepção ou sala vip, infraestrutura de apoio operacional, infraestrutura de apoio externo, entre outro.

Por fim, Matias (2003, p.146) descreve o pós evento como “confrontação dos resultados esperados com os obtidos, possibilitando identificar os pontos positivos e negativos do evento”. É a fase da reflexão, na qual o evento é colocado em uma balança e calcula-se os prós e contra de cada atitude adotada. Sendo assim, “por sua complexidade, amplitude e importância, a promoção de um evento exige alta especialização técnica, experiência e especialização no tipo de evento que será realizado” (ZANELLA, 2003, p. 35).

De acordo com os autores citados anteriormente, transcreve Martin (2003) que os eventos possuem três etapas distintas, independente do tipo, tamanho, objetivo e abrangência. Descreve no Quadro 4 as etapas de formas sucintas.

Quadro 4 – Fases de um evento

¹Lista de controle, lista de verificação. (Dicionário da Língua Portuguesa, 2003).

Pré - evento	Etapa primordial do evento, será definido o projeto e o planejamento de todas as atividades. Tudo em torno dos objetivos gerais e específicos do evento.
Evento	Para essa etapa ser um sucesso, ela dependerá do pré-evento ter sido bem-feito, para que o evento possa acontecer sem grandes problemas dentro da organização estrutural planejada. Nessa etapa escolhe o local e a operacionalização do atendimento ao público alvo.
Pós- evento	Nessa fase ocorrem a análise do desempenho do evento e desmontagem de toda estrutura preparada na fase anterior.

Fonte: Martin (2003)

Fica em evidência que um evento, bem como qualquer atividade que se pretende realizar, deve ter um planejamento antecipado para que seja executado. A execução e o planejamento de eventos implicam uma série de atitudes a adotar sempre em consonância com os objetivos que se deseja alcançar (OLIVEIRA, 2011).

Segundo Canton (2001) a atividade do planejamento estabelecido pelo organizador frente à idealização de seu produto, o evento, é um processo contínuo. É uma fase decisiva e fundamental, portanto, a peça principal no processo de organização de um evento.

4 Resultados Discussões

4.1. Entrevista realizada no Park Dance com os gestores do empreendimento.

A primeira questão indagada aos gestores do empreendimento, foi referente ao histórico da Dancenteria Park Dance, como também o mês, ano de fundação e quem foram os responsáveis pela criação do Park Dance. Assim, dentro desta questão, afirmaram que a criação do empreendimento se deu em 18 de setembro de 1993, sendo os fundadores do Park Dance, Sr. Rogério Vicente e sua esposa Marta Vicente.

O gestor disponibilizou um recorte de jornal (IMAGEM 01), no qual mostra a primeira divulgação do Park Dance em um meio de comunicação. O enunciado em questão dizia “PARK DANCE- Não fique fora dessa. SEXTAS: Das 23h00 às 04h00 – SÁBADOS: Das 23h00 às 04h00 – DOMINGOS: Das 18h00 às 24h00. Venha e traga seus amigos para a maior e melhor danceteria de Irati e região. Atrações, shows, festas e



inovações constantes. A cada semana uma novidade para você. Confira! ‘Torne-se cliente especial, você terá inúmeras vantagens’. VENHA AO PARK DANCE E GANHE UM BÔNUS. Rua Expedicionário José de Lima”.

Imagem 01 – Recorte de Jornal - Inauguração do Park Dance (1993)



Fonte: Gestor– Park Dance (2016)

A próxima questão foi questionado o motivo da criação do Pak Dance. Nesta resposta foi afirmado primeiramente que os fundadores são naturais do Estado de Santa Catarina, na região hoje conhecida como “Vale Europeu”. No ano de 1988, escolheram Irati/Pr, para residirem com a família, onde vivem até hoje. Segundo relato dos gestores, afirmam que os fundadores durante um passeio em um dos pontos turísticos “Parque Aquático”, situado no município de Irati/Pr, percebeu um terreno imenso sem nenhum investimento, entrou em contato com o proprietário e o comprou. Naquele período Irati só havia um clube que realizava show de bailes gaúchos ao domingo. Percebeu que a melhor maneira para crescer, seria unindo o útil ao agradável, e conforme relata *“de tijolo a tijolo o Park Dance foi construído”*. Vale ressaltar que desde o início de sua inserção no mercado, outras vinte e duas casas noturnas abriram, porém não continuaram.

Com relação ao nome do empreendimento, inicialmente seria Novo Rumo, porém, em um dia de trabalho ao olhar o Parque Aquático, decidiram mudar para Park Dance, e desde 1993 está nomeado Park Dance.

Na questão seguinte foi questionado sobre os dias de funcionamento do Park Dance, conforme quadro 08.

Quadro 05 – Ano e dias da semana do funcionamento do Park Dance

Ano	Dias da semana que abriam para o público
1993 até 1995	Quarta-feira, sexta-feira, sábado e domingo.



1996 até 2000	Sexta-feira, sábado e domingo.
2001 até 2006	Apenas aos sábados.
2007 até 2011	Sábado e domingo.
2012 até 2016	Sexta-feira*, sábado e domingo.

Fonte: autores, baseado na entrevista com o gestor do empreendimento (2016)

Conforme quadro 05 a ideia inicial era abrir nas quartas-feiras, sextas-feiras, sábados e domingos, porém em 1995 a empresa acabou sendo afetada por alguns fatos negativos (problemas familiares e financeiros) e tiveram que retirar um dia da semana das atividades do empreendimento, abrindo de 1996 até 2000 para o público somente nas sextas-feiras, sábado e domingo. Novamente, a empresa, em determinado momento deixou de ser novidade, assim, a curiosidade do público diminuiu, o lado financeiro da empresa e questões familiares levou a funcionar apenas aos sábados até o ano de 2006, não realizando bailes gaúchos, estes voltaram apenas em 2007. Entretanto, desde 2012 a casa está aberta para o público entre os dias da semana, sexta-feira (em dias de show nacional), sábado e domingo.

Seguindo a entrevista, foi questionado sobre o primeiro plano para determinar o público alvo e se ocorreram mudanças. Segundo os gestores, nunca houve fixação em determinar certo público, até por inexperiência. O que eles sempre observam é a região e não o tipo de público. Explicando melhor com relação à região, segundo o do gestor do empreendimento a região é apreciadora de bailes de música gaúcha. Contudo, importante destacar que na época do ano de 1993, também se ouvia muito a banda Queen, La Bamba e música eletrônica proveniente da Europa estava se tornando popular. Desta forma, os gestores do empreendimento, estudaram o mercado e notaram que aos sábados o público era jovem com perfil para música eletrônica; pagode uma tendência naquele momento e o axé, principalmente entre os anos de 1996 e 1997. Compreende-se assim, de acordo com o gestor nesta época não determinavam o tipo de público para o empreendimento, mas sim o público foi se moldando conforme os shows que foram promovidos no Park Dance.

Segue assim, algumas características quanto ao tipo de público que segundo o gestor foi se ajustando conforme os dias da semana, sendo que são proeminentes nas



sextas-feiras casais de jovens, aos sábados jovens e solteiros e aos domingos casais da terceira idade.

Seguindo a questão dos dias da semana e atividades, o gestor acrescenta que tentaram realizar um baile de chopp com música alemã, mas não tiveram o resultado esperado. Neste evento, havia caneca de chopp, comida típica alemã e não houve retorno financeiro e nem de público, mas ressalta que é errando que se aprende.

Na questão seguinte foi questionado se os eventos sempre ocorreram no mesmo endereço do Park Dance. De acordo com os gestores, todos os eventos foram e são realizados no endereço do Park Dance, com duas únicas exceções. Em 1996 foi organizado uma festa de Carnaval em um Pavilhão do Park Aquático e uma domingueira no CTG Willy Laars que locou este em especial.

Outra questão abordada foi em relação ao aumento do número de pessoas que frequentaram e frequentam o Park Dance. Os gestores ressaltaram que ocorreu um aumento de público durante a trajetória do empreendimento, porém, não soube relatar com precisão, mas no ano de 2000, houve um aumento recordista de público, devido apresentação do grupo Gaúcho da Fronteira com 1.800 pessoas, a capacidade máxima da casa naquele período. Em 2006 o show com o Bonde do Tigrão, grupo de funk no período, teve um recorde de público com quase 2.000 mil pessoas. Em 2007, ocorreu com o show do Luigi Mangini, estilo musical eletrônico, que venderam 1.800 ingressos antecipadamente. E, por fim, em 2014 com a dupla sertaneja Mato Grosso e Mathias com um público de 2.100, e este em especial, pessoas não puderam entrar para assistir o show e no horário da meia noite e meia, tiveram que fechar as portas, por questões de segurança e espaço no local. Atualmente, o gestor deixa claro que o limite máximo na casa é de 2.133 pessoas, conforme normas dos bombeiros, divididas em dois ambientes ou apenas 1.600 pessoas em uma pista.

A questão seguinte foi com relação aos tipos de eventos que o Park Dance faz e como diferem um do outro. Neste item, a resposta foi objetiva por parte dos gestores, afirmaram que é conforme a tendência do mercado, pois há público específico com perfil para as músicas gaúchas e público da era sertanejo com funk.



Para acrescentar foi indagado sobre a diferenciação dos eventos, e foi afirmado que é algo de demanda, onde ocorre um estudo para avaliar o que o mercado está consumindo, e investe na atração.

Sobre a questão das formas de organização dos eventos, se ocorrem diferenciação e em quais aspectos, o gestor, descreveu que nos eventos gaúchos não há preocupação nenhuma, o grupo vem pronto, não há necessidade em realizar nenhuma organização. Quanto aos demais eventos como os shows de porte nacionais, há necessidade de organização quanto a reserva de hotel, camarim, van, transporte, divulgação, cartazes, onde serão levados os ingressos, *promoter*², financeiro, é necessário verificar contagem com o número de ingressos, a montagem de show, as refeições e o pessoal terceirizado. Para entender a dimensão, tudo começa no pré-evento, quando ocorre a assinatura do contrato com o escritório do artista; nesse primeiro momento é combinado as formas de pagamento. Os artistas, segundo o organizador, não “sobem no palco” enquanto não estiver com tudo pago. Há artistas que exigem 75h antes do evento o pagamento total, caso contrário, não se deslocam à cidade. Neste sentido, o primeiro passo é colocar tudo no papel e trabalhar com as questões burocráticas e depois iniciar as contratações, com som, luz, hotel, van, etc.

Conforme visto no embasamento teórico essa fase de pré-evento ou planejamento é importante, pois assim que traçado o objetivo principal, antecipar o que deve ser feito aumenta as chances de sucesso do empreendimento, deve-se portanto, agir de maneira coordenada e prevista.

Algo curioso durante essa resposta foi que segundo os gestores os ônibus das duplas (sertanejas) que são fortemente adesivados com imagens dos cantores, são em sua grande maioria locados, ou seja, *merchandising*³ paga pelo quilômetro rodado da empresa locadora do ônibus. Sendo assim, necessita-se fornecer pessoal para carregar e descarregar equipamentos do ônibus ou do caminhão, alimentação pré e pós show. Ainda segundo o entrevistado, o camarim dos artistas custa muito caro, pois muitos fazem uma

² Aquele que organiza eventos (Dicionário da Língua Portuguesa, 2003).

³Publicidade. Aparecimento ou menção de uma marca ou produto num programa de televisão, em filmes, novelas etc., sem que isso pareça um anúncio publicitário (Dicionário da Língua Portuguesa, 2003).



longa lista de exigências. Acrescenta o gestor, que há muitos artistas com alto consumo de bebida alcoólica, e vendo esta questão, os responsáveis do empreendimento adotaram normas, na qual foi e é expressamente proibido o uso de bebida alcoólica para artistas antes do show. Sendo assim, tudo isso envolve o pré-evento deve ser minimamente detalhado, para que ocorra tudo conforme o planejado para alcançar o sucesso. Extremamente importante evitar causas que podem ter consequências desastrosas.

Dando sequência a entrevista, os gestores relataram que os maiores artistas que passaram pelo palco do Park Dance, foram os seguintes artistas:

Quadro 06: Artistas de destaque que apresentaram show no Park Dance.

Lucas Lucco
Vitor & Léo
Di Paulo & Paulino
Milionário & José Rico
Matogrosso & Matias
Trio Parada Dura

Fonte: Park Dance (2016).

Com relação ao contato com o artista, o entrevistado explicou que existem escritórios que compram a data do artista, como por exemplo, 10 datas de show. Esse escritório repassa para a casa noturna, porém o gestor evita esse caminho, pois essa política gera comissão. Entretanto, o Park procura fazer o contrato diretamente com o artista. Também ocorre de artistas irem até a casa noturna.

Outra questão indagada que surgiu durante a entrevista e questionada ao gestores foi se a empresa trabalhava com agenda anual ou semestral, e segundo resposta, foi que a organização ocorre da seguinte maneira:

Quadro 07 - Agenda do Park Dance

Tipo do Evento	Metas de fechamento do show
Baile Gaúcho	No máximo abril/maio
Show Nacional	Ocasão do momento*, com raras exceções de agendamento.

Fonte: Gestor – Park Dance (2016)

Em relação ao quadro 07, os dados referentes a informação sobre agenda do ano são de conhecimento que nos bailes gaúchos as agendas são fechadas até abril/maio do

mesmo ano. Para show, com raras exceções, é ocasião de momento. Relata que quando é um show maior ocorre mais trabalho.

A penúltima questão foi sobre a inserção no mercado e como está nas tendências atuais. Foi descrito que no começo quando é novidade é sempre muito boa, a curiosidade era o fator que atraía a população. Relata que a história foi construída do zero, através da compra de um lote e a construção de um barracão. Ocorreram erros pela falta de experiência e a partir desses erros, com a falta de inexperiência, deixou de ser novidade por uma época. Comenta que Irati naquela época era muito pequena, e por não serem naturais da cidade, sofreram preconceitos, tiveram problemas familiares e vários obstáculos, porém afirma que tudo que se encontra hoje construído são deles e que sempre tiveram a certeza que daria certo, pois *“só quem esta aqui dentro vê e percebe”*. Ressalta que atualmente estar conectado as mídias sociais é uma tendência, pois a informação está muito rápida, com as redes sociais e Internet. Comenta que hoje o rádio não é mais referência para se basear e trazer um artista, agora é a vez das redes sociais, principalmente o Facebook, site onde a empresa tem cadastro para ficar antenado com esse público, com esse jovem, sempre interagindo e perguntando o que o público está querendo ouvir e consumir na noite.

5 Considerações Finais

Conclui-se que eventos é a área que mais cresce na área de turismo e chama a atenção por provocar emoções e entreter a indústria do terceiro milênio. Sendo assim, é inegável a importância dos eventos nos dias atuais, como também a questão do planejamento e da organização, que são etapas fundamentais para elaboração de um evento de sucesso.

Foi possível observar no empreendimento do Pak Dance, o complexo mundo dos eventos e sua detalhada forma de realização por meio da entrevista com os gestores. Também notou-se a dificuldade dos gestores empreenderem uma atividade de entretenimento noturno em uma cidade do interior em que estavam iniciando a atividade, devido alguns fatos relatados pelos gestores, mais precisamente o preconceito do local pela entrada desta família que veio a residir na cidade, hoje já estabelecidos.



Conclui-se que os gestores procuram trazer eventos correlacionados a shows de pequeno e médio porte, atendo o público jovem, adultos e demais interessados a estarem neste empreendimento. Outro fator observado que os gestores afirmaram que é importante para quem trabalha com este tipo de evento, deve estar atento as tendências do mercado e com o público. Nota-se também que, ao comparar os autores mencionada no embasamento teórico e a opinião dos gestores, se entrelaçam em momentos das fases do evento e sua importância.

6 Referências

- ALVES, Maria José. **Fases pré, trans e pós evento**. Publicado em set. 2014. Disponível em <https://prezi.com/_vobiiyx29q1/fases-pre-trans-e-pos-evento/> . Acesso em 02 set. 2016.
- ALBUQUERQUE, Soraya Souza de. **Turismo de Eventos: A importância dos eventos para o desenvolvimento do turismo**. Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso TCC). Universidade de Brasília, 2004.
- BAHL, Miguel. **A importância para o turismo para do terceiro milênio**. São Paulo: Roca, 2003.
- BARBOSA, Fabricio Silva. **Planejamento estratégico para eventos: um estudo de caso das estratégias de marketing utilizadas pela oktoberfest de Santa Cruz do Sul/RS**. CULTUR, ano 07, nº 01, fev/2013.
- CANTON, Antônia Marisa. Eventos. In: ANSARAH, Marília Gomes dos Reis (Org.). Como aprender Turismo como ensinar 2. 2. ed. **Turismo: Segmentação do Mercado**. 5. ed. São Paulo: Editora SENAC, 2001.
- CARNEIRO, Janaina Britto; FONTES, Nena Dantas. Turismo e Eventos: Instrumento de promoção e estratégia de marketing. **Revista Turismo em Análise**, São Paulo, v.8, n.1, p. 65-74, 1997. Disponível em: <<https://www.turismoemanalise.org.br/turismoemanalise/article/view/645/421>>. Acesso em: 02 mai. 2015.
- COUTINHO, Helen Rita Menezes. **Organização de eventos**. Manaus: Centro de Educação Tecnológica do Amazonas, p.62, 2010. Disponível em: <<http://docplayer.com.br/4897813-Organizacao-de-eventos.html>>. Acesso em: 25 de julho de 2016.
- FERNANDES, Luciane Alves; GOMES, José Mario Mastsumura. Relatórios de pesquisa nas Ciências Sociais, **ConTexto**, Porto Alegre, v. 3, n. 4, 1º semestre 2003.
- GORDIA, Cristiane. **Eventos: um estudo de caso do Festival Nacional de Teatro (FENATA), no município de Ponta Grossa - PR**. Universidade Estadual do Centro-Oeste – UNICENTRO, 2016. Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso - TCC) Curso de Turismo, Universidade Estadual do Centro Oeste – UNICENTRO, Irati, 2016.
- HOELLER, Elisete Helena. **Turismo de Eventos: CentreventosCau Hansen de Joinville – SC**. In: ANSARAH, Marília Gomes dos Reis (Org.). **Turismo: Segmentação do Mercado**. 5. ed. São Paulo: Editora Futura, 2002.
- BGE, INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Paraná » Irati » estimativa da população 2015** Disponível em: <<http://www.cidades.ibge.gov.br/xtras/temas.php?lang=&codmun=411990&idtema=130&search=parana%irati%7Cestimativa-da-populacao-2014>>. Acesso em: 03 set. 2016.
- MARTIN, Vanessa. **Manual prático de eventos**. São Paulo: Atlas, 2003.



- MARTIN, Vanessa. **Manual prático de eventos: Gestão estratégia patrocínio e sustentabilidade.** São Paulo: Elsevier, 2015.
- MATIAS, Marlene. **Organização de eventos. Procedimentos e técnicas.** São Paulo: Manole, 2001.
- MATIAS, Marlene. **Organização de eventos. Procedimentos e técnicas.** 3. ed. São Paulo: Manole, 2004.
- MATIAS, Marlene. **Organização de eventos. Procedimentos e técnicas.** 6. ed. Revisada e atualizada. São Paulo: Manole, 2013.
- MELO NETO, Francisco Paulo. **Criatividade em eventos.** 3. ed. São Paulo: Contexto, 2004.
- OLIVEIRA, Marlene de. **Organização e Execução de Eventos.** Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia – educação a distância. Curitiba, 2011.
- PARK DANCE. Release. Disponível em:
<<http://www.parkdance.com.br/wordpress/#releasePage>>. Acesso em 28 de abril de 2016.
- PREFEITURA MUNICIPAL DE IRATI. **Histórico.** Disponível em:<
http://irati.pr.gov.br/pagina/78_Historico.html> Acesso em: 03 de set. 2016.
- TENAN, IikaPauleteSvisserg. **Coleção ABC do turismo de eventos.** São Paulo: Aleph, 2002.
- TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. **A sociedade pós -industrial e o profissional em turismo.** Campinas: Papirus, 1998.
- ZANELLA, Luiz Carlos. **Manual de organização de eventos: Planejamento e operacionalização.** São Paulo: Atlas, 2003.