

# MANUAL PARA GESTÃO DE EVENTOS

---

[www.SistemaEva.com.br/site](http://www.SistemaEva.com.br/site)

2015

# Apresentação

---

Os textos aqui contidos foram retirados do livro “Manual de organização de eventos do Senado Federal”, publicado pela Coordenação de Relações Públicas do Senado Federal e não possui o intuito de infringir nenhuma lei de direito autoral.

Foram feitas adaptações com base no Guia PMBOK® - Quinta edição, publicado pelo Project Management Institute, Inc, em 2013, para que seja feito um melhor uso ao se planejar um evento de qualquer espécie.

A finalidade deste material é nortear o planejamento de um evento, guiando os gestores e produtores por todas as etapas essenciais de sua realização.

Este manual é melhor aproveitado se usado em conjunto com o Sistema Eva ([www.sistemaeva.com.br/eva](http://www.sistemaeva.com.br/eva)), um *software* gratuito para gestão de eventos culturais, desenvolvido por Lucas Peixoto ([lucaspeixoto@sistemaeva.com.br](mailto:lucaspeixoto@sistemaeva.com.br)).

# Sumário

---

INICIAÇÃO .....	4
Definições iniciais.....	4
Equipe de coordenação e produção .....	6
Recursos materiais e financeiros .....	8
Estratégias de divulgação .....	11
Cronograma de atividades.....	12
PLANEJAMENTO .....	14
Definição das equipes de trabalho por setor .....	14
Participação dos artistas .....	19
Programação das atrações.....	20
Ações de divulgação.....	21
Suporte aos artistas e equipe organizadora .....	23
Infraestrutura e prestação de serviços .....	24
Convites.....	26
Montagem.....	27
EXECUÇÃO .....	29
Tarefas da coordenação.....	29
Tarefas da produção .....	30
ENCERRAMENTO .....	31
Desprodução .....	31
Mensagens de agradecimento.....	31
Prestação de contas.....	32
Classificação e arquivamento da documentação .....	32
Catalogação e arquivamento dos registros audiovisuais .....	33
Clipping .....	33
Certificados .....	34
Questionário de avaliação e feedback.....	35
Relatório final.....	36
Divulgação dos resultados .....	37

# INICIAÇÃO

---

A fase de Iniciação consiste em elaborar um projeto descritivo com os elementos essenciais para guiar a organização e a execução do evento. A elaboração deve ser precedida por um período de reflexão e amadurecimento das ideias, de forma a garantir que as soluções se revelem um guia seguro para nortear os trabalhos.

Antes de dar início a esta fase, é importante verificar se há verdadeiro interesse na realização do evento, se as diversas partes (realizadores, apoiadores e patrocinadores) estão dispostas a prosseguirem com a sua produção. Todos são de essencial importância para o sucesso do evento.

Neste momento recomenda-se buscar por opiniões especializadas para avaliar a viabilidade do evento, que podem ser: outras organização realizadoras de eventos, consultores, partes interessadas, associações profissionais, técnicas, forças de segurança, etc.

## Definições iniciais

---

### Área responsável

Coordenação Geral

### Pré-requisitos

Nenhum

### Objetivo

Definir proposta curatorial, justificativa, objetivos gerais e específicos, público de interesse e data e local da realização

### Descrição

A proposta curatorial é o conceito por trás do evento, a estética que guiará o evento por todas as suas etapas, a ideia central que definirá o corpo e o espírito do evento. Um *brainstorm* com a equipe de coordenação pode ser uma ferramenta útil para definir a proposta curatorial.

A justificativa é a fase em que os motivos para a realização do evento são expostos. É a fundamentação da importância do evento para os segmentos de público aos quais se destina. Essa fundamentação deve ser estruturada com base em argumentos claros e objetivos. As perguntas a seguir podem auxiliar nessa formulação:

- Por que é necessário e oportuno promover o evento?
- O que motiva tal iniciativa?

- Há algum marco a partir do qual ele foi idealizado, como datas comemorativas, polêmicas ou cenários políticos, econômicos e sociais específicos?

O objetivo é o resultado que se deseja alcançar ao promover um evento e deve estar em consonância com as políticas de comunicação da instituição. De acordo com o grau de complexidade da iniciativa e com os resultados esperados, é possível dividi-los em objetivos gerais e objetivos específicos. Os objetivos gerais são mais abrangentes e, para atingi-los, é preciso delimitar objetivos específicos, restritos e pontuais que, somados, poderão contribuir para alcançar os gerais. A descrição dos objetivos deve começar sempre por um verbo no infinitivo.

Os públicos de interesse são os segmentos que se deseja sensibilizar e mobilizar ao promover um evento. A instituição interage com diferentes públicos e todos têm o seu devido grau de importância. O desafio ao planejar é identificar quais desses grupos são estratégicos para atingir os objetivos do evento e qual a estimativa do número de participantes. Entre os possíveis públicos, estão os representantes da sociedade em geral, autoridades, representantes do corpo diplomático, representantes das Forças Armadas, comunidade acadêmica (professores, administradores, estudantes), profissionais dos veículos de comunicação e de mídias sociais, líderes comunitários, líderes religiosos, entidades de classe, apoiadores dos eventos, fornecedores, funcionários da instituição promotora e seus familiares. Os públicos podem ainda ser agrupados por faixa etária (adultos, adolescentes, crianças), perfil profissional e de interesses, entre outras formas de classificação ou categorização.

A escolha da data e do local para promover um evento é uma das ações mais importantes. É possível afirmar que o êxito almejado está diretamente condicionado à escolha certa do dia e do lugar em que o evento será realizado.

Ao definir a data, considere:

- a disponibilidade do local, observando os prazos necessários para a montagem e desmontagem da infraestrutura;
- a disponibilidade da equipe responsável pela organização e execução;
- a agenda dos palestrantes, conferencistas, artistas, produtores,icineiros e pessoas que integram as atividades previstas na programação;
- a adequação da data e do horário às características dos públicos que se deseja sensibilizar e mobilizar;
- se há eventos concorrentes ou feriados na mesma data ou em datas muito próximas;
- se o momento é oportuno, considerando cenários políticos, sociais, religiosos etc.

Ao escolher o local, considere:

- a estimativa do número de participantes. Espaços vazios sugerem fracasso. Espaços cheios demais indicam inadequação do local ao tipo de evento;
- as condições para acomodar confortavelmente os participantes;
- a facilidade para chegar ao local do evento, opções de transporte coletivo, vias de acesso e local para estacionar;
- a acessibilidade para pessoas com dificuldade de locomoção;
- a existência de espaços de apoio, como copa, sala de autoridades, local para depósito de materiais, para expositores e também para montagem da secretaria;
- as condições técnicas e operacionais para a utilização de recursos audiovisuais.

Ao finalizar este processo a equipe de coordenação terá em suas mãos o escopo do evento, que conterá informações importantes que guiarão o evento a partir daqui, tais como:

- Finalidade ou justificativa do evento;
- Objetivos mensuráveis do evento e critérios de sucesso relacionados;
- Premissas e restrições;
- Lista das partes interessadas.

## **Resultado esperado**

Escopo do evento

## **Equipe de coordenação e produção**

---

### **Área responsável**

Coordenação Geral e Recursos Humanos

### **Pré-requisitos**

Escopo do evento

### **Objetivo**

Definir equipe de coordenação e produção

### **Descrição**

A realização do evento requer profissionais engajados e com diferentes perfis e habilidades. Coordenadores e produtores são responsáveis por trabalhar de forma coesa para o êxito da iniciativa e compõem a equipe de organização do evento. Para tanto, devem ter uma visão estratégica e conhecer o que se espera da iniciativa, quais públicos se deseja mobilizar, as ações previstas e os recursos disponíveis. Em especial, cada integrante deve ter ciência de suas atribuições e dos prazos a cumprir.

A composição do grupo de trabalho varia de acordo com as características do evento. Para fins didáticos, a equipe pode ser dividida em duas categorias: equipe de coordenação e equipe de produção.

O coordenador ou a equipe de coordenação é responsável por:

- gerir a execução das ações necessárias à realização do evento;
- fazer contatos, solicitar informações, esclarecer dúvidas e implementar ajustes e mudanças nos planos;
- planejar e organizar as estratégias de divulgação do evento;
- avaliar a necessidade de promover treinamentos específicos para os grupos de apoio operacional;
- gerir a expedição de convites e acompanhar as confirmações e escusas;
- convocar reuniões com as equipes para avisos e orientações atualizadas durante a organização e dias ou momentos antes do evento;
- solicitar formalmente, negociar e monitorar a execução dos serviços que serão prestados por terceiros;
- estruturar o receptivo das autoridades e convidados;
- estar disponível e atento durante a execução do evento, supervisionando os trabalhos;
- tomar decisões;
- implementar instrumentos de avaliação;
- conduzir procedimentos do pós-evento: agradecimentos aos apoiadores, elaboração do relatório final com análise crítica dos resultados alcançados, dificuldades encontradas e sugestões para melhoria das próximas iniciativas.

Para eventos de pequeno porte, um profissional costuma ser suficiente para responder pela coordenação. Já para iniciativas com maior grau de complexidade — como eventos destinados a um grande número de participantes, com a presença de autoridades ou os que têm em sua programação eventos paralelos — é preciso destacar um grupo de profissionais para coordenar as atividades.

Caso os envolvidos no evento não sejam em número suficiente para desempenhar cada função de coordenação, recomenda-se buscar voluntários que auxiliem nas tarefas específicas de cada uma delas. Damos aqui o nome de equipe de produção para estes voluntários que trabalham diretamente com algum coordenador. Durante a fase de execução a presença desta equipe é fundamental para o bom andamento do evento, dando suporte aos coordenadores na realização de suas atividades. Um modo comum de se obter voluntários é através de uma ficha de inscrição on-line. O Apêndice C traz um exemplo de ficha de inscrição a ser utilizado, com os campos que devem ser informados pelos candidatos a voluntariado.

A equipe de produção será responsável por auxiliar a equipe de coordenação na realização das mais diversas atividades do evento, devendo possuir conhecimentos nas tarefas para as quais foram demandados. Da mesma maneira que na coordenação geral, é necessário estimar a quantidade de produtores que deverão ser destinados a cada coordenação de área (produção, comunicação, programação, administrativa, etc), de acordo com a complexidade do evento.

Ao escolher os voluntários, pensar nos seguintes critérios:

- **Disponibilidade:** Identificar se o membro da equipe está disponível para trabalhar no evento dentro do prazo exigido. Verificar a existência de quaisquer preocupações sobre disponibilidade na duração do evento.
- **Custo:** Verificar se o custo de acréscimo do membro da equipe está dentro do orçamento recomendado.
- **Experiência:** Verificar se o membro da equipe possui experiência relevante que contribuirá para o êxito do evento.
- **Capacidade:** Verificar se o membro da equipe possui as competências necessárias para o evento.
- **Conhecimento:** Considerar se o membro da equipe possui conhecimento relevante sobre produção de eventos, implementação de eventos semelhantes, e nuances do ambiente do evento.
- **Habilidades:** Determinar se o membro da equipe possui as habilidades relevantes para usar uma ferramenta do evento, em implementação ou treinamento.
- **Atitude:** Determinar se o membro possui a habilidade para trabalhar com outras pessoas em uma equipe coesa.

Caso o nível de experiência e de conhecimento não correspondam com o esperado, os coordenadores podem oferecer treinamento para os produtores, na forma de oficinas. Podem ser abordados temas como Produção Geral, Comunicação, Fotografia e Vídeo, Relações interpessoais, etc. Este também é um bom momento para construir o espírito de equipe, ajudando os membros individuais a trabalharem juntos de forma eficiente.

## Resultado esperado

Equipe de coordenação e produção

## Recursos materiais e financeiros

---

### Área responsável

Coordenação Geral, Coordenação de Produção, Coordenação Administrativa e Financeira e Coordenação de Comunicação



## Pré-requisitos

Escopo do evento

## Objetivo

Verificar recursos materiais e financeiros e determinar captação de recursos

## Descrição

Ao planejar, dê especial atenção também à previsão dos recursos materiais e financeiros que pretende utilizar no evento. Erros nesses cálculos geram restrições, impactam a organização e repercutem negativamente.

Especifique, de forma realista e ponderada, a quantidade adequada, as características técnicas indispensáveis e a qualidade dos materiais. Previsões equivocadas podem prejudicar a iniciativa ou até mesmo inviabilizar o evento, faça uma estimativa com base em eventos anteriores semelhantes e no conhecimento e experiência dos coordenadores.

Avalie a possibilidade de reduzir custos e adaptar de forma criativa e original as necessidades do evento aos recursos já disponíveis na instituição ou, ainda, verifique a viabilidade de receber recursos e materiais por parte dos apoiadores e patrocinadores da iniciativa. Para isso, recomenda-se elaborar uma carta de patrocínio, estipulando cotas (ouro, prata, bronze, etc) e suas respectivas contrapartidas (menções em áudio, logotipo nos materiais de divulgação, etc) (exemplo no Anexo A). Os termos acordados aqui devem ser formalizados para evitar questionamentos futuros indesejáveis. A apresentação da carta de patrocínio deve vir acompanhada de um material gráfico que contenha textos e imagens relativas às edições anteriores do evento, trazendo números e exemplos de exibição da marca dos patrocinadores, bem como aparições na mídia (*clipping*). Este material é importante pois dá maior credibilidade ao evento e maiores chances de se obter o patrocínio.

Uma das maneiras de se obter recursos financeiros é submetendo o projeto às Leis de Incentivo dos governos federais, estaduais e municipais. Pesquise em seu estado sobre as diferentes leis, seus respectivos prazos de inscrição e de que forma o projeto deve ser submetido.

No caso de parcerias e patrocínios a previsão de recursos, a aquisição de materiais ou a contratação de quaisquer serviços externos (flores, cenografia, passagens aéreas, hospedagens, alimentação, entre outros) é de responsabilidade dos organizadores do evento.

Em geral, há nas instituições um setor responsável pela gestão dos processos de contratações e compras. Os profissionais das áreas demandantes devem buscar orientação, submeter-se às coordenadas técnicas e acompanhar de perto os

desdobramentos dos processos para garantir que os recursos estarão disponíveis no prazo e com o padrão de qualidade desejado.

Ao especificar os recursos materiais, considere também alguns dos mais comumente utilizados:

- Ambientação — iluminação, climatização, toldos, flores, toalhas, cenários, tapetes.
- Recursos audiovisuais — equipamentos de projeção de imagens (tela, telão, TV, projetor, quadro para anotações, canetas especiais, caneta laser) e equipamentos de áudio (microfones com e sem fio, auricular, de lapela, pedestal, amplificador, áudios de hinos, música ambiente, cabine e fones para tradução simultânea).
- Secretaria — balcão de apoio, computadores, impressoras, material de papelaria (papel, caneta, tesoura, cola, fita adesiva, fita dupla-face), fax, telefones fixos e móveis.
- Identificação: prismas, crachás, listas de convidados.
- Material informativo e promocional — programação, formulário para perguntas, brindes (bolsa, broche, caneta, bloco para anotação, pen drive, garrafinha para água).
- Mobiliário e afins — bandeiras, mastros, fitas de inauguração, tecido para descerramento de placas, cadeiras, púlpitos, pontaletes, tablados, palcos, porta banners, balcões de apoio.
- Elétrica — extensão e adaptadores para tomadas, gerador, ligação provisória.
- Segurança — extintor de incêndio, ambulância, equipamento de primeiros socorros.
- Apoio — máquina fotográfica, filmadora.
- Copa e banheiros — água, copos, xícaras, guardanapos, papel toalha, papel higiênico.

Ao trabalhar com os recursos financeiros:

- Esteja atento ao cronograma de desembolso dos recursos e ao valor total disponível no orçamento. Os prazos para a liberação das receitas podem ser escalonados e eventos com várias etapas e diferentes tipos de despesa precisam se adaptar ao calendário de liberações.
- Sistematize, com objetividade, rigor e clareza, o fluxo de entrada e saída de recursos para a prestação de contas a qualquer tempo durante o período de organização e no relatório final.
- Além de detalhar custos operacionais, logísticos, de pessoal e de divulgação, é importante reservar algum recurso para despesas extraordinárias ou de última hora.

## Resultado esperado

Recursos materiais e financeiros disponíveis para a realização do evento

## Estratégias de divulgação

---

### Área responsável

Coordenação Geral e Coordenação de Comunicação

### Pré-requisitos

Escopo do evento, recursos financeiros disponíveis

### Objetivo

Definir estratégias de divulgação

### Descrição

O plano de ações de divulgação é feito a partir das decisões amadurecidas e consolidadas ao longo do processo de planejamento. É preciso ter uma visão aprofundada do que será o evento, em qual contexto ele será realizado, aonde se quer chegar ao realizá-lo, com que formato, quem serão os públicos participantes, quais os recursos humanos, materiais e financeiros disponíveis e, enfim, definir estratégias de comunicação para promovê-lo. Para tanto, é fundamental ter clara a diferença entre as funções da publicidade e as ações de assessoria de imprensa (cobertura espontânea de caráter noticioso: reportagens, entrevistas, notas em colunas etc.).

Dois pontos merecem destaque neste processo:

- Os perfis, hábitos e comportamentos dos públicos que se deseja sensibilizar e mobilizar. Atenção ao fato de que os grupos não se restringem aos possíveis participantes do evento. Inclui os que podem agir, por exemplo, como formadores de opinião, divulgando a iniciativa para outros públicos.
- Os recursos financeiros disponíveis para investir nas ferramentas de comunicação e de divulgação.

Uma boa forma para estruturar suas ações de comunicação é definir:

- A identidade visual do evento (conceito criativo).
- Os meios de divulgação e os veículos a serem utilizados — peças gráficas (folhetos, cartazes, banners, faixas, adesivos etc.), internet, mídias sociais, rádio, TV, jornal, agência de notícias, revistas etc.
- Os conteúdos que serão trabalhados, considerando as peculiaridades de cada meio de divulgação escolhido.
- A logística da divulgação (distribuição de peças gráficas e encaminhamento de peças eletrônicas, assessoria de imprensa, inserções em veículos de comunicação, credenciamento de profissionais para cobertura espontânea,

gravação e filmagem para registro, documentação e divulgação posterior, enfoque para o público interno).

- O monitoramento da implantação das ações de comunicação e a análise dos retornos (feedback).

O impacto e as repercussões das estratégias de divulgação do evento devem ser cuidadosamente avaliados e controlados para assegurar que a mensagem correta seja entregue à audiência correta, no tempo certo.

## **Resultado esperado**

Estratégia de divulgação do evento

## **Cronograma de atividades**

---

### **Área responsável**

Coordenação Geral, Coordenação de Produção e Coordenação de Comunicação

### **Pré-requisitos**

Escopo do evento, estratégia de divulgação do evento

### **Objetivo**

Definir cronograma de atividades

### **Descrição**

Ao longo de todo o trabalho de organização, deve-se sistematizar as ações necessárias, os profissionais e áreas responsáveis por conduzi-las e os prazos a serem respeitados, para a melhor execução do evento. Esse documento permite às equipes acompanhar o desenvolvimento do trabalho, monitorar pendências, mapear dificuldades e adotar soluções. Nele devem ser listadas todas as tarefas a serem executadas na fase de planejamento, a coordenação responsável por executar estas tarefas e o prazo máximo para sua entrega. A duração de cada atividade pode ser estipulada com base em eventos anteriores semelhantes, no conhecimento e experiência dos coordenadores e nos prazos de terceiros (ex.: uma gráfica precisa de 10 dias úteis para entregar o material). Afim de evitar estouros de prazos, recomenda-se estimar uma reserva de contingência para cada atividade, ou seja, alguns dias (ou horas) a mais que podem ser gastos para realizar esta atividade sem que o cronograma seja comprometido. À medida que as atividades vão sendo concluídas, as reservas de contingência subsequentes podem ser usadas, reduzidas ou eliminadas.

Neste processo é preciso ter conhecimento sobre as burocracias existentes na instituição, verificando com que antecedência deve-se requerer um documento ou solicitação de serviço.

É importante definir marcos que irão guiar a linha base do evento, respeitando estes marcos é possível ter um maior controle sobre o andamento das atividades. Exemplos de marcos podem ser: data limite para entrega do material gráfico do evento (*flyers*, *folders* etc), data limite para locações de espaços e equipamentos, data limite para fechamento da grade de atrações do evento e assim por diante. A não conclusão destes marcos oferece riscos ao evento como um todo, o cronograma de atividades precisará ser revisto e os marcos subsequentes alterados.

### **Resultado esperado**

Cronograma de atividades do evento

# PLANEJAMENTO

---

Gestores e produtores já devem conhecer com mais profundidade a proposta do evento, o contexto em que está inserido, a data e o local de realização, seus objetivos, a estimativa de participantes, os perfis do público, as estratégias de divulgação e os recursos disponíveis para conduzir os trabalhos. Não é tarefa tão árdua como inicialmente aparenta, mas requer apurado senso crítico, integração, domínio das ferramentas, dedicação e atenção.

Cada processo tem a sua importância e deve ser adaptado à dinâmica do evento e ao que foi planejado. Nesta fase, a coordenação geral do evento é a responsável por manter o plano de ação desenvolvido durante a fase anterior. Qualquer alteração no escopo, custo ou cronograma devem ser monitoradas e controladas, afim de diminuir os seus riscos e impactos, visando sempre atingir os objetivos propostos e o sucesso do evento. Estas ações devem ser tomadas em todas as áreas de coordenação. O monitoramento e controle diz respeito à:

- Comparação do desempenho real do evento com o estabelecido no cronograma;
- Avaliação do desempenho para determinar se quaisquer ações corretivas ou preventivas devem ser tomadas;
- Identificação de novos riscos e a análise, acompanhamento e monitoramentos dos riscos existentes;
- Fornecimento de previsões para a atualização das informações atuais de custos e cronograma;

Exemplos de informações sobre o desempenho são a situação das entregas dos processos (se os resultados esperados foram alcançados), a situação das modificações no escopo e as estimativas previstas para terminar cada processo.

## Definição das equipes de trabalho por setor

---

### Área responsável

Coordenação Geral e Recursos Humanos

### Pré-requisitos

Escopo do evento, equipe de coordenação e produção

### Objetivo

Definir equipes de coordenação e produção

## Descrição

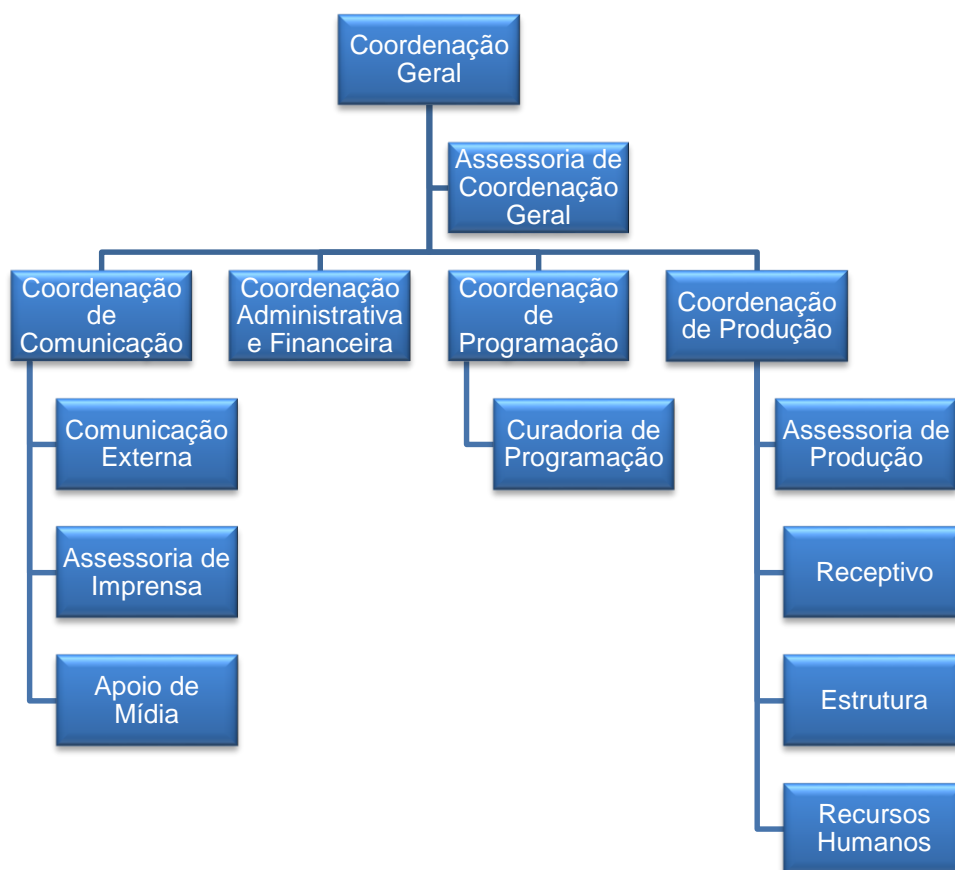
A primeira providência deve ser escolher o coordenador do evento — ou a equipe coordenadora — e definir os profissionais que irão atuar no apoio direto à organização. Conheça os profissionais, reúna as equipes, atribua responsabilidades e defina metas. Os objetivos dos coordenadores do evento incluem, mas não estão limitados a:

- Aprimorar os conhecimentos e as habilidades dos membros da equipe para aumentar sua capacidade de concluir as tarefas do evento, enquanto reduz os custos e os cronogramas, e melhora a qualidade;
- Aprimorar os sentimentos de confiança e consenso entre os membros da equipe para melhorar a motivação, reduzir os conflitos e aumentar o trabalho em equipe; e
- Criar uma cultura de equipe dinâmica, coesa e colaborativa a fim de melhorar a produtividade individual e da equipe, o espírito de equipe e a cooperação, e permitir o treinamento e mentoria entre os próprios membros da equipe para compartilhar conhecimentos e experiências.

Aqui também deve ser estabelecido o meio de comunicação interna de toda a equipe (rede social, e-mail, etc). A maioria das habilidades de comunicação que devem ser atentadas pela equipe são:

- Escutar ativamente e de modo eficaz;
- Perguntar, discutindo ideias e situações para assegurar um entendimento melhor;
- Educar a fim de aumentar o conhecimento da equipe para que ela seja mais eficaz;
- Levantar dados para identificar ou confirmar as informações;
- Definir e administrar as expectativas;
- Persuadir uma pessoa, equipe ou organização a executar uma ação;
- Motivar para encorajar ou reassegurar;
- Orientar para melhorar o desempenho e alcançar os resultados desejados;
- Negociar para conseguir acordos mutuamente aceitáveis entre as partes;
- Solucionar conflitos para evitar impactos negativos; e
- Resumir, recapitular e identificar as etapas seguintes.

Recomenda-se criar uma estrutura voltada para a realização das tarefas, com cargos e funções bem definidas. Sugerimos aqui uma estrutura que abrange algumas áreas de atuação (figura 1), no entanto, deve-se escolher um modo de organização que mais se adeque ao perfil de sua equipe e de seu evento, bem como o número de coordenadores e produtores designados para cada área.



**Figura 1. Modelo de áreas de coordenação**

Abaixo estão descritas algumas das atividades das áreas de coordenações sugeridas:

**Coordenação Geral:** Planeja e regula toda a execução do projeto, elege equipe, faz reuniões periódicas com coordenadores e produtores, define regulamento em acordo com área de programação, agencia o financiamento e captação de recursos e busca de patrocínio para o projeto. É responsável também por manter a motivação da equipe, gerenciar o seu trabalho e monitorar e controlar o progresso das tarefas.

**Assessoria de Coordenação Geral:** Secretaria e auxilia ações do coordenador de produção.

**Coordenação de Produção:** Supervisiona e planeja toda a equipe de produção do projeto.

**Assessoria de Produção:** Secretaria e auxilia ações do coordenador de produção.

**Receptivo:** O receptivo pode ser subdividido em três áreas fundamentais:

- **Alimentação:** Organiza todas as refeições de artistas, profissionais e produtores envolvidos no projeto. Monta mapa de alimentação, enumera cardápios especiais, catering completo ou parcial para camarins, horários e distribuição



de vales-refeição. Organiza listas nos restaurantes autorizados (pré-contratados) das pessoas autorizadas a fazerem refeições.

- **Transporte:** Elabora mapa de transporte (pessoas e equipamentos), a partir de nomes, horários, locais e listas de RGs fornecidos pela equipe de programação, supervisiona traslados internos.
- **Hospedagem:** Monta tabela de hóspedes, realiza contato com hotéis, organiza *rooming list*, planifica demandas de hospedagem solidária e outras formas de alojamento. Responsável pelo receptivo e chegada dos artistas, bem como carregamento de materiais e assuntos afins.

**Estrutura:** Planejam, contratam e supervisionam toda a logística estrutural do evento, tal como: sonoplastia, iluminação, palco, banheiros, segurança, equipamentos de projeção e outros. Colocam em ação as especificações advindas de *riders* técnicos, mapas de palco, *input lists* (exemplo no Anexo B) e outras demandas técnicas de cada atração. Geram alvarás e emitem ofícios de apoio para polícia militar, ambulâncias e outros.

**Recursos Humanos:** Responsável pela participação dos produtores, fazendo o intermédio entre eles e a coordenação. Organiza-os dentro da estrutura, direciona tarefas e cria escala de trabalho durante as fases do evento. Mantém atualizada a planilha com as informações de contato de toda a equipe.

**Coordenação de Programação:** Auxilia nas ideias sobre palcos e formatos de evento, define regulamentos e dados de inscrição, analisa e seleciona inscrições (com o aval do curador), auxilia na elaboração das planilhas de alimentação, hospedagem, transporte e custos de produção de cada artista/grupo, estabelece programação em conjunto com toda equipe de produção, contacta artistas, supervisiona montagem de espaços e materiais antes e durante o evento, auxilia todo o processo de desprodução, elabora relatório final de atividades.

**Curadoria de Programação:** Auxilia no processo de análise e seleção de propostas inscritas.

**Coordenação Administrativa e Financeira:** Responsável pelo pagamento de todos os artistas e fornecedores, reembolsos (aprovados pela coordenação geral), previsão e estimativas de gastos (a partir das planilhas elaboradas pela equipe de produção), organização de folhas de cheque e notas fiscais e material para prestações de contas, relatórios e prestação de contas do evento. Acompanha movimentações bancárias.

**Coordenação de Comunicação:** Supervisiona e planeja toda a equipe de comunicação do projeto. Gerencia e-mails externos. Media relação entre todos da equipe, responsável pelas atas das reuniões e repasse de informes das mudanças que ocorrerem bem como lembretes de reuniões e justificativas de ausências. Envia mensagens para toda a equipe de coordenação.

**Comunicação Externa:** Gerencia os meios midiáticos onde o evento estará presente, como *web sites*, redes sociais, jornais, *mailing lists*, estabelecendo estratégias e planos de divulgação do evento.

**Assessoria de Imprensa:** Intermedia contato entre artista e jornalista, envia *releases*, sugere pautas, estabelece relações confiáveis na mídia, auxilia na elaboração de *clipping*, lista convidados importantes, envia *press kit* para imprensa e apoiadores; cria estratégia de entrevistas, tece diretrizes e corrige elaboração de arte gráfica, estabelece e executa plano de divulgação (vinhetas, peças gráficas, virtuais, material promocional).

**Apoio de Mídia:** Organiza toda a captação de imagens (foto e vídeo) do evento, roteiriza e produz vídeo institucional do projeto.

A equipe de coordenação do evento devem se orientar e gerenciar o trabalho definido no escopo e algumas de suas funções são:

- Executar as atividades para alcançar os objetivos do evento;
- Fornecer, treinar e gerenciar os membros de suas equipes;
- Obter, gerenciar e usar recursos materiais, financeiros, ferramentas, equipamentos e instalações;
- Gerar dados de desempenho do trabalho, tais como custo, cronograma, progresso e da qualidade e informações sobre o andamento do evento para facilitar projeções;
- Emitir solicitações de mudança e implementar as mudanças aprovadas no escopo do evento;
- Gerenciar riscos e implementar atividades de respostas a riscos;
- Gerenciar as partes interessadas e seu engajamento; e
- Coletar e documentar lições aprendidas e implementar as atividades de melhorias nos processos de realização do evento.

Com a equipe estruturada, deve-se estabelecer a forma de comunicação da equipe. Recomenda-se criar grupos de e-mail e grupos em redes sociais. Uma lista com o contato de cada membro da equipe deve ser feita, contendo nome, cargo, e-mail e telefone. Esta lista deve ser disponibilizada on-line, afim de facilitar a comunicação interna da equipe.

Além disso, reuniões de cada área devem ser feitas regularmente, com o coordenador geral, os coordenadores das áreas envolvidas e seus produtores. São três as principais finalidades destas reuniões: trocar informações, *brainstorming* e avaliar opiniões e tomar decisões. As reuniões devem ser preparadas, agendadas e possuírem um propósito, um objetivo e duração bem definidos, e devem ser documentadas de forma apropriada, com atas e ações a serem tomadas por cada área.

## Resultado esperado

Equipes definidas em cada área e organograma

## Participação dos artistas

---

### Área responsável

Coordenação Geral, Coordenação de Programação e Curadoria de Programação

### Pré-requisitos

Escopo do evento, recursos financeiros disponíveis

### Objetivo

Definir o modo de participação dos artistas

### Descrição

Na iniciação, os públicos de interesse já foram mapeados. A equipe deve agora agrupá-los para facilitar a organização.

Algumas perguntas podem ajudar:

- Quem são os convidados a integrar a programação?  
(palestrantes, expositores, debatedores, mediadores, grupos culturais etc.)
- Quem são os convidados a participar?  
(autoridades, comunidade acadêmica, demais interessados no tema etc.)
- Quais grupos se deseja apenas sensibilizar?  
(pessoas que provavelmente não poderão participar, mas que a equipe tem interesse em manter informada sobre os trabalhos. Podem atuar, por exemplo, como formadores de opinião)

Um sistema de inscrição on-line é o mais recomendado para a chamada de trabalhos e envio de propostas, pois este proporciona um fácil acesso e manutenção das informações relativas às inscrições, facilitando assim a seleção das propostas que irão compor a programação do evento. Para tal é preciso redigir um regulamento de participação, requisitando ao proponente a leitura e aceitação dos termos contidos nele. Feita a inscrição, deve-se enviar um e-mail de confirmação ao inscrito. O Apêndice D traz um exemplo de ficha de inscrição a ser utilizado, com os campos que devem ser informados pelos proponentes.

É de boa prática enviar aos inscritos não selecionados para compor o evento uma carta aberta agradecendo o interesse em participar do evento e informando que este não foi selecionado.

Deve-se ficar atento ao orçamento do evento e selecionar as propostas que se encaixam nele, levando em consideração alguns aspectos:

- Custo do cachê da apresentação;
- Custo do deslocamento da atração entre a sua cidade de origem e a cidade onde o evento está sendo realizado;
- Custo para a alimentação dos artistas participantes;
- Custo de hospedagem dos artistas.

Busque por alternativas que cortem custos, como por exemplo: verificando a existência de veículos e motoristas em sua instituição que possa realizar os transportes, convênio com restaurantes e hotéis, hospedagem solidária, etc.

A partir daí, os organizadores precisam levantar ou atualizar as formas de contato e selecionar o meio adequado para formalizar os convites e interagir com cada grupo. Detalhar o perfil de quem se deseja convidar e estimar de forma mais precisa o número de participantes é o desafio nesse momento.

Nomes e dados cadastrados para contato e endereçamento dos convites — impressos ou eletrônicos — são chamados de *mailing list* e devem ser rigorosamente atualizados. Desconsiderar esse cuidado básico pode ferir suscetibilidades e gerar problemas desnecessários para a equipe organizadora.

Entre os possíveis grupos de convidados estão: cidadãos representantes da sociedade, autoridades, comunidade acadêmica, profissionais dos veículos de comunicação e das mídias sociais, líderes comunitários, entidades de classe, apoiadores dos eventos, fornecedores, funcionários e familiares.

## Resultado esperado

Artistas e convidados que participarão do evento

## Programação das atrações

---

### Área responsável

Coordenação de Programação e Recursos Humanos

### Pré-requisitos

Artistas que participarão do evento

### Objetivo

Definir a programação das atrações

### Descrição

A programação é o conjunto de atividades voltadas aos participantes no dia do evento, desde a abertura até o encerramento dos trabalhos. Uma forma usual e eficiente de estruturá-la é por horários, momento a momento, conforme a Figura 2.

PROGRAMAÇÃO	
Primeiro dia	
18h	Abertura do evento
19h	Atração 1
20h	Atração 2
Segundo dia	
16h	Atração 3
17h30	Atração 4
19h	Atração 5
22h	Encerramento do evento

**Figura 2. Grade de programação.**

Parece óbvio, mas não é exagero reiterar a importância de o programa ser viável na prática e de fato refletir os objetivos planejados. Múltiplas atividades, às vezes até concorrentes, tempos de duração subestimados, intervalos exíguos não respeitados e indisponibilidade de agenda dos participantes estão entre os exemplos mais comuns de erros. Não raro os organizadores desconsideram esses cuidados básicos, gerando frustração e comprometendo a qualidade dos trabalhos.

Cabe aqui aos Recursos Humanos alocar os produtores para auxiliarem em cada uma das atrações, garantindo que sempre haja pelo menos um em cada atração, afim de solucionar qualquer problema que possa ocorrer e acompanhar o artista desde as preparações de sua apresentação até o encerramento. O Apêndice H traz um exemplo de como os coordenadores e produtores podem ser organizados.

## **Resultado esperado**

Grade de programação do evento

## **Ações de divulgação**

---

### **Área responsável**

Coordenação de Comunicação, Comunicação Externa, Assessoria de Imprensa e Apoio de Mídia

### **Pré-requisitos**

Estratégia de divulgação, grade de programação

### **Objetivo**

Efetuar ações de divulgação

## Descrição

As ações de divulgação alinham-se às estratégias previstas na fase de iniciação. A condução do trabalho deve ser feita por equipe especializada e hábil na escolha dos melhores meios e formatos e na articulação com fornecedores.

O tempo mínimo para dar início à divulgação varia conforme a complexidade e a abrangência do evento, mas deve-se considerar que quanto maior a antecedência, mais bem estruturado será o trabalho e mais condições a equipe terá de sensibilizar e mobilizar os públicos de interesse.

Considere as seguintes ações:

- **Criação da identidade visual das peças de divulgação**

A identidade visual e as peças-piloto para a campanha de divulgação devem ser criadas com antecedência suficiente para serem apresentadas à equipe organizadora. Trabalhar com razoável margem de tempo permitirá aos profissionais de criação amadurecer ideias e acolher sugestões de melhorias eventualmente propostas.

Os formatos das peças podem ser diferenciados, conforme as mídias escolhidas, mas precisam seguir a mesma identidade visual a fim de garantir a unidade das várias peças de comunicação e facilitar o reconhecimento e a recepção das mensagens pelo público.

Em eventos realizados com periodicidade regular é possível utilizar uma única marca e fazer inovações no uso de cores e conteúdos ao longo dos anos, mas vale ressaltar que isso não é regra. A opção por novos modelos é igualmente apropriada. A escolha deve ser condicionada aos objetivos do evento e aos recursos disponíveis.

- **Escolha dos meios de divulgação (mídias)**

Quanto mais completas as informações sobre os meios a serem utilizados, mais chances de êxito na divulgação. A criação das peças deve ser feita por profissionais que dominem o assunto e deve levar em conta as especificidades de cada mídia, os perfis de usuários aos quais se destinam, os formatos que utilizam e os prazos limites exigidos para a divulgação ou veiculação, conforme cada caso.

Os mais utilizados são: mídia impressa (convites, folhetos, cartazes, outdoors, boletins com notícias sobre o evento, faixas, adesivos etc.), mídia eletrônica (TV, rádio, cinema etc.) e mídia digital ou interativa (internet, redes sociais, convites e boletins eletrônicos, entre outros).

- **Divulgação dirigida para profissionais de comunicação, assessoria de imprensa**

É a hora de organizar e encaminhar os materiais de divulgação e de interagir com os profissionais de imprensa, manter contato, colocar-se à disposição. O desafio para a equipe de Assessoria de Imprensa é o de conquistar a cobertura espontânea dos profissionais dos veículos de comunicação para o evento (reportagens, notas, entrevistas etc.).

As ferramentas usuais para esse diálogo com a imprensa são o *press release* e o *press kit*. Ambos reúnem material informativo especialmente preparado para auxiliar no trabalho de elaboração de matérias pelos jornalistas que farão a cobertura. O envio do material pode ser feito a profissionais de imprensa, veículos especializados ou veículos com cobertura mais abrangente, inclusive os de web, que possam se interessar pelo tema do evento. É preciso também conhecer a dinâmica de produção das matérias para providenciar o envio do material em tempo hábil e nos formatos cabíveis. O foco deve ser sempre os conteúdos de interesse público.

- **Logística da divulgação**

Monitorar a distribuição de peças gráficas e o envio ou implantação de peças eletrônicas, cuidar das providências para inserções em veículos de comunicação, credenciar os profissionais para cobertura espontânea, providenciar a gravação, a cobertura fotográfica e a filmagem do evento para registro, documentação e divulgação posterior.

## **Resultado esperado**

Evento divulgado

## **Suporte aos artistas e equipe organizadora**

---

### **Área responsável**

Coordenação de Produção e Receptivo

### **Pré-requisitos**

Equipe de coordenação e produção, recursos materiais e financeiros disponíveis, artistas participantes e grade de programação

### **Objetivo**

Viabilizar a participação dos artistas e da equipe organizadora do evento

### **Descrição**

Cada evento é único, ainda que haja modelos e orientações gerais para servir de referência. O cenário ideal é aquele em que a equipe trabalha coesa e pautada pelo

interesse de superar as expectativas dos participantes. Serviços de suporte planejados especialmente para atendê-los são essenciais nesse contexto.

Ao organizar um evento, considere:

- a necessidade de providenciar traslados, hospedagem e alimentação dos artistas ou de quaisquer participantes que integram a programação do evento;
  - Para eventos de grande porte, é preferível fazer um mapa de traslados, hospedagens e alimentação, conforme os Apêndices E e F;
  - Uma alternativa para a acomodação dos artistas é a hospedagem solidária. Residências próximas ao local de realização do evento podem se candidatar a receber os artistas e hospedá-los durante os dias em que forem participar do evento. Pode-se tanto fazer contato direto com as residências ou abrir um sistema de inscrição on-line, conforme o Apêndice G.
  - A alimentação das equipes e artistas deve ser controlada através de listas ou com *tickets* de alimentação, para que fique dentro do orçamento estipulado.
- a possibilidade de firmar parcerias e credenciar empresas para oferecer condições facilitadas e preços competitivos para o transporte, alimentação e hospedagem dos convidados;
- a necessidade de providenciar serviços de tradução simultânea ou consecutiva;
- a possibilidade de dispor de serviço médico de apoio durante todo o tempo em que durar o evento;
- a conveniência de elaborar uma lista com sugestões de restaurantes, centros culturais e de lazer, serviços médicos de emergência e outros serviços na cidade-sede do evento.

## **Resultado esperado**

Mapa de traslados e hospedagens, parcerias fechadas e lista de sugestões

## **Infraestrutura e prestação de serviços**

---

### **Área responsável**

Coordenação de Produção e Estrutura

### **Pré-requisitos**

Artistas participantes, parcerias fechadas e grade de programação

### **Objetivo**

Verificar infraestrutura e prestação de serviços



## Descrição

Ao longo de todas as fases do processo de organização, a equipe deve estar atenta à planilha de custos, à possibilidade de adaptar demandas a recursos já disponíveis ou que podem ser adaptados na própria instituição e aos eventuais processos de compra e contratações. Deve estar também preparada para lidar com ajustes continuamente.

Ao trabalhar com recursos materiais:

- Nomeie o profissional da equipe organizadora responsável por tratar de cada assunto.
- Ajuste a especificação técnica dos produtos e as quantidades que de fato serão necessárias. As previsões podem ter sido estimadas tanto para mais, quanto para menos.
- Verifique a disponibilidade dos bens na própria instituição ou a possibilidade de contar com os apoiadores e patrocinadores do evento. Nesse caso, os termos acordados e as contrapartidas exigidas devem ser formalizados.
- Formalize os pedidos às áreas responsáveis com a antecedência exigida. Detalhe a data, o local da entrega e da retirada, a necessidade de apoio técnico durante a realização do evento.
- Em caso de compras e contratações, submeta o pedido formal à área responsável pela aquisição de materiais e monitore a tramitação dos processos.
- Avalie a adequação dos produtos às especificações técnicas desejadas.
- Dias antes do evento, volte a confirmar a reserva do material e reitere a importância do profissional da equipe organizadora que tratou do assunto estar a postos para acompanhar o recebimento dos produtos, a montagem e outras tarefas.
- Teste os equipamentos antes do evento. Falhas podem ser evitadas. Ainda assim, tenha alternativas em mente.
- Organize os produtos de forma a facilitar o seu manuseio no dia do evento.
- Faça os registros para a prestação de contas no relatório final do evento e, quando cabível, acompanhe o processo de atesto das notas fiscais.

Ao contratar serviços externos:

- Indique o profissional da equipe organizadora responsável por tratar de cada assunto.
- Defina os serviços e profissionais de apoio que precisa contratar e quantifique as demandas.
- Certifique-se de que não há na instituição áreas que prestam tais serviços ou mesmo profissionais qualificados que possam ser deslocados para atuarem de forma pontual no suporte ao evento.

- Submeta o pedido formal à área responsável pela contratação dos serviços e monitore a tramitação dos processos.
- Fique atento se no contrato os seguintes itens estão discriminados: especificação do trabalho ou resultado, prazos, papéis e responsabilidades, definição de preços, condições de pagamento, local de entrega ou realização do serviço, critérios de inspeção e aceitação, garantia, limitação de responsabilidade, taxas e adiantamento, penalidades, multas, incentivos, seguros e mecanismos de rescisão.
- Avalie referências dos prestadores de serviço, reúna-se com seus representantes e acerte todos os detalhes para o dia do evento. Assim como as equipes de apoio da instituição, os prestadores de serviço também precisam se familiarizar com os objetivos da iniciativa e entender claramente o que se espera deles nas etapas de organização e condução.
- Convoque reuniões com os prestadores de serviços, mantenha-os informados, entregue material de apoio compatível com as atribuições que lhe serão confiadas, dê treinamento, faça ensaios.
- Faça os registros para a prestação de contas no relatório final do evento e, quando cabível, acompanhe o processo de atesto das notas fiscais.

## **Resultado esperado**

Estrutura e serviços contratados

## **Convites**

---

### **Área responsável**

Coordenação de Comunicação

### **Pré-requisitos**

Público-alvo definido e grade de programação

### **Objetivo**

Redigir e enviar convites

### **Descrição**

Os convites são instrumentos de comunicação dirigida utilizados pela equipe organizadora. Têm como objetivo informar aos públicos os principais dados sobre um evento. Entretanto, o convite se presta a mais do que isso. Pode contribuir para formar opinião e sensibilizar os destinatários para um determinado tema.

Há inúmeras opções de convites, desde as simples e de baixo custo (como mensagens eletrônicas) até as mais elaboradas (como kits contendo, além do convite, brindes e material informativo). A escolha é adaptada ao tipo do evento, ao perfil dos públicos

participantes e aos recursos disponíveis. Independentemente do formato escolhido, o zelo no preparo do convite pode revelar muito sobre a organização da iniciativa.

Ao providenciar convites formais, lembre-se de:

- Definir qual formato será adotado: convites eletrônicos, impressos ou ambos.
- Redigir textos preferencialmente na ordem direta (sujeito, predicado e complementos) e respeitar as normas cultas da língua portuguesa.
- Apresentar a marca da instituição. A logo é o conjunto do tipo (letras) mais o símbolo.
- Ao utilizar siglas, desdobrá-las por extenso.
- Usar adjetivos somente quando indispensáveis para complementar a informação.
- Exibir formas de contato para confirmações ou escusas (e-mail, site, telefone, entre outros).
- Definir os trajes exigidos, quando estritamente indispensável.

Antes de expedir os convites, lembre-se de:

- Checar a correção dos dados dos destinatários cadastrados no mailing list.
- Avaliar prazos mínimos de antecedência para o envio, de forma a garantir que o convidado ao receber o convite tenha um tempo para organizar a sua participação.
- Monitorar a expedição e conferir protocolos de entrega.

O cuidado visa garantir a entrega dos convites em tempo hábil. O prazo mínimo para a postagem pode ser ampliado em situações de exceção —como em uma eventual interrupção dos serviços dos Correios — mas reduzi-lo ou ignorá-lo pode inviabilizar a participação dos convidados.

## **Resultado esperado**

Convites enviados

## **Montagem**

---

### **Área responsável**

Coordenação de Produção

### **Pré-requisitos**

Infraestrutura e serviços contratados, grade de programação

### **Objetivo**

Preparar a montagem do local do evento

## Descrição

Dias ou mesmo horas antes de o evento começar, é preciso executar a sua montagem, testar equipamentos e deixar toda a infraestrutura pronta e organizada.

Sugere-se considerar:

- dispor estruturas móveis;
- decorar o ambiente;
- sinalizar acessos;
- checar recursos de iluminação e climatização;
- checar *rider* técnico, *input list* e mapa de palco de cada atração, quando houver (exemplo no Anexo B);
- testar equipamentos de som e de projeção de imagens;
- reservar local para a divulgação da marca dos patrocinadores;
- organizar o local do receptivo;
- organizar o *catering* dos artistas e convidados;
- organizar o camarim;
- atualizar roteiros;
- reservar o local destinado à imprensa e separar os *press kits* que serão entregues aos profissionais credenciados;
- reunir equipes para treinamentos e ensaios e
- reforçar a limpeza ao final da montagem do evento.

A antecedência necessária para dar início à montagem deve ser avaliada pela equipe organizadora, conforme a complexidade do evento e o número de profissionais e recursos envolvidos.

## Resultado esperado

Infraestrutura pronta para receber o evento

# EXECUÇÃO

---

Este é o momento mais aguardado pelos gestores e produtores, a realização do evento. Se o planejamento foi criterioso e a equipe organizadora trabalhou coesa e com profissionalismo, as chances de sucesso aumentam. Quando o evento é bem estruturado, ainda que aconteçam imprevistos, coordenadores e colaboradores sentem-se aptos a lidar com as adversidades e, não raro, surpreendem-se com a habilidade e a maturidade do grupo para propor soluções.

Todas as atividades, desde a abertura até o encerramento, devem ser monitoradas pelo coordenador com o auxílio da equipe de apoio.

## Tarefas da coordenação

---

### Área responsável

Equipe de coordenação

### Pré-requisitos

Equipe de coordenação definida, grade de programação

### Objetivo

Executar tarefas da coordenação

### Descrição

Cabe ao coordenador ou à equipe coordenadora durante a condução do evento:

- ter e delegar autonomia para tomar decisões e promover ajustes no que foi planejado;
- coordenar a equipe nos postos de trabalho;
- fazer contatos, solicitar informações e esclarecer dúvidas;
- monitorar o receptivo dos artistas, convidados e patrocinadores;
- monitorar, com o apoio da equipe de Assessoria de Imprensa, o atendimento aos profissionais de comunicação que fazem a cobertura do evento;
- monitorar a condução das etapas previstas no roteiro;
- estar disponível e atento durante toda a execução do evento, supervisionando os trabalhos.

### Resultado esperado

Tarefas da coordenação executadas

## **Tarefas da produção**

---

### **Área responsável**

Equipe de produção

### **Pré-requisitos**

Equipe de produção definida, grade de programação

### **Objetivo**

Executar tarefas da produção

### **Descrição**

Cabe à equipe de produção durante a condução do evento:

- estar em seus postos de trabalho com antecedência suficiente para checar procedimentos e organizar materiais. Conforme o número de pessoas envolvidas e a abrangência do evento, convém destacar um coordenador para cada área;
- submeter a novos testes e checagens equipamentos de som e de projeção de imagens;
- reforçar a limpeza dos ambientes;
- registrar e confirmar dados dos convidados para a elaboração de certificados;
- recepcionar, dar boas vindas, prestar orientações sobre o evento, encaminhar, acomodar e esclarecer eventuais dúvidas dos convidados sobre a programação do evento;
- orientar os artistas que se apresentarão;
- estar disponível para esclarecer dúvidas, organizar entrevistas e auxiliar os profissionais de imprensa no que for preciso;
- encerrar o evento, agradecer presenças e conduzir os convidados ao local de saída.

### **Resultado esperado**

Tarefas da produção executadas

# ENCERRAMENTO

---

O evento não termina quando o último convidado ou participante se despede. Passadas as fases de iniciação, planejamento e execução, é preciso cuidar das atividades pós-evento.

Se a condução do evento foi criteriosa e bem planejada, esse será um momento em que a equipe organizadora se dará conta do êxito da iniciativa e dos desdobramentos positivos para a instituição e para os participantes.

Em linhas gerais, é o momento de desmontar a estrutura física do evento, formalizar os agradecimentos, prestar contas aos organizadores e apoiadores, editar o material audiovisual, sistematizar e arquivar documentos, consolidar o relatório final com a análise crítica do evento (lições aprendidas), registrar contribuições para futuras iniciativas, compartilhar e divulgar os resultados do trabalho.

## Desprodução

---

### Área responsável

Coordenação de Produção

### Pré-requisitos

Evento finalizado

### Objetivo

Desmontar a estrutura do evento

### Descrição

Os cuidados com a infraestrutura no período do pós-evento incluem desmontagem das instalações, devolução de mobiliário, equipamentos e itens de ambientação aos setores de origem, transporte de materiais, reorganização do espaço conforme a configuração original, limpeza e vistoria para averiguar a ocorrência de algum dano material e localizar objetos perdidos.

### Resultado esperado

Estrutura de realização do evento entregue da mesma maneira que foi recebida

## Mensagens de agradecimento

---

### Área responsável

Coordenação de Comunicação

### Pré-requisitos

Lista de apoiadores e patrocinadores

## **Objetivo**

Enviar mensagens de agradecimento a apoiadores e patrocinadores

## **Descrição**

Ao final do evento, é de bom tom enviar mensagens de agradecimento aos profissionais de apoio, colaboradores, patrocinadores e participantes. É possível inovar incluindo material audiovisual do evento e registros da participação do destinatário, clipping de notícias, links de interesse e relatório com os resultados mais expressivos do trabalho.

## **Resultado esperado**

Agradecimentos enviados

## **Prestação de contas**

---

### **Área responsável**

Coordenação Administrativa e Financeira

### **Pré-requisitos**

Notas fiscais e compras, pagamentos efetuados e serviços prestados

## **Objetivo**

Prestar contas do financeiro

## **Descrição**

Essa é uma ação indispensável. O procedimento de atesto das notas fiscais e de avaliação dos serviços prestados é conduzido e supervisionado pela equipe coordenadora. O resultado deve constar do relatório final do evento, com registros do fluxo de entrada e saída de recursos. Notas fiscais de compras realizadas durante o evento devem ser informadas aqui, para que os custos sejam reembolsados.

Eventuais falhas ou descumprimentos na prestação de serviços precisam ser relatados para que se observem os procedimentos e as penalidades previstas em contrato. Além disso, servirão para orientar futuras contratações.

## **Resultado esperado**

Balanço geral do evento

## **Classificação e arquivamento da documentação**

---

### **Área responsável**

Coordenação Administrativa e Financeira

### **Pré-requisitos**

Documentos administrativos gerais



## Objetivo

Organizar e arquivar documentos

## Descrição

A documentação administrativa do evento deve ser classificada e arquivada. Ofícios, notas fiscais, correspondências, registros de confirmação e escusas, formulários de avaliação dos participantes, relatórios e demais documentos de referência compõem a memória do evento e podem ser importantes referências para iniciativas futuras.

## Resultado esperado

Arquivos classificados, documentados e arquivados

## Catálogo e arquivamento dos registros audiovisuais

---

### Área responsável

Coordenação de Comunicação

### Pré-requisitos

Material audiovisual do evento

## Objetivo

Organizar e arquivar registros audiovisuais

## Descrição

O mesmo tratamento dado à documentação administrativa deve ser dispensado aos registros de áudio e de imagens gerados ao longo do processo de iniciação, planejamento, execução e também no encerramento. O material deve ser catalogado e arquivado de forma a compor a memória do evento e servir de referência para iniciativas futuras.

## Resultado esperado

Material catalogado e arquivado

## Clipping

---

### Área responsável

Coordenação de Comunicação

### Pré-requisitos

Material audiovisual catalogado

## Objetivo

Organizar o *clipping*

## Descrição

Outra ação de destaque na fase de encerramento é a avaliação da cobertura espontânea das mídias. Uma análise crítica permitirá à equipe coordenadora conhecer o nível de eficácia da estratégia de divulgação adotada.

Os registros das coberturas são parte da documentação do evento e devem ser sistematizados desde as primeiras ações de divulgação, compondo o chamado *clipping*. Pode ser necessário estender o monitoramento para além do tempo de realização do evento, conforme a repercussão do tema, os resultados do trabalho e o impacto da iniciativa para o público em geral. Muitas vezes é preciso aguardar a publicação de revistas semanais ou mesmo de encartes especiais que têm data específica para serem publicados.

O *clipping* deve passar por uma análise quantitativa (número de matérias, citações, espaço ocupado etc.) e qualitativa (matérias positivas e negativas, críticas, sugestões, correção das informações etc.). A análise dos conteúdos e os resultados devem constar do relatório final do evento.

Ao monitorar a cobertura das mídias, considere:

- Artigos de jornais
- Citações
- Entrevistas de rádio e televisão
- Registros na internet
- Registros nas redes sociais
- Vídeos e áudios de programas

## Resultado esperado

*Clipping*

## Certificados

---

### Área responsável

Coordenação de Comunicação e Recursos Humanos

### Pré-requisitos

Lista dos artistas participantes, lista de presença dos participantes, lista dos coordenadores e produtores

### Objetivo

Emitir certificados para artistas e produtores

## Descrição

É importante para todos os envolvidos no evento que a sua participação seja registrada e documentada. A participação na organização de eventos é bem vista tanto na área acadêmica quanto no mercado de trabalho.

No certificado deve ser especificada a área de atuação do participante e quantas horas foram empenhadas para a realização de suas tarefas.

## Resultado esperado

Certificados entregues

## Questionário de avaliação e feedback

---

### Área responsável

Coordenação Geral

### Pré-requisitos

Presença das equipes de coordenação e produção

### Objetivo

Obter avaliação da equipe de coordenação e produção

## Descrição

A avaliação consiste no registro e na sistematização das opiniões sobre o evento.

Os instrumentos utilizados para a sondagem podem variar. Entre outros, destacam-se os questionários, a coleta de dados, pesquisas e reuniões de *feedback*. O desafio é conhecer a opinião dos participantes, organizadores, apoiadores e de quaisquer grupos envolvidos diretamente no evento. Um exemplo de formulário de pesquisa pode ser conferido no Anexo C.

Dados tangíveis devem ser quantificados em tabelas, gráficos e em outros formatos de fácil visualização, mas, em se tratando de eventos, muitos dos resultados obtidos nem sempre são passíveis de quantificação. Nesses casos, o registro das avaliações deve ser consolidado em documentos narrativos ou descritivos. O fundamental é que os dados e informações levantadas não se percam e sejam compartilhados no relatório final do evento para servirem de subsídios no futuro. Tal cuidado é ainda mais essencial em eventos com periodicidade regular.

Algumas perguntas podem auxiliar nessa análise:

- O tipo do evento, o formato, o local, a data e o horário foram adequados?
- Houve participação do público convidado?
- O público foi mobilizado ou sensibilizado para o tema do evento?
- O evento gerou a repercussão pretendida?

- A abordagem do evento foi adequada?
- Houve imprevistos? O que podia ter sido feito de uma forma diferente?
- Investimento: analisando os recursos empregados e o alcance dos objetivos, o saldo foi positivo?

A avaliação interna da equipe podem incluir esclarecimento de papéis e responsabilidades, *feedback* construtivo para os membros da equipe, descoberta de questões desconhecidas ou não resolvidas, desenvolvimento de planos de treinamento individuais, desempenho em relação ao cumprimento das tarefas, desempenho do cumprimento do cronograma e do orçamento e o estabelecimento de metas específicas para períodos futuros.

## Resultado esperado

Documento de avaliação do evento

## Relatório final

---

### Área responsável

Coordenação Geral

### Pré-requisitos

Documento de avaliação do evento, documentação catalogada

### Objetivo

Elaborar relatório final

### Descrição

O relatório final é o documento que reúne a análise crítica de todas as fases do evento, dificuldades e soluções encontradas durante a condução dos trabalhos e, em especial, resultados e sugestões de melhorias.

O texto pode ser coloquial, respeitadas as normas cultas da língua portuguesa, e deve prezar pela clareza e simplicidade.

Ao redigir o relatório:

- escreva preferencialmente na ordem direta (sujeito, predicado e complementos).
- fuja de imprecisões, repetições desnecessárias e estrangeirismos.
- seja econômico em adjetivos. Use-os somente quando indispensáveis para completar a informação.
- apresente análises quantitativas e qualitativas do objeto do relatório.
- reúna dados históricos do objeto, estatísticas, gráficos, fotos, entre outros recursos para situar o leitor.

Os relatórios podem ser sucintos ou mais completos e detalhados. A opção por um ou outro modelo deve ser proporcional ao grau de complexidade do evento.

Ao elaborar relatórios completos e detalhados, considere:

- adequação do dia, horário e local escolhido para o evento;
- adequação da programação;
- número e perfil dos participantes (artistas, expositores, convidados, autoridades etc.), origem, nacionalidade, domicílio, sexo, idade, profissão;
- eficiência das estratégias de comunicação adotadas;
- atuação dos palestrantes, moderadores, apresentadores, entre outros;
- adequação do perfil dos coordenadores e compromisso dos produtores e prestadores de serviço;
- eficiência dos procedimentos administrativos adotados;
- qualidade dos serviços prestados;
- ajuste dos recursos e receitas às demandas do evento;
- objetivos atendidos;
- documentação do evento: registros fotográficos, vídeos, notícias divulgadas, resultados das pesquisas de opinião;
- dificuldades encontradas durante as fases de planejamento, organização e condução do evento e decisões que se mostraram eficientes;
- quantidade de mídia espontânea gerada;
- contribuições para servir de insumos às futuras iniciativas.

## **Resultado esperado**

Relatório final

## **Divulgação dos resultados**

---

### **Área responsável**

Coordenação de Comunicação

### **Pré-requisitos**

Relatório final do evento

### **Objetivo**

Divulgar os resultados obtidos com o evento

### **Descrição**

Ao final de todos os esforços, sugere-se a elaboração de um texto resumido com os principais resultados do evento. O documento se diferencia do relatório final porque se presta especificamente a divulgar os ganhos do trabalho. Sugere-se que seja compartilhado com as diversas áreas envolvidas no planejamento, na organização e na execução do evento, uma vez que nem todas são destinatárias do relatório final.

Resultados de interesse público devem ser divulgados aos meios e profissionais de comunicação envolvidos na cobertura ou que ainda estejam abertos a registrar a iniciativa.

Ao elaborar o documento, considere:

- avanços, novas descobertas, ganhos;
- quadros comparativos com edições anteriores ou eventos similares;
- avaliação dos participantes;
- previsão de novas iniciativas.

### **Resultado esperado**

Resultados divulgados