

I Workshop de Dança: Sertanejo Universitário¹

Alan Macedo GOMES²
Alexandre Vanzo de ASSIS³
Amanda Norberto LUIZ⁴
Ariane Pereira da SILVA⁵
Fabiana Eleutério dos SANTOS⁶
Rodolfo Henrique NOGUEIRA⁷
Vanessa do Prado PIANISSOLA⁸
Wanea da Silveira BAZZO⁹
Mariângela Benine Ramos SILVA¹⁰
Universidade Estadual de Londrina, PR

RESUMO

O “I Workshop de Dança: Sertanejo Universitário” foi um evento organizado por alunos do 2º ano do curso de Comunicação Social - Habilitação em Relações Públicas, da Universidade Estadual de Londrina, de acordo com métodos e técnicas da disciplina 6NIC093 - Cerimonial e Organização de Eventos, matéria de caráter obrigatório ministrada pela Professora Doutora Mariângela Benine Ramos Silva. O evento teve como principal objetivo promover a dança do ritmo Sertanejo Universitário de uma tradicional Escola de Dança de Salão na cidade de Londrina – Paraná.

PALAVRAS-CHAVE: Evento; Organização; Workshop; Dança; Sertanejo.

1 INTRODUÇÃO

A organização de eventos é uma das vertentes de atuação do profissional de Relações Públicas, onde levamos por meio de um Workshop de Dança a temática da música do Sertanejo Universitário. O Workshop trata-se, segundo Matias (2001), de um grupo

¹ Trabalho submetido ao XIX Prêmio Expocom 2012, na Categoria Relações Públicas, modalidade Organização de Eventos.

² Aluno líder do grupo e estudante do 5º. Semestre do Curso: Comunicação Social – Relações Públicas, email: alan.nel_hp@hotmail.com

³ Estudante do 5º. Semestre do Curso: Comunicação Social – Relações Públicas, email: alexandrevanzo@hotmail.com;

⁴ Estudante do 5º. Semestre do Curso: Comunicação Social – Relações Públicas, email: amanluiz@hotmail.com;

⁵ Estudante do 5º. Semestre do Curso: Comunicação Social – Relações Públicas, email: ariane-psilva@hotmail.com;

⁶ Estudante do 5º. Semestre do Curso: Comunicação Social – Relações Públicas, email: fabiana-rpuel@hotmail.com;

⁷ Estudante do 5º. Semestre do Curso: Comunicação Social – Relações Públicas, email: rodolfohogueira@uol.com.br;

⁸ Estudante do 5º. Semestre do Curso: Comunicação Social – Relações Públicas, email: vanessaprado578@hotmail.com;

⁹ Estudante do 5º. Semestre do Curso: Comunicação Social – Relações Públicas, email: wanea_89@hotmail.com;

¹⁰ Orientador do trabalho. Professor do Curso: Comunicação Social – Relações Públicas, email: maria@sercomtel.com.br.

experimental de algum projeto de trabalho ou oficina para apresentar sistemas, métodos e técnicas ao público do produto que gerou o evento, com o objetivo de que os participantes compreendam e memorizem o conteúdo apresentado.

O evento teve a organização executada pelos graduandos de Comunicação Social – Relações Públicas da Universidade Estadual de Londrina. Para a realização do trabalho, os estudantes criaram uma empresa fictícia para atender e aprender todas as etapas do planejamento e organização de um evento.

O 1º Workshop de Dança Sertanejo Universitário trouxe os principais passos do ritmo, com as técnicas básicas individuais, de casal e dinâmica da dança. A finalidade era despertar o interesse dos participantes a procurarem mais informações, conhecerem mais a respeito desta área e do trabalho desenvolvido pelo Centro de Dança Marquinhos Flap.

2 OBJETIVO

O principal objetivo foi promover a cultura e a dança popular Sertaneja Universitária ensinando os passos básicos. A ênfase foi dada para a importância da prática da atividade física e também a divulgação do curso oferecido pelo principal parceiro, o Centro de Dança Marquinhos Flap. O trabalho foi realizado por meio da aplicação da prática do conteúdo sobre Planejamento e Organização de Eventos ministrado na disciplina **6NIC093 - Cerimonial e Organização de Eventos**.

3 JUSTIFICATIVA

A escolha da temática do Workshop foi baseada na premissa que o Sertanejo Universitário é um ritmo que está em ascensão no mercado da música e vem ganhando espaço na área da dança. Este é um tipo de música que traz traços da cultura brasileira para as festas, shows e aulas de dança.

Além disso, buscou-se promover a necessidade da prática de exercícios físicos constantemente, que é uma das formas de buscar mais qualidade de vida e a dança é uma das modalidades de atividade física que permite essa melhora. Todos os dados levantados para a definição do evento, devido a necessidade da aplicação prática do conteúdo da disciplina, foram coletados a partir da realização de sua fase inicial: o briefing.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Algumas técnicas e métodos utilizados foram determinantes para que o evento alcançasse seu objetivo. Entre eles estão o *briefing* inicial com o grupo autor do trabalho, para decisão dos critérios e funções que seriam executadas por cada membro, além de um *check-list* de atividades, contendo tarefas básicas como coordenação, divulgação, recepção e recursos financeiros.

A partir da aprovação do *briefing*, foi elaborado o projeto do evento contendo os seguintes itens detalhados: **Equipe/Comissão Organizadora; Nome do Evento; Tipologia e Tema do Evento; Objetivos** Geral e Específicos; **Justificativa; Público-alvo e número previsto de participantes; Infra-estrutura do local do evento; Período de realização e horários; Taxa de inscrição e/ou ingresso; Programação e Formato (“fluxo geral do evento”); Cerimonial e protocolo; Recursos necessários:** humanos, materiais e administrativos; **Contratação de serviços de terceiros:** qualidade e idoneidade dos serviços; **Infraestrutura interna e externa; Tributos, impostos e taxas;** bem como a definição dos **mecanismos de divulgação:** meios de comunicação, material promocional, programação visual. Também foi detalhada a **Relação das atividades a serem desenvolvidas;** a **Previsão orçamentária e os Instrumentos de controle e avaliação.**

Foram definidas cinco comissões para a realização do evento, as quais são: Comissão Central e Financeira que ficou responsável por todas as despesas, cálculos e diversos gastos referentes à realização do Workshop de Dança bem como o planejamento e organização geral das atividades a serem executadas; Comissão Adjunta para auxiliar a coordenação e atuar como orientadora das outras comissões, além de avaliar todos os processos de elaboração do evento; Comissão de Secretaria Geral que ficou a cargo da realização dos trabalhos burocráticos, formalização e avaliação das atividades executadas; Comissão de Divulgação e Recursos Visuais que ficou incumbida em divulgar, informar e elaborar materiais de apoio a divulgação do evento; Comissão de Serviços Gerais com funções de recepcionar os convidados; atentar-se aos imprevistos que poderiam surgir no momento do Workshop; decoração do local; compra e empréstimo dos materiais que iriam compor a temática do Sertanejo Universitário e os preparativos para o coquetel, limpeza e organização do espaço antes e depois do evento.

Todos os membros do grupo se dispuseram a enviar relatórios semanais sobre as atividades realizadas durante o período pré-evento. Foi criado, como veículo de

comunicação interna entre membros do grupo, um *e-mail* e uma página em uma rede social, de forma com que não houvesse falta de informações sobre o evento.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

5.1 ANTES DO EVENTO

Inicialmente a equipe se reuniu para um *Brainstorming* quando cada integrante apresentou suas propostas de eventos e temáticas para serem discutidos. O consenso se fez em torno do evento “1º Workshop de dança: Sertanejo Universitário” baseado em diversas informações colhidas para a realização do *Briefing*. Posteriormente ao *briefing*, a equipe foi dividida nas comissões apresentadas para o desenvolvimento das diversas etapas do evento.

A comunicação da equipe foi organizada em reuniões semanais para relatos das atividades desenvolvidas, levantamento de dúvidas e apresentação de propostas. Foi criado um e-mail para facilitar a comunicação e troca de informações diariamente entre os membros, além do envio de relatos semanais das atividades realizadas. Nas primeiras reuniões também foi traçado o cronograma geral das atividades.

Como meio de controle e avaliação das atividades, a coordenação do evento elaborou um *check-list*. Este foi o instrumento que serviu de guia para cada etapa do evento a ser executada por cada comissão.

Para o *Briefing*, a equipe fez o levantamento de despesas do evento, de acordo com a necessidade de cada comissão e constatou-se que seria necessário a presença de alguns parceiros para a realização do workshop. Foi, então, elaborado um projeto para captação dos recursos necessários para sua viabilização.

A primeira parceria foi estabelecida com o Centro de Dança Marquinhos Flap, que foi o principal apoiador do evento, e ocorreu da seguinte forma: a cessão seria no salão principal da escola que disponibilizou mesas, cadeiras, pista de dança, banheiros e aparelhagem de som e iluminação. Também foi oferecido um desconto dos pró-labores dos ministrantes do Workshop, de 80% sobre o valor da escola por participante. Toda parceria estabelecida pela escola foi registrado em contrato.

Após a captação deste parceiro, a coordenadoria do evento montou a programação adaptando todas as necessidades solicitadas pela tipologia do evento (workshop), dos

ministrantes e do estilo de dança proposto. Ficou estabelecido um valor de R\$ 5,00 para a inscrição por pessoa, o que foi necessário para arcar com os custos do evento.

Os responsáveis pela Comissão de Serviço Gerais fizeram uma análise da temática do evento e optaram pela elaboração da decoração e de um coquetel ao final do evento com motivos típicos relacionados ao tema. Para a decoração foi feita uma parceria com a Fazenda escola da Universidade Estadual de Londrina (UEL), que fez o empréstimo de materiais que caracterizam a vida sertaneja como feno, celas, cordas, tapetes, pó de serra, utensílios de cozinha em barro, toalhas e um violão.

Para a programação visual e gráfica, foi elaborado uma logomarca para a empresa fictícia e uma arte padrão com elementos que representam a temática do evento, criado por um membro da comissão de recursos visuais. A arte teve a presença das cores como o laranja e o preto que relembram o sertanejo e o principal símbolo do estilo: o violão. Todos os materiais visuais e gráficos possuíam a logo da Universidade e do apoiador.

A divulgação foi feita por meio de cartazes e flyers espalhados pelo Centro de Educação, Comunicação e Artes (CECA) e o Centro de Educação Física e Esportes (CEFE). Foi divulgado pela rede social *Facebook* com o uso do aplicativo Eventos. Para convidados especiais foram feitos convites formais para participação no evento. A comissão de Divulgação elaborou um *Press Release* com as informações do evento que foi encaminhado para a Rádio da Universidade e dois jornais de grande circulação municipal (Jornal de Londrina - JL - e Folha de Londrina), que divulgaram em seus respectivos sites e materiais impressos.

Juntamente com a divulgação, iniciaram-se as inscrições por meio de uma ficha que cada interessado deveria preencher. As inscrições foram realizadas no Escritório de Relações Públicas, no CECA.

Com relação ao local, este foi decorado com antecedência e de acordo com o planejamento. Os equipamentos de som, iluminação e ventilação foram previamente instalados e testados com auxílio do diretor da escola. Dentro do local foi criado um sistema de guarda volumes para os pertences dos participantes e também houve a manutenção da limpeza do local. Houve preocupação, ainda, em criar um kit de primeiros socorros, caso houvesse alguma emergência. O local foi sinalizado externa e internamente para que os participantes conseguissem se orientar durante todo o workshop.

5.2 DURANTE O EVENTO

O evento se iniciou com a recepção dos participantes por um membro da comissão posicionado na entrada da escola, enquanto outro recepcionava-os no salão em que o evento foi realizado. Este último orientava os convidados e os já inscritos que confirmassem suas presenças e ainda, auxiliava e executava o processo para inscrições no local. Todos os membros da organização estavam devidamente caracterizados de acordo com o vestuário proposto pelo tema e identificados com crachás.

A coordenadora central do evento executou a abertura do cerimonial na seguinte ordem: Saudações aos participantes; Apresentação do Tema; Apresentação dos ministrantes e uma apresentação inicial sobre o estilo de dança proposto. Deu-se, em seguida, o início das atividades.

O workshop foi programado de acordo com as orientações do ministrante. Primeiramente, os participantes fizeram alongamento, treinaram alguns passos individuais da dança e os passos em casal. Também foi explicada e aplicada a dinâmica de interação de casais e, por fim, houve a apresentação dos resultados. Durante o evento, um membro do grupo ficou responsável por atender as necessidades do ministrante, como seleção de música, microfone, computador e objetos utilizados para dinâmica.

Ao final das atividades propostas pelos ministrantes, a coordenadora seguiu com o cerimonial e fez uma divulgação do trabalho do Centro de Dança Marquinhos Flap. Posteriormente, agradeceu aos participantes e em especial, aos ministrantes. Convidou os presentes para o coquetel o que encerrou o Workshop.

O evento foi todo fotografado pela equipe. Logo após, foi avaliado por meio de relatórios de observação.

O Evento foi encerrado no horário previsto do planejamento.

5.3 DEPOIS DO EVENTO

Durante todo o processo de planejamento foram realizadas avaliações como reuniões semanais, relatórios, check lists, cronogramas e após o evento foi aplicado pela equipe um instrumento de avaliação na forma de um questionário objetivo, enviado por e-mail aos participantes, convidados e ao ministrante. O questionário teve foco em três quesitos importantes:

- a) Conhecer o perfil dos participantes;
- b) Saber por qual meio de divulgação teve conhecimento sobre o evento;
- c) Medir o nível de satisfação em cada item essencial para o evento.

Conforme a análise dos instrumentos, constatou-se que, conforme previsto no projeto, a grande maioria dos participantes foi de convidados e de inscritos, ou seja, 91,5 %. Já em relação ao meio de divulgação, constatou-se também que a forma mais eficiente foi a comunicação pessoal, ou seja, o contato feito mediante convites e apoios alcançou o expressivo número de 57,1% (cinquenta e sete vírgula um por cento), o *Facebook*, teve a participação de 21,4% (vinte e um vírgula quatro por cento) e os cartazes e *flyers* atingiram 14,3% (quatorze vírgula três por cento) dos participantes.

Em relação ao evento como um todo, verificou-se que 49,5% (quarenta e nove vírgula cinco por cento) o consideraram **Bom** e 42% (quarenta e dois por cento) **Excelente**. Apenas 8,5% (oito vírgula cinco por cento) consideram o workshop um evento regular.

Também foi solicitado que os participantes dessem sugestões e opiniões que reforçaram os dados quantitativos.

No pós evento, todos os participantes receberam, após a entrega da avaliação e por *e-mail*, um certificado juntamente com um agradecimento. O certificado e o e-mail foram elaborados com o *design* com a mesma arte dos convites, *flyer* e cartazes.

Cada parceiro recebeu um relatório final do evento contendo todas as informações e procedimentos utilizados pelo grupo. Também foi enviado a todos um clipping com as divulgações na imprensa, um portfólio de material gráfico e um dvd com o registro fotográfico.

6 CONSIDERAÇÕES

O evento foi executado dentro da proposta da disciplina 6NIC093 – Cerimonial e Organização de eventos, do curso de graduação Comunicação Social – Habilitação em Relações Públicas, com o propósito de aplicar na prática a teoria exposta em sala de aula.

Para as Relações Públicas segundo Giacaglia (2006), o evento é um instrumento de comunicação estratégica para atingir os stakeholders de uma organização, promover sua marca, fortalecer venda dos produtos e serviços e promover um aumento do território comercial. Os eventos auxiliam na formação da opinião pública, principal instrumento de trabalho do profissional de Relações Públicas dentro das organizações.

Na realização de uma evento, segundo Fortes e Silva (2011) o profissional de Relações Públicas trabalha na ações de planejamento, organização, coordenação e implantação dos projetos, por meio de pesquisas que levantem os principais interesses dos públicos, e o evento deve ser um estratégia de comunicação para atingí-los.

Para a realização do I Workshop de Dança: Sertanejo Universitário, os membros da equipe tiveram a oportunidade de aplicar na prática todas as etapas estabelecidas por Fortes e Silva (2011) que envolvem o processo de planejamento e organização de eventos como: Levantamento de Dados; Elaboração do Projeto; Captação de Recursos (projeto para apoiadores); Planejamento e organização; Execução; Avaliação e Providencias Finais; Avaliação qualitativa e quantitativa durante todo sua realização, bem como a elaboração do relatório final.

Como retorno para o Centro de Dança Marquinhos Flap, o I Workshop de Dança: Sertanejo Universitário promoveu sua marca entre os universitários da UEL.

A empresa esteve presente com sua logomarca em todos os materiais visuais utilizados, foi promovida nas mídias sociais e na imprensa. Todos os participantes saíram do evento com um *flyer* com os contatos da escola, sendo que o curso foi divulgado durante o evento pelos ministrantes. O empresário responsável pela escola de dança adquiriu um mailing-list com os endereços eletrônicos dos participantes que foram utilizados pela organização do evento para divulgação.

O evento obteve um retorno positivo por parte dos participantes e da empresa apoiadora. Desta maneira, foi relatado que houve um aumento nas inscrições da escola para o curso de dança de Sertanejo Universitário, bem como um aumento na procura por parte das divulgações em imprensa. Para a organização do evento, até foram solicitadas novas parcerias para execução de outros workshops dentro de outras temáticas.

O evento excedeu as expectativas do grupo, sobretudo, diante dos ótimos *feedbacks* recebidos da empresa parceira, dos convidados e dos alunos que participaram e que não deixaram de registrar espontaneamente seu contentamento. Como pontos principais, destacam-se:

- Aumento da motivação e integração dos participantes, além do estímulo à prática de atividade física por meio da dança;
- Maior conhecimento do participantes sobre o ritmo musica Sertanejo Universitário e a percepção da sua influência na formação da cultura brasileira

- Boa exposição da marca “Marquinhos Flap” na mídia, mesmo sendo um evento de pequeno porte; e, ainda,
- Exercício da atividade de Planejamento e Organização de um evento pelos futuros profissionais de Relações Públicas.

Desde o planejamento, a visão holística do evento possibilitou que o grupo envolvido partilhasse de todo conhecimento transmitido durante as aulas, bem como para que o grupo atingisse os objetivos propostos. Dentre os objetivos alcançados e mais valorizados, destaca-se a preparação para o mercado de trabalho nesta área de eventos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

GIACAGLIA, M.C. **Organização de Eventos: Teoria e Prática**. São Paulo: Tomson Learning, 2006.

FORTES, Waldyr Gutierrez; SILVA, Mariângela Benine.Ramos. **Eventos: Estratégias de Planejamento e execução**. São Paulo: Summus, 2011.

MATIAS, Marlene. **Organização de Eventos: procedimentos e técnicas**. São Paulo: Manole, 2011.