

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE  
*CAMPUS* DE IRATI  
SETOR DE SOCIAIS APLICADAS – SESA/I  
DEPARTAMENTO DE TURISMO – DETUR/I

**EVANDRO LEMES BATISTA**

**MUDANÇAS DA MÜNCHEN FEST DE PONTA GROSSA-PR ENTRE OS ANOS DE  
1990 – 2015**

IRATI  
2016

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE  
*CAMPUS* DE IRATI  
SETOR DE SOCIAIS APLICADAS – SESA/I  
DEPARTAMENTO DE TURISMO – DETUR/I

**EVANDRO LEMES BATISTA**

**MUDANÇAS DA MÜNCHEN FEST DE PONTA GROSSA-PR ENTRE OS ANOS DE  
1990 – 2015**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Turismo da Universidade Estadual do Centro-Oeste – UNICENTRO, *Campus* de Irati – PR, como requisito para obtenção de grau de Bacharel em Turismo.

Professora Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Vanessa Oliveira de Menezes.

IRATI  
2016

## **AGRADECIMENTOS**

A Deus, por sempre estar comigo e me abençoar em todos os momentos da minha vida. Por me fortalecer nos momentos de fraquezas, por me ajudar nos momentos que sempre precisei.

Agradeço a minha família, em especial minha mãe Cleri e meu pai Izack, que sempre me incentivaram e apoiaram.

A minhas irmãs Cassiane e Sabrina, por me ajudarem e me apoiarem em momentos difíceis.

Agradeço a minha orientadora Prof.<sup>a</sup> Dra. Vanessa de O. Menezes, pela dedicação e contribuição ao trabalho.

Aos professores que aceitaram compor a banca e avaliar meu trabalho Me. Leandro Baptista e, em especial, Prof.<sup>a</sup> Me. Paula Grechinski, que também me orientou neste trabalho, a qual foi a única professora que nos deu aula em todos os anos consecutivos do curso de graduação. Agradeço pela paciência, incentivo e contribuição à minha formação.

De uma forma geral, agradeço a todos os professores que contribuíram para minha formação, me prepararam e capacitaram para o meu futuro profissional.

Àqueles que contribuíram com minha pesquisa, por meio de conversas, questionários e materiais sobre a München Fest: Loreni Menger dos Santos, Iran Taques, Micheli J. Introvini, Angela Pilatii, Ronie Barros e Casa da Memória.

Agradeço ao meu amigo Allan Christopher “Stallone”, por me ajudar com a tradução do resumo para a língua alemã.

Agradeço aos meus colegas e amigos do curso, aos quais convivi os quatro anos de graduação. Obrigado pela parceria, pelas festas, churrascos, amizade, risadas em sala de aula e saídas técnicas. Com certeza tudo isso nos proporcionou momentos que jamais vamos esquecer.

Dedico esse trabalho a minha família,  
que sempre esteve comigo e torcem pelo meu sucesso!

"Um sonho não vira realidade a partir de mágica. Você precisa de suor, determinação e trabalho duro".

Colin Powell

## RESUMO

Este trabalho tem como objetivo geral verificar quais foram as mudanças ocorridas no evento München Fest de Ponta Grossa entre os anos de 1990 a 2015. Para responder ao problema proposto, este trabalho conta com os seguintes objetivos específicos: realizar um levantamento do histórico do evento; realizar um levantamento da trajetória do evento, analisando as seguintes variáveis: número de pessoas, consumo de chopp, fornecedora de bebidas e empresa/orgão responsável pela realização e produção do evento; pesquisar junto aos organizadores da München Fest quais os fatores que influenciaram para que ocorressem mudanças no evento. A metodologia incluiu a pesquisa bibliográfica, a pesquisa documental e a pesquisa de campo no qual neste último foi aplicado questionários a três pessoas que trabalharam na organização do evento durante sua trajetória, buscando identificar fatores que influenciaram para que ocorressem mudanças no evento. A fundamentação teórica deste trabalho é composta pelos seguintes capítulos e subcapítulos: Turismo e Eventos: contextualização; Eventos: conceituação; Classificação e tipologia de eventos. Os resultados obtidos revelaram que a München Fest de Ponta Grossa passou por diversas mudanças a fim de atrair público e garantir a longevidade do Evento. A München Fest de Ponta Grossa continua sendo uma festa nacional do chopp escuro e com características alemãs, que busca a promoção da cidade de Ponta Grossa, contudo, atualmente o Chopp claro é a bebida mais consumida no Evento.

**Palavras-chave:** München Fest, Ponta Grossa, Eventos, Chopp.

## ZUSAMMENFASSUNG

Diese arbeit wissenschaftliche hat das ziel, um zu überprüfen, was die änderungen in München Fest Ponta Grossa veranstaltung zwischen den Jahren 1990 bis 2015. Als Reaktion auf das vorgeschlagene problem, ist diese arbeit hat die folgenden ziele waren: Umfrage der veranstaltung geschichte; einen überblick führen über die geschichte von der veranstaltung, die folgenden variablen zu analysieren: Zahl der menschen, der konsum von chopp, einen anbieter von getränken und unternehmen/organisation verantwortlich für die vorbereitung und produktion der veranstaltung; Suche mit den organisatoren des München Fest, das beeinflusst faktoren, so dass änderungen in der veranstaltung auftreten. Die methodik umfasste die literaturrecherche, sekundärforschung und feldforschung in dem letzte fragebögen zu drei personen angewendet, ihrer geschichte in der organisation der veranstaltung arbeitet, der suche nach faktoren zu identifizieren, die änderungen an der veranstaltung auftreten beeinflusst. Die theoretische grundlage dieser arbeit besteht aus den folgenden kapiteln und unterkapiteln tourismus und veranstaltungen: Kontextualisierung; Veranstaltungen: Konzeptualisierung; Bewertung und Ereignistyp. Die ergebnisse zeigten, dass München Fest Ponta Grossa mehrere änderungen, um zu gewinnen öffentlichkeit und sorgen für die langlebigkeit der veranstaltung erfahren hat. München Fest Ponta Grossa bleibt eine nationale feier dunkles bier und deutschen eigenschaften, die förderung der stadt Ponta Grossa sucht derzeit jedoch klar Chopp ist das am meisten konsumierte getränk in der fest.

**Schlüsselwörter:** München Fest, Ponta Grossa, Geschehen, Chopp

## LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 – Vista aérea de Ponta Grossa, Paraná.....	26
FIGURA 2 – Foto da 1ª München Fest.....	28
FIGURA 3 – Centro de eventos de Ponta Grossa.....	29
FIGURA 4 – Avenida München de Ponta Grossa.....	34
FIGURA 5 – Desfile 22ª München Fest .....	40
FIGURA 6 – Desfile da 25ª München Fest.....	41



## LISTA DE QUADROS

QUADRO Nº 01 – München Fest 1ª à 5ª edição.....	42
QUADRO Nº 02 – München Fest 6ª à 10ª edição .....	42
QUADRO Nº 03 - München Fest 11ª à 15ª edição.....	43
QUADRO Nº 04 - München Fest 16ª à 20ª edição .....	44
QUADRO Nº 05 - München Fest 21ª à 25ª edição .....	45
QUADRO Nº 06 - München Fest 26ª edição .....	45
QUADRO Nº 7 – Mudanças a partir do Histórico .....	46
QUADRO Nº 8 – Mudanças a partir da opinião dos entrevistados .....	50

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	<b>10</b>
<b>1 METODOLOGIA</b> .....	<b>12</b>
<b>2 FUNDAMENTOS TEÓRICOS</b> .....	<b>15</b>
2.1 TURISMO E EVENTOS: CONTEXTUALIZAÇÃO .....	15
<b>2.2 EVENTOS: CONCEITUAÇÃO</b> .....	<b>19</b>
2.2.1 Classificação e Tipologia de Eventos .....	22
<b>3 OBJETO DE ESTUDO</b> .....	<b>26</b>
<b>4 APRESENTAÇÃO DE DADOS</b> .....	<b>31</b>
4.1 HISTÓRICO DA MÜNCHEN FEST EM PONTA GROSSA .....	31
4.2 FATORES QUE INFLUENCIARAM EM MUDANÇAS NO EVENTO .....	47
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	<b>51</b>
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	<b>53</b>
<b>APÊNDICE</b> .....	<b>60</b>
<b>ANEXO</b> .....	<b>62</b>

## INTRODUÇÃO

Este trabalho tem como tema a organização de eventos, sendo o objeto de estudo a München Fest, evento realizado na cidade de Ponta Grossa (PR) desde o ano de 1990 até os dias atuais.

A München Fest é conhecida como a Festa Nacional do Chopp Escuro, realizada entre o final do mês de novembro e começo de dezembro. Tem como principal atrativo o chopp, apresentações de bandas alemãs, concurso da rainha (concurso de beleza e simpatia, no qual as candidatas estão vestidas a caráter em estilo alemão), concurso de chopp em metro, bailes públicos, praça de alimentação e shows com cantores locais, nacionais e internacionais (INTROVINI, 2005; PREFEITURA MUNICIPAL DE PONTA GROSSA, 2013, j).

O planejamento e a organização de eventos são áreas de estudo do turismo, e está em constante desenvolvimento; por essa razão, estuda-se essas temáticas. Observado a oportunidade de pesquisa na München Fest, foi elaborado este Trabalho de Conclusão de Curso no qual foi lançado como problema: quais foram as mudanças ocorridas na München Fest de Ponta Grossa nos seus 26 anos de realização (1990-2015)?

Para responder ao problema de pesquisa, esse trabalho tem como objetivo geral verificar quais foram as mudanças ocorridas na München Fest entre os anos de 1990 a 2015. Nesse contexto, os objetivos específicos consistem em: realizar um levantamento do histórico do evento; realizar um levantamento da trajetória do evento, analisando as seguintes variáveis: número de pessoas, consumo de chopp, fornecedora de bebidas e empresa responsável pela realização/produção do evento; e pesquisar junto aos organizadores da München Fest quais os fatores que influenciaram para que ocorressem mudanças no evento.

Ao analisar a trajetória do evento, também foi possível identificar elementos que explicam a longevidade da Festa.

A escolha desse objeto de estudo deu-se pela importância que o Evento representa na região dos Campos Gerais, e pelo grande número de pessoas que a München Fest atrai.

Esta pesquisa será importante para a Prefeitura Municipal de Ponta Grossa, Fundação Municipal de Turismo – FUMTUR, para os organizadores da München Fest e para pessoas que queiram conhecer o evento, pois foi realizado um

levantamento de dados de todas as suas edições, contribuindo com informações para futuros planejamentos e ações da equipe de organização da München Fest. Conseqüentemente, essa pesquisa pode servir como uma fonte de informações, para auxiliar novos projetos da Prefeitura Municipal de Ponta Grossa e organizações privadas que queiram elaborar projetos e investir, tendo como objetivo, as relações com a München Fest.

A seguir será exposta a metodologia deste trabalho, a qual foi possível desenvolver e chegar aos resultados dos objetivos propostos. Para melhor compreensão sobre o setor de eventos, este trabalho contém conceitos, definições e informações sobre tal segmento. Como já citado, os eventos estão em constante desenvolvimento e com inovações ao segmento. Uma das características do mercado de eventos é o fato de ser utilizado como ferramenta para minimizar a sazonalidade nas baixas temporadas em destinos turísticos (COUTINHO; COUTINHO, 2007). A fim de mostrar as mudanças ocorridas na München Fest, após o referencial teórico nesta monografia foi apresentado o histórico da München Fest, e é apresentada a análise de dados da pesquisa.

Este trabalho foi dividido em capítulos e subcapítulos, os quais introduz ao leitor o tema, contextualizando sobre o assunto em pauta. Após esta pesquisa, foram apresentados os resultados alcançados, assim, respondendo ao problema do estudo e os objetivos propostos. Com esse trabalho, foi possível chegar a conclusões sobre o evento München Fest, as quais estão dispostas no final desta monografia.

Em seguida à conclusão, foram apresentadas as referências utilizadas para a formulação deste trabalho. Após as referências, foi disponibilizados os apêndices e anexos, os quais foram utilizados para chegar aos resultados da pesquisa e, complementam este trabalho.

## 1 METODOLOGIA

Essa pesquisa se caracteriza como qualitativa, pois mesmo utilizando-se de dados quantitativos, expressos por meio da quantidade de participantes das edições da Festa, procurou-se ater ao significado dos dados. É de caráter descritivo e exploratório, com um recorte longitudinal, já que trabalhará com um período de 26 anos, na qual a coleta de dados foi dividida em etapas.

Na primeira etapa foi realizada um levantamento bibliográfico, buscando referencial teórico sobre o tema proposto. Foram utilizados livros e artigos científicos, tais como Matias (2004), Oliveira (2011), Coutinho e Coutinho (2007), entre outros, de modo a apresentar as definições e ideias sobre o segmento de eventos.

Na segunda etapa do trabalho foi realizado o levantamento da trajetória da München Fest em Ponta Grossa, utilizando para tanto a técnica de pesquisa documental, em busca de notícias e informações que foram publicadas sobre o evento. Para isso, utilizou-se da pesquisa a campo no dia 04 de abril de 2016, em uma visita a Casa da Memória<sup>1</sup> da cidade de Ponta Grossa, onde foi realizado um levantamento de dados quanto ao histórico da München Fest, através de arquivos como jornais, *folders* e relatório de pós-evento, disponibilizados pela Festa e que se encontram no acervo da Casa da Memória de Ponta Grossa.

No dia 04 de abril de 2016, por meio da pesquisa a campo, buscou-se um trabalho de conclusão de curso em Turismo<sup>2</sup> na FUMTUR (Fundação Municipal de Turismo) de Ponta Grossa, o qual apresenta informações relevantes sobre a München Fest até sua 15ª edição.

Visando facilitar a comparação das edições, os dados foram expostos em quadros. Nesses quadros, foram destacadas três variáveis: público de cada edição, número de litros de chopp consumidos durante os dias da Festa, fornecedora de

---

<sup>1</sup> A casa da memória é um prédio antigo, qual, foi à primeira estação de passageiros de Ponta Grossa. Inaugurada em 1894, desenvolveu suas atividades até o início do século XX. Em 1990 a Prefeitura Municipal de Ponta Grossa adquiriu o imóvel, que foi tombado pela Coordenadoria do Patrimônio Cultural e Artístico do Paraná em 30 de maio do mesmo ano. O prédio foi restaurado e em 07 de setembro de 1995 inaugurado em suas dependências a Casa da Memória Paraná. Nela se encontra um acervo de documentos variados sobre a história de Ponta Grossa, dos Campos Gerais e do Paraná (PREFEITURA MUNICIPAL DE PONTA GROSSA, 2016, h).

<sup>2</sup> INTROVINI, Micheli Justus. Festa Nacional do Chope Escuro – München Fest. Uma proposta de possível revitalização. 2005. Trabalho de Conclusão de curso. (Graduação em Turismo) Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa, 2005.

bebidas e Empresa/organização responsável pela realização e/ou produção da edição do evento. Ressalta-se que após os quadros foram apresentados ainda comentários sobre as edições. As principais mudanças do evento foram expostas em tópicos.

Para alcançar o último objetivo específico, pesquisar junto aos organizadores da München Fest quais os fatores que influenciaram para que ocorressem mudanças no evento, foram aplicados questionários às pessoas que trabalharam na organização da Festa. A partir desse instrumento de pesquisa foi possível identificar fatores que influenciaram nas mudanças do evento. O mesmo questionário foi aplicado a três pessoas que trabalharam na organização da München Fest de Ponta Grossa e que possuem conhecimento e experiência sobre o evento. Os questionários foram aplicados no mês de junho de 2016 por meio de uma rede social, Facebook, e através de e-mail.

O primeiro questionário foi aplicado à Historiadora Loreni Menger dos Santos, a qual faz parte da Fundação Municipal de Turismo de Ponta Grossa, e trabalhou em 18 edições da München Fest. Foram questionados itens como: em quais edições da München Fest a entrevistada estava envolvida e em qual setor; quais foram as principais mudanças no evento no período que trabalhou; que fatores influenciaram para que ocorressem essas mudanças; quais outras mudanças relevantes que ocorreram entre 1990 e 2015; e quais foram os momentos mais marcantes na história da München Fest. Este questionário foi aplicado no mês de Junho de 2016, através da rede social Facebook.

O mesmo modelo de questionário foi aplicado à Ângela Pilatti, profissional envolvida na Coordenação Artística das primeiras 14 edições, responsável pelas atividades de palco interno e externo, bandas e shows. O questionário foi aplicado no mês de Junho de 2016 por e-mail.

O terceiro questionário foi aplicado ao empresário Iran Taques, o qual trabalha com eventos desde o ano de 2001. Ele é proprietário de 2 casas noturnas em Ponta Grossa, uma empresa de eventos e é empresário musical. A empresa de eventos participa da München Fest desde a 22ª edição, com a venda de shows, sendo responsável pela contratação e organização de todo o evento a partir da 24ª edição. As mesmas perguntas foram direcionadas à ele por e-mail.

Por meio dos questionários foi possível identificar os fatores que influenciaram para que ocorressem mudanças na München Fest.

Ao fim das etapas de pesquisa aqui descritas e após analisados os dados coletados de forma comparativa, foi possível traçar considerações sobre as mudanças ocorridas no evento München Fest de Ponta Grossa - PR entre os anos 1990 à 2015, e responder ao problema de pesquisa.

## 2 FUNDAMENTOS TEÓRICOS

O turismo é uma atividade que engloba diversos segmentos e áreas de atuação, visto que está ligado diretamente ao mercado de negócios, lazer e eventos, buscando as inter-relações e envolvimento das pessoas, que através destes acontecimentos adquirem novos conhecimentos e novas experiências (BRITTO; FONTES, 2002). A seguir, será apresentado sobre as áreas do Turismo e sobre o mercado de eventos, com base em autores e estudiosos do setor.

### 2.1 TURISMO E EVENTOS: CONTEXTUALIZAÇÃO

De modo a contextualizar a temática em estudo, destaca-se que, segundo Barretto (1999), as raízes do turismo começaram por volta do séc. VIII A.C., na Grécia Antiga. Os gregos tinham o costume de viajar a cada quatro anos para assistir e participar dos Jogos Olímpicos, e hospedavam-se na casa de outras pessoas que os acolhiam sem cobrar as diárias. Naquele período, os Jogos tinham caráter religioso e, o evento, tinha como objetivo, homenagear aos deuses.

Desta forma, pode se destacar que

O turismo é um fenômeno social que consiste no deslocamento voluntário e temporário de indivíduos ou grupo de pessoas que, fundamentalmente por motivos de recreação, descanso, cultura ou saúde, saem de seu local de residência habitual para outro, no qual não exercem nenhuma atividade lucrativa nem remunerada, gerando múltiplas inter-relações de importância social, econômica e cultural (DE LA TORRE, 1992, p. 19)

Percebe-se, portanto, que o turismo é uma atividade na qual as pessoas, por diferentes motivos, se deslocam de seu local de residência habitual para outro, a fim de adquirir conhecimentos e novas experiências de vida.

Segundo Dias e Aguiar (2002, p. 24), a Organização Mundial do Turismo (OMT) descreve o turismo

como as atividades que as pessoas realizam durante suas viagens e estadias em lugares diferentes do de sua moradia habitual, por um período de tempo contínuo inferior a um ano, com fins de lazer, por negócios ou outros motivos, não relacionados com o exercício de uma atividade remunerada no lugar visitado.

Dias e Aguiar (2002), salientam, ainda, que o conceito amplo apresentado anteriormente é utilizado tanto entre países, como para turismo dentro do próprio território. Isso mostra que o turismo conceitualmente é uma atividade regulada e



organizada, na qual permite um elo entre os países, facilitando o desenvolvimento da atividade turística.

Para entender melhor o desenvolvimento da atividade turística, Dias e Aguiar (2002, p. 28) explicam que

Com o objetivo de normatizar as estatísticas de turismo nos diferentes países, a Organização das Nações Unidas, em 1979, propôs uma classificação para a motivação da viagem ou motivo principal da visita turística. Essa classificação foi ordenada nas diretrizes provisórias sobre estatística do turismo internacional, podem ser utilizadas tanto para o interno, tendo por objetivo medir os seguimentos-chaves da demanda turística para fins de planejamento, tendo promoção e comercialização.

Essa classificação é importante para o desenvolvimento da atividade turística, pois identificando os segmentos que mais e menos atraem turistas, torna-se mais fácil realizar um planejamento eficiente e investimentos na área em questão.

Para entender melhor essa classificação, leva-se em conta o motivo da visita (ou viagem) por diversão, para turismo receptor, emissor e interno. Pode ser classificado como de lazer, recreação e férias; visitas a parentes e amigos; negócios e motivos profissionais; tratamento de saúde; religião e/ou Peregrinações (OMT s/d *apud* DIAS; AGUIAR, 2002, p. 29). Contudo, dependendo das motivações do viajante, o turismo pode apresentar um número indefinido de áreas e abrangência, pois as necessidades e motivações dos turistas para realizar uma viagem são distintas e cada pessoa/visitante possui um perfil com características diferentes. Isso explica o porquê do mercado turístico explorar vários segmentos.

De acordo com o Ministério do Turismo (MTUR)

Quando se fala em mercado turístico remete-se a noção de segmentação da oferta ou da demanda, pois é improvável que todos os consumidores tenham as mesmas preferências ou se disponham a pagar sempre por apenas um tipo de experiência turística. Segmentar a demanda (de acordo com o tipo/perfil de turistas) é definir a parcela das pessoas que compartilham as mesmas características, necessidades e expectativas. Segmentar a oferta (tipos de turismo/experiência – Aventura, Sol e Praia etc.) é definir uma oferta turística que tenha uma identidade comum, com base no tipo de experiência e que atenda às expectativas do segmento de demanda que se deseja atrair (BRASIL, 2010, p. 13).

Dias e Aguiar (2002) afirmam que a segmentação de mercado serve para facilitar a identificação dos gostos dos clientes. Ansarah (2001, p.27) explica que “a segmentação possibilita o conhecimento dos principais destinos demográficos, dos tipos de transporte, da composição demográfica dos turistas e da sua situação social

e estilo de vida, entre outros elementos”. A partir da identificação do perfil dos clientes, torna-se mais fácil direcionar/oferecer produtos e pacotes turísticos, bem como atender de maneira mais precisa e satisfazer as expectativas do público alvo. São muitos os segmentos turísticos, mas é possível destacar os mais tradicionais, sendo eles: Turismo de lazer, Turismo de águas termais, Turismo desportivo, Turismo religioso, Turismo de juventude, Turismo social, Turismo cultural, Turismo ecológico, Turismo de compras, Turismo de aventura, Turismo gastronômico, Turismo de incentivo, Turismo da terceira idade, Turismo rural, Turismo de intercâmbio, Turismo de cruzeiros marítimos, Turismo de negócios, Turismo técnico, Turismo GLS, Turismo de saúde, Turismo étnico e nostálgico e Turismo de eventos (OLIVEIRA, 2002). Dias e Aguiar (2002) expõem que não existe um número fixo de segmentos, e pode haver modificações na importância da motivação para a viagem.

Dentre os diferentes segmentos do turismo, neste trabalho enfatiza-se o turismo de eventos, que muitas vezes é utilizado como ferramenta para minimizar a sazonalidade de uma cidade ou localidade turística, movimentando a economia local. Isso reflete, por exemplo, nas cidades que trabalham com o segmento de sol e praia, pois nas baixas temporadas necessitam de uma alternativa para atrair turistas a fim de movimentar o setor turístico (Hotéis, bares, boates, restaurantes, etc.) e a economia local (COUTINHO; COUTINHO, 2007). Sendo assim, este segmento pode contribuir para o desenvolvimento de um destino, gerando empregos de forma direta e indireta, e movimentando receitas financeiras, independentemente se o evento estará sendo realizado por empresas privadas ou organizações governamentais (COUTINHO; COUTINHO, 2007).

De acordo com Franco (2003, p.72), “os benefícios proporcionados pelos eventos para as comunidades receptoras são os mais variados”.

O evento é um gerador de divisas, à medida que aumenta o número de visitantes na localidade; estes, por sua vez, tendem a gastar mais que um turista comum;  
Ao se promover o evento em épocas variadas do ano, diminui-se o impacto negativo da sazonalidade dentro da atividade turística;  
Em consequência da realização de eventos, há um aumento na geração de empregos e renda;  
De acordo com a dimensão do evento, pode haver um aumento na permanência do turista na cidade (FRANCO, 2003).

A citação anterior mostra que os eventos tem a capacidade de desenvolver uma região e conseqüentemente melhorar a economia local. Além de promover a

economia local, os eventos podem ser considerados peças fundamentais para melhorar o marketing turístico de uma localidade.

Pode-se perceber que os eventos são peças para reunir pessoas que tenham interesses em comuns; através destes encontros, as pessoas podem trocar experiências e conhecimentos, podendo ampliar seu *networking*<sup>3</sup>.

Alvares (2003, p. 118) enfatiza que,

os eventos têm grande importância no desenvolvimento socioeconômico de uma região. Divulgam a localidade estimulando o turismo, geram empregos diretos e indiretos, promovem intercâmbio entre as pessoas e trazem novos investimentos.

Todavia a cidade ou localidade em que o evento é realizado, ganha mais visibilidade, atraindo turistas, investidores e muitos outros benefícios, como, por exemplo, geração de empregos, melhorias em infraestruturas para a população local (COUTINHO; COUTINHO, 2007).

Segundo Oliveira (2002, p. 78) o turismo de eventos

É praticado por quem deseja participar de acontecimentos promovidos com o objetivo de discutir assuntos de interesses comuns (profissionais, entidades associativas, culturais, desportivas) ou para expor ou lançar novos artigos no mercado. Estão divididos nas categorias regional, nacional e internacional.

Desta forma, nota-se que o turismo de eventos está relacionado aos interesses pessoais e profissionais. Para Bahl (2004, p. 17) “Os eventos envolvem uma gama muito ampla de possibilidades para a formatação de produtos turísticos e para a promoção ou o resgate de atividades sociais e culturais de uma localidade”.

O turismo de eventos é um conjunto de atividades exercidas por pessoas que viajam a fim de participar dos diversos tipos de encontros que visam ao estudo de alternativas, de dimensionamento ou de interesse de determinada categoria profissional, associação, clube, crença religiosa, corrente científica ou outra organização com objetivos nos campos científicos, técnicos e religiosos para atingir metas profissionais e culturais, técnicos e operacionais, de aperfeiçoamento setorial

---

<sup>3</sup> Networking é uma palavra em inglês que indica a capacidade de estabelecer uma rede de contatos ou uma conexão com algo ou com alguém. Essa rede de contatos é um sistema de suporte onde existe a partilha de serviços e informação entre indivíduos ou grupos que têm um interesse em comum (SIGNIFICADOS.COM.BR, 2016).

ou de atualização (ANDRADE, 1992). Percebe-se, portanto, que os eventos estão ligados a todos os tipos de públicos.

O turismo de eventos pode causar impactos positivos e negativos, tanto impactos culturais como econômicos. Britto e Fontes (2002, p. 54) enfatizam que

[...] em termos econômicos, o turismo pode gerar muitos benefícios, como o incremento na receita global do local-sede do evento (um turista participante gasta três vezes mais do que um turista comum) e a melhora da imagem da cidade-sede (o participante é elemento divulgador do local).

De acordo com uma notícia publicada no portal eletrônico da Panrotas em 14 de outubro de 2014, o mercado de eventos cresceu, em média, 14% ao ano nos últimos 12 anos no Brasil, aumentando a sua participação no Produto Interno Bruto (PIB) de 3,1%, em 2001, para 4,32%, em 2013. A pesquisa aponta, ainda, que R\$ 209,2 bilhões foram movimentados pelo setor em 2013, resultado da soma dos gastos feitos pelos participantes de eventos (R\$ 99,2 bi), da receita com a locação dos espaços (R\$ 37,8 bi) e do faturamento das organizadoras de eventos (R\$ 72,2 bi). Cerca de 7,5 milhões de pessoas foram empregadas pela indústria em 2013 e R\$ 48,7 bilhões foram levantados em impostos (PANROTAS, 2014).

Mas o setor de eventos continua a crescer. Em outubro de 2015 o Ministério do Turismo em seu portal eletrônico, divulgou que no primeiro semestre deste mesmo ano o faturamento chegou a R\$ 6,95 bilhões, um crescimento de quase 8% em relação a 2014 (BRASIL, 2015). Esse dado mostra que o setor de eventos é importante para o país. No entanto, é necessário destacar que além de gerar receitas financeiras e empregos diretos e indiretos, o turismo de eventos tem a capacidade de reunir pessoas com ideias diferentes, mas que tenham o mesmo objetivo, seja com relação ao trabalho ou com sua vida social.

## 2.2 EVENTOS: CONCEITUAÇÃO

Os eventos são acontecimentos programados e que tem finalidades propostas pelos organizadores de tal ato. Martin (2003, p. 34) explica que “os eventos estão incorporados no cotidiano, nas tarefas mais corriqueiras, de todas as pessoas, e em qualquer atividade econômica”. Entretanto, é difícil encontrar consensualmente uma conceituação universal de eventos. Essa realidade se deve ao seu dinamismo e sua abrangência.

Segundo Martin (2003, p. 35),

Eles estão presentes em toda a economia, em todas as classes sociais, religiões, raças e credos. Por isso dependendo da visão de quem realiza e dele participa, o evento poderá ter uma definição diferenciada de outra, mesmo não sendo conflitante.

Todavia, os eventos podem promover a interação do público envolvido em tal acontecimento, fomentando a troca de conhecimentos e experiências.

Portanto pode-se afirmar que o evento – no Dicionário Aurélio definido como “acontecimento” ou “sucesso” – tem como característica principal proporcionar uma ocasião extraordinária ao encontro de pessoas, com finalidade específica, a qual constitui o “tema” principal do evento e justifica a sua realização (GIACAGLIA, 2006, p. 3).

Em eventos técnicos como congressos, palestras e feiras, as pessoas procuram trocar conhecimentos e experiências. Os eventos informais de entretenimento, baladas, festivais e shows, por exemplo, as pessoas buscam diversão e conhecer novas pessoas que tenham interesses comuns (COUTINHO; COUTINHO, 2007).

Matias (2004) expõe que os eventos são acontecimentos que desde a antiguidade se fazem presentes na sociedade, e, buscam, de certa forma, o envolvimento de várias pessoas para atingir um determinado objetivo. Não se sabe ao certo quando começou o turismo de eventos, pois alguns autores afirmam que foi durante os Jogos Olímpicos, outros, salientam que foi com a conquista de territórios na antiguidade. Yanes (2014, p. 11) enfatiza que os eventos ocorrem desde o aparecimento do homem e, se tornaram importantes ferramentas de crescimento e convívio social.

Cada vez que se pensar na palavra evento, diferentes exemplos virão instantaneamente à cabeça de cada um: uma etapa da formula 1, o torneio de futebol de seu clube preferido, a pescaria com os amigos, o congresso de uma categoria profissional, a reunião mensal de avaliação de resultados na empresa, o churrasco com a turma, a formatura de sua filha, o almoço aos domingos com toda a família, o batizado da afilhada, o lançamento de um livro, entre tantos outros. Mas evento é muito mais do que comemorações, celebrações, encontros efetivos ou profissionais. Pensar num evento é fácil. Defini-lo já é muito mais complicado (MARTIN, 2003, p. 35).

Os eventos geralmente são criados e executados para promover as inter-relações entre as pessoas, sendo realizados em todas as épocas do ano, como os casamentos, aniversários, batizados e formaturas. Já os eventos empresariais, como

congressos, feiras e megaeventos, também são realizados durante todo o ano, mas principalmente realizados em épocas de baixas temporadas do turismo de lazer.

Para o Turismo, assim como diversos segmentos, o setor de eventos é um daqueles que possui importância, sendo responsável de forma direta ou indiretamente pela geração de renda e movimentação de um número de pessoas aos mais diversos destinos. Essas viagens comerciais e de negócios estão ligadas ao setor de turismo de eventos, que vem crescendo e se desenvolvendo com o passar do tempo.

Segundo Coutinho e Coutinho (2007) o setor de eventos pode gerar muitos benefícios tais como; equilíbrio na relação de oferta e demanda, ocasionando um aumento significativo da taxa ocupacional dos meios de hospedagem.

De acordo com Matias (2004), o tempo médio de permanência de um turista de eventos na localidade é superior ao de um turista convencional, pois muitas vezes esses turistas aproveitam a viagem e o tempo disponível para conhecer atrativos e pontos turísticos da localidade, propiciando momentos de lazer. Finalmente, cerca de 60% da ocupação de empreendimentos dos grandes centros hoteleiros, por exemplo, Curitiba e São Paulo, são garantidas por participantes de eventos (ZANELLA, 2003).

Além do aumento da taxa de ocupação nos meios de hospedagem, um evento realizado com sucesso promove a imagem da localidade onde foi executado, atraindo mais turistas e visitantes para conhecer tal destino (ALBUQUERQUE, 2004).

De uma forma geral, os eventos geram outros benefícios, tais como

Aumento na arrecadação de impostos. Através da movimentação econômica generalizada, ocasionada pela realização do evento, tem-se uma alta significativa na arrecadação de impostos, o que cria um aumento da receita do município sede, que se reverte diretamente em benefícios à comunidade local. Grande retorno de imagem. Sendo o evento bem estruturado, a cidade sede fica significativamente exposta na mídia regional ou até mesmo nacional. A imagem da cidade é difundida também pelo turista, que passa a ser um divulgador potencial em seu ponto de origem, ou até mesmo em outras cidades. Criação de uma identidade turística voltada para realização de eventos, uma vez que já tenham sido realizados outros eventos com sucesso (COUTINHO; COUTINHO, 2007, p. 05).

Desta forma, percebe-se que se o evento realizado com sucesso pode atrair e proporcionar benefícios para a cidade/localidade sede, bem como melhorar a imagem e dar visibilidade ao destino.

Pensando nos objetivos de um evento, Simões (1995, p.70), afirma que “evento é um acontecimento criado com a finalidade específica de alterar a história da relação organização-público, em face das necessidades observadas”. Isso quer dizer que os eventos são promovidos para alcançar determinados objetivos, e se esses objetivos não forem alcançados, o evento pode ser caracterizado como um fracasso, pois a experiência dos participantes não será agradável e as repercussões podem ser negativas, tanto para os organizadores quanto para o local sede.

Um “evento é componente do mix da comunicação, que tem por objetivo minimizar esforços, fazendo uso da capacidade sinérgica da qual dispõe o poder expressivo no intuito de engajar pessoas numa ideia ou ação.” (GIÁCOMO, 1997 *apud* MATIAS, 2004, p. 81). Para os organizadores, ver o evento sendo realizado com sucesso é sinônimo de orgulho e satisfação, pois às vezes para a realização de tal encontro é necessário o planejamento e a dedicação de meses de trabalho.

Os eventos trazem grandes contribuições à sociedade, tanto no quesito financeiro quanto no cultural, pois geram empregos fixos e temporários de forma direta ou indireta principalmente às pessoas da localidade onde ele é executado. Zanella (2003, p. 13) ressalta que “um evento geralmente provoca fortes emoções para os participantes, para os promotores e organizadores e, enfim, para todos que convivem com o turbilhão de atividades que compõe esse universo”. Os eventos são essenciais para a sociedade, pois sem eles, muitas empresas e pessoas não alcançariam os objetivos esperados em suas atividades.

Dentro de um evento pode haver várias culturas e etnias diferentes, o que faz com que ocorra a troca de experiências, enriquecendo e ampliando os conhecimentos da sociedade ali presentes.

### 2.2.1 Classificação e Tipologia de Eventos

No segmento de eventos existe uma série de classificações e tipologias, que levam em conta o público, a abrangência, se para competição, demonstração ou exposição, por data ou frequência, por categoria ou função estratégica, por sua dimensão, por objetivo ou área de interesse, perfil dos participantes, por tipo ou adesão. Elas são adotadas na tentativa de agrupar os tipos de eventos, e servem

para ajudar a alcançar objetivos de uma pesquisa ou de um trabalho em andamento (MARTIN, 2003).

Os eventos podem ser classificados em relação ao público que buscam atingir, sendo abertos ou fechados. Os eventos abertos são aqueles que possibilitam vários públicos a participarem; podem ser gratuitos ou ser cobrado uma taxa de participação. Os eventos fechados possuem público alvo definido, que normalmente são convidados ou convocados a participar do evento. Neste caso, é restringido aos demais públicos (MATIAS, 2004).

Essas classificações abrangem um amplo mercado, que segundo Matias (2004), há uma diversidade em relação à área de interesse. No ponto de vista da autora, os eventos podem ser classificados em:

- Artístico – relacionado a qualquer manifestação de arte ligada à música, pintura, poesia, literatura e outras;
- Científico – trata de assuntos referentes às ciências naturais, e biológicas, como, por exemplo, medicina, botânica e outros;
- Cultural – ressalta os aspectos de determinada cultura, para conhecimento geral ou promocional;
- Cívico – trata de assuntos ligados à pátria;
- Desportivo – relacionado a qualquer tipo de evento do setor esportivo, independente de sua modalidade;
- Folclórico – trata de manifestações de culturas regionais de um país, abordando lendas, tradições, hábitos, e costumes típicos;
- Lazer – proporciona entretenimento ao seu participante;
- Promocional – promove um produto, pessoa, entidade ou governo, quer seja promoção da imagem ou apoio ao marketing; e
- Religioso – trata de assuntos religiosos, seja qual for o credo.

Seguindo a classificação de Matias (2004), podemos classificar a München Fest como um evento Artístico, Cultural e Promocional, no qual ocorrem apresentações de bandas alemãs e shows de outros segmentos musicais, por exemplo, sertanejo, rock, eletrônica, samba, etc. A festa tem como objetivo promover o chopp escuro, a cultura alemã e a Cidade de Ponta Grossa.



Os eventos abrangem uma variedade de gostos, costumes e públicos. Além do público e área de interesse, Giacaglia (2006) apresenta outros itens de classificação dos eventos, tais como:

- Finalidade: institucionais ou promocionais;
- Periodicidade: esporádicos, periódicos ou de oportunidade;
- Área de abrangência: locais, regionais ou nacionais;
- Âmbito: externo ou interno;
- Público alvo: corporativo ou consumidor; e
- Nível de participação: direto ou indiretamente.

Seguindo o conceito de Giacaglia (2006), podemos classificar a München Fest como um evento promocional e periódico, realizado uma vez por ano, tendo o nível de participação da população de forma direta, exemplo, pessoas que trabalham na organização e estão envolvidas durante todos os dias de realização do evento, e indiretamente, sendo estes o público que vai prestigiar a Festa.

De acordo com Matias (2004), os tipos mais comuns de eventos são: Assembleia<sup>4</sup>, *Brainstorming*<sup>5</sup>, *Brunch*<sup>6</sup>, Colóquio<sup>7</sup>, Concílio<sup>8</sup>, Conclave<sup>9</sup>, Concurso, Conferência, Congresso, Convenção, Coquetel, Debate, Desfile, Encontro, Entrevista coletiva, Exposição, Feira, Fórum, *Happy hour*<sup>10</sup>, Jornada, Megaevento, Mesa-redonda, Mostra, Oficina, Painel, Palestra, Roda de negócios, *Roadshow*<sup>11</sup>, Salão, Semana, Seminário, *Showcasing*<sup>12</sup>, Simpósio, Videoconferência ou

---

<sup>4</sup> Reunião de pessoas convocadas que têm algum interesse comum, com a finalidade de discutir e deliberar sobre temas determinados (MATIAS, 2004).

<sup>5</sup> Reunião desenvolvida para estimular a produção de ideias. Reúne pessoas que irão emitir suas ideias livremente sobre determinado assunto (MATIAS, 2004).

<sup>6</sup> Brunch é uma mistura de almoço e café da manhã, servido entre as 10h e 11:30h (MATIAS, 2004).

<sup>7</sup> Reunião fechada para tratar de algum assunto (MATIAS, 2004).

<sup>8</sup> Reunião de representantes eclesiásticos, especialmente bispos (MATIAS, 2004).

<sup>9</sup> Reunião de cardeais, convocado para eleger um novo pontífice (MATIAS, 2004).

<sup>10</sup> Reunião de fim de tarde, promovida por bares e restaurantes (MATIAS, 2004).

<sup>11</sup> Consiste na demonstração itinerante, montada sobre um ônibus ou carreta, que se desloca para geoeconômicas de determinado país ou estado, com o objetivo de informar e mostrar o potencial de uma organização, governo ou entidade, por meio da apresentação de fotos, gráficos, livros, protótipos de produtos e vídeo, visando conquistar novos clientes, associados ou parceiros e obter o apoio do público (MATIAS, 2004).

<sup>12</sup> *Showcasing* insere o conceito de vitrine interativa. Os produtos ou serviços são expostos em vitrines fechadas e os participantes não têm nenhum contato direto com os expositores. A comunicação ocorre por intermédio de telefones instalados nas cabines e conectados diretamente a uma central de informação (MATIAS, 2004).

teleconferência, Visita ou *Open Day*, *Workshop*<sup>13</sup> e outros eventos, exemplo: shows, lançamentos, sorteios, rodeios, leilões, comícios, jantares, etc.

Baseado na visão de Oliveira (2011, p. 25), pode-se considerar a München Fest um evento de grande porte, pois para o autor, evento de grande porte é aquele que atrai um grande público de visitantes com ampla cobertura de mídia e benefícios econômicos para a comunidade local e região, definições que podem ser vistas na München Fest.

---

<sup>13</sup> O *Workshop* é uma reunião de especialistas para apresentação de novas técnicas, desenvolvimento de novos temas (MATIAS, 2004).

### 3 OBJETO DE ESTUDO

A München Fest, objeto de estudo deste trabalho, é realizada na cidade de Ponta Grossa -PR, a qual está localizada no Segundo Planalto Paranaense, na região dos Campos Gerais. O município possui uma área total de 2.054,732 (km<sup>2</sup>), e faz fronteiras ao norte com os municípios de Carambeí e Castro, ao sul com as cidades de Palmeira e Teixeira Soares, ao leste com Campo Largo e a oeste com Tibagi e Ipiranga (PREFEITURA MUNICIPAL DE PONTA GROSSA, 2016, a).

Segundo o último censo do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), em 2014 a população local era de 334.535 habitantes (PREFEITURA MUNICIPAL DE PONTA GROSSA, 2016, b).

Segue uma imagem aérea da cidade de Ponta Grossa de 2015.



Figura 1 – Vista aérea de Ponta Grossa, Paraná.  
**Fonte:** Cidades em fotos (2015).

A München Fest foi criada em 1990 quando Jan Strassburger, mestre cervejeiro, teve a iniciativa de implantar a Festa. Jan buscava um evento que celebrasse a Cerveja Original, bebida produzida na fábrica da Cervejaria Antártica de Ponta Grossa. Sugeriu a Pedro Wosgrau Filho, então prefeito da cidade de Ponta Grossa, para criar um evento de nome Festa da Cerveja Original. O objetivo do evento era promover a cerveja Antártica Original produzida na cervejaria Antártica de Ponta Grossa, comemorar os 100 anos da fábrica na cidade e divulgar o

Município. Naquele período, a cerveja era fabricada artesanalmente e em escala limitada, tornando-se desejada pelo público consumidor (PREFEITURA MUNICIPAL DE PONTA GROSSA, 2016, c).

Na impossibilidade de suprir a demanda existente, optou-se pelo München - chopp escuro, também fabricado pela Antartica em Ponta Grossa, mas em escala suficiente para atender a demanda da Festa (PREFEITURA MUNICIPAL DE PONTA GROSSA, 2016, c).

O chopp München é derivado da cerveja München, a qual possui um tom escuro e com características alemãs. Desta forma, surgiu a nomenclatura München Fest 'Festa Nacional do Chopp Escuro'. Por essa razão, foram adotadas as demais características alemãs para a festa, tais como; apresentações culturais e danças folclóricas, músicas, comidas típicas e decoração em estilo germânico (INTROVINI, 2005).

A München Fest foi inspirada no evento Oktoberfest<sup>14</sup> de Blumenau, Santa Catarina, buscando alcançar o mesmo sucesso, o qual retrata a cultura alemã e atrai milhares de turistas todos os anos (MORAIS *et al*, 2008).

Visto que a cerveja "München" originou o nome da festa, é importante salientar que a mesma surgiu na Alemanha, no século XVI, na cidade de Munique, capital da Bavária, sendo a primeira a ser fabricada entre todas as outras e a primeira a ser exportada para as Américas. Ela apresentava-se encorpada, aromática e com teor alcoólico igual a das cervejas claras. Somente depois apareceu a cerveja (Pilsen), que ganhou espaço e popularidade (INTROVINI, 2005, p. 28).

Em 1990 foi realizada a 1ª edição da München Fest, organizada pela Prefeitura Municipal em um local improvisado, no antigo pátio de manobras da Rede Ferroviária Federal de Ponta Grossa, atual Parque Ambiental Governador Manoel Ribas, no centro da cidade (PREFEITURA MUNICIPAL DE PONTA GROSSA, 2016, c).

Segundo dados divulgados pela Prefeitura Municipal de Ponta Grossa (2016), no ano de 1990, em 10 dias de festa, mais de 150 mil pessoas participaram da 1ª edição, que foi realizada entre os dias 30 de novembro e 09 de dezembro de 1990. A programação do evento incluiu bailes públicos com músicas típicas alemãs e

---

<sup>14</sup> Oktoberfest –Festa Alemã de chopp realizada em Blumenau - Santa Catarina, ocorre no mês de outubro e tem em sua programação 19 dias de festa. Contêm apresentações de músicas típicas Alemãs, apresentações de danças folclóricas, arte, retrata a tradição a cultura e costumes dos antepassados vindos da Alemanha. A Oktoberfest de -SC foi inspirada na Oktoberfest realizada em Munique na Alemanha (OKTOBERFEST BLUMENAU, 2016).

populares, concurso da rainha, parque de diversões, shows artísticos e oferta gastronômica, onde eram vendidos pratos típicos regionais e da cultura alemã (PREFEITURA MUNICIPAL DE PONTA GROSSA, 2016, c).

Nessa primeira edição também se buscou divulgar a gastronomia local. Foi comercializado na festa o prato Cordeiro no Rolete e o 'Einsbein'<sup>15</sup>, prato típico alemão (INTROVINI, 2005).

Abaixo segue uma foto da primeira München Fest, que foi realizada no antigo pátio de manobras da Rede Ferroviária de Ponta Grossa, atual Parque Ambiental Governador Manoel Ribas.



Figura 2 – Foto da 1ª München Fest  
**Fonte:** Acervo Casa da Memória do Paraná, 2016.

A partir da 2ª edição, o evento passou a ser realizado no Centro de Eventos, local este que foi construído para abrigar a Festa e eventos de grande porte. O Centro de Eventos está localizado na Rua General Aldo Bonde s/ nº - Vila Margarida. Possui estacionamento para 5.000 carros, 200 ônibus, 200 motos, pátio externo com capacidade para 40.000 pessoas e pavilhão com 3.000 m<sup>2</sup>, espaço com capacidade para 8.000 pessoas (PREFEITURA MUNICIPAL DE PONTA GROSSA, 2016, f).

---

<sup>15</sup> Eisbein é um prato típico alemão feito com joelho de porco cozido com temperos como: cebola, folha de louro, cravos etc (WIKIPÉDIA, 2016). Disponível em: <<https://pt.wikipedia.org/wiki/Eisbein>> Acesso em 18 de out. de 2016.



No Centro de Eventos, além da München Fest, no decorrer do ano são realizados outros eventos de grande porte, por exemplo, shows e formaturas.

Segue uma imagem aérea do Centro de Eventos de Ponta Grossa e estacionamento disponível no local.



Figura 3 – Centro de eventos de Ponta Grossa  
**Fonte:** Google Maps (2016).

Na München Fest para dar início às festividades, é realizada a sangria de um barril de chopp e Desfile de Abertura no centro da cidade. A sangria do barril de chopp acontece no palanque das autoridades, participam deste momento os representantes do Município como: prefeito, deputados, representantes da festa vestidos a caráter, empresários e patrocinadores (PLANTÃO CIDADE, 2010). Os desfiles acontecem na Avenida Vicente Machado, na qual participam blocos organizados de münchenfoliões<sup>16</sup>, bandas típicas, candidatas ao título de rainha da festa em carros enfeitados representando seus patrocinadores, grupos folclóricos, entre outros (PREFEITURA MUNICIPAL DE PONTA GROSSA, 2016, e).

<sup>16</sup> O público é denominado de münchenfoliões devido algumas pessoas irem fantasiadas ao desfile e a festa, e pela diversão que segue o ritmo de carnaval. Isto se confirma de acordo com uma matéria publicada pelo jornal de Ponta Grossa em 05/12/92 Jornal da Manhã, "O clima carnavalesco têm sido constante em todas as noites da München fest".

A München Fest está inserida no Calendário Oficial de Eventos do Estado do Paraná (PREFEITURA MUNICIPAL DE PONTA GROSSA, 2016, d). O evento é realizado uma vez ao ano e, já se passaram 26 edições desde sua criação. Em suas edições “fez com que Ponta Grossa recebesse turistas locais, nacionais e internacionais, atraiu um grande número de participantes e, por isso, é considerada a maior festa dos Campos Gerais” (INTROVINI, 2005, p. 29).

Para não se tornar um evento saturado, e conseguir manter a atratividade de público à Festa, houveram algumas adaptações. Durante as diferentes edições, diversas atrações, cantores, artistas e bandas nacionais e internacionais se apresentaram na München Fest. Em sua trajetória, ocorreram algumas mudanças às quais foram identificadas com essa pesquisa e estarão descritas a seguir nesse trabalho.

## 4 APRESENTAÇÃO DE DADOS

Conforme a metodologia desse trabalho, as informações a seguir foram obtidas através da pesquisa documental, e por meio de questionários, com os quais foi possível fazer um levantamento do histórico do evento e chegar aos resultados do problema de pesquisa.

### 4.1 HISTÓRICO DA MÜNCHEN FEST EM PONTA GROSSA

As informações apresentadas neste capítulo foram obtidas das seguintes fontes: Jornal da Manhã, Jornal Estado do Paraná, Jornal Diário dos Campos, Jornal Gazeta do Povo, Jornal Diário da Manhã e documentos, disponíveis para consulta no acervo da Casa da Memória do Paraná na cidade de Ponta Grossa. Algumas das fontes de informações utilizadas neste capítulo não possuem número de edição e/ou página, pois estão em formato de *clipping* no acervo da Casa da Memória. Também foram utilizados dados do portal eletrônico da Prefeitura Municipal de Ponta Grossa. A partir do levantamento realizado, foram elaborados quadros contendo as principais informações de cada edição do evento.

Segundo uma matéria publicada no portal eletrônico da Prefeitura Municipal de Ponta Grossa (2009, c), a primeira edição da Festa superou as expectativas e faltou cerveja. Visto que a cerveja Antártica era produzida em pouca quantidade e na impossibilidade de atender a demanda da festa, optou-se então em servir o chopp escuro München, de menor custo e também fabricado pela cervejaria Antártica, mas em escala suficiente para suprir a demanda (PREFEITURA MUNICIPAL DE PONTA GROSSA, 2009, c).

Em 1990 foi criada a München Fest, Festa Nacional do Chopp Escuro. O lançamento da Festa foi uma parceria entre a cervejaria Antártica e a Prefeitura Municipal de Ponta Grossa. Desde sua criação a festa tinha outros objetivos, por exemplo, divulgar a cidade de Ponta Grossa e os seus pontos turísticos.

Nos anos de 1990 em Ponta Grossa não existia um evento de grande porte que fosse capaz de atrair pessoas de diferentes cidades e estados, portanto, a ideia era criar uma festa que atraísse uma grande demanda de pessoas para prestigiar o evento, conhecer a cidade e divulgar a cerveja Antártica (INTROVINI, 2005).



A primeira edição foi realizada do dia 30 de Novembro a 09 de Dezembro de 1990; foram 10 dias de festa. O Clube dos Lojistas da cidade promoveu um concurso entre as lojas, com decorações de vitrines e incentivo aos funcionários a usar trajes típicos alemães (JORNAL DA MANHÃ, 1990, a). A Festa superou a expectativa dos organizadores e foi um sucesso. A vencedora do concurso da rainha da festa ganhou uma viagem para a Alemanha (DIÁRIO DOS CAMPOS, 1990).

Durante os dias de festa foram disponibilizados dois palcos para as apresentações culturais; o primeiro deles localizado no pavilhão central para apresentações de bandas locais e alemãs e outro na parte externa, sendo este o palco para apresentações de artistas de renome nacional e internacional considerado o palco principal da Festa (INTROVINI, 2005).

No palco do pavilhão central teve show com bandas alemãs: Verde Vale, Turek, Alibert Und Seine Musikikapeele, Bavarium Band e Kapelle Gotz Baum (Alemanha), e apresentações de grupos folclóricos. No palco externo houveram shows com a Banda Metrópole, Alceu Valença, Grupo Polegar, Ira, Luiz Airão, João Mineiro e Marciano, Oiga Tchê, Rosana e Kiko Zambiank, realizado um show por dia (FOLDER DA FESTA, 1990). Esta edição ocorreu nos barracões e antigo pátio de manobras da rede ferroviária de Ponta Grossa, atual parque ambiental Governador Manoel Ribas.

A 2ª edição foi realizada do dia 29 de novembro à 08 de dezembro de 1991. Com a demolição dos barracões da rede ferroviária, a München Fest passou a ser realizada no Centro de Eventos de Ponta Grossa, o qual foi construído especialmente para abrigar a festa, e também eventos de grande porte (JORNAL DA MANHÃ, 1991).

A inauguração do Centro de Eventos foi realizada no dia 29 de novembro de 1991. No primeiro dia da 2ª edição da München Fest. Em 1991 foi escolhida pela ABRAJET (Associação Brasileira de Jornalistas e Escritores de Turismo), como 'Evento Turístico do Estado do Paraná' recebendo o Troféu Cataratas (DIÁRIO DOS CAMPOS, 1991; DIÁRIO DA MANHÃ, 1992).

A partir da 2ª edição, o prêmio da rainha da festa passou a ser um carro 0 km. Também desde a 1ª edição é eleita uma Miss Simpatia e a 1ª e 2ª princesa, as quais ganham um prêmio em dinheiro, mas de menor valor em relação ao da rainha. Denominada majestades da festa, assumem a responsabilidade de representar e/ou participar de eventos que a Prefeitura Municipal de Ponta Grossa convide-as, bem

como, participar das divulgações da próxima edição da München Fest, encerrando seus compromissos após o concurso do ano seguinte (PREFEITURA MUNICIPAL DE PONTA GROSSA, 2016, f).

A 3ª edição ocorreu de 27 de novembro a 06 de dezembro de 1992. Iniciou-se o München Trem, passeio de trem para a Represa de Alagados, local a 20 km do centro de Ponta Grossa. Foi dispensada a banda alemã que animava o público no pavilhão do Centro de Eventos, essa medida foi adotada para reduzir gastos, e criou-se uma banda local para animar o público (DIÁRIO DOS CAMPOS, 1992).

A partir desta edição a praça de gastronomia, o parque de diversões e o Chopp passaram a ser licitados (JORNAL DA MANHÃ, 1992, b; FOLDER DA FESTA, 1992). Os shows passam a ser mais valorizados pelo público e a parte cultural da Festa começou a decair (INTROVINI, 2005).

A 4ª edição foi realizada de 26/11 a 05/12/1993. Com o fechamento da fábrica da Antarctica em Ponta Grossa, o chopp escuro passou a vir de outras cidades. Os trajes típicos começam a ser substituídos por calças jeans e camisetas com frases alusivas a festa. Os participantes dos blocos que desfilavam não pagavam ingresso no primeiro dia da festa (DIÁRIO DOS CAMPOS, 1993).

Em 1994 a 5ª edição ocorreu de 25 de novembro a 04 de dezembro. A München Fest recebeu da ABRAJET (Associação Brasileira de Jornalistas e Escritores de Turismo) o Troféu Classic (DIÁRIO DOS CAMPOS, 1994).

A 6ª edição foi realizada de 01 a 10 de dezembro de 1995. Nesta edição não houve passeio de Trem para Alagados. Na 7ª edição, realizada em 22 de novembro a 01 de dezembro de 1996, com a grande participação da população no evento, e por ser a primeira festa do gênero na região, Ponta Grossa consagrou-se como a Capital do Chopp Escuro (JORNAL DA MANHÃ, 1996).

Em 1997, foi criada a Mini-München, realizada nos dias 17 e 18 de setembro; o evento servia de aquecimento para a sua 8ª edição da München Fest. Foi criada a Avenida München, um espaço artificial montado na Av. Bonifácio Vilela, com decorações, bares e lanchonetes (DIÁRIO DOS CAMPOS, 1997, a).

A seguir, imagem da Avenida München da cidade de Ponta Grossa -PR.



Figura 4 - Avenida München  
Fonte: DIÁRIO DOS CAMPOS, 2014.

A 8ª edição foi realizada do dia 28 de novembro a 07 de dezembro de 1997. Para essa edição foi criada a marcha oficial da München Fest, por Silvio Prandel (autor, estudante de nove anos) e Sônia Maria Ditzel Martelo (professora) em ritmo de marcha típica alemã (DIÁRIO DOS CAMPOS, 1997, a).

Na 8ª edição, também foi realizado o 1º concurso do Tião Fritz, que é um dos símbolos que identificam a Festa. Tião Fritz é um personagem alemão com o físico forte, característico do alemão cervejeiro. Ele é a logomarca da München Fest desde sua primeira edição, disponível em anexo ao final deste trabalho. Com uma caneca de chopp na mão ele transmite descontração e animação, e por ser uma festa do chopp escuro, foi escolhido um representante de raça negra (JORNAL DA MANHÃ, 1997).

De acordo com uma matéria publicada no portal eletrônico FLICKR.COM (2012), o personagem 'Tião Fritz', símbolo da Festa Nacional do Chopp Escuro, a München Fest, vivido por Marcos Martins Januário, foi inspirado em Mussum, um dos Trapalhões. Ele interpretou o papel, desde a realização do concurso, em 1997,

quando foi escolhido, até sua morte em 2007. Elizabeth Schmitz, Secretária de Cultura na época, lamentou a morte do símbolo da Festa, considerando-a “uma grande perda para Ponta Grossa”. Ela descartou a busca de um substituto para o personagem (DIÁRIO DA MANHÃ, 04 de Dez. 2007).

Na 8ª edição, pela primeira vez é comercializado o chopp claro no evento e, é instalada uma tenda com música eletrônica (DIÁRIO DOS CAMPOS, 1997, a).

A 9ª edição, realizada de 27 de novembro a 06 de dezembro de 1998, superou todas as expectativas de seus organizadores, recebendo o Troféu Imprensa da Editora Fora do Contexto. Realizou-se a 2ª edição da Mini-München nos dias 11 e 12 de setembro de 1998 (INTROVINI, 2005). Para acomodar o público durante a München Fest, foram construídos camarotes externos e montado arquibancadas no Centro de Eventos, também foi criado um *camping* do lado do Centro de Eventos para os participantes (INTROVINI, 2005). A partir dessa edição o fornecimento de bebidas passa a ser licitado (MORAIS et al, 2008).

Nos dias 10 e 11 de setembro de 1999, realizou-se a 3ª Mini München. Nesse ano, a München Fest em sua 10ª edição, foi realizada do dia 26 a 28 de novembro e 02 a 05 de dezembro de 1999, pela primeira vez foi realizada por uma empresa terceirizada. A ganhadora da licitação foi a empresa Cygnus - Agência de Viagens e Turismo, a qual tentou vender passeios turísticos, mas não obteve sucesso. Nesta edição, o evento foi realizado em 7 dias e o concurso da Rainha foi regionalizado, recebendo candidatas de toda a região dos Campos Gerais (DIÁRIO DOS CAMPOS, 1999).

No ano de 2000, a 11ª edição foi realizada de 24 a 26 e 30 de novembro e 01 a 03 de dezembro de 2000, o evento novamente ocorre em 7 dias. A empresa vencedora da licitação foi a Cygnus - Agência de Viagens e Turismo. No dia 26 de novembro de 2000 no Centro de Eventos, durante a realização da München Fest, aconteceu um Campeonato de Som Automotivo (DIÁRIO DOS CAMPOS, 2000).

Em sua 12ª edição a München volta a ter 10 dias de festa e, é realizada somente no mês de novembro, do dia 09 a 18 de novembro de 2001, organizada e realizada pela Prefeitura Municipal. Nessa edição houve dois dias nos quais a entrada foi gratuita aos participantes. Foi lançado o CD da Lei Municipal de Incentivo à cultura pela Fundação Cultural e teve uma tenda para apresentações de MPB (Música Popular Brasileira) e Forró (INTROVINI, 2005).

A 13ª edição foi realizada pela Prefeitura Municipal, do dia 08 a 17 de novembro de 2002, novamente no mês de novembro. Nessa edição a tenda de Forró e MPB foi substituída por músicas gaúcha e eletrônica. Essa edição foi realizada juntamente com a XXVII EFAPI (Exposição Feira Agropecuária Industrial) e 2ª Feira de Sabores (DIÁRIO DOS CAMPOS, 2002; INTROVINI, 2005, p. 50). A Fundação da Cultura promoveu o Festival de Bandas da München, com a apresentação de grupos locais. Durante dois dias a entrada na Festa foi gratuita (JORNAL DA MANHÃ, 2002).

Na 14ª edição, o evento é realizado do dia 28 de novembro a 07 de dezembro de 2003. Realizada pela Prefeitura Municipal, as principais mudanças no evento foi na segunda, terça-feira e último domingo, no qual houve shows somente com bandas locais. Nessa edição foram retiradas as tendas de músicas (DIÁRIO DOS CAMPOS, 2003).

Em sua 15ª edição, de 26 de novembro a 05 de dezembro de 2004. Essa edição foi licitada, sendo realizada por três empresas: Adega Imperial, Supermercados Tozetto e Mercadomóveis, com apoio da Prefeitura Municipal (RELATÓRIO MÜNCHEN FEST, 2004).

A 16ª edição realizada de 25 de novembro a 04 de dezembro de 2005. Foi realizada somente por uma empresa que ganhou a licitação, a Adega Imperial. O chopp foi fornecido pela Femsa –Kaiser. Nessa edição, o Chopp estava 20% mais caro que a edição anterior o qual foi fornecido pela marca Brahma e, foi comercializado somente Chopp escuro da marca Xingu, fabricado pela Kaiser. Foi proibido o consumo de bebidas durante o desfile, qual cerca de 4,6 mil pessoas participaram, divididas em 57 blocos (DIÁRIO DOS CAMPOS, 2005).

Segundo uma matéria do jornal Diário da Manhã, publicada em 27 de novembro de 2005, a banda Gotz Baum (Alemanha) se disponibilizou para tocar durante todas as noites no centro de eventos sem cobrar cachê, pois eles gostaram da hospitalidade de Ponta Grossa. A Prefeitura pagou somente as passagens e a estadia para os 20 integrantes da banda, que teve um custo de R\$18 mil reais.

A 17ª edição da München Fest foi realizada de 01 a 10 de dezembro de 2006. Nessa edição foi criada uma comissão de divulgação denominada caravana Chopp Tour, qual tinha como missão divulgar e levar uma amostra para outras cidades do que é a München Fest. Essa caravana era formada pelas Majestades da edição anterior München Fest, uma banda alemã e, integrantes do curso de turismo da

UEPG (Universidade Estadual de Ponta Grossa), acompanhados da Secretária da Cultura e Turismo de Ponta Grossa. Segundo Liliana Tavarnaro, na época secretária da Indústria, Comércio e Turismo de Ponta Grossa, o Chopp Tour objetivava de levar uma amostra do que é a festa de uma maneira atrativa às cidades da região. O Chopp Tour é uma forma de motivar as pessoas e fazer o convite para que elas participem da München Fest (JORNAL DA MANHÃ, 2006, a).

Para a 17ª edição, a fornecedora de bebidas do evento volta ser a Brahma. Nesta edição as pessoas puderam acompanhar o andar do evento através do portal eletrônico da München Fest. Ao acessar o portal o internauta poderia conhecer a história da Festa, ver informações sobre a programação do concurso da rainha, concurso do chopp em metro, poderia ainda ter acesso a informações de número de visitantes, consumo de chopp e toda a movimentação do evento de uma forma geral. O site também oferecia ajuda ao visitante de outros estados brasileiros, na organização de caravanas. Para evitar filas nos guichês e portões do centro de eventos, os ingressos também foram disponibilizados a venda pelo site (DIÁRIO DOS CAMPOS, 2007, a).

A Festa contou com um investimento de R\$1.250.000,00; cerca de R\$800.000,00 somente para gastos com shows (JORNAL DA MANHÃ, 2006, a). Segundo informações dos organizadores da Festa Nacional do Chopp escuro, 49 blocos participaram do desfile de abertura da 17ª edição do evento, sendo que aproximadamente 5 mil pessoas desfilaram na Avenida Vicente Machado, e outras 2 mil assistiram (DIÁRIO DOS CAMPOS, 2006).

Durante a 17ª edição ocorreu o II Geração München - Festival de Bandas. Esse festival foi organizado pela Secretaria Municipal de Cultura. O Festival tinha como objetivo promover o intercâmbio musical entre bandas pontagrossenses, e estimular a descoberta e valorização de novos talentos. As bandas se apresentavam no palco externo do Centro de Eventos (JORNAL DA MANHÃ, 2006, a).

Nos dias da München, era feito uma pesquisa<sup>17</sup>, a qual buscava identificar o perfil dos visitantes, e a satisfação com a festa. Nesta pesquisa questionava-se a idade, gênero, se era morador de Ponta Grossa ou não, tempo de permanência na cidade, hospedagem, meio de transporte, como ficou sabendo da festa, motivos que levaram a visitar o evento, valor gasto aproximadamente no evento, qualidade de

---

<sup>17</sup> Roteiro da pesquisa completa está disponibilizado no acervo da Casa da Memória de Ponta Grossa.

acesso ao Centro de Eventos, segurança, atendimento, qualidade do chopp, o que mais e menos agradou na Festa e avaliação do evento de forma geral.

Em sua 18ª edição, a München Fest foi realizada de 30 de novembro a 09 de dezembro de 2007. A empresa Adega Imperial foi a vencedora da licitação, qual, organizou o evento (JORNAL DA MANHÃ, 2007). Segundo o mesmo Jornal, a principal atração da Festa foi o chopp escuro e claro e/a divulgação da cultura alemã, através da gastronomia típica e músicas. Na programação do evento teve também shows e desfile de abertura na Avenida Vicente Machado. Desfilaram cerca de 5.500 foliões em 77 blocos (DIÁRIO DOS CAMPOS, 2007, a).

A empresa fornecedora de bebidas foi a Brahma. O copo de 400 ml de chopp custou R\$ 4,00 e o copo de refrigerante de 300 ml R\$ 2,00. Já o valor da entrada estava R\$ 2,00 mais caro que a edição anterior, R\$ 16,00 (inteira) e R\$ 8,00 (meia) para estudantes, mediante apresentação de documento comprobatório de identificação (DIÁRIO DOS CAMPOS, 2007, a).

A segurança da Festa foi feita pelos Soldados da Guarda Municipal e da Polícia Militar (DIÁRIO DOS CAMPOS, 2007, a).

O público pode assistir de graça ao espetáculo infantil Minions no dia 29 de novembro. Na tarde da Melhor Idade no dia 30 de novembro e, na tarde dos Portadores de Deficiência, dia 1º de dezembro de 2007 (G1.COM, 2015).

A 19ª edição da München Fest ocorreu entre os dias 28 de novembro a 07 de dezembro de 2008, em parceria entre o município e promotores privados, a MM Mercadomóveis e a Adega Imperial. Segundo Pedro Wosgrau (prefeito na época), essa parceria trouxe um excelente resultado para o evento. Ele ainda argumentou que adaptações sempre são necessárias, a Festa pode ser melhorada. A cada edição novas mudanças ocorrem. Explica que foi estas mudanças que permitiram com que a München alcançasse a sua 19ª edição (PLANTÃO CIDADE, 2008, a).

A empresa fornecedora de bebidas desta edição foi o grupo Femsa Cervejas Brasil. O copo de chopp de 400 ml custou R\$ 4,00 e R\$ 2,50 o copo de refrigerante. Os ingressos de entrada custaram R\$ 16,00 (inteira) e R\$ 8,00 (meia).

Segundo dados da Secretaria Municipal de Indústria Comércio e Turismo, durante a 19ª München Fest, 79% do total de copos de chopp vendidos eram claro, 18% chopp escuro e 3% sem álcool. De acordo com a secretária da época Liliana Ribas Tavarnaro, responsável pela coordenação da festa, essa edição teve mais de 40 caravanas credenciadas, que trouxeram foliões de Florianópolis (SC), Itararé

(SP), Curitiba (PR), Guarapuava (PR), São Mateus do Sul (PR), Salto do Itararé e Prudentópolis (PR), além das informais (PREFEITURA MUNICIPAL DE PONTA GROSSA, 2008, g).

Em sua 20ª edição, a München Fest foi realizada entre os dias 27 de novembro a 6 de dezembro de 2009. Esta edição foi organizada pela Prefeitura Municipal de Ponta Grossa e SOS (Serviço de Obras Sociais de Ponta Grossa). A empresa fornecedora de bebidas foi a Kaiser. Nesta edição, o copo de chopp de 400 ml custou R\$ 4,00 e o copo de refrigerante R\$ 3,00 reais. Para participar do desfile de abertura, 65 blocos se inscreveram (DIÁRIO DOS CAMPOS, 2009).

A 21ª edição foi realizada de 26 de novembro a 05 de dezembro de 2010, pela Prefeitura Municipal de Ponta Grossa e SOS (Serviço de Obras Sociais de Ponta Grossa). A fornecedora de bebidas foi a Brahma (ORKUT.COM, 2010). Houve um aumento no valor do copo de chopp, custando R\$ 4,50 o copo de 400ml. Nesta edição, 54 blocos se inscreveram para o desfile de abertura, reunindo cerca de 3 mil pessoas (DIÁRIO DOS CAMPOS, 2010)

Para a 22ª edição da München Fest, realizada de 25 de novembro a 04 de dezembro de 2011, a organização foi novamente de responsabilidade da Prefeitura Municipal de Ponta Grossa e do SOS (Serviço de Obras Sociais de Ponta Grossa); a empresa fornecedora de bebidas foi a Brahma. Nesta edição mais de 60 blocos se inscreveram para o desfile (PREFEITURA MUNICIPAL DE PONTA GROSSA, 2011, i).

Na página seguinte, será exposta uma imagem do desfile da 22ª München Fest.



A seguir, imagem do desfile da 22ª München Fest, na Rua Avenida Vicente Machado.



Figura 5 – Desfile 22ª München Fest  
Fonte: Flickr, 2011.

Como pode ser observado na figura 5, à Avenida estava tomada pelo público. Nas ruas, os blocos e candidatas ao título de rainha do evento fizeram a festa. Nas calçadas as pessoas ficavam na torcida, assistindo ao desfile.

A 23ª edição da München Fest ocorreu de 27 de novembro a 06 de dezembro de 2012. Foi realizada pela Prefeitura Municipal de Ponta Grossa e SOS. Nesta edição a fornecedora de bebida foi o grupo Kaiser.

No ano de 2013, a 24ª edição foi realizada do dia 29 de novembro a 08 de dezembro de 2013. Nesta edição o evento novamente é licitado e, a empresa responsável por essa edição foi a Versuz Produções e Adonai (Tendas Curitiba). A fornecedora de bebidas foi a Itaipava.

Na 25ª edição, realizada do dia 28 de novembro a 06 de dezembro de 2014, igualmente a edição anterior, a empresa responsável por esta edição fica a cargo da Versuz Produções e Adonai (Tendas Curitiba). A fornecedora de bebidas foi a Itaipava.

A seguir, imagem das majestades da 24ª München Fest, Rainha, 1ª e 2ª princesa e Miss simpatia, vestidas a caráter em estilo alemão e banda, abrindo o desfile da 25ª München Fest.



Figura 6 – Desfile da 25ª München Fest.

**Fonte:** Doc, 2014.

O desfile da 25ª edição contou com 85 blocos, totalizando 3.775 participantes, os quais representam entidades, clubes de serviços, grupos folclóricos, entidades comerciais e industriais, bancos, atléticas universitárias, entre outros. Para participar do desfile os blocos cadastravam-se na Secretaria Municipal de Cultura. Uma das regras para o desfile é o uso de roupas típicas alemãs ou roupas que sejam alusivas à festa no momento do desfile. O edital com todas as normas do desfile e do concurso da rainha são disponibilizados no site da prefeitura de Ponta Grossa (G1, 2013).

A 26ª edição foi realizada do dia 27 de novembro a 06 de dezembro de 2015. A empresa responsável por essa edição foi a Versuz Produções e Adonai (Tendas Curitiba). A empresa fornecedora de bebidas foi a Itaipava (TAQUES, 2016).

Realizada anualmente, já se passaram 27 edições do evento desde sua criação. Entretanto, a 27ª edição não contempla o recorte temporal da pesquisa. A 27ª edição da München Fest foi realizada de 25 de novembro a 04 de dezembro de 2016. Novamente o evento foi licitado, ficando a cargo da empresa Adonai (Tendas

Curitiba) e Versuz Produções. Para essa edição houve mudança na fornecedora de bebidas, qual, foi a Kaiser.

Durante esses anos, diversas atrações, cantores, artistas e bandas nacionais e internacionais se apresentaram na München Fest. Em sua trajetória ocorreram algumas mudanças às quais foram identificadas com essa pesquisa e estarão descritas nesse trabalho.

Seguindo a metodologia deste trabalho, foi realizado um levantamento de dados da trajetória do evento, analisando as seguintes variáveis: número de pessoas, consumo de chopp, fornecedora de bebidas e empresa responsável de realização do evento. Os dados foram expostos em quadros para facilitar a comparação e análise.

QUADRO 01 – München Fest 1ª à 5ª edição:

	<b>1ª edição (1990)</b>	<b>2ª edição (1991)</b>	<b>3ª edição (1992)</b>	<b>4ª edição (1993)</b>	<b>5ª edição (1994)</b>
<b>Público</b>	151.442	144.429	178.676	188.243	171.397
<b>Consumo de chopp</b>	127.559 litros	117.090 litros	116.462 litros	127.606 litros	143.980 litros
<b>Fornecedora de bebidas</b>	Cervejaria Antartica	Cervejaria Antartica	Cervejaria Antartica	Cervejaria Antartica	Cervejaria Antartica
<b>Realização e/ou Produção</b>	Prefeitura Municipal de Ponta Grossa	Prefeitura Municipal de Ponta Grossa	Prefeitura Municipal de Ponta Grossa	Prefeitura Municipal de Ponta Grossa	Prefeitura Municipal de Ponta Grossa

FONTE: Elaborado pelo autor, 2016.

Pode-se observar que de 1991 a 1993 houve um aumento considerável de participantes (mais de 43 mil participantes), mas ao mesmo tempo, não houve grande aumento no consumo de chopp, pois a diferença do aumento no consumo de chopp não chegou a 10 mil litros em 1993, comparado a 1991.

QUADRO 02 – München Fest 6ª à 10ª edição:

	<b>6ª edição (1995)</b>	<b>7ª edição (1996)</b>	<b>8ª edição (1997)</b>	<b>9ª edição (1998)</b>	<b>10ª edição (1999)</b>
<b>Público</b>	170.243	134.622	149.546	193.446	120.000
<b>Consumo de chopp</b>	138.955 litros	114.623 litros	121.800 litros	143.634 litros	104.000 litros
<b>Fornecedora de bebidas</b>	Cervejaria Antartica	Cervejaria Antartica	Cervejaria Antartica	Kaiser	Cervejaria Antartica
<b>Realização e/ou Produção</b>	Prefeitura Municipal de Ponta Grossa	Prefeitura Municipal de Ponta Grossa	Prefeitura Municipal de Ponta Grossa	Prefeitura Municipal de Ponta Grossa	Cygnus - Agência de Viagens e Turismo

FONTE: Elaborado pelo autor, 2016.

Em 1996 houve uma queda no número de participantes com relação a 1995, sendo 35 mil participantes a menos. Nas edições seguintes (1997 e 1998) houve um grande aumento no número de participantes (mais de 59 mil participantes) com relação a edição de 1996. O consumo de chopp também teve um aumento significativo, mais de 25 mil litros de chopp a mais em 1998 com relação a 1996. No ano de 1998 houve mudança na fornecedora de chopp. Nas edições anteriores era a Cervejaria Antartica que fornecia o chopp, e em 1998 foi a Kaiser; entretanto em 1999 a cervejaria Antartica voltou a fornecer chopp à Festa.

Em 1999 a Festa foi licitada e mudou a organização do evento. Essa mudança pode explicar a queda do público desta edição com relação a anterior, mas para afirmar isso teria que ser feita uma pesquisa específica sobre esse tema, pois outros fatores também podem ter influenciados, por exemplo: a chuva nos dias da Festa, a economia e as atrações do evento.

QUADRO Nº 03 - München Fest 11ª à 15ª edição:

	<b>11ª edição (2000)</b>	<b>12ª edição (2001)</b>	<b>13ª edição (2002)</b>	<b>14ª edição (2003)</b>	<b>15ª edição (2004)</b>
<b>Público</b>	146.000	140.000	73.900	164.000	147.100
<b>Consumo de chopp</b>	87.000 litros	76.831 litros	129.000 litros	110 litros	116.700 litros
<b>Fornecedora de bebidas</b>	Kaiser	Schincariol	Kaiser	Kaiser	Brahma
<b>Realização e/ou Produção</b>	Cygnus - Agência de Viagens e Turismo	Prefeitura Municipal de Ponta Grossa	Prefeitura Municipal de Ponta Grossa	Prefeitura Municipal de Ponta Grossa	Adega Imperial, Supermercados Tozetto e Mercadomóveis.

FONTE: Elaborado pelo autor, 2016.

Na 11ª edição no ano de 2000, houve um aumento no número de participantes com relação a 1999, porém houve uma queda no consumo de chopp. Na edição seguinte, em 2001, o consumo de chopp continuou a diminuir, sendo consumidos aproximadamente 11 mil litros a menos com relação a edição do ano de 2000. Em 2002 houve uma grande queda no público participante da München Fest, aproximadamente 66 mil pessoas a menos com relação ao ano de 2001; entretanto, houve um aumento considerável no consumo de chopp (mais de 50 mil litros com relação a edição anterior). Isso pode ter sofrido influencia da empresa fornecedora de bebidas, pois em 2001 foi a marca Schincariol e no ano seguinte foi a Kaiser.

Vale ressaltar que estas edições foram organizadas pela Prefeitura Municipal de Ponta Grossa. No ano de 2004 a Festa teve um público inferior ao ano anterior, entretanto, houve aumento no número no consumo de chopp. Em 2004 a München Fest volta a ser licitada e a fornecedora de bebidas passa ser a Brahma.

QUADRO Nº 04 - München Fest 16ª à 20ª edição:

	<b>16ª edição (2005)</b>	<b>17ª edição (2006)</b>	<b>18ª edição (2007)</b>	<b>19ª edição (2008)</b>	<b>20ª edição (2009)</b>
<b>Público</b>	94.700	114.800	100.000	104.300	81.961
<b>Consumo de chopp</b>	66.400 litros <sup>18</sup>	96.000 litros	84.000 litros	83.000	
<b>Fornecedora de bebidas</b>	Kaiser	Brahma	Brahma	Kaiser	Kaiser
<b>Realização e/ou Produção</b>	Adega Imperial	Adega Imperial	Adega Imperial	Adega Imperial, Prefeitura Municipal de Ponta Grossa e Mercadomóveis.	Prefeitura Municipal de Ponta Grossa e SOS (Serviço de Obras Sociais de Ponta Grossa)

FONTE: Elaborado pelo autor, 2016.

Na 17ª edição, houve uma grande mudança, 70% do chopp consumido era claro e 30% escuro. Pela primeira vez foi comercializado cerveja sem álcool na München Fest. Nesta edição, 172 caravanas de diversas regiões do país participaram do evento. A Festa movimentou em torno de 1,5 milhão de reais (DIÁRIO DOS CAMPOS, 12 de Dez. 2006).

Percebe-se que na 17ª edição o consumo de chopp teve um aumento, comparado a 16ª. Isso pode ter sido resultado da mudança da fornecedora de bebida ou pela inclusão do chopp claro, pois na 16ª München Fest foi comercializado somente chopp escuro. O consumo de chopp da 20ª edição não foi encontrado durante a pesquisa.

<sup>18</sup> No jornal DIÁRIO DOS CAMPOS do dia 06/11/ 2008 à uma entrevista a Carlos Gil Garcia, gerente da fábrica local da Femsa, fala que em 2005 foram consumidos 90 mil litros de chopp. Somente Chopp escuro.

QUADRO Nº 05 - München Fest 21ª à 25ª edição:

	21ª edição (2010)	22ª edição (2011)	23ª edição (2012)	24ª edição (2013)	25ª edição (2014)
<b>Público</b>	95.000	110.000	120.000	115.000	113.000
<b>Consumo de chopp</b>		90.000 litros		88.000	118.000
<b>Fornecedora de bebidas</b>	Brahma	Brahma	Kaiser, Xingu e Heineken	Itaipava	Itaipava
<b>Realização e/ou Produção</b>	Prefeitura Municipal de Ponta Grossa e SOS.	Prefeitura Municipal de Ponta Grossa e SOS.	Prefeitura Municipal de Ponta Grossa e SOS.	Adonai (Tendas Curitiba) e Versuz Produções e	Adonai (Tendas Curitiba) e Versuz Produções e

FONTE: Elaborado pelo autor, 2016.

No quadro 5 é possível analisar que da 21ª a 23ª edição houve um aumento gradativo de pessoas, e a responsável por essas edições foi a Prefeitura Municipal de Ponta Grossa e SOS (Serviços e Obras Sociais de Ponta Grossa). A 24ª e 25ª edição a festa é licitada e realizada por empresas terceirizadas. Entre a 21ª e 25ª edição, a festa teve diferentes fornecedoras de bebidas. O consumo de chopp da 21ª e 23ª edição não foi encontrado.

QUADRO Nº 06 - München Fest 26ª edição:

	26ª edição (2015)
<b>Público</b>	130.000* <sup>19</sup>
<b>Consumo de chopp</b>	108.000* <sup>20</sup>
<b>Fornecedora de bebidas</b>	Itaipava
<b>Realização e/ou Produção</b>	Adonai (Tendas Curitiba) e Versuz Produções

FONTE: Elaborado pelo autor, 2016.

A 26ª edição foi a que mais atraiu público com relação as últimas 10 edições. Não houve mudança na fornecedora de bebida ou empresas responsáveis pelo evento, com relação às últimas duas edições.

<sup>19</sup> Segundo o Jornal Diário dos Campos (2015) 70 mil pessoas participaram desta edição, entre gratuidades e pagantes.

<sup>20</sup> De acordo com o Jornal Diário dos Campos (2015) foram consumidos 69 mil litros de chopp claro e 16 mil de escuro.

De acordo com o levantamento da trajetória da Festa, é possível verificar que houve mudanças entre uma edição e outra. As maiores mudanças percebidas foram na estrutura da Festa e do local e inclusão do Chopp claro (pilsen) no evento. Foi construído um Centro de Eventos na segunda edição para abrigar a München Fest. Houve mudança na organização e produção da Festa, pois ela era organizada pela Prefeitura Municipal de Ponta Grossa e passou a ser licitada a partir da 10ª edição, sendo organizada e produzida por empresas privadas e terceirizadas.

A Antartica, empresa fornecedora de chopp das primeiras edições, encerrou as atividades na cidade de Ponta Grossa. No decorrer da trajetória do evento, a fornecedora de bebidas também passou a ser licitada e o chopp passou a vir de outras cidades. A partir da terceira edição, e entre uma edição e outra, diferentes empresas e marcas forneceram chopp. Houve a inclusão do chopp claro (pilsen) no evento a partir da 8ª e, mudança nos valores dos ingressos, chopp e atrações. Com isso, diminuiu o consumo de chopp em algumas edições, assim como o público também. Desde a primeira edição até a vigésima sexta a qual foi realizada em 2015, não houve um aumento significativo de público ou consumo de chopp, assim como também não diminuiu consideravelmente.

Com a inclusão do chopp claro e a terceirização da empresa de chopp e realizadora/produtora do evento, a Festa perdeu algumas de suas características culturais, por exemplo, o uso de trajes típicos pelos participantes e apresentações de bandas alemãs no evento. Os shows passam a ser mais valorizados pelo público e a Festa passou a ser mais um evento comercial, gerando lucro a empresas privadas.

A seguir foi elaborado um quadro com as principais mudanças do evento, realizado a partir do levantamento da trajetória da München Fest.

#### QUADRO Nº 7 – Mudanças a partir do Histórico:

Mudança na proposta Inicial da festa, venda de chopp ao invés de cerveja original.	Mudança de local e estrutura da festa
Fábrica da cervejaria Antartica da cidade fechou.	Inclusão do Chopp Claro (pilsen) no evento a partir da 9ª edição.
Mudança na premiação da rainha da festa.	Terceirização da Festa, sendo licitadas algumas edições.

Fonte: Elaborado pelo autor, 2016.

Desta forma, pode-se considerar que a München Fest de Ponta Grossa sofreu mudanças no decorrer das edições. Essas mudanças podem ser caracterizadas como uma evolução, pois continuam atraindo um grande público ao evento.

## 4.2 FATORES QUE INFLUENCIARAM EM MUDANÇAS NO EVENTO

Para identificar os fatores que influenciaram nas mudanças ocorridas no evento, a partir da visão das pessoas envolvidas nas diferentes edições, foram aplicados questionários às pessoas que trabalharam na organização da München Fest. O primeiro questionário foi aplicado a historiadora Loreni Menger dos Santos, profissional que trabalhou em 19 edições da Festa.

Na 1ª edição da München, ela trabalhou no acompanhamento de grupos folclóricos alemães vindos de outras cidades, desfile de abertura e Palco Principal. Na 2ª e 3ª edição, trabalhou na bilheteria interna com a venda de chopp e refrigerante. Na 5ª e 7ª edição trabalhou no concurso Chopp em Metro. Já na 8ª e 12ª edição, trabalhou na Coordenação Geral da festa. Na 9ª edição, trabalhou no acesso aos Camarotes. Durante a 13ª e 14ª trabalhou na Identificação de crianças na entrada do centro de eventos. Entre a 16ª e 23ª edição, trabalhou na coordenação geral (durante os dias de festa) e antes da festa no München Tour.

Segundo Loreni, todas as edições a München Fest passou por pequenas mudanças, mas as principais foram na segunda edição, quando a Festa sobreveio a ser realizada num espaço mais apropriado, um Centro de Eventos, construído especialmente para abrigar a Festa e receber o número de pessoas que prestigiavam o evento. Houve uma mudança de estrutura com pavilhão, palco para shows com camarim, banheiros, área de alimentação etc. A München Fest ganhou uma estrutura maior.

De acordo com Loreni, com o decorrer do tempo os setores em que ela trabalhou houveram várias mudanças, infelizmente decaindo em sua qualidade. Diversos fatores influenciaram para que ocorressem essas mudanças, como por exemplo, a gestão pública, financeira e estrutural. Loreni comenta que durante a trajetória do evento outras mudanças aconteceram nesse período, como a interrupção e retorno do München Tour, e descaracterização da Festa entre elas.

Quando questionado quais os momentos mais marcantes na história da München Fest, ela explica que foi durante as primeiras edições, pela novidade, estrutura, shows, números de pessoas em cada dia de Festa. Com o passar do tempo a qualidade dos shows e da estrutura da Festa decaíram e com isso o números de pessoas em cada edição também decaiu.



O segundo a responder o questionário foi o produtor de eventos e empresário Iran Taques, qual, trabalhou nas últimas 3 edições do Evento (24ª, 25ª e 26ª München Fest). Ele contou que a Versuz Produções (empresa do respondente) está presente na München Fest desde a sua 20ª Edição. Taques explica que começaram modestos, colocando um Show ou outro na grade de programação da Festa. Neste caso, sua participação era somente sobre a venda do artista. Com o passar das edições, o trabalho da Versuz foi ficando mais evidente, proporcionando um avanço crescente na sua participação no evento.

Desde a edição de 2013 (24ª) a Versuz atua em todo o evento sendo responsável pela contratação e organização de toda a Festa. Nas edições de 2014 e 2015 a empresa ADONAI (Tendas Curitiba) foi a vencedora da licitação, e terceirizou a organização do evento. De acordo com Taques, a convite da empresa ADONAI, a Versuz continua exercendo a função de empresa organizadora do evento.

Segundo Taques, a Festa vem se transformando todo ano. No quesito estrutura, com a entrada da empresa ADONAI (Tendas Curitiba) no evento houve um avanço imenso e, hoje é possível assistir aos shows em área coberta e amplos camarotes. De acordo com Taques, as principais mudanças foram na segurança, pois nas últimas seis edições da Festa não houveram ocorrências graves, e isso é o principal motivo dos investimentos constantes nesta área.

Os principais fatores que influenciaram para que isto fosse possível, foi o apoio massivo da Polícia Militar e Guarda Municipal que foram e são imprescindíveis para esse sucesso, explica Taques. Segundo ele, na parte estrutural a cobertura da Festa na área externa sempre foi necessária, devido as condições climáticas da região. No entanto, o alto custo da locação sempre foi empecilho. Com a chegada da empresa ADONAI (Tendas Curitiba) isso se tornou possível e viável, porque a empresa é uma das maiores do sul do país em estruturas para eventos.

Taques explica que nos anos de 1990 as famílias eram mais presente na Festa. O apelo alemão era mais evidente e muito mais prestigiado. Hoje esse fator deixou de ser atraente para o público em geral, visto que essa geração de público consome shows nacionais e não dão o valor devido à cultura alemã. A organização do evento sempre vem buscando retomar essa cultura, mas a cada ano isso se torna mais difícil.

Nas edições de 2004 a 2012 o pavilhão era tocado por bandas shows da cidade e, eventualmente, bandas alemãs. Nesse período, houve uma forte queda na

cultura alemã. De 2013 em diante foi buscado fazer o resgate cultural, transformando o pavilhão do Centro de Eventos na vila germânica, com shows de bandas alemãs todas as noites e uma decoração voltada ao estilo alemão. Para a edição de 2016 o qual ocorrerá de 25/11 a 04/12, está sendo estudada uma maneira de atrair mais público ao pavilhão e aos camarotes, argumenta Taques.

Quando questionado quais os momentos mais marcantes da história da München Fest, Taques salienta que toda a Festa marca de alguma forma. Ele crê que o que fica é o orgulho de ser uma festa nacionalmente conhecida.

O terceiro questionário foi aplicado a Ângela Pilatti, a qual trabalhou nas primeiras 15 edições. Ela participou da Coordenação Artística das primeiras edições e, foi responsável pelas atividades do palco interno e externo, bandas e shows. Pilatti enfatiza que nas primeiras edições não ocorreram mudanças significativas no projeto inicial da festa. Ao longo dos anos houve um distanciamento da principal característica, referente à cultura alemã, se tornando mais uma festa do chopp.

Quando questionado os fatores que influenciaram para que ocorressem essas mudanças, Pilatti explica que a partir do momento em que a festa foi terceirizada, por questões financeiras, mudou o objetivo da Festa de um evento cultural para festa comercial. Em sua opinião, a qualidade dos shows também deixa a desejar. A Festa deixou de atingir todos os públicos, atendendo principalmente ao público de música sertaneja.

De acordo com Pilatti, a München teve momentos marcantes, exemplo, a inauguração do Centro de Eventos, as atrações vindas da Alemanha, grandes shows como Milton Nascimento, Daniela Mercury, Rita Lee, Djavan, Titãs, entre outros. A presença dos pinguins da Antártica, cervejaria patrocinadora na época, também marcou a história da Festa.

Desta forma, pode-se observar que um dos principais fatores que influenciou para que ocorressem mudanças na München Fest, foi a terceirização do evento.

De acordo com o ponto de vista dos entrevistados, pode-se afirmar que a München Fest passou por várias mudanças, as principais na visão deles são expostas no quadro a seguir:

QUADRO Nº 8 – Mudanças a partir da opinião dos entrevistados:

Espaço mais apropriado para a realização do evento, um Centro de Eventos, construído especialmente para abrigar a festa e receber o número de pessoas que prestigiavam o evento;
Mudança de estrutura com pavilhão, palco para shows com camarim, banheiros, área de alimentação;
A festa passou a ser mais segura, nas últimas seis edições, não havendo ocorrências graves;
Na década de 1990 a família era mais presente na Festa. O apelo alemão era mais evidente mais prestigiado;
Hoje o público em geral, consomem shows nacionais e não dão o valor devido a cultura alemã;
Ao longo dos anos houve um distanciamento da principal característica, referente à cultura alemã, se tornando mais uma festa do chopp.

Fonte: Elaborado pelo autor.

A partir do quadro 8, pode-se constatar que as principais mudanças da München Fest segundo os entrevistados ocorreram para trazer melhorias ao evento. A festa ganhou estrutura e local próprio para ser realizada, informação já destacada no histórico e trajetória da Festa. Vale-se ressaltar que a segurança de um evento é obrigação dos organizadores. O distanciamento das características da cultura alemã no evento reflete-se devido à constante evolução do evento e do público, visto que hoje em dia o público prefere shows nacionais.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste trabalho foi estudado o segmento de eventos, tendo como problema de pesquisa verificar quais foram as mudanças ocorridas no evento München Fest de Ponta Grossa entre os anos de 1990 a 2015.

De acordo com os métodos de coleta aplicados ao estudo e as análises das diferentes fontes de dados, foi possível verificar que durante a trajetória da München Fest houveram algumas mudanças, tais como:

- Mudança da proposta inicial do evento – O evento tinha como objetivo a comercialização da Cerveja Original, produzida pela cervejaria Antartica de Ponta Grossa. A cerveja foi substituída pelo chopp escuro (1990);
- Inclusão do chopp claro (pilsen) - O chopp escuro passa a ser consumido em menor quantidade, sendo preferido pelos consumidores o chopp claro (1998);
- Mudança de local do evento (1991);
- Foi construído um espaço próprio para abrigar a München Fest (1991);
- Com o fechamento da fábrica Antartica de Ponta Grossa, o Chopp passou a vir de outras cidades (1993). A fornecedora de bebidas também passou a ser licitada (1998);
- Mudança na premiação do concurso de rainha da festa - Na primeira edição, a vencedora do concurso de rainha ganhou uma viagem para a Alemanha. A partir da segunda edição a premiação passou a ser um carro 0 km (1991);
- A organização da Festa passa a ser terceirizada, organizada por empresas privadas e licitada pela Prefeitura Municipal de Ponta Grossa (1999);
- Os shows passam a atrair mais a atenção do público que a parte cultural, exemplo, apresentações de bandas alemãs e o uso de trajes típicos alemães (1993);
- Criação da München Especial e München Melhor Idade - Dois dias durante a München Fest são destinados à Terceira Idade e aos portadores de necessidades especiais. Nessas tardes são realizados bailes públicos com a entrada franca (2006);
- Durante a trajetória do evento foi realizado um único concurso de Tião Fritz, que é a logomarca da München Fest. O vencedor do concurso representou a

München durante alguns anos e veio a falecer. Foi descartada a possibilidade de um novo concurso, e o mesmo representante foi eternizado (1997).

Desta forma, pode-se verificar que ocorreram muitas mudanças na München Fest. Talvez sejam esses elementos que fizeram com que o evento alcançasse essa longevidade de 27 edições já realizadas, sendo que a 27ª ocorreu de 25 de novembro a 04 de dezembro de 2016, esta não contemplando o recorte temporal estabelecido nesta pesquisa.

Esse trabalho ensinou que os eventos estão em constante evolução, e que muitas vezes as mudanças são necessárias para que o evento não se torne saturado e continue atraindo o público. A cada ano o público se torna mais exigente, e mudam-se os gostos e as preferências artísticas e musicais. É preciso estar atento a opinião do público e sempre realizar pesquisas para entender as expectativas e a satisfação do público participante.

Para a realização desse trabalho, o pesquisador encontrou algumas dificuldades, como exemplo, a falta de disponibilidade de pessoas que trabalharam no evento para responder os questionários e também, encontrar materiais com informações das edições do evento, sendo esta a principal dificuldade. Apesar dessas dificuldades foi possível realizar um levantamento do histórico do evento e responder ao problema e objetivos do trabalho.

Para futuros estudos, sugere-se que este trabalho seja ampliado, sendo estudado às atividades culturais e gastronômicas do evento, bem como um detalhamento dos pratos que eram e ainda são oferecidos durante a Festa.

## REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, Soraya Souza de. **Turismo de eventos**: a importância para o desenvolvimento do Turismo. Universidade de Brasília, Centro de Excelência em Turismo. 2004. Disponível em:

<[http://bdm.unb.br/bitstream/10483/438/1/2004\\_SorayaSousaAlbuquerque.pdf](http://bdm.unb.br/bitstream/10483/438/1/2004_SorayaSousaAlbuquerque.pdf)>  
Acesso em: 18 de fev. de 2016.

ALVARES, Daniela Fantoni. Setor de Eventos na Hotelaria. Promoção, uma alternativa rentável. In: BAHL. **Eventos**: a importância para o turismo do terceiro milênio. São Paulo: Roca, 2003, p. 117-123.

ANDRADE, José Vicente de. **Turismo**: fundamentos e dimensões. São Paulo: Ática, 1992.

ANSARAH, Marília Gomes do Reis. **Turismo**: como aprender, como ensinar. São Paulo: Senac, 2001.

A REDE PARANÁ NOTÍCIAS. **25ª München Fest divulga últimas atrações**. Disponível em: <<http://arede.info/PONTA-GROSSA/19921/25-MUNCHEN-FEST-DIVULGA-ULTIMAS-ATRACOES?replytocom=11375>> Acesso em: 18 de maio de 2016.

BAHL, Miguel (Org.). **Eventos**: a importância para o turismo do terceiro milênio. São Paulo: Roca, 2004.

BARRETTO, Margarita. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. Campinas: Papirus, 1999.

BRASIL. **A força do turismo de negócio no Brasil, 2015**. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/5606-a-for%C3%A7a-do-turismo-de-neg%C3%B3cios-no-brasil.html>> Acesso em: 01 de jan. de 2016.

BRASIL, Ministério do Turismo. **Segmentação do turismo e o mercado**. Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação Geral de Segmentação. Brasília: Ministério do Turismo, 2010. Disponível em <[http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o\\_ministerio/publicacoes/downloads\\_publicacoes/Segmentaxo\\_do\\_Mercado\\_Versxo\\_Final\\_IMPRESSxO\\_.pdf](http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Segmentaxo_do_Mercado_Versxo_Final_IMPRESSxO_.pdf)> Acesso em: 20 de fev. de 2016.

BRITTO, Janaina; FONTES Nena. **Estratégias para eventos**: uma ótica do marketing e do turismo. São Paulo: Aleph, 2002.

CIDADES EM FOTOS, 2015. Disponível em: <<http://cidadesemfotos.blogspot.com.br/2015/01/fotos-de-ponta-grossa.html>> Acesso em: 22 de fev. de 2016.

COUTINHO, Hevellyn Pérola Menezes; COUTINHO, Helen Rita Menezes. **Turismo de Eventos como alternativa para o problema da sazonalidade turística**. Revista

Eletrônica Aboré - Publicação da Escola Superior de Artes e Turismo Edição 03/2007. Disponível em:

<[http://www.revistas.uea.edu.br/old/aboré/artigos/artigos\\_3/Hevellyn%20Perola%20Menezes%20Coutinho.pdf](http://www.revistas.uea.edu.br/old/aboré/artigos/artigos_3/Hevellyn%20Perola%20Menezes%20Coutinho.pdf)> Acesso em: 18 de fev. de 2016.

DE LA TORRE, Oscar. **El turismo, fenómeno social**. México: Fondo de Cultura Económica, 1992.

DIÁRIO DA MANHÃ, 1992. Disponível para consulta em acervo Casa da Memória do Paraná, em Ponta Grossa -PR.

DIÁRIO DA MANHÃ, 2005. Disponível para consulta em acervo Casa da Memória do Paraná, em Ponta Grossa -PR.

DIÁRIO DA MANHÃ, 2007. Morre "Tião Fritz". Disponível em: <<http://www.plantaodacidade.com.br/Anteriores/terca041207/capa.htm>> Acesso em 06 de Nov. de 2016.

DIÁRIO DOS CAMPOS, 1990. Disponível para consulta em acervo Casa da Memória do Paraná, em Ponta Grossa -PR.

DIÁRIO DOS CAMPOS, 1991. Disponível para consulta em acervo Casa da Memória do Paraná, em Ponta Grossa -PR.

DIÁRIO DOS CAMPOS, 1993. Disponível para consulta em acervo Casa da Memória do Paraná, em Ponta Grossa -PR.

DIÁRIO DOS CAMPOS, 1994. Disponível para consulta em acervo Casa da Memória do Paraná, em Ponta Grossa -PR.

DIÁRIO DOS CAMPOS, 1997, a. Disponível para consulta em acervo Casa da Memória do Paraná, em Ponta Grossa -PR.

DIÁRIO DOS CAMPOS, 1999. Disponível para consulta em acervo Casa da Memória do Paraná, em Ponta Grossa -PR.

DIÁRIO DOS CAMPOS, 2000. Disponível para consulta em acervo Casa da Memória do Paraná, em Ponta Grossa -PR.

DIÁRIO DOS CAMPOS, 2002. Disponível para consulta em acervo Casa da Memória do Paraná, em Ponta Grossa -PR.

DIÁRIO DOS CAMPOS, 2003. Disponível para consulta em acervo Casa da Memória do Paraná, em Ponta Grossa -PR.

DIÁRIO DOS CAMPOS, 2005. Disponível para consulta em acervo Casa da Memória do Paraná, em Ponta Grossa -PR.

DIÁRIO DOS CAMPOS, 2007, a. Disponível para consulta em acervo Casa da Memória do Paraná, em Ponta Grossa -PR.

DIÁRIO DOS CAMPOS, 2009, a. Disponível para consulta em acervo Casa da Memória do Paraná, em Ponta Grossa -PR.

DIÁRIO DOS CAMPOS, 2014. **Avenida München**. Disponível em: <<http://www.diariodoscamos.com.br/policia/2014/07/avenida-munchen-registra-nova-confusao-e-uma-pessoa-fica-ferida/926278/>> Acesso em 13 de Dez. 2016.

DIÁRIO DOS CAMPOS, 2010. **Desfile abre 21ª edição da festa nacional do chopp**. Disponível em: <<http://www.diariodoscamos.com.br/cidades/2010/11/desfile-abre-21a-edicao-da-festa-nacional-do-chopp/1031857/>> Acesso em: 18 de nov. de 2016.

DIÁRIO DOS CAMPOS, 2015. **München fest atinge expectativa de público na 26ª edição**. Disponível em: <<http://www.diariodoscamos.com.br/guia/eventos-e-baladas/2015/12/munchenfest-atinge-expectativa-de-publico-na-26a-edicao/2042363/>> Acesso em: 18 de maio de 2016.

DIAS, Reinaldo; AGUIAR, Marina R. de. **Fundamentos do turismo: conceitos, normas e definições**. Campinas, SP: Alínea, 2002.

DOC.COM, 2014. **Desfile de abertura da 25ª München Fest**. Disponível em: <<http://www.blogdodoc.com/desfile-de-abertura-da-25a-munchen-tera-85-blocos-com-perto-de-quatro-mil-participantes/>> Acesso e: 07 de jul de 2016.

GLOBO.COM. Foto da Primeira München Fest. Disponível em: <<http://redeglobo.globo.com/pr/rpctv/meuparana/videos/t/edicoes/v/25-anos-da-munchen-fest-parte-2/3800425/>> acesso em 22 de fevereiro de 2016.

FOLDER DA FESTA, 1990. Disponível para consulta em acervo Casa da Memória do Paraná, em Ponta Grossa -PR.

FOLDER DA FESTA, 1992. Disponível para consulta em acervo Casa da Memória do Paraná, em Ponta Grossa -PR.

FLICKR.COM, 2012. **Ninguém o substituiu**. Disponível em: <<https://www.flickr.com/photos/lentequente/8236953610>> Acesso em 06 de Nov. 2016.

FLICKR.COM, 2011. **Sinal verde para a 22ª München Fest**. Disponível em: <<https://www.flickr.com/photos/lentequente/6405581251>> Acesso em: 07 de Jul de 2016.

FRANCO, Andressa; DANTAS, Camila; Silva, Delanne; SALES, Fabiana; DIAS, Maria Lucia; GALVÃO, Patrícia; LIMA, Priscylla; CARVALHO, Roberta. **Eventos, cultura popular e memória regional**. In: BAH. **Eventos: a importância para o turismo do terceiro milênio**. São Paulo: Roca, 2003, p. 71-79.



G1 GLOBO NOTÍCIA, 2015. **Comissão organizadora da 26ª edição da München Fest divulga atrações.**

Disponível em: <<http://g1.globo.com/pr/campos-gerais-sul/noticia/2015/10/comissao-organizadora-da-26-edicao-da-munchen-fest-divulga-atracoes.html>> Acesso em: 17 de maio de 2016.

G1 CAMPOS GERAIS E SUL RPC. **26ª München Fest no Paraná elege Rainha, princesas e Miss Simpatia.** Disponível em: <<http://g1.globo.com/pr/campos-gerais-sul/noticia/2015/12/26-munchen-fest-no-parana-elege-rainha-princesas-e-miss-simpatia.html>> Acesso em: 17 de maio de 2016.

G1 CAMPOS GERAIS E SUL RPC, 2013. **Desfile de abertura da 24ª München Fest recebe inscrições de blocos.** Disponível em: <<http://g1.globo.com/pr/campos-gerais-sul/noticia/2013/11/desfile-da-abertura-da-24-munchen-fest-recebe-inscricoes-de-blocos.html>> Acesso em: 17 de Jun de 2016.

G1 CAMPOS GERAIS E SUL RPC, 2015. **Organização define preços dos ingressos da 26ª München Fest.** Disponível em: <<http://g1.globo.com/pr/campos-gerais-sul/noticia/2015/11/organizacao-define-precos-dos-ingressos-da-26-munchen-fest.html>> Acesso em: 28 de Jun de 2016.

GIACAGLIA, Maria Cecília. **Organização de eventos: teoria e prática.** São Paulo: Thompson Learning, 2006.

GOOGLE MAPS. **Centro de Eventos de Ponta Grossa.** Disponível em: <<https://www.google.com.br/maps/place/Centro+de+Eventos/@-25.1207456,-50.2058207,640m/data=!3m1!1e3!4m2!3m1!1s0x94e8108b57159b07:0x507c60d9bd2ed58b>> Acesso em: 22 de fev. de 2016.

INTROVINI, Micheli Justus. **Festa nacional do chope escuro – München Fest.** Uma proposta de possível revitalização. 2005. Trabalho de Conclusão de curso. (Bacharelado em Turismo) Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa, 2005.

JORNAL DA MANHÃ, 1990, a. Disponível para consulta em acervo Casa da Memória do Paraná, em Ponta Grossa -PR.

JORNAL DA MANHÃ, 1992, b. Disponível para consulta em acervo Casa da Memória do Paraná, em Ponta Grossa -PR.

JORNAL DA MANHÃ, 1996. Disponível para consulta em acervo Casa da Memória do Paraná, em Ponta Grossa -PR.

JORNAL DA MANHÃ, 1997. Disponível para consulta em acervo Casa da Memória do Paraná, em Ponta Grossa -PR.

JORNAL DA MANHÃ, 2002. Disponível para consulta em acervo Casa da Memória do Paraná, em Ponta Grossa -PR.

JORNAL DA MANHÃ, 2006. Disponível para consulta em acervo Casa da Memória do Paraná, em Ponta Grossa -PR.

JORNAL DA MANHÃ, 2007. Disponível para consulta em acervo Casa da Memória do Paraná, em Ponta Grossa -PR.

JORNAL DA MANHÃ, 2009. Disponível para consulta em acervo Casa da Memória do Paraná, em Ponta Grossa -PR.

MARTIN, Vanessa. **Manual prático de eventos**. São Paulo: Atlas, 2003.

MATIAS, Marlene. **Organização de eventos: procedimentos e técnicas**. 3. ed. Barueri, SP: Manole, 2004.

MORAIS, Louise; CORDEIRO, Maria Fernanda; DROPA, Márcia Maria (Org). **CHOPP TOUR: uma estratégia de promoção da münchenfest e da cidade de ponta grossa**. 2008. Disponível em: <<http://docplayer.com.br/5440707-Chopp-tour-uma-estrategia-de-promocao-da-munchenfest-e-da-cidade-de-ponta-grossa.html>> Acesso em 20 de nov. de 2016.

OKTOBERFEST BLUMENAU, 2016. Disponível em: <<http://www.oktoberfestblumenau.com.br/oktoberfest/historia/>> Acesso em: 11 de maio de 2016.

OLIVEIRA, Antonio Pereira. **Turismo e desenvolvimento: planejamento e organização**. São Paulo: Atlas, 2002.

OLIVEIRA, Marlene de. **Introdução a eventos**. Instituto Federal, Curitiba-PR. 2011.

ORKUT.COM. München Fest Ponta Grossa. 2010. Disponível em: <<http://orkut.google.com/c524808.html>> Acesso em 21 de nov. de 2016.

PANROTAS. Notícia de turismo. **14/10/2014 Indústria de eventos movimentada R\$ 209 bilhões no País**. Disponível em: <[http://www.panrotas.com.br/noticia-turismo/mercado/industria-de-eventos-movimentada-r\\$-209-bilhoes-no-pais\\_106209.htm](http://www.panrotas.com.br/noticia-turismo/mercado/industria-de-eventos-movimentada-r$-209-bilhoes-no-pais_106209.htm)> Acesso em: 10 de jan. de 2016.

PLANTÃO CIDADE, 2008, a. **Foliões consumiram 83.000 litros de chopp na München**. Disponível em: <<http://www.plantaodacidade.com.br/Anteriores/terca091208/tix.htm>> Acesso em 21 de nov. de 2016.

PLANTÃO CIDADE, 2010. **Desfile e sangria do 1º Barril: Começa a 21ª Münchenfest**. Disponível em: <<http://www.plantaodacidade.com.br/Anteriores/sexta261110/xxvi.htm>> Acesso em 18 de out. 2016

PREFEITURA MUNICIPAL DE PONTA GROSSA, 2016, e. **27ª München Fest 2016**. Desfile. Disponível em: <<http://www.pontagrossa.pr.gov.br/munchen>> Acesso em 12 de nov. 2016.

PREFEITURA MUNICIPAL DE PONTA GROSSA, 2016, a. **A cidade**. Disponível em <<http://pontagrossa.pr.gov.br/acidade>> Acesso em 15 out. de 2016.

PREFEITURA MUNICIPAL DE PONTA GROSSA, 2016, d. **Calendário oficial de eventos do Paraná**. Disponível em: <[http://www.pontagrossa.pr.gov.br/files/funtur/calendario\\_de\\_eventos\\_da\\_parana\\_turismo\\_2016.pdf](http://www.pontagrossa.pr.gov.br/files/funtur/calendario_de_eventos_da_parana_turismo_2016.pdf)> Acesso em 28 de out. 2016.

PREFEITURA MUNICIPAL DE PONTA GROSSA, 2016, b. **Características gerais**. Disponível em: <<http://pontagrossa.pr.gov.br/acidade>> Acesso em 15 de out. 2016.

PREFEITURA MUNICIPAL DE PONTA GROSSA, 2016, h. **Casa da Memória**. Disponível em: <<http://www.pontagrossa.pr.gov.br/casamemoria>> Acesso em: 12 de jun de 2016.

PREFEITURA MUNICIPAL DE PONTA GROSSA, 2016, f. **Eventos**. Disponível em: <<http://pontagrossa.pr.gov.br/eventos>> Acesso em 18 de Nov. 2016.

PREFEITURA MUNICIPAL DE PONTA GROSSA, 2008, g. **Foliões consumiram 83.000 litros de chopp**. Disponível em: <<http://www.pontagrossa.pr.gov.br/node/5696>> Acesso em: 17 de maio de 2016.

PREFEITURA MUNICIPAL DE PONTA GROSSA, 2009, c. **História da München Fest**. Disponível em: <<http://pontagrossa.pr.gov.br/node/7309>> Acesso em: 12 de nov. de 2015.

PREFEITURA MUNICIPAL DE PONTA GROSSA, 2006. **Município licita 17ª münchenfest**. Disponível em: <<http://www.pontagrossa.pr.gov.br/node/1146>> Acesso em 16 de maio de 2016.

PREFEITURA MUNICIPAL DE PONTA GROSSA, 2011. **München tem público recorde**. Disponível em: <<http://pontagrossa.pr.gov.br/node/11802>> Acesso em: 17 de maio de 2016.

PREFEITURA MUNICIPAL DE PONTA GROSSA, 2013, j. **Karine Zampieri é a rainha da 24ª München**. Disponível em: <<http://www.pontagrossa.pr.gov.br/node/16280>> Acesso em: 19 de maio de 2016.

PREFEITURA MUNICIPAL DE PONTA GROSSA, 2016, f. **Concurso de rainha 2016**. Regulamento. Disponível em: <<http://www.pontagrossa.pr.gov.br/files/munchen/concurso-rainha-2016-regulamento.pdf>> Acesso em 14 de nov. 2016.

PREFEITURA MUNICIPAL DE PONTA GROSSA. **Turismo**. Ponta Grossa-PR, 2007. Disponível em: <<http://www.pontagrossa.pr.gov.br/files/funtur/cartilha17-10-31-10-2012.pdf>> Acesso em 06 de nov. de 2016.

RELATÓRIO MÜNCHEN FEST, 2004. Disponível para consulta em acervo Casa da Memória do Paraná, em Ponta Grossa -PR.

SIGNIFICADOS.COM.BR, 2016. Networking. Disponível em: <[https://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwjPkZe84vHQAhXFiJAKHcnIDekQFggeMAE&url=https%3A%2F%2Fwww.significados.com.br%2Fnetworking%2F&usq=AFQjCNE\\_g3lqH6Q-VJmOv-eYgT4zr1qw6A](https://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwjPkZe84vHQAhXFiJAKHcnIDekQFggeMAE&url=https%3A%2F%2Fwww.significados.com.br%2Fnetworking%2F&usq=AFQjCNE_g3lqH6Q-VJmOv-eYgT4zr1qw6A)> Acesso em 14 de nov. 2016.

SIMÕES, Roberto Porto. **Relações públicas: função política**. São Paulo: Summus, 1995.

WIKIPÉDIA, 2016. **Eisbein**. Disponível em: <<https://pt.wikipedia.org/wiki/Eisbein>> Acesso em 18 de out. de 2016.

YANES, Adriana Figueiredo. **Cerimonial, protocolo e etiqueta em eventos**. 1. ed. São Paulo: Érica, 2014.

ZANELLA, Luiz Carlos. **Manual de organização de eventos: planejamento e operacionalização**. São Paulo: Atlas, 2003.

**APÊNDICE**

### Questões sobre a München Fest

Questionário aplicado a Iran taques:

- 1) Quais edições da München Fest foram realizadas/organizadas pela Versuz Produções? Teve outra empresa parceira? Qual?
- 2) Nas edições que a Sr trabalhou, quais foram as principais mudanças no evento?
- 3) Que fatores influenciaram para que ocorressem essas mudanças?
- 4) O Sr identifica outras mudanças relevantes que ocorreram entre 1990 e 2015?
- 5) Em sua opinião quais foram os momentos mais marcantes na história da München Fest?
- 6) Para a 27ª edição que será realizada este ano, há alguma mudança prevista?

Questões aplicada a Loreni Menger e Angela Pilatti.

- 1) Em quais edições da München Fest a Srª trabalhou? Qual setor?
- 2) Nas edições que a Srª trabalhou, quais foram as principais mudanças no evento?
- 3) Que fatores influenciaram para que ocorressem essas mudanças?
- 4) O Srª identifica outras mudanças relevantes que ocorreram entre 1990 e 2015?
- 5) Em sua opinião quais foram os momentos mais marcantes na história da München Fest?

**ANEXO**

## Folder da 1ª München Fest

F02.67

**PAVILHÃO:**  
 19h00 - Banda Verde Vale (baile)  
 20h00 - Grupo folclórico holandês de Castrolanda  
 20h30m - Concurso de tomadores de chopp em metro  
 21h00 - Banda Götz Baum  
 23h00 - Concurso da rainha (final)

**PALCO EXTERNO:**  
 19h00 - Conjunto Magia  
 19h30m - Regiane  
 20h00 - Manoelito  
 20h30m - Conjunto  
 21h00 - Rosana

**Dia 8 de dezembro — Sábado**

- 10h00 - Retretas pelas ruas da cidade
- 14h00 - Início das atividades do dia com chopp, comida e música típica

**PAVILHÃO:**  
 17h00 - Tropical dance  
 17h30m - Grupo folclórico ucraniano Zoriá (infantil)  
 18h00 - Banda marcial Sagrado Coração  
 18h30m - Grupo de folclore e projeção Galpão Nativo  
 19h00 - Banda Verde Vale (baile)  
 19h30m - Grupo folclórico da colônia alemã de Entre Rios  
 20h00 - Grupo folclórico do Clube Concordia  
 20h30m - Concurso de tomadores de chopp em metro  
 21h00 - Banda Götz Baum  
 23h00 - Banda Verde Vale (baile)

**PALCO EXTERNO:**  
 16h30m - Palhaço Biscoito  
 19h00 - Conjunto Metrópole  
 20h00 - Banda Por-do-Sol  
 20h30m - Banda Beijo à Força  
 21h00 - Kiko Zambianki

**Dia 9 de dezembro — Domingo**

- 10h00 - Início das atividades do dia com chopp, comida e música típica

**PAVILHÃO:**  
 11h30m - Banda típica  
 16h00 - Academia de aeróbica  
 16h30m - Tropical dance

• 17h30m - Desfile de encerramento pelas ruas da cidade

**PAVILHÃO:**  
 17h00 - Grupo folclórico alemão juvenil do Clube Princesa dos Campos  
 17h30m - Fanfarras do Colégio Master  
 18h00 - Grupo folclórico ucraniano Tchorohora  
 18h30m - Grupo folclórico polonês  
 19h00 - Banda Verde Vale (baile)  
 19h30m - Grupo folclórico alemão adulto do Clube Princesa dos Campos  
 20h00 - Grupo folclórico ucraniano Zoriá  
 20h30m - Concurso de tomadores de chopp em metro  
 21h00 - Banda Götz Baum (baile)  
 23h00 - Banda Verde Vale (baile)  
 24h00 - Encerramento

**PALCO EXTERNO:**  
 19h00 - Conjunto Metrópole

Observações: \* Banda Götz Baum (procedente da Alemanha).  
 \*\* Banda Verde Vale (Pomerode, SC).

Este programa estará sujeito, eventualmente, a modificações de datas e horários.


**PONTA GROSSA**  
 Cidade de Vila Velha

**PONTA GROSSA**  
 PERNAMBUCO

**APOIO:**  
 Associação Comercial e Industrial de Ponta Grossa  
 Clube de Diretores Lojistas de Ponta Grossa  
 Sociedade Rural dos Campos Gerais

**F02.67**

**1ª FESTA NACIONAL DO CHOPP ESCURO.**



**MÜNCHEN**  
 F E S T I

**DE 30 DE NOV. A 9 DE DEZ/90**  
**PONTA GROSSA-PR**

ANTIGO PATIO DA REFFA

**BAMERINDUS**  
 O banco da nossa terra.

**PONTA GROSSA**  
 Cidade de Vila Velha

**PONTA GROSSA**  
 PERNAMBUCO

**BAMERINDUS**  
 O banco da nossa terra.

Fonte: Casa da Memória do Paraná em Ponta Grossa -PR.