

Estudo sobre os espaços especializados para eventos infantis no município de Palmas, TO

Study on specialized spaces for children's events in the city of Palmas, TO

Daniella Cardoso Sardinha¹

Resumo

O presente artigo faz uma abordagem sobre território, espaço e cidade, eventos e eventos infantis e tem como prerrogativa a apresentação de um estudo realizado no município de Palmas-TO sobre a importância dos espaços especializados para realização de eventos infantis. Considerou-se aqui a carência desses espaços para atender as necessidades da demanda neste setor, pois um evento é um acontecimento único que desperta fortes emoções nos participantes, promotores e organizadores, e requer uma variedade de serviços agregados desde o planejamento, à execução e o pós-evento. Os espaços existentes para sua realização devem apresentar uma infraestrutura básica, ambientes e instalações adequadas e confortáveis, essenciais para obtenção do sucesso desejado. O seguimento de eventos está em franca expansão e pode-se verificar através deste estudo o expressivo crescimento nos investimentos no setor, na oferta de empregos e também no processo de desenvolvimento local.

Palavras-Chave: Território, Espaço, Eventos.

Abstract

This article is an approach about territory, space and city, children's events and events, and has the prerogative to present a study in Palmas-TO municipality about the importance of specialized spaces for children's events. It considered here the lack of these spaces to meet the demand needs in this sector, because an event is a unique event that arouses strong emotions in participants, promoters and organizers, and requires a variety of bundled services from planning, implementation and Post-event. The spaces for its realization must provide a basic infrastructure, environments and adequate facilities and comfortable, essential to achieve the desired success. The following events are booming and can be verified through study from the significant growth in investments in the sector, in offering jobs and also in the local development process.

Keywords: Territory, Space, Events.

1. Introdução

Os espaços públicos e privados são parte inerente e fundamental do processo de produção das cidades e são nestes espaços que se desenvolvem as relações de vivência e coletividade de uma comunidade.

¹ Professora do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Tocantins, IFTO, campus Palmas; Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Geografia da Universidade Federal do Tocantins, campus Porto Nacional. E-mail daniellasardinha@ifto.edu.br.

Espaço e território relacionados com o turismo, seja ele de qualquer natureza, tornam-se relevante quando trabalhamos com o uso do espaço urbano. Estes espaços utilizados para realização dos diversos tipos de eventos são responsáveis, em certa parte, por garantir o sucesso ou o fracasso do acontecimento.

Um evento provoca fortes emoções para os participantes, promotores, organizadores e todos que estão envolvidos direto ou indiretamente com o mesmo, ele podem despertar e estimular os sentimentos humanos, ativar o desejo de participar e viver acontecimentos importantes do cotidiano, conhecer pessoas e lugares, absorver culturas distintas, tecnologias e lazer, além de criar experiências gastronômicas no consumo de alimentos diferentes do cotidiano.

Neste artigo buscou-se apresentar alguns conceitos de território, espaço, eventos e eventos infantis para subsidiar a pesquisa ora realizada sobre alguns equipamentos observados.

A problematização está pautada nas especificidades que um local de realização de festas infantis deve ter. Sendo assim, buscou-se responder o seguinte questionamento: o município de Palmas, TO possui espaços especializados e suficientes para atender às necessidades da comunidade local?

A metodologia utilizada amparou-se nos parâmetros da pesquisa exploratória e nos estudos descritivos. A reflexão apresentada neste artigo é parte de uma pesquisa que encontra-se em andamento, e, apesar de não ter sido concluída, já aponta caminhos interessantes para a reflexão.

2. Território, Espaço e a Cidade.

O território de acordo com Almeida (2005) corresponde à organização do espaço e é considerado as necessidades econômicas, sociais e políticas de cada sociedade, logo, sua produção está sustentada pelas relações sociais que o atravessam.

Nele se pluraliza diversas escalas, tais como as escalas históricas, o local, o município, o estado, a região e o país. Território também é caracterizado através das identidades que o compõe.

Para os geógrafos, território deve permear mais humanidade, ou seja, considerar os homens os como responsáveis pela criação de seus territórios e paisagens, dando a eles um significado que farão sentido (ALMEIDA, 2011).

O espaço segundo Almeida (2005) é tido como o lugar onde se aplica uma estratégia identitária, sendo ele, o fornecedor de insumos para as realizações existenciais, físicas e organizacionais de uma sociedade.

Júnior (2010) traz a temática de espaço e território relacionada com o turismo, e aponta que o uso desse espaço seja ele de qualquer natureza, tornam-se relevante quando trabalhamos com o uso do espaço urbano.

De acordo com Casé (2000), a arquitetura, edificações e equipamentos urbanos estão diretamente associados à importância que uma cidade apresenta na dimensão social e humana de sua população.

O valor de uso da cidade e seus espaços são caracterizados pela predominância das condições históricas em que se processa a produção e o consumo do espaço urbano, antes da cidade ter sido tomada pelo secular processo de industrialização, no qual a cidade e seus componentes eram efetivamente vistos como obra e não como produto (LEFEBVRE, 2006).

A importância desses espaços está relacionada ao uso comunitário, à percepção do espaço construído e consumido socialmente como obra, e não como produto. Isso pode ser vendável na sociedade do consumo de massas, como muitas vezes se vê praças e parques, que se tornam signos de bairros ou cidades, atrelados à imagem de grandes empreendimentos públicos (SILVA; GOMES, 2010).

O conceito de espaço é central e compreendido como um conjunto de formas representativas de relações sociais do passado e do presente e por uma estrutura representada por relações que estão acontecendo e manifestam-se através de processos e funções.

Assim, o espaço organizado é também uma forma resultante da interação de diferentes variáveis. O espaço social corresponde ao espaço humano, lugar de vida e trabalho: morada do homem, sem definições fixas.

O espaço geográfico é organizado pelo homem vivendo em sociedade e, cada sociedade, historicamente, produz seu espaço como lugar de sua própria reprodução.

Carlos (2001) discute sobre o espaço como ‘nova raridade’, a autora defende a tese de que o processo de reprodução do espaço se realiza criando novas contradições, tomando em seu estudo a contradição da “raridade do espaço”.

Um conjunto de esforços históricos feitos na geografia para caracterizar tanto a constituição do espaço como, e, sobretudo, a sua cisão, também são aspectos relevantes para analisar o estudo de uso dos espaços. (SILVEIRA, 2006)

Gomes (2006) aponta que desde a colonização até hoje, o processo de desenvolvimento que envolve as relações das populações com o seu lugar de vida baseia-se na exploração dos recursos locais.

E seguindo essa linha de pensamento pode-se iniciar uma análise detalhada de como usar os espaços para realização de eventos de qualquer magnitude.

2.1 Palmas: o recorte espacial da pesquisa.

Segundo Lira (2011) o processo de ocupação do Norte Goiano foi dividido em três períodos: período da mineração, descoberta do ouro e da hidrovía do Tocantins; período republicano, ferrovia e marcha para o oeste; e, período pré e pós 64, Brasília, Belém-Brasília e Amazônia Legal.

A construção da rodovia Belém-Brasília se deu através da frente pioneira agrícola atraída pelos incentivos fiscais propiciados pelos programas federais, encarregados de executar o desenvolvimento da região, oportunizando então a valorização das terras nessa e consequentemente atraindo migrações de fazendeiros, tirando a região do profundo isolamento.

Quanto a seu povoamento, o Estado do Tocantins tem seus primeiros registros no início do século XVIII, após a descoberta de ouro abundante na região, recebendo do nome de população do ouro.

Não podendo esquecer o aldeamento dos povos indígenas que também passaram por uma estruturação, definida pela administração dos capitães gerais e de religiosos. Outro destaque é que no mesmo período houve o povoamento dirigido, ao longo dos rios Tocantins e Araguaia.

Após a criação do Estado iniciou-se a disputa pela sede da capital. Conforme a Constituição Federal a capital provisória, Miracema do Tocantins, foi designada em 1º de janeiro de 1989.

Segundo Xavier (2007, apud Gomes, Teixeira Neto e Barbosa, 2005, p. 110), Palmas nasceu com o mesmo perfil de Goiânia e Brasília, visto ter a mesma Função que estas tiveram, a de ser a capital administrativa de um novo estado, e sua construção obedeceu a três imperativos: político, urbanístico e geopolítico.

A Constituição Estadual, promulgada em 5 de outubro de 1989, definiu Palmas como a capital do Estado, e estabeleceu a data de 1º de janeiro de 1990 para a transferência da capital de Miracema do Tocantins para Palmas.

Assim surge a mais nova capital e um novo ponto de referência para uma nova concepção regional. Análise geográfica, política, socioeconômica, urbana, ecológica também são características que devem ser levadas em consideração, porém não serão detalhadas neste

artigo. A capital do Estado do Tocantins, Palmas, encontra-se em uma época de crescimento demográfico acelerado, por conta do fluxo de pessoas oriundas de diversas regiões do país, atrás de novas oportunidades.

3. Eventos: conceitos e características.

Acontecimento geralmente observável (festa, espetáculo, comemoração, solenidade, etc.). Organizado por especialistas com objetivos institucionais, comunitários ou promocionais, são definições apresentadas por Fleury (1999).

Para Tenan (2002), evento está relacionado como um fato ou acontecimento, ou mesmo, sinônimo de reunião.

Pode-se dizer então, que evento é algo não corriqueiro e que a qualquer momento existem grupos se reunindo para discutir, debater e obter resultados dos assuntos em pauta, estando inteiramente dependentes de um espaço para realização do evento do mesmo.

Os eventos constituem acontecimentos sociais direcionados para diversos setores comerciais, culturais, científicos, religiosos ou esportivos, podendo contribuir para uma maior integração nestes segmentos e, indiretamente, para o desenvolvimento de determinadas atividades, como oferta, procura e turismo (ZANELLA, 2004).

Um evento individual após outro é a arena central da história e o ser humano tem a necessidade de aprender e trocar experiências, opiniões e conhecimentos. Hoje existem centenas de eventos a serem realizados ou em plena execução.

Um evento provoca fortes emoções para os participantes, promotores, organizadores e todos que estão envolvidos direto ou indiretamente com o mesmo e podem significar variedade e excelência de cardápios, ambientes requintados, conforto das instalações e em especial, descontração física e mental.

Para quem organiza significa muito trabalho, iniciativa, criatividade, competência e resultados e para quem participa integração, consolidação de vínculos e relações de caráter profissional e pessoal.

3.1 Eventos infantis e espaços de realização.

Um evento em si, por não ser uma ocasião corriqueira, se transforma em um encontro especial, de grandes expectativas. Os eventos de âmbitos Sociais e de Entretenimento e Lazer são sem dúvida os que mais emocionam seu público, por se tratarem principalmente da realização de sonhos ou importantes desejos pessoais que marcam a vida do cliente.

A qualidade e o profissionalismo diante destas execuções são indispensáveis na hora da organização do evento. Qualquer falha ou insatisfação pode comprometer toda a cerimônia e muito além, comprometer a reputação da empresa organizadora.

Em um mercado tão competitivo, é necessário que as empresas estejam cada vez mais atentas e entendam o comportamento dos consumidores para saber de suas necessidades e desejos.

E, atendendo-se a estes detalhes conseguirão desenvolver novos produtos e serviços, identificar melhores preços, meios de distribuição e a promoção adequada ao seu público alvo.

Um elemento crucial na criação de um evento é a compreensão do ambiente do evento. O contexto no qual o evento ocorrerá será a principal determinante para o seu sucesso.

Os espaços utilizados para realização dos diversos tipos de eventos são responsáveis, em certa parte por garantir o sucesso ou o fracasso deste acontecimento, pois é através da disposição do layout que conseguiremos ofertar um ambiente agradável que proporcione bem-estar ao público participante, contando com outros serviços agregados para realização do evento desejado.

De acordo com Borba (2007), os espaços para eventos devem ser considerados de acordo com a capacidade do ambiente, as condições de acomodação dos participantes, as possibilidades de instalações de serviços auxiliares e de apoio para determinados fins.

Martin (2003) ressalta que o local escolhido para realização de um evento, deve ter infraestrutura básica, mínima e adequada para realização de todas as atividades idealizadas.

Os espaços para eventos também devem ter fácil acessibilidade, estacionamento próprio, sinalização externa e interna, atendimento personalizado, dentre outros.

A organização de um evento infantil ganha um grau de responsabilidade ainda maior, por se tratar de uma realização pessoal vinda dos pais e participantes e especialmente por estar envolvendo crianças, conseqüentemente à atenção que se deve ter em todos os aspectos da cerimônia aumenta consideravelmente para que se possa garantir a segurança e o conforto de todos os convidados.

O mercado de festas infantis fomenta um amplo número de segmentos especializados: buffets, decoração, recreação, oficinas, cabeleireiros e camarins, personagens, locação de brinquedos, shows, fotografia e filmagem (SOARES, 2007).

Por envolver um numero muito grande de empresas e profissionais o segmento é grande gerador de trabalho e renda.

Para Britto (2002), o profissional de eventos, entre outras qualidades, deve ser seguro, gerando confiança para o cliente e para os funcionários; disciplinado, respeitando prazos, verbas, reuniões; ter flexibilidade, aceitando sugestões, adequando propostas, mudando etapas de trabalho; ter raciocínio rápido, entendendo a capacidade, os anseios e as expectativas dos clientes e funcionários; ter preparo físico, disposição e saúde; ser realista, percebendo os limites, as opções e saber usá-las sabiamente; ter paciência infinita, exercendo o autocontrole e a serenidade.

Profissionais que são indispensáveis na realização da cerimônia e que é importante que a empresa organizadora atenda a demanda com qualidade, são os garçons, recepcionistas, seguranças, fotógrafos, decoradores, profissionais para instalação de luz e som, auxiliares de manutenção, profissionais de cozinha e artistas animadores.

O treinamento e a qualificação da equipe são importantes, um trabalho prestado com comprometimento, educação e qualidade são fundamentais no decorrer do evento.

Organizar um evento, portanto, não é uma tarefa para amadores, para quem fica conquistando clientes pela redução de preços ou pela entrega de um serviço de qualidade duvidosa.

Os melhores e grandes clientes são aqueles que exigem perfeição do começo ao fim e que estão dispostos a se tornarem visíveis para seus públicos por meio das ações de eventos, não se importando muito com quanto irão ter que investir (ARAÚJO, 2009).

É claro, porém, que preço é um ponto muito importante dentro do planejamento orçamentário de qualquer evento. No entanto, não deve ser o condicionante para a exclusão de serviços de qualidade que garantirão a plena satisfação de seus clientes.

O compromisso da empresa com a qualidade do evento e a satisfação dos participantes é essencial para manter uma empresa organizadora. Tais cerimônias marcam a vida do cliente, deixar uma boa imagem de seu trabalho, e é o que sustenta a empresa em um mercado tão competitivo e em grande expansão (HOYLE, 2003).

4. Metodologia

Para realização deste estudo foram seguidos os parâmetros científicos das ciências sociais aplicadas, onde encontramos os princípios teóricos do conhecimento em turismo e hospitalidade.

Denker (2001) define o processo de pesquisa no campo das ciências humanas e sociais como base aos procedimentos das ciências factuais (uso de pesquisa empírica), analisando os diferentes procedimentos de pesquisa que podem ser identificados por analogia, de acordo com os objetivos da pesquisa específica que se pretende realizar, bem como, a adaptação dos procedimentos das ciências factuais ao contexto das ciências humanas.

Portanto, a pesquisa exploratória e os estudos descritivos foram a base para viabilização da pesquisa ora apresentada neste projeto.

A pesquisa exploratória aumentou a familiaridade do pesquisador com o ambiente investigado e serviu como base para uma pesquisa precisa, observando assim a importância dos espaços especializados para realização de eventos infantis, que se enquadram ao estudo do turismo, hospitalidade e lazer.

Já os estudos descritivos descreveram as situações do mercado a partir de dados primários.

A pesquisa descritiva apresentou um conhecimento profundo do assunto pelo pesquisador e também se exigiu uma série de técnicas de levantamento de dados como: aplicação de questionários, entrevista estruturada, pesquisas por telefone, interativas, uso do correio eletrônico e observação.

5. Resultados e Discussão

Segundo dados do IBGE (2010) Palmas, TO, possui mais de 225 mil habitantes, dentre eles 56.428 mil com faixa etária de 0 a 13 anos. A partir destes dados calcula-se que para cada dia do ano 51 crianças em média, comemoram seu aniversário.

Conhecendo as características de espaços adequados para realização de eventos infantis, iniciou-se a pesquisa de campo observando os espaços ofertados no município.

Foram identificados três espaços para a produção de eventos infantis, que comportam em média cento e trinta pessoas e oferecem em geral serviço de estrutura, decoração e Buffet, porém apenas dois equipamentos se dispuseram a participar da pesquisa.

Analisando os dados, claramente observou-se que tais espaços não atendem a demanda da capital em disponibilidade e prestação de serviço.

Os gráficos a seguir apresentam os resultados obtidos através das pesquisas realizadas no município de Palmas, no ano de 2012, bem como os respectivos itens analisados.

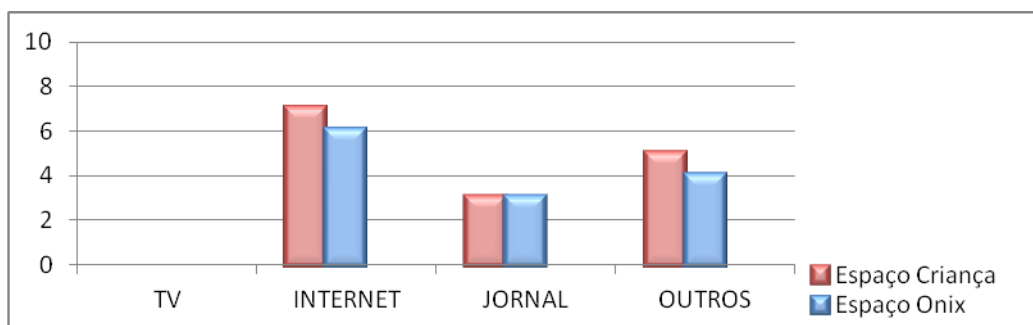


Gráfico 1. Promoção da Empresa

O gráfico 1, apresenta a forma de propaganda utilizada pela empresa para divulgação dos seus produtos e serviços.

O Espaço Criança se destaca com maior interação virtual e nos demais meios de comunicação.

A propaganda ‘boca a boca’ (poderosa ferramenta de comunicação) é o item representado em outros artifícios utilizados pelas empresas.

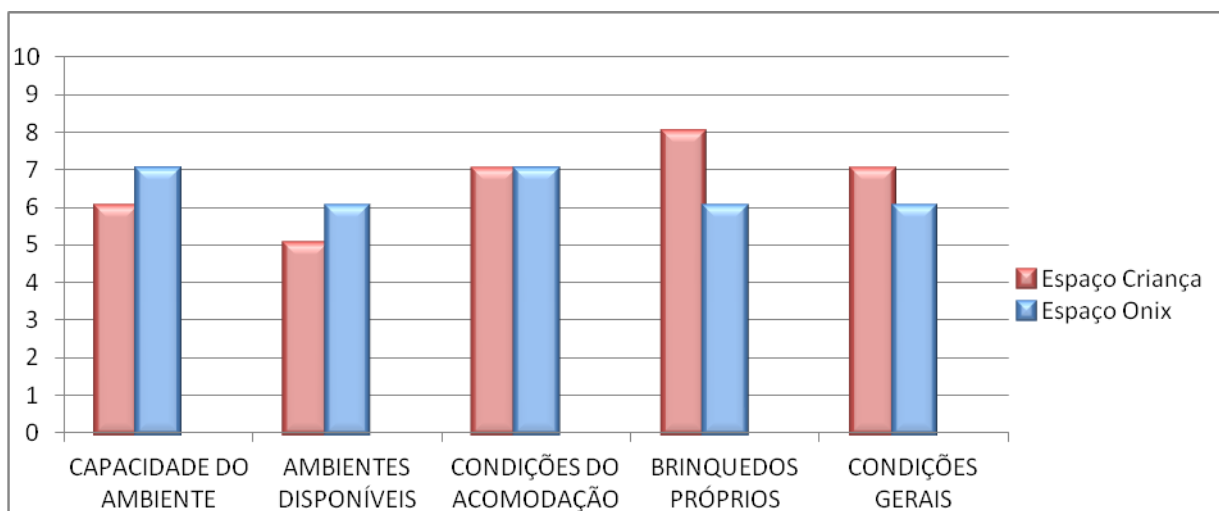


Gráfico 2. Especificações do Espaço para eventos

Quanto à estrutura dos ambientes disponíveis, apresentada no gráfico 2, o Espaço Onix comporta um maior número de pessoas e o ambiente possibilita maior liberdade na escolha do layout. Já o Espaço Criança possui maior diversidade e qualidade em se tratando de brinquedos e condições gerais (aparência, estrutura física, etc.).

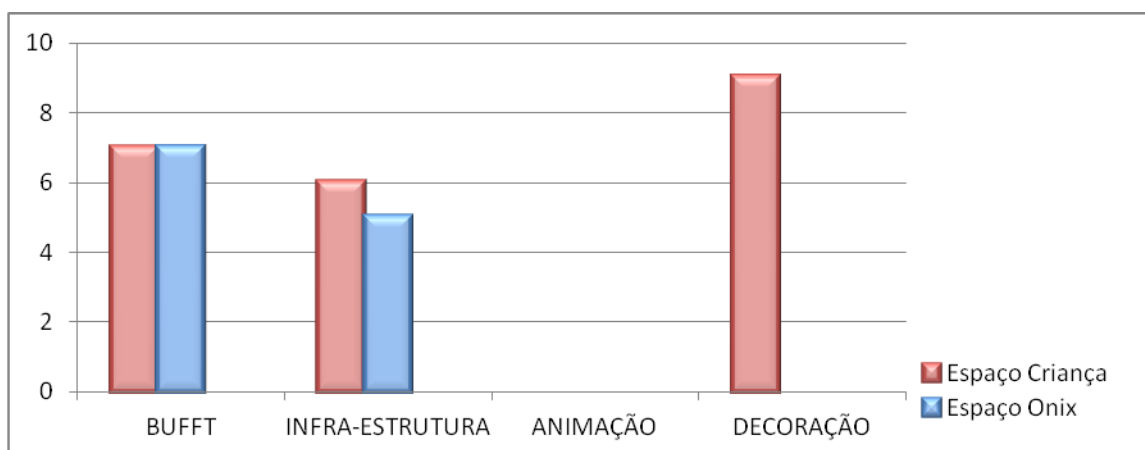


Gráfico 3. Serviços Oferecidos

No gráfico 3, se o interesse do cliente é montar um pacote, contratando a empresa para a organização geral do evento, tanto espaço, como Buffet e decoração, o Espaço Criança apresenta maior diversidade de oferta em relação ao Espaço Onix.

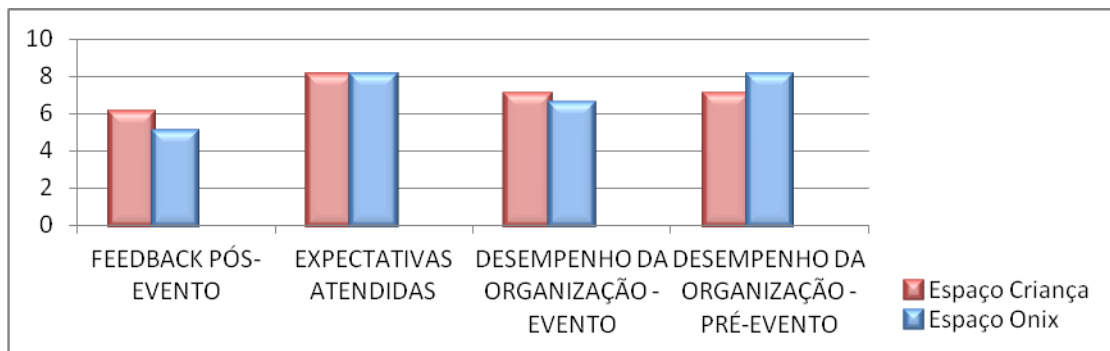


Gráfico 4. Pós Evento

A importância do pós-evento tanto para a empresa quanto para o cliente fez com que este momento se tornasse parte do pacote de contratação. Neste aspecto, as empresas se destacam em pontos diferentes.

Quanto ao feedback pós-evento o Espaço Criança apresenta maior atenção. Quanto ao desempenho da organização no pré-evento, o Espaço Onix se destaca com maior satisfação dos clientes, conforme especificado no gráfico 4.

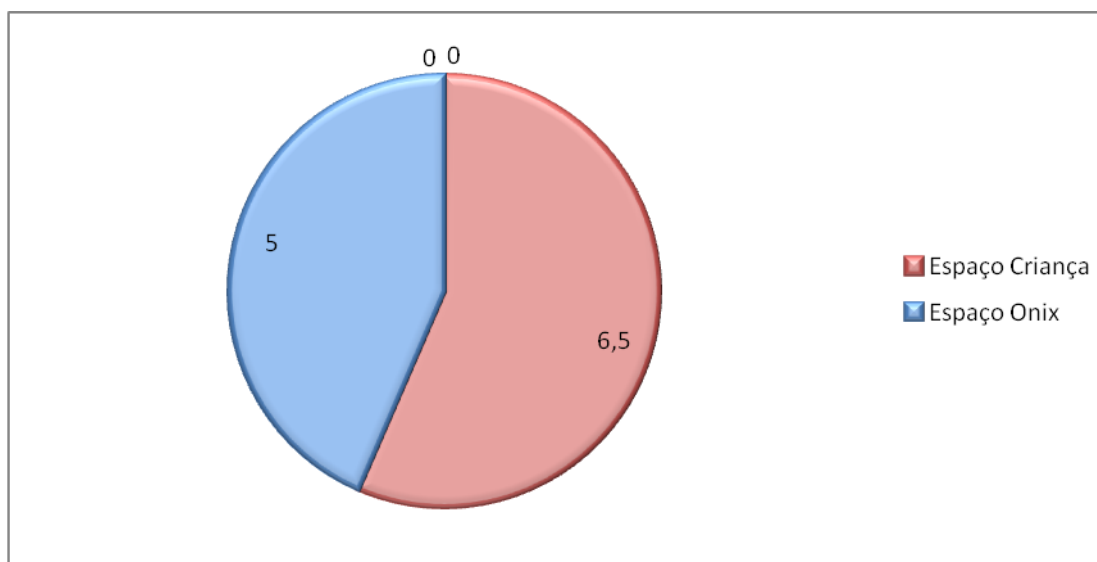


Gráfico 5. Resultado Final de avaliação quanto o preparo dos espaços especializados em eventos infantis.

De acordo com a pesquisa realizada com o público, observou-se insatisfação quanto ao material disponível, carência de inovação e diversificação, capacidade do espaço, espaços pequenos e mal distribuídos, contratação e organização, dificuldades na organização e planejamento, e sobre tudo, alto custo do evento.

6. Considerações finais

É incontestável a importância da realização dos eventos infantis para toda a sociedade, de um lado é a realização de desejos pessoais, do outro, a geração de empregos, qualificação de profissionais, movimentação da economia local, desenvolvimento regional e demais aspectos afetados na realização destas cerimônias.

Considerando as informações apresentadas, nota-se que a qualidade e o comprometimento nesse tipo de organização são indispensáveis para que se tenha êxito no produto final. Palmas encontra-se em crescimento populacional e econômico acelerado. A cada dia o comércio local se torna mais independente e satisfatório. Neste processo de formação, é fundamental um acompanhamento baseado em estudos e pesquisas direcionadas a cada setor. Esse público, somado aos habitantes que ali residem, formam um contingente considerável e que demandam cada vez mais espaços diversificados, especializados e atraentes para realizar seus eventos.

Atualmente o mercado de eventos vem criando forças e qualidade com o ingresso de profissionais especializados e a qualificação de profissionais já atuantes.

Portanto, para se alcançar a excelência e o profissionalismo esperado pelo cliente, o produtor de eventos infantis deve se atentar a todas as questões abordadas na pesquisa apresentada, buscar profissionais qualificados, observar empresas reconhecidas em outras regiões, estudar as condições do mercado, e, sempre empreender.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, M. G.; VARGAS, M. A. M.; MENDES, G. F. Territórios, Paisagens e Representações: um diálogo em construção. **Mercator**, Fortaleza, v.10, n.22, p.23-35, mai. / ago. 2011.

_____. Fronteiras, Territórios e Territorialidades. **Revista ANPEG**, 2005.

ALMIRÓN, A. V. Turismo y espacio. Aportes para otra geografía del turismo. **Revista GEOUSP - Espaço e Tempo**, São Paulo, Nº 16, pp. 166 -180, 2004.

ARAÚJO, A. O. **Comportamento do Consumidor Infantil e Promoção de Vendas em Shopping Centers** (2009). Disponível em:
<http://www.portaldomarketing.com.br/Artigos2/Comportamento_do_consumidor_infantil_e_promocao_de_vendas_em_shopping_centers.htm> . Acesso em: 24 fev. 2012.

BORBA, Antônio Máximo. Curso CPT: Treinamento e Hotelaria. **Planejamento e Organização de Eventos**. Curso de Tecnologia em Eventos da HOTECH - Faculdade de Tecnologia em Hotelaria, Turismo e Gastronomia de São Paulo: 2007.

CARLOS, A. F. A. **Espaço – Tempo na metrópole**: a fragmentação da vida cotidiana. São Paulo: Contexto, 2001.

CASÉ, P. **A cidade desvendada**: reflexões e polêmicas sobre o espaço urbano: seus mistérios e fascínios. Rio de Janeiro: Ediouro, 2000.

Curso CPT: Treinamento e Hotelaria. **Planejamento e Organização de Eventos**. 2004.

DENCKER, A. F. M. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Turismo**. 3 ed. São Paulo: Futura, 2001.

GOMES, C. **Geotecnologias da informação e remodelação do espaço urbano regional**. Revista Interface. Porto Nacional/TO. V.3, n.3, p.07-28, maio 2006.

HOYLE, L. H. Jr.. **Marketing de Eventos**: como promover com sucesso eventos, festivais, convenções e exposições. Ed. Atlas. São Paulo, 2003.

JÚNIOR, A. O. S. **O espaço turístico na fronteira do Brasil (Corumbá-MS) com a Bolívia**. 2010. 123 f. Dissertação (Mestrado em Estudos Fronteiriços). Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campus do Pantanal.

BRITTO, J. **Estratégias para Eventos**: uma ótica do marketing e do turismo. São Paulo: Aleph, 2002.

TENAN, I. P. S. **Eventos**. São Paulo: Aleph, 2002.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo Demográfico 2010**. Disponível no site: <http://www.ibge.gov.br/estadosat/perfil.php?sigla=to>. Acesso em jun. 2012.

LEFEBVRE, H. **O direito à cidade**. 4 ed. São Paulo: Centauro, 2006.

LIRA, E. R. **A Gênese de Palmas – Tocantins**: a geopolítica de (re)ocupação territorial na Amazônia Legal. Goiânia: Kelps, 2011.

MARTIN, V. **Manual Prático de Eventos**. São Paulo: Atlas, 2003.

MEIRELLES, G. F. **Tudo sobre Eventos**. São Paulo: STS, 1999.

SILVA, R. N.; GOMES, M. A. S. **Parques urbanos em Alagoas**: caracterização e análise no âmbito da produção do espaço. **Revista Percurso**, Maringá, v. 2 (1): 107-133, 2010.

SILVEIRA, M. L. **O espaço geográfico: da perspectiva geométrica à perspectiva existencial**. *Revista GEOUSP - Espaço e Tempo*, São Paulo, Nº 19, pp. 81 - 91, 2006.

SOARES, G. M. **10 dicas de como organizar uma festa infantil**. 2007. Disponível em: http://www.multidicas.com.br/Dicas_Sobre_o_Autor.html. Acesso, 10, jan., 2013.

XAVIER, F. O. R. **PALMAS: UMA CAPITAL PARA TODOS?** Dissertação apresentada como requisito parcial à obtenção do grau de Mestre em Geografia, curso de Pós-Graduação em Geografia, Setor de Ciências da Terra, Universidade Federal do Paraná. Curitiba, 2007.

ZANELLA, L. C.. **Manual de Organização de Eventos**: Planejamento e Operacionalização. São Paulo: Atlas, 2004.