

**FUNDAÇÃO OSWALDO ARANHA**  
**CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOLTA REDONDA**  
**CURSO BACHAREL DE ADMINISTRAÇÃO**  
**TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

**BRUNA BARCELLOS DE SOUZA**  
**FRANCINI PERES VIEIRA**

**OS IMPACTOS DA PANDEMIA NO SETOR DE EVENTOS: ESTUDO  
DE CASO AUÊ HOUSE**

**VOLTA REDONDA**

**2022**

**FUNDAÇÃO OSWALDO ARANHA**  
**CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOLTA REDONDA**  
**CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**  
**TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

**BRUNA BARCELLOS DE SOUZA**  
**FRANCINI PERES VIEIRA**

**OS IMPACTOS DA PANDEMIA NO SETOR DE EVENTOS: ESTUDO  
DE CASO AUÊ HOUSE**

Artigo apresentado ao Curso de Administração do UniFOA, como requisito parcial à obtenção do título de bacharel em Administração.

Alunas: Bruna Barcellos de Souza e Francini Peres Vieira.

Orientador: Professora Mestre Débora Cristina Lopes Martins

**VOLTA REDONDA**

**2022**

## FOLHA DE APROVAÇÃO

## RESUMO

O objetivo deste estudo é descrever os impactos gerados pela pandemia do coronavírus no setor de eventos através do estudo de caso da boate Auê House, situada na cidade de Volta Redonda, a fim de compreender como a empresa sobreviveu à pandemia, detalhando sua trajetória em meio a uma crise sanitária e humanitária. Como referencial teórico foram abordados os conceitos de marketing, eventos e pandemia. A pesquisa realizada foi qualitativa com cunho bibliográfico e foi composta por livros, sites e notícias dos órgãos do governo. As pesquisas realizadas neste estudo mostram que o segmento de eventos faz parte do setor que mais sofreu com os impactos da pandemia, mas devido à experiência obtida em 35 anos de funcionamento da casa noturna, o proprietário da boate Auê House agiu com intuição e criatividade para manter sua empresa aberta. No entanto, faz-se necessário frisar que a falta de planejamento e o acompanhamento de indicadores foi um fator prejudicial à empresa, pois os percalços poderiam ter sido previstos e evitados caso as técnicas corretas tivessem sido utilizadas pelos proprietários que se embasaram unicamente em conhecimento próprio, *feeling* e conhecimento do seu público-alvo para decidir os próximos passos da empresa em relação às medidas governamentais. Apesar dos produtores não deterem total conhecimento sobre as teorias e ferramentas disponíveis, seu desempenho e esforço para manter o estabelecimento em funcionamento contribuíram para manter a empresa ativa. A empresa sobreviveu à pandemia e segue no mercado de entretenimento, fornecendo empregos e movimentando a economia local. Após a realização deste trabalho, os proprietários compreenderam a necessidade de expandir seus conhecimentos acerca de seu segmento para encontrarem-se melhor preparados no futuro.

**Palavras-chave: pandemia; eventos; Auê House.**

## 1. INTRODUÇÃO

A pandemia do coronavírus parou o mundo inteiro a partir de março de 2020. Este ocorrido impactou direta ou indiretamente todos os segmentos existentes, inclusive o setor de eventos, pois foi um dos primeiros a pausar suas atividades, e um dos últimos a ter autorização para retornar.

Segundo o presidente da Abrape<sup>1</sup>, Doreni Caramori Júnior, o mercado de eventos estava atuando com força total até o início da pandemia, e era responsável por cerca de 23 milhões de empregos e aproximadamente 5% do PIB do país. Desde a chegada da covid-19, o setor deixou de faturar, só em 2021, pelo menos R\$ 140 bilhões e demitiu cerca de 450 mil pessoas.

Desde organizadores de festas a donos de bares e boates, todos foram impossibilitados de exercer sua função principal de trazer o entretenimento ao público, além de deixar de fornecer serviço para diversos profissionais cujos trabalhos envolvem aluguel de estruturas como palcos, estandes, iluminação, som, bem como serviços de filmagens, produção fotográfica, bufê de festas, decoração, assessoria cerimonial, seguranças, transporte, agência e operadora de turismo, entre outros.

O objetivo deste estudo é descrever os impactos gerados pela pandemia do coronavírus no setor de eventos, através de um estudo de caso da boate Auê House, situada na cidade de Volta Redonda, a fim de compreender como a empresa sobreviveu à pandemia, detalhando as estratégias adotadas para manter-se ativa, mesmo sem clientes em determinados momentos de fechamento ou distanciamento social, impostos pela administração pública.

---

<sup>1</sup> Disponível em: < <https://agenciabrasil.ebc.com.br/saude/noticia/2021-11/setor-de-eventos-ve-sinais-positivos-de-retomada-das-atividades>>. Acesso em: 09/06/2022

## 2. REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 Composto de Marketing Promocional

O marketing tem se tornado cada vez mais importante para garantir a competitividade das empresas, especialmente considerando o período de pandemia que os países viveram durante os anos de 2020 e 2021. Diante deste cenário, o marketing se torna uma ferramenta extremamente importante, pois garante que a empresa se torne conhecida e, principalmente, possa mostrar seus diferenciais perante o mercado. Para Kotler (2006, p. 4), marketing é o “processo social por meio do qual pessoas e grupos de pessoas obtêm aquilo de que necessitam e que desejam com a criação, a oferta e a livre negociação de produtos e serviços de valor com outros”.

Portanto, conforme disse o autor, o marketing é um aliado necessário para que a empresa esteja habilitada a fazer negócio com seu cliente. Assim como Kotler, temos também Las Casas (2007, p. 15) que define o marketing como sendo “a área do conhecimento que engloba todas as atividades concernentes às relações de troca, orientadas para a satisfação dos desejos e necessidades dos consumidores, visando alcançar determinados objetivos de empresas ou indivíduos”, ou seja, o foco dessa gestão é voltado para a satisfação do público e criação de valor para o produto através do aumento da qualidade de experiências vividas e compartilhadas.

Segundo a *American Marketing Association* (AMA)<sup>2</sup> “marketing é uma atividade, conjunto de instituições e processos para criar, comunicar, entregar e trocar ofertas que tenham valor para os consumidores, clientes, parceiros e sociedade em geral.” Assim, entende-se que a atividade envolve uma série de estratégias, técnicas e práticas voltadas para o aumento do valor de marcas ou produtos a fim de aumentar sua importância para o consumidor final, além de despertar o desejo que gera a necessidade de ser saciado.

Com base na definição da AMA sobre o que é marketing, cabe destacar que a atividade se estruturou considerando o princípio dos “quatro pés” que compreendem

---

<sup>2</sup> Disponível em: <<https://www.ama.org/the-definition-of-marketing-what-is-marketing/>>. Acesso em: 18/06/2022

as variáveis controláveis do ambiente interno das empresas e são compostos por Produto, Preço Praça e Promoção.

**Produto:** Não diz respeito ao produto tangível, mas também aos serviços e características da marca da empresa.

**Preço:** É o valor monetário que o cliente deve pagar para adquirir o produto ou serviço que deseja. Para o cliente pagar o valor proposto, o produto ou serviço precisa estar diretamente relacionado com qualidade e custo-benefício.

**Praça:** Praça, ou também chamada de distribuição, diz respeito ao local que o produto será vendido e quais serão os canais de distribuição utilizados para que o produto ou serviço chegue até o consumidor final.

**Promoção:** Promoção não está ligada diretamente a liquidação, mas também ao ato de promover a marca ou produto.

Na promoção é onde fica todo o composto de marketing promocional, ou seja, todas as ferramentas que as empresas utilizam para comunicar uma oferta ao mercado. Dentre essas ferramentas podemos destacar aqui a publicidade e propaganda, venda direta, merchandising e os eventos, que também fazem parte das ações disponíveis para estreitar a experiência do cliente com a marca da empresa.

## 2.2 Eventos

Uma eventualidade é algo que acontece sem estar nos planos, já um evento é algo que está programado com antecedência. Para Meirelles (1999, p. 30):

Todo o evento nada mais é do que uma forma de reunião: a reunião caracteriza-se como o embrião de todos os tipos de eventos. Trata-se do encontro de duas ou mais pessoas, a fim de discutir, debater e solucionar questões sobre determinado tema relacionado com suas áreas de atividade.

Os eventos acontecem com o propósito de reunir pessoas com objetivos em comum, como comemorações, festividades, divulgações, capacitações, troca de informações, promoções, integração, educação, entre outras. É uma forma efetiva de integração de ideias, conceitos, conhecimentos e de promover produtos e serviços das organizações.

Uma parte importante a ser levada em consideração em relação ao setor de eventos é o fator econômico envolvido, pois além de movimentar a economia de uma forma geral, este setor ainda gera empregos para milhares de pessoas

necessitadas. No caso de eventos de grande porte, estes atraem um público muito maior, o que contribui de forma significativa como uma atividade econômica. Matias (2003, p.25) complementa afirmando que:

Atualmente, o evento, em função dos objetivos fixados, do grande número de pessoas que envolvem e das diversas expectativas e necessidades que essas pessoas apresentam, tornou-se uma importante atividade econômica e social, que deve ser tratada de forma profissional.

Para Cesca (1997, p.14), “evento é um acontecimento criado com a finalidade específica de alterar a história da relação organização-público, em face das necessidades observadas”. Já para Veloso (2001 p.3) “os eventos e as cerimônias constituem-se em meios de estabelecer a comunicação aproximativa entre pessoas e públicos de organizações governamentais ou privadas”. Desta forma, pode-se dizer que os eventos buscam reunir e unir pessoas com os mesmos objetivos e têm forte ligação com o setor de marketing, onde o foco é sempre gerar desejo e atender as necessidades do público.

A criatividade é um fator indispensável para o sucesso do evento, que deve ser único, marcante, cheio de sensações, gerador de emoções para o público e bem divulgado. As ações promocionais, a montagem do cenário, as atrações previstas e a participação do público são fatores importantes para o sucesso do evento e para garantir que tudo ocorra conforme o planejado é preciso conhecer o tipo de evento que será promovido e seu público-alvo.

Existem vários tipos de eventos e cada um com um objetivo diferente. Podendo ser um evento privado ou público, de pequeno, médio ou grande porte. Cada evento possui características específicas, por isso listamos alguns exemplos no quadro 1.

Quadro 1 – TIPOS DE EVENTOS

TIPO DE EVENTO	DESCRIÇÃO
Feira	São eventos de grande porte que visam promover e divulgar produtos e/ou serviços, cuja comercialização é o foco central na feira.
Exposição	Evento que promove, divulga e informa sobre produtos, técnicas e serviços de uma ou várias áreas de atividades específicas.
Conferência	São reuniões com conferencistas que possuem conhecimento de um determinado assunto. Ao final da exposição, é aberto espaço para o público fazer perguntas.
Palestra	É a exposição de um assunto para uma plateia relativamente pequena. O assunto é geralmente de natureza educativa
Workshop	São encontros onde há uma parte expositiva seguida de demonstrações do objeto (produto) que gerou o evento.
Colóquio	Muito usado em alguns ambientes acadêmicos para exposições de trabalhos, como os de conclusão de curso.
Sarau	O sarau é um evento no qual os participantes apresentam expressões artísticas como musicais, cantos, serestas, poemas, entre outras. É um evento que vem se destacando, principalmente, em escolas.
Show	Apresentação artística de entretenimento a um público-alvo. Faz parte da programação de diversos tipos de eventos.
Olimpíada	As Olimpíadas são tidas como conjuntos de torneios e campeonatos sujeitos a regulamentos das associações internacionais das modalidades esportivas e com maior amplitude de participação e divulgação.
Cerimônia	Podem ser reuniões solenes de cunho social, político, acadêmico, governamental e religioso. Poderão, conforme seu objetivo, abranger casamentos, bodas, funerais, comemorações, entre outros.

Adaptado de: MENDONÇA, MJA & PEROZIN, JGPA (2014).

Além dos eventos tradicionais, existe também o que podemos chamar de megaeventos, onde a estrutura do evento é muito maior, a capacidade e o alcance de pessoas também. Para DaCosta; Miragaya (2008, p. 36) um megaevento pode ser definido pelo número de participantes ou pelo 'processo', o que para eles significa: "curta duração, porém de preparação longa e por vezes intermitente, sempre operando em escala de milhões de participantes". De acordo com Hall, citado por TAVARES (2011, p. 17), em síntese os

megaeventos apresentam grandiosidade em termos de público, mercado alvo, nível de envolvimento financeiro do setor público, efeitos políticos, extensão de cobertura televisiva, construção de instalações e impacto sobre o sistema econômico e social da sociedade anfitriã.

Em 14 de setembro de 2020 o Diário Oficial da União publicou, através da Portaria Nº 20.809, a lista dos setores mais impactados pela pandemia do Covid-19 no Brasil. Os setores que se encontram em primeiro lugar na lista são de Artes,

Cultura, Esporte e Recreação (CNAES 90 91 92 93). O objeto deste estudo de caso encontra-se na divisão 93, sendo classificado como Atividades Esportivas e de Recreação e Lazer, pois é enquadrado na subclasse de “discotecas, cabarés, danceterias, salões de dança e similares”.

Com base na informação supracitada, pode-se afirmar que o setor de eventos está no grupo dos segmentos que mais sofreu com a calamidade pública decorrente da pandemia de Coronavírus em 2020, pois ficou impossibilitado de receber o público independente do porte do evento. Alguns cantores começaram a promover *lives* nas redes sociais para garantir o distanciamento social, mas para as casas noturnas isso foi um grande problema, pois *lives* não resolviam o problema da falta de renda.

### **2.3 Eventos e pandemia**

O mundo enfrentou uma avassaladora pandemia causada pelo novo Coronavírus e suas variações, denominada Covid-19. É uma doença respiratória que se propagou rapidamente e trouxe consigo grandes mudanças para a população global, paralisando atividades econômicas com impactos na produção industrial, comércio, emprego e renda da população. Em uma tentativa de controle do novo vírus, a maior parte da população foi submetida a medidas de isolamento, o que resultou no fechamento de escolas, do comércio e no fechamento de fronteiras, mantendo em funcionamento somente as atividades consideradas essenciais.

Como dito, muitos setores pararam suas atividades, e no de eventos não foi diferente, pois a aglomeração de público gerada por este serviço ajudava na propagação do vírus da Covid-19. Com os decretos de estado de emergência e o reforço das medidas de isolamento social, a maioria dos eventos que já estavam marcados tiveram de ser cancelados ou adiados. Um levantamento feito pelo SEBRAE em abril de 2020<sup>3</sup> mostra que a pandemia do coronavírus afetou 98% do setor de eventos, fazendo-se necessária a adaptação à nova realidade.

O setor de eventos precisou se reinventar para não sofrer consequências ainda piores, portanto, os produtores de eventos e empresas que não estavam adaptados às novas tecnologias, precisaram se atualizar e adotar projetos de

---

<sup>3</sup> Disponível em: < <https://www.crosshost.com.br/eventos-online/o-real-impacto-da-pandemia-no-setor-de-eventos/> >

eventos digitais para se manterem vivos no mercado. Além disso, outras empresas também precisaram se adaptar para que sobrevivessem à pandemia, fazendo com que palestras, conferências, reuniões e entrevistas de emprego se transformassem em encontros online. O início da vacinação e a diminuição do número de casos, foi crucial para que voltassem à ativa e com muitas novidades.

De acordo com um levantamento realizado pela ABRAPE (Associação Brasileira dos Promotores de Eventos) publicado em maio de 2022<sup>4</sup>, o hub setorial do segmento de eventos de cultura e entretenimento no país envolve 6,2 milhões de pessoas, entre empregadores, empregados e microempreendedores individuais (MEIs). Representa um total de 647.828 empresas, 2.460.555 MEIs, que movimentam 62,4 bilhões de reais em massa salarial e 41,9 bilhões de reais em impostos federais. O faturamento é de 334,2 bilhões de reais (4,52% do PIB).

Ainda com base no levantamento da ABRAPE, o segmento de eventos de cultura e entretenimento começa a mostrar sinais de recuperação no país, pois o hub setorial que envolve 52 áreas da cadeia produtiva registrou um crescimento de 8,8% na geração de empregos em 2021 quando comparada ao ano anterior, e isso totaliza uma média de 268 mil vagas de emprego geradas em atividades como hospedagem, operação turística, gastronomia, estrutura de limpeza, segurança, entre outras, que são diretamente impactadas pela realização de eventos.

Isso comprova a importância de se proteger o nosso setor, como defendemos ao longo da pandemia. Temos a capacidade de impactar a geração de empregos de forma rápida, movimentando a economia, que é o que o país precisa no momento” (DORENI CARAMORI JÚNIOR, ABRAPE).

Com base no exposto, fica nítido o impacto causado pela ausência das atividades de entretenimento na vida das pessoas, pois gerou a redução de empregos em 2020, paralisação quase total do turismo e queda do faturamento do país.

---

<sup>4</sup> Disponível em: < <https://www.abrape.com.br/em-recuperacao-hub-do-setor-de-eventos-de-cultura-e-entretenimento-volta-a-gerar-emprego-no-pais/> >

### **3. METODOLOGIA**

O presente trabalho foi desenvolvido com o objetivo de compreender os impactos da pandemia no setor de eventos e para isso utilizou-se a boate Auê House como objeto de estudo de caso.

O estudo de caso é uma modalidade de pesquisa amplamente utilizada nas ciências sociais. Consiste no estudo profundo e exaustivo de um ou poucos casos, de maneira que permita seu amplo e detalhado conhecimento, tarefa praticamente impossível mediante outros delineamentos já considerados. (GIL, 2019, p. 63)

O método utilizado foi de pesquisa qualitativa com cunho bibliográfico. Para isso, foi realizado um levantamento bibliográfico em busca de informações teóricas já existentes a respeito das sequelas deixadas pela pandemia do coronavírus, visando melhor entendimento acerca do tema em análise.

A principal vantagem da pesquisa bibliográfica é o fato de permitir ao investigador a cobertura de uma gama de fenômenos muito mais ampla do que aquela que poderia pesquisar diretamente. (GIL, 2017, p. 27)

Para conhecer e detalhar o caminho percorrido pela empresa desde o seu início até os dias atuais foram realizadas três entrevistas não estruturadas com os proprietários Fábio Fernandes Vieira e Fábio Fernandes Vieira Júnior, nos dias 10/04/2022, 15/05/2022 e 22/05/2022. Visando melhor compreensão de fatos teóricos e uma análise correta dos impactos na boate, os proprietários também autorizaram a inserção de imagens disponibilizadas nas redes sociais do estabelecimento.

#### 4. ESTUDO DE CASO

A boate Auê House, objeto de estudo deste artigo, iniciou suas atividades de bar em 1986 na cidade de Volta Redonda, interior do Estado do Rio de Janeiro, Brasil. Em entrevista realizada no dia 10/04/2022, o proprietário Fábio Fernandes Vieira conta que antes de adquirir o local, este já funcionava como um bar, só não se sabe exatamente há quanto tempo. Era um espaço comum e contava somente com os itens básicos necessários para seu funcionamento, como uma geladeira velha, dois banheiros, algumas mesas e cadeiras de madeira e um balcão, além de portas de empurrar no estilo “faroeste” que até hoje fazem parte da história do local.

A boate iniciou-se como um negócio de família, onde a sociedade era formada por Fábio e seu pai, Donato Vieira. Do momento de sua aquisição em diante, diversas obras e mudanças foram feitas a fim de aprimorar o local para atrair o público da época e gerar lucro para cobrir as despesas de seu funcionamento. O proprietário não nega, foi uma fase difícil, pois os lucros obtidos com o bar noturno não eram suficientes para pagar as despesas de aluguel e muito menos de uma reforma. Pensando nisso, o bar passou a funcionar também durante o dia, mas como um restaurante, o que ajudou na reestruturação financeira do local, tornando possível a realização de reformas e melhorias no entretenimento fornecido a noite através da contratação de bandas de rock locais. A iniciativa foi positiva e mais pessoas passaram a frequentar o estabelecimento, iniciando uma fase de escalação das vendas e do lucro, o que levou ao encerramento das atividades do restaurante durante o dia, pois já não era necessário manter o segmento de alimentação para complementar os ganhos.

Tendo em vista a persistência dos sócios para transformar o bar na opção que atenderia aos desejos dos consumidores, as décadas de 80 e 90 foram marcadas por muitas tentativas de engajamento do local; shows de rock dentro do bar, partindo para festivais de rock realizados na Avenida Amaral Peixoto, shows de MPB (música popular brasileira) dentro do bar e transmissão de jogos de futebol em televisores coloridos através do *pay-per-view*, até que decidiram retirar as mesas e cadeiras e apostar nos DJs de música eletrônica. Essa mudança fez com que o público LGBTQIA+ se fortalecesse no local, algo que foi extremamente rentável aos sócios uma vez que não havia nenhuma outra casa noturna na cidade voltada para

este público. Com o passar do tempo o Auê se tornou, definitivamente, o primeiro bar da região destinado ao público homossexual.

Diante de uma das melhores fases do local até então, no ano 2000 surgiu um novo impasse, a morte do sócio Donato, que além de tudo era o pai de Fábio. O ocorrido lhe desestruturou completamente levando a desistência do sonho de fazer o Auê acontecer, desta forma decidiu fechar as portas de uma vez por todas.

Após diversas desventuras no ano 2000, em 2001 o senhor Fábio aposta na reabertura do empreendimento em um espaço alugado no bairro Monte Castelo (Volta Redonda) e foi um sucesso. Ocorre que o bairro escolhido era residencial e em pouco tempo o proprietário foi convidado a encerrar suas atividades naquele local devido às reclamações de vizinhos.

Na busca por um novo espaço, Fábio descobriu que o imóvel ao lado do local onde foi inaugurado o primeiro Auê Bar estava disponível, então decidiu que ali seria o lugar ideal para sua reinauguração. O pouco dinheiro que tinha disponível foi investido em reformas na estrutura e em aproximadamente três meses o local já estava apto para receber o público.

A partir de sua reinauguração em 2001, o Auê Bar só cresceu e seguiu com o foco no público LGBTQIA+, funcionando às sextas, sábados e domingos de 00h as 05h. Devido ao grande sucesso, foi possível realizar reformas em sua estrutura e seu nome foi alterado para Auê Night Bar visando reforçar a imagem de casa noturna.

Em meados de 2013, 12 anos após a reabertura do local, a chegada de uma boate concorrente na cidade impactou a situação financeira do Auê, levando Fábio a convidar seu filho, Fábio Fernandes Vieira Júnior, para atuar como o produtor das festas da casa visando resgatar o estabelecimento da falência que se aproximava.

A partir da entrada de Fábio Júnior na sociedade, mudanças significativas ocorreram no local; o nome foi alterado de Auê Night Bar para Auê House, reformas na estrutura física melhoraram o conforto e sua estética, a criação de conteúdo e divulgação em redes sociais, elaboração de festas com temáticas voltadas para o público jovem da região e mudança no *lineup* de *DJs* das noites fizeram com que o Auê se recuperasse mais uma vez.

Os anos seguintes se passaram com diversas novidades. Em 2016 foi realizado o primeiro evento de *Halloween* na casa, atraindo cerca de 700 pessoas e um lucro de aproximadamente dez mil reais. Em 2017 foi criado o “Tô No Brilho”,

bloco de carnaval do Auê que logo em sua estreia atraiu cerca de 10 mil pessoas para a Rua Major Aguiar, além de um lucro de aproximadamente vinte mil reais. Neste mesmo ano houve a festa de 30 anos do Auê House, um grande evento que contou com o show da maior artista de 2017, a *drag queen* Pabllo Vittar, e para suportar o público previsto foi necessário alugar o espaço Vila Bonanza, que também se situa em Volta Redonda, no bairro Casa de Pedra, e comporta até 1.500 pessoas, o triplo do que era suportado pelo local fixo do Auê. A lotação máxima foi alcançada e o evento gerou um lucro de aproximadamente cinquenta mil reais. Este espaço também foi utilizado para a realização do *Halloween* de 2017, que atingiu a lotação máxima, mas com um lucro menor de aproximadamente trinta e cinco mil reais. Em 2018 foi realizada mais uma edição de sucesso do bloco Tô No Brilho, com cerca de 15 mil pessoas e um lucro de aproximadamente quinze mil reais.

Em meados de 2019, o produtor de eventos criou um festival de ocorrência sazonal, o “Super Auê”, que tinha a proposta de trazer um grande nome da música a cada quatro meses e sua realização seria sempre em um local que comportasse maior número de público. A primeira edição da festa ocorreu em abril de 2019 no Clube Comercial, situado no bairro Colina (Volta Redonda), com lucro de dezoito mil reais. Após o experimento, realizaram mais três eventos deste no mesmo ano e local, porém com outros artistas.

Para o ano de 2020 as programações seguiam a todo vapor, começando com o bloco Tô No Brilho. Devido ao grande fluxo de pessoas presentes nos anos anteriores, foi necessário realizar o bloco deste ano na Avenida Amaral Peixoto. Além disso, foi inaugurada a Loja Tô No Brilho, um pequeno comércio sazonal estruturado no andar térreo do Auê, voltado para a venda de roupas e acessórios carnavalescos. A loja foi criada com o intuito de aumentar o faturamento do carnaval e funcionou por aproximadamente um mês, sendo encerrada no fim de semana que antecedia o evento.

O bloco foi realizado em 16 de fevereiro de 2020 e contou com o fluxo de cerca de 40 mil pessoas. Apesar do grande público, o faturamento do evento foi o pior desde o início das grandes produções, além de que a loja de apetrechos fundada para maximizar os lucros foi, na verdade, mais um prejuízo para os organizadores, totalizando por fim cerca de trinta mil reais de prejuízo.

Figura 1 – BLOCO “TÔ NO BRILHO” 2020  
Fonte: instagram @auevr. Acesso em: 13/04/2022



Após o bloco, o foco dos sócios se tornou a recuperação financeira da boate através dos eventos comuns realizados semanalmente, pois um Super Auê já estava agendado para maio e até lá a situação financeira da casa devia estar normalizada. Desta forma, Fábio Júnior montou um cronograma com os temas de festas mais rentáveis para os próximos 10 fins de semana que sucediam o bloco, totalizando 20 programações prontas para serem realizadas. Tudo estava ocorrendo conforme o planejado para a recuperação financeira do clube, mas aos poucos o surto de uma gripe desconhecida se espalhava pelo mundo e corria o risco de chegar até o Brasil.

O segundo fim de semana de março se iniciou com uma sexta-feira 13 e os eventos ocorreram conforme programados, porém a certeza de que algo não estava certo se espalhava na cidade de Volta Redonda devido às diversas notícias de suspeitas de pessoas infectadas pelo novo coronavírus no Brasil. Os produtores ainda não sabiam, mas este seria o último fim de semana de funcionamento do Auê House antes do decreto emergencial do Estado do Rio de Janeiro, lançado em 17/03/2020, que definiu medidas temporárias para prevenção do contágio do vírus.

Inicialmente, o decreto restringia a 30% o funcionamento de bares e restaurantes pelos próximos 15 dias e pedia a todos que, se possível, ficassem em casa para reduzir a transmissão do coronavírus. Diante disso, os proprietários do Auê imaginaram que a situação não se prolongaria por tanto tempo e se viram na

necessidade de cuidar dos clientes que tanto cuidaram da casa noturna até aquele momento, então optaram por não somente reduzir a capacidade de público da boate, mas atender de forma solícita o pedido do Estado para que todos ficassem em casa, suspendendo as atividades da boate por tempo indeterminado.

Figura 2 – COMUNICADO 1  
Fonte: instagram @auevr. Acesso em: 20/04/2022



Vale ressaltar que a casa não foi notificada ou obrigada por nenhum meio a tomar esta medida, a orientação era de distanciamento e não de suspensão das atividades, mas visando a redução de danos e garantia da saúde e bem-estar de muitas pessoas, optaram por seguir as orientações fornecidas pelo Estado. Essa decisão trazia grandes consequências, pois tratava do encerramento das atividades da boate indeterminadamente e, conseqüentemente, a extinção da única fonte de renda de funcionários e dos proprietários, que além de ainda estarem lidando com o prejuízo financeiro do bloco também contavam com um extenso estoque de bebidas que não foram vendidas no evento.

Quando os sócios concluíram que o retorno das atividades não ocorreria tão cedo decidiram se unir e pensar em uma solução a curto prazo. A situação supracitada gerou a ideia de criação do “Auê em Casa”, um *delivery* de bebidas e petiscos que visava movimentar o caixa e utilizar o estoque deixado pelo bloco. A inauguração do serviço foi em 03/04/2020 e, na tentativa de atrair o público, foi realizada uma *live* com a presença de *DJs* da casa que não estavam apresentando sintomas de COVID no momento.

Figura 3 – DIVULGAÇÃO DELIVERY  
Fonte: instagram @auevr. Acesso em: 01/05/2022



Em um primeiro momento, a iniciativa foi muito boa e teve um alcance considerável de pessoas, o que fez da inauguração do *delivery* um sucesso. Ocorre que muitos problemas surgiram pelo caminho e o mais impactante foi a falta de experiência dos envolvidos com a comercialização de produtos através da entrega rápida. Fábio conta, em entrevista realizada no dia 15/05/2022, que não imaginava as dificuldades que encontrariam no sistema de *delivery*, inclusive no que envolvia o serviço de *motoboy*s. O prazo de entrega era constantemente ultrapassado, as bebidas muitas vezes chegavam quentes e as reclamações só aumentavam, além de que outro problema se instalava, os preços praticados pela casa eram um fator negativo com relação à concorrência, pois os estabelecimentos que atuavam neste mesmo segmento comercializavam os produtos por um preço inferior. Aos poucos a tentativa de sustento do Auê se tornou mais um prejuízo para os proprietários, que arcavam com o custo de serviço dos *motoboy*s, taxa para permanência no aplicativo de venda, luz para os *freezers* e com a insatisfação de muitos clientes.

Após cerca de dois meses em funcionamento, a equipe optou por encerrar as atividades do “Auê em Casa” e acompanhavam dia e noite as atualizações das medidas restritivas, aguardando o momento em que suas atividades poderiam retornar, mesmo que com limitações.

Os sócios contam que esta foi a pior fase de suas vidas no empreendimento, inclusive para Fábio que está no estabelecimento desde sua abertura. O

faturamento que beirava de sessenta a oitenta mil reais por mês foi reduzido para zero reais, o que deixou todos a beira de um colapso se perguntando o que poderia ser feito.

Neste mesmo ano, o Governo Federal lançou o Auxílio Emergencial, um benefício financeiro que tinha por objetivo fornecer proteção emergencial no enfrentamento à crise causada pela pandemia, em conformidade com a Lei nº 13.982, de 2 de abril de 2020. Até então, os proprietários não haviam considerado a solicitação do auxílio, mas concluíram que não seria possível sobreviver sem alguma ajuda financeira e ambos deram entrada no pedido, que foram analisados e após alguns dias foram autorizados pelo Governo, desta forma começaram a receber seiscentos reais por mês que eram utilizados apenas para sobrevivência pessoal, pois este valor não cobria nem uma parcela dos prejuízos e despesas.

Devido à falta de renda necessária para efetuar o pagamento do aluguel de dez mil reais da loja onde funcionava o Auê, mais um grande problema se iniciava para os empreendedores. O locador do prédio fez cobranças árduas para que efetuassem o pagamento do aluguel com urgência e após um tempo iniciou ameaças de despejo do local.

Após algumas tentativas de negociação sem sucesso, foi necessário dar entrada em um processo judicial com base na Lei 14.010/20, que informa no artigo 9º que [durante a pandemia] não se concederá liminar para desocupação de imóvel urbano nas ações de despejo. Após este processo, Fábio obteve o direito de permanecer como locatário na condição de quitar sua dívida após a reabertura do mesmo, e assim foi feito.

Em decreto publicado no dia 5 de junho, o governo estadual autorizou a reabertura gradual da economia fluminense em horários específicos para evitar aglomerações, com público restrito, uso de máscaras e adoção de medidas de higienização e proteção dos frequentadores. A prefeitura de Volta Redonda se posicionou através do decreto Nº 16.146 informando que o retorno dos bares poderia ocorrer, desde que respeitando todos os pontos supracitados e na condição de ocupação máxima de 30% da capacidade de público.

Os proprietários se reuniram e decidiram: este seria o retorno do Auê Bar. As portas de empurrar no estilo “faroeste” foram novamente instaladas, as mesas e cadeiras voltaram a ocupar o salão, as picapes de *DJs* foram substituídas por voz e violão e o cardápio ganhou opções de petiscos e novos *drinks*. As medidas de

segurança foram instaladas e decidiram funcionar somente no andar térreo do prédio, sem utilizar o segundo andar que era a marca registrada da boate. Alguns funcionários foram acionados, a casa foi organizada e tudo estava pronto para sua reabertura em um novo horário, das 19h30 às 00h00 e funcionando de quinta-feira a domingo.

Figura 4 – ABERTURA AUÊ BAR  
Fonte: instagram @auevr. Acesso em: 16/05/2022



O fim de semana de reabertura do Auê Bar ocorreu com 100 clientes presentes, o que atingia a capacidade máxima do local, gerando um lucro absurdamente inferior ao de antes da pandemia, mas já era um começo. A entrada era paga através de 1kg de alimento ou cinco reais, que seriam revertidos em cesta básica e doações para pessoas LGBTQIA+ afetadas pela pandemia do coronavírus. Apesar de sofrer muitas críticas de uma parte do público que considerava um absurdo a reabertura da casa, muitos clientes fiéis apoiaram o retorno não somente através de mensagens de suporte nas redes sociais, mas também comparecendo em sua reinauguração e fazendo doações além do solicitado.

O que muitos não compreendiam era que, apesar da situação calamitosa instalada em todo o mundo, o Auê não tinha suporte financeiro ou apoio da cidade, assim como todos os outros estabelecimentos do mesmo segmento, e por isso não poderia permanecer fechado. Os sócios informam que não foi fácil decidir pela reabertura do empreendimento em meio à pandemia, pois tinham ciência de tudo que estava sendo posto em risco e das críticas que sofreriam do público, mas este

estabelecimento era sua única fonte de renda e após quatro meses completamente fechados precisavam retomar as atividades para iniciar os pagamentos de todas as contas já vencidas e voltar a viver de forma menos preocupante financeiramente.

Após o lançamento da programação da semana seguinte, os sócios foram sinalizados de que a força policial estava atuando em conjunto com a fiscalização da cidade para interditar os locais que não estivessem respeitando as normas estabelecidas pela prefeitura de Volta Redonda, e os focos eram os bares.

O fim de semana seguinte se iniciou na quinta-feira, dia 23 de julho de 2020. Tudo ocorreu conforme o programado, até o domingo, dia 26. Neste dia, o Auê recebeu pela primeira vez a equipe de fiscalização em seu estabelecimento.

Viaturas da força policial e da fiscalização da cidade compareceram ao local, e em um primeiro momento estava tudo dentro dos conformes, pois o distanciamento social, a limitação de público e os itens para higienização atendiam perfeitamente o decreto local, mas ao avaliar a documentação do clube concluíram que este estava em funcionamento de forma irregular, pois seu alvará não permitia o funcionamento no modelo de bar, somente de boate. Isso levou ao encerramento do evento e o local foi temporariamente interditado.

Figura 5 – COMUNICADO 2

Fonte: instagram @auevr. Acesso em: 19/05/2022



**ATENÇÃO!**

NESTE FIM DE SEMANA (31/07 A 02/08) NÃO ESTAREMOS FUNCIONANDO, RETORNAREMOS AO FUNCIONAMENTO NORMAL NA PRÓXIMA SEXTA-FEIRA, 07/08, A PARTIR DAS 19H30.

RATIFICAMOS O COMPROMISSO COM NOSSOS FUNCIONÁRIOS E CLIENTES, POIS VISANDO A SEGURANÇA DE TODOS ESTAMOS FUNCIONANDO EM OUTRO FORMATO, COMO UM BAR, DENTRO DE TODOS OS PADRÕES DE SEGURANÇA ESTIPULADOS, E QUEM ESTEVE PRESENTE NO ESTABELECIMENTO TEM CONHECIMENTO DESTE FATO.

REITERAMOS TAMBÉM QUE O AUÊ HOUSE, NOSSA BOATE, NESTE MOMENTO PERMÂNCE E PERMANECERÁ FECHADA ATÉ O FIM DA PANDEMIA.

NOSSA PORTARIA SOLIDÁRIA PERMANECE COM O INTUITO DE AJUDAR LGBT'S NECESSITADOS, PORTANTO ENTRE EM CONTATO PARA FAZER INDICAÇÕES, COLABORAR OU SABER MAIS.

ATÉ SEMANA QUE VEM, AUÊ BAR.



O interdito do local duraria um mês, de forma que este seria o prazo para regularização da documentação do bar, e assim foi feito. Dentro do período estipulado pela fiscalização foi possível alterar todos os documentos necessários para o funcionamento correto do estabelecimento, que foi reaberto no dia 28 de agosto de 2020.

Apesar do funcionamento a todo vapor, foram dias de muito estresse e medo por parte dos proprietários, pois sentiam que corriam o risco de serem interditados novamente a qualquer momento. Outros bares da cidade vinham sendo notificados e interditados, o que gerava grande aflição em Fábio e Fábio Júnior tendo em vista o investimento feito para reabertura do negócio e todo o prejuízo que já carregavam desde o início do ano de 2020.

Mesmo com todos os obstáculos impostos para os sócios, o Auê Bar seguiu seu funcionamento sem interrupções até outubro, onde houve certa flexibilização na legislação e o horário de funcionamento foi alterado de 19h a 00h para 21h as 04h. Os fins de semana seguiam com pouco lucro e, às vezes, prejuízos, mas ainda assim foi possível quitar as dívidas deixadas pelo bloco do início de 2020.

Outubro é o mês de realização do *Halloween*, e conforme já mostrado neste estudo, é um dos maiores eventos da casa. O produtor do Auê viveu dias de grande indecisão, pois não sabia se poderia fazer o evento de *Halloween*, e mesmo se pudesse, onde seria realizado? Estes foram pensamentos frequentes durante o mês de outubro até decidir sair com seu pai em busca de locais que estivessem regularizados e contassem com a capacidade necessária para suportar seu público, mesmo com as restrições impostas pela prefeitura da cidade.

Em meio à visitação de diversos espaços, os sócios encontraram o Clube Umuarama, situado no bairro Vila Santa Cecília, na cidade de Volta Redonda. O Umuarama atendia a capacidade de público proposta pelo evento, contando com um espaço total de aproximadamente 5.000 m<sup>2</sup> e, deste número, 900m<sup>2</sup> eram da área externa do Clube que seria utilizada como fumódromo no evento. O contrato foi fechado e foi decidido que o *Halloween* de 2020 ia acontecer, e melhor ainda, em um local novo, maior e mais arejado que atendia a todas as ordens impostas pela Prefeitura de Volta Redonda.

Visando a prevenção de intercorrências, os proprietários regularizaram previamente todas as documentações faltantes que envolviam o nome do Auê e a realização do evento em outro espaço. Os ingressos foram vendidos

antecipadamente no valor de dez reais e não houve venda na hora para reduzir o contato do público com os funcionários, a decoração temática do local foi situada, o *line up* de *DJs* e performances para as três noites foi estruturado, as medidas de segurança foram instaladas e o bar estava devidamente abastecido para suprir a demanda de seus clientes.

Apesar do medo dos sócios, o fim de semana de *Halloween* não teve intercorrências e foi um grande sucesso para a casa e também para o Clube Umuarama, que foi muito grato pela parceria devido a também estar sofrendo sérios impactos financeiros devido à pandemia.

Com toda a repercussão positiva gerada pelo evento, o Auê fez do Umuarama sua segunda casa e se instalou temporariamente no local pelo mês seguinte, pois além de tudo o local também fornecia a estrutura necessária para realização de eventos melhores e maiores. Durante este período, trouxeram diversos artistas para programações especiais no Clube, além de contratar a cantora Pepita, que se apresentaria na casa no dia 28 de novembro de 2020.

No dia 27 de novembro de 2020, véspera do show da cantora Pepita, a equipe de fiscalização da cidade atuou em conjunto com a polícia civil e o corpo de bombeiros de Volta Redonda, comparecendo no Clube Umuarama por volta de meia noite e, após cerca de meia hora de inspeção, decretaram o encerramento imediato do evento e interditamento do local por irregularidades do espaço junto ao corpo de bombeiros. As pessoas foram convidadas a se retirar por orientação dos bombeiros presentes no local e visando amenizar o impacto da situação, o produtor distribuiu ingressos de cortesia aos clientes para serem utilizados no próximo evento da casa.

Mais uma vez o episódio de desespero devido ao encerramento inesperado de um evento se instalava entre Fábio e Fábio Júnior, mas além de tudo, este momento envolvia outra preocupação: o show da Pepita, que ocorreria no dia seguinte. O pagamento adiantado de três mil reais realizado à cantora não foi ressarcido à boate, pois apesar do ocorrido fugir da alçada do estabelecimento, não era previsto em contrato a devolução do sinal em caso de intercorrências no evento.

Figura 6 – COMUNICADO 3  
Fonte: instagram @auevr. Acesso em: 22/05/2022



Devido ao adiamento do evento do dia 28 de novembro, muitas pessoas que haviam comprado o ingresso antecipado solicitaram reembolso e, desta forma, um novo prejuízo era contabilizado no histórico do estabelecimento durante a pandemia.

Apesar do comunicado da Figura 8, publicado nas redes sociais do Auê, informar que o retorno das atividades seria a partir de 04 de dezembro de 2020, as atividades só retornaram no dia 11 de dezembro. A reabertura ocorreu no Auê Bar, pois não havia previsão para regularização do Umuarama.

O retorno ao local fixo do Auê gerou preocupação para Fábio e Fábio Júnior, pois o público já estava adaptado ao espaço maior e arejado fornecido pelo Umuarama, além de que a limitação de público reduziria drasticamente o faturamento do fim de semana, o que obrigou os sócios a abrirem os dois andares do bar visando comportar mais do que somente 100 pessoas, passando para um limite de 400 pessoas. Ainda que o público tivesse preferência pelo conforto disposto pelo Umuarama, o retorno ao local fixo do Auê ocorreu de forma positiva, sem imprevistos e gerando retorno financeiro à casa.

No início do ano de 2021 todos se perguntavam se haveria carnaval, inclusive o produtor de eventos do Auê. A decisão do governo só foi divulgada em meados de fevereiro, onde orientaram os estados e municípios para cancelar as festividades de

rua. Como os eventos do Auê Bar eram realizados em local privado, a decisão não afetou seu funcionamento, que ocorreu normalmente na semana de carnaval.

Devido a grande busca por programações carnavalescas neste ano e o Auê ser a única opção de entretenimento LGBTQIA+ em atividade na região, as festas de carnaval tiveram um alcance de público muito maior do que o esperado, pois além dos moradores de Volta Redonda, o evento também atraiu habitantes de toda a região sul fluminense.

A festa da sexta-feira de carnaval (12/02/2021) ocorreu conforme programada, pois apesar da grande procura, o estabelecimento atendeu as normas de lotação e após atingido o limite de público, informaram aos clientes que aguardavam na fila que naquela noite não haveria mais nenhuma entrada no clube, somente saídas, o que gerou algumas reclamações a princípio, mas logo houve a dispersão da aglomeração e a noite seguiu normalmente.

Ainda que tudo tenha corrido bem na sexta-feira, os proprietários não tiveram tanta sorte com a festa do dia seguinte que ocorreria de 19h as 00h30. A fila para entrada no clube no sábado, dia 13/02/2021, era a maior já vista durante o período pandêmico, o que chamou atenção da força policial e de fiscalização da cidade, fazendo com que comparecessem ao local por volta de 22 horas, o que veio a causar o interdito do espaço naquele dia.

Em entrevista realizada no dia 22/05/2022, o produtor Fábio Júnior conta que neste dia realmente ultrapassaram o limite de público do estabelecimento, mas que a equipe de fiscalização interditou o local não somente por todos que estavam dentro do clube, mas também por toda a aglomeração gerada na porta do evento, além disso, foram formalmente notificados de que caso um novo interdito ocorresse, a casa teria seu alvará cassado e a suspensão das atividades seria definitiva. De acordo com as informações recebidas naquela noite, apesar de o evento já estar próximo de acabar havia cerca de 350 pessoas na fila de entrada, além dos clientes que já estavam dentro da casa.

O Auê fora fechado novamente, mas desta vez seria durante quinze dias. Ocorre que no fim de semana posterior ao carnaval (19 e 20/02/2021) a cidade ultrapassou o limite de 60% de ocupação dos leitos de UTI para COVID, e conforme decreto já citado neste estudo, ocasionou a suspensão da flexibilização das leis até que ocorresse a baixa novamente, mantendo o estabelecimento fechado até o dia 19/03/2021.

Após a reabertura da casa em março, os proprietários optaram por seguir rigidamente as normas para que o local não fosse interditado novamente, pois vale lembrar que esta era sua única fonte de renda, portanto o interdito não causava somente comoção entre os clientes, mas gerava sérios impactos financeiros no âmbito pessoal e profissional.

Após as desventuras do início de 2021, os eventos seguiram seu fluxo dentro das normas de operação com faturamento médio de 30 mil reais por mês. Neste período, o produtor estava levantando o capital necessário para realização da festa de *Halloween* que se aproximava.

Visto que em setembro de 2021 90% da população brasileira já contava com a primeira dose da vacina contra a COVID-19<sup>5</sup> e 37% já contava também com a segunda dose<sup>6</sup>, a flexibilização das leis se aproximava cada vez mais da cidade de Volta Redonda, o que incentivou os proprietários na realização de mais uma programação inovadora do *Halloween*, que novamente ocorreria no Clube Umuarama para atender as restrições de operação impostas pela prefeitura.

É importante citar que os eventos realizados no Clube Umuarama eram uma parceria entre os estabelecimentos, pois unia a necessidade do Auê de um local maior para realização dos eventos e a necessidade de investimento do Umuarama. Portanto o Auê era o produtor da festa enquanto o Umuarama era o responsável pela realização, e desta forma detinham de todas as autorizações necessárias para que os eventos ocorressem neste formato.

O *Halloween* de 2021 foi programado para ocorrer durante um final de semana com quatro dias de festas, iniciando dia 29 de outubro e se encerrando dia 01 de novembro, com horário de funcionamento de 22h as 05h. A organização foi impecável desde a administração, logística e estruturação da festa até as decorações temáticas macabras montadas no local, porém sem aviso prévio algum a polícia militar compareceu no evento uma hora antes da abertura dos portões e impediu a realização da festa alegando falta de alvará por parte do Auê, pois neste momento da pandemia não era autorizada a realização de eventos de grande porte para bares e boates. Conforme supracitado, a união do Auê Bar com o Clube Umuarama ocorreu justamente para tornar possível a realização deste evento uma

---

<sup>5</sup> Disponível em: < <https://www.gov.br/saude/pt-br/assuntos/noticias/2021-1/setembro/90-da-populacao-brasileira-adulta-esta-vacinada-com-a-primeira-dose-contr-a-covid-19>>

<sup>6</sup> Disponível em: < <https://g1.globo.com/bemestar/vacina/noticia/2021/09/19/vacinacao-contr-a-covid-mais-de-37percent-da-populacao-brasileira-esta-totalmente-imunizada.ghtml>>

vez que o Umuarama é um clube e não de uma boate, e neste período já não estava proibida a realização de eventos em clubes, mas na concepção da P.M. o evento estava sendo organizado pelo Auê e por isso não poderia ocorrer.

Apesar de muito esforço na tentativa de recorrer à decisão da PM, o advogado da casa noturna concluiu que não seria possível a realização do evento naquele dia, e mais importante, naquele local. Desta forma, Fábio Júnior anunciou àqueles que aguardavam há cerca de 2 horas na fila de entrada que o evento daquela noite estava sendo cancelado por ordens da Polícia Militar, mas que o evento programado para o dia seguinte iria ocorrer, mesmo que fosse necessário encontrar outro local para sua realização. Apesar da situação caótica, os clientes que ali estavam compreenderam a situação e todos os esforços da equipe para que o evento viesse a ocorrer.

Em meio à madrugada, Fábio Júnior iniciou sua busca por algum local apropriado para recepcionar os 4.000 ingressos vendidos para sábado (30/10/21). Ele conta que naquela noite acionou todos os possíveis contatos que poderiam lhe ajudar a encontrar o local substituto e, durante a manhã, visitou alguns estabelecimentos que tinham as características necessárias para realização do evento, mas somente por volta de 10 horas da manhã visitou um espaço localizado em Barra Mansa, no bairro Antônio Rocha, que apesar de não ter uma boa localização por ser muito distante de Volta Redonda e até mesmo do Centro de Barra Mansa, atendia a todos os pré-requisitos para realização do evento no quesito de capacidade de público e estrutura.

Inacreditavelmente, os proprietários reestruturaram o evento em um novo local em aproximadamente 12 horas. Os clientes, em sua grande maioria, apoiaram calorosamente os esforços do Auê e cerca de 1 hora após a divulgação do novo local já havia diversas *vans* com todos os lugares ocupados para saírem de Volta Redonda com destino a Antônio Rocha.

Embora o evento tenha sofrido sérias intercorrências que impediram seu acontecimento na sexta-feira, as festas de sábado e segunda-feira em Antônio Rocha compensaram o medo e estresse sofrido pelos proprietários. A festa foi um sucesso desde o faturamento no bar até a validação dos clientes que compareceram. Fábio e seu filho nunca ouviram tantos elogios em uma noite só, ainda mais em uma noite improvisada.

Como a localização de Antônio Rocha fugia completamente da proposta inicial do evento, o show que ocorreria no domingo (31/10/2021) foi adiado para uma data futura, além disso, Fábio Júnior se viu na obrigação para com seus clientes de estipular um prazo até o dia 05/11/2021 para solicitação de estorno do valor do ingresso, pois nem todas as pessoas que fizeram a compra antecipada puderam comparecer no novo local.

O transtorno gerado pelas solicitações de reembolso foi grande, pois além do processo de estorno ser feito manual e individualmente, gerou a devolução de aproximadamente treze mil reais. Este valor foi retirado do lucro da festa, que por fim totalizou trinta mil reais para ser dividido entre os dois proprietários.

O Auê voltou para sua programação normal de funcionamento em que as sextas-feiras eram realizadas na localização fixa do estabelecimento, na Rua Major Aguiar, e aos sábados eram realizadas no Clube Umuarama visando suportar todo o público que buscava entretenimento neste dia específico da semana.

Ainda em entrevista com Fábio Júnior, o mesmo informa que esta foi a melhor fase financeira do Auê desde muito tempo. Com a diversificação do local, todos os públicos eram atendidos e o Auê era o único estabelecimento voltado para o público LGBTQIA+ atuando na cidade, o que elevava o lucro toda semana, chegando a faturar cerca de vinte mil reais somente na portaria dos sábados no Umuarama.

Em 2022, uma nova onda de pessoas contraindo a COVID-19 desacelerou um pouco as atividades, porém o Auê permanecia instalado no Clube Umuarama realizando festas todos os finais de semana. Alguns shows que já estavam com data marcada para o primeiro semestre de 2022 precisaram ser adiados devido às orientações da prefeitura de Volta Redonda.

Atualmente, em maio de 2022, o Auê se encontrou em uma situação complicada no que envolve o alvará de funcionamento de seu estabelecimento fixo, na Rua Major Aguiar. Devido às restrições geradas pela pandemia, a casa noturna precisou alterar seu alvará de funcionamento em 2020 para ser classificado como um bar. Hoje foram apresentadas diversas dificuldades para desfazer a alteração de classificação do estabelecimento, o que fez com que a temporada de estadia no Clube Umuarama se prolongasse além do programado uma vez que o Auê foi totalmente impossibilitado de atuar em seu endereço fixo. Apesar da dificuldade, os proprietários encontraram um espaço que se adaptava perfeitamente aos requisitos da boate, além de ser maior, mais arejado e cheio de possibilidades, desta forma

concluíram que aquele seria o melhor local para o recomeço da casa noturna após o período de pandemia.

## 5. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A pandemia foi um evento inesperado, uma variável externa incontrolável para as empresas de todos os segmentos e que gerou impactos negativos no setor de eventos devido às restrições para atuação impostas pelo governo.

O Auê House, diante deste cenário, se viu sem muitas opções de como continuar com a casa noturna aberta, inclusive devido às incertezas que o período trazia acerca do que poderia ou não ser feito e de como a reabertura da casa impactaria nos números de casos de COVID-19. Neste período nebuloso para a produção de eventos foram feitas diversas tentativas, sem certeza de erros ou acertos. Algumas deram certo, outras nem tanto, deixando claro que os administradores utilizaram o “feeling” para tomar decisão e, aparentemente, em nenhum momento houve um estudo efetivo do cenário, nem uma proposta de ações eficazes.

Através das entrevistas realizadas com os proprietários foi possível observar que, apesar de toda a força de vontade e necessidade de manter a atuação do estabelecimento, não houve estudo de estratégias e aplicação de técnicas específicas de marketing que poderiam ter sido adotadas para reduzir os impactos da pandemia que se instalou repentinamente, ainda que inconscientemente os proprietários tenham utilizado a técnica do ciclo PDCA. Uma das técnicas existentes que poderia ter sido utilizada seria a Análise SWOT, pois traria com maior clareza as forças e fraquezas do local a fim de construir um diagnóstico mais preciso do cenário atual e chegar a decisões mais assertivas.

Com base nas informações históricas trazidas no estudo de caso, entende-se que desde os primórdios do estabelecimento não há o conhecimento necessário da teoria para que haja a aplicação correta da prática, inclusive no que diz respeito à administração financeira, pois grande parte dos problemas vividos pelos proprietários foi devido à crise financeira gerada pelo fechamento prematuro da casa noturna.

Pode-se afirmar que o setor de eventos está no grupo dos segmentos que mais sofreu com a calamidade pública decorrente da pandemia de Coronavírus em 2020, pois devido ao distanciamento social ficou impossibilitado de receber o público independente do porte do evento e da estrutura fornecida pelo local.

## 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após tomar conhecimento de todos os fatos apresentados no presente trabalho, conclui-se que os impactos da pandemia no setor de eventos foram grandes, tanto em escala nacional quanto focado somente no estudo de caso apresentado.

Em um primeiro momento, a pandemia prejudicou demasiadamente os negócios, impossibilitando a execução de eventos de qualquer porte, passando por um período conturbado de redução e aumento das normas, até chegar aos dias atuais em que os eventos estão sendo realizados normalmente.

Com base nas práticas do Auê House, pode-se dizer que o público apresentou forte adesão aos eventos após a pandemia, pois o período de distanciamento obrigatório gerou o desejo por festas e relações sociais, o que trouxe fortalecimento para realização de produções maiores e melhores.

Faz-se necessário frisar que a falta de planejamento e o acompanhamento de indicadores foi um fator prejudicial à empresa, pois os percalços poderiam ter sido previstos e evitados caso as técnicas corretas tivessem sido utilizadas pelos proprietários que se embasaram unicamente em conhecimento próprio, *feeling* e conhecimento do seu público-alvo para decidir os próximos passos da empresa em relação às medidas governamentais.

Apesar de os produtores não deterem total conhecimento sobre as teorias e ferramentas disponíveis, seu desempenho e esforço para manter o estabelecimento em funcionamento contribuíram para manter a empresa ativa. A empresa sobreviveu à pandemia e segue no mercado de entretenimento, fornecendo empregos e movimentando a economia local. Após a realização deste estudo, os proprietários compreenderam a necessidade de expandir seus conhecimentos acerca de seu segmento para encontrarem-se melhor preparados no futuro.

É extremamente importante que o empreendedor tenha conhecimento e domínio sobre as ferramentas oferecidas pela administração e pelo marketing, pois dessa forma os riscos podem ser amenizados e controlados para uma melhor gestão de tudo que envolve o negócio.

O estudo apresenta limitações por ter utilizado informações de empresa local. Porém, recomenda-se novos estudos para compreender os impactos da pandemia nos diferentes segmentos de entretenimento, também em nível nacional.

## 7. REFERÊNCIAS

**Tribuna Livre debate impactos da pandemia ao setor de eventos.** Disponível em: <<https://www.curitiba.pr.leg.br/informacao/noticias/tribuna-livre-debate-impacto-da-pandemia-ao-setor-de-eventos>>. Acesso em 07/11/2021.

**Entenda o impacto da pandemia no setor de eventos.** Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/entenda-o-impacto-da-pandemia-no-setor-de-eventos,424ba538c1be1710VgnVCM1000004c00210aRCRD>> Acesso em 07/11/2021.

DIÁRIO OFICIAL DA UNIÃO. Publicado em: 15/09/2020 - Edição: 177 - Seção: 1 - Página: 47. Órgão: Ministério da Economia/Secretaria Especial de Produtividade, Emprego e Competitividade. **PORTARIA Nº 20.809, DE 14 DE SETEMBRO DE 2020.** Disponível em: <<https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/portaria-n-20.809-de-14-de-setembro-de-2020-277430324>>

**Em recuperação, hub do setor de eventos de cultura e entretenimento volta a gerar emprego no país.** Disponível em: <<https://www.abrape.com.br/em-recuperacao-hub-do-setor-de-eventos-de-cultura-e-entretenimento-volta-a-gerar-emprego-no-pais/>>. Acesso em: 24/05/2022.

**Setor de eventos vê sinais positivos de retomada das atividades.** Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/saude/noticia/2021-11/setor-de-eventos-ve-sinais-positivos-de-retomada-das-atividades>>. Acesso em: 09/06/2022

***What Is Marketing?*** Disponível em: <<https://www.ama.org/the-definition-of-marketing-what-is-marketing/>>. Acesso em: 18/06/2022

KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de marketing.** 12 edição. São Paulo: Pearson, 2006.

MENDONÇA, Maria José A.; PEROZIN, Juliana Gutierrez Penna A. **Planejamento e Organização de Eventos.** São Paulo: Editora Érica, 2014.

DaCOSTA, L. P.; MIRAGAYA, A. Estado da Arte do Conhecimento sobre Legados de Megaeventos Esportivos no Exterior e no Brasil. In: DaCOSTA, L. P. et al. (Ed.). **Legados de megaeventos esportivos**. Brasília: Ministério do Esporte, 2008.

VELOSO, Dirceu. **Organização de Eventos e Solenidades**. Goiânia: AB Editora, 2001.

CESCA, Cleusa G. Gimenes. **Organização de Eventos**. São Paulo: Summus, 1997.

MATIAS, Marlene. **Organização de Eventos - Procedimentos e Técnicas**. São Paulo: Manole, 2003

MEIRELLES, Gilda Fleury. **Tudo sobre eventos**. São Paulo: STS, 1999.

TAVARES, Octávio. **Megaeventos Esportivos**. Movimento, v. 17, n. 3, p 11-35. Porto Alegre: 2011. Disponível em: <<https://seer.ufrgs.br/index.php/Movimento/article/view/23176>> Acesso em: 10/05/2022.

CASAS, A. L. L., **Marketing de serviços**. 5ª Edição. São Paulo: Atlas, 2007.

GIL, A. C. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 6ª Edição. São Paulo: Atlas, 2017. Edição Digital.

———. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 7ª Edição. São Paulo: Atlas, 2019. Edição Digital.