

Especialização

Gestão de Eventos e Cerimonial Público e Privado

TIPOLOGIA DE EVENTOS

Larissa Mongruel Martins de Lara



**UNIVERSIDADE
ABERTA DO BRASIL**

UAB

EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA

EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA

ESPECIALIZAÇÃO EM

Gestão de Eventos e Cerimonial Público e Privado

Tipologia de Eventos

Larissa Mongruel Martins de Lara



PONTA GROSSA / PARANÁ
2017

CRÉDITOS

Universidade Estadual de Ponta Grossa

Carlos Luciano Sant'ana Vargas

Reitor

Gisele Alves de Sá Quimelli

Vice - Reitor

Pró-Reitoria de Assuntos Administrativos

Amaurý dos Martýres - Pró-Reitor

Pró-Reitoria de Graduação

Miguel Archanjo de Freitas Junior - Pró-Reitor

Núcleo de Tecnologia e Educação Aberta e a Distância

Eliane de Fátima Rauski - Coordenadora Geral

Marli de Fátima Rodrigues - Coordenadora Pedagógica

Sistema Universidade Aberta do Brasil

Eliane de Fátima Rauski - Coordenadora Geral

Marli de Fátima Rodrigues - Coordenadora Adjunta

Luiz Fernando de Souza - Coordenador de Curso

Colaboradores em EAD

Dênia Falcão de Bittencourt

Cláudia Cristina Muller

Projeto Gráfico

Eloise Guenther

Colaboradores de Publicação

Denise Galdino - Revisão

Eloise Guenther - Diagramação

Todos direitos reservados ao Ministério da Educação

Sistema Universidade Aberta do Brasil

Ficha catalográfica elaborada por Maria Luzia F. Bertholino dos Santos– CRB9/986

L318t
Lara, Larissa Mongruel Martins de
Tipologia de eventos/ Larissa Mongruel Martins de Lara. Ponta
Grossa : UEPG/NUTEAD, 2017.
51p. ; il..

Curso de Especialização em Gestão de Eventos e Cerimonial
Público e Privado . modalidade a distância. Universidade Estadual
de Ponta Grossa.

ISBN:

1. Eventos – organização. 2. Eventos - tipologia 3. Eventos -
Planejamento. 4. Eventos – classificação. I. T.

CDD : 395.5

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE PONTA GROSSA
Núcleo de Tecnologia e Educação Aberta e a Distância - NUTEAD
Av. Gal. Carlos Cavalcanti, 4748 - CEP 84030-900 - Ponta Grossa - PR
Tel.: (42) 3220-3163
www.nutead.org
2017

APRESENTAÇÃO INSTITUCIONAL



A Universidade Estadual de Ponta Grossa é uma instituição de ensino superior estadual, democrática, pública e gratuita, que tem por missão responder aos desafios contemporâneos, articulando o global com o local, a qualidade científica e tecnológica com a qualidade social e cumprindo, assim, o seu compromisso com a produção e difusão do conhecimento, com a educação dos cidadãos e com o progresso da coletividade.

No contexto do ensino superior brasileiro, a UEPG se destaca tanto nas atividades de ensino, como na pesquisa e na extensão. Seus cursos de graduação presenciais primam pela qualidade, como comprovam os resultados do ENADE, exame nacional que avalia o desempenho dos acadêmicos e a situa entre as melhores instituições do país.

A trajetória de sucesso, iniciada há mais de 40 anos, permitiu que a UEPG se aventurasse também na educação a distância, modalidade implantada na instituição no ano de 2000 e que, crescendo rapidamente, vem conquistando uma posição de destaque no cenário nacional.

Atualmente, a UEPG é parceira do MEC/CAPES/FNDE na execução dos programas de Pró-Licenciatura e do Sistema Universidade Aberta do Brasil e atua em 40 polos de apoio presencial, ofertando, diversos cursos de graduação, extensão e pós-graduação a distância nos estados do Paraná, Santa Catarina e São Paulo.

Desse modo, a UEPG se coloca numa posição de vanguarda, assumindo uma proposta educacional democratizante e qualitativamente diferenciada e se afirmando definitivamente no domínio e disseminação das tecnologias da informação e da comunicação.

Os nossos cursos e programas a distância apresentam a mesma carga horária e o mesmo currículo dos cursos presenciais, mas se utilizam de metodologias, mídias e materiais próprios da EaD que, além de serem mais flexíveis e facilitarem o aprendizado, permitem constante interação entre alunos, tutores, professores e coordenação.

Esperamos que você aproveite todos os recursos que oferecemos para promover a sua aprendizagem e que tenha muito sucesso no curso que está realizando.

A Coordenação



SUMÁRIO



- PALAVRAS DA PROFESSORA 7
- OBJETIVOS E EMENTA 9

ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS 11

- SEÇÃO 1- O QUE É UM EVENTO? 12
- SEÇÃO 2- HISTÓRICO DE ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS 14
- SEÇÃO 3- PLANEJAMENTO DE EVENTOS 18

CLASSIFICAÇÃO E TIPOLOGIA DE EVENTOS 29

- SEÇÃO 1- CLASSIFICAÇÃO DE EVENTOS 30
- SEÇÃO 2- TIPOLOGIA DE EVENTOS 33

- PALAVRAS FINAIS 47
- REFERÊNCIAS 49
- NOTAS SOBRE A AUTORA 51



PALAVRAS DA PROFESSORA



Caro aluno,

Seja bem-vindo à disciplina de Tipologia de eventos. Essa disciplina te fará entender melhor as mais variadas tipologias de eventos e te ensinará como utilizar as nomenclaturas corretas.

Começaremos discutindo o que é um evento e suas conceituações. Você também será apresentado ao planejamento básico de um evento e sua importância. Apresentaremos as quatro fases do planejamento em eventos e as ferramentas que podem te auxiliar em cada uma delas.

Em seguida você conhecerá as quatro formas de classificação dos eventos. Por fim, você será apresentado às 34 tipologias de eventos e suas características específicas.

Esse material está dividido em duas unidades: “Unidade I – Organização de Eventos” e “Unidade II – Classificação e Tipologia de eventos”.

Bons estudos!

Prof^a Msc. Larissa Mongruel Martins de Lara



OBJETIVOS E EMENTA



OBJETIVOS

A disciplina de tipologia de eventos está organizada para que, ao final da mesma, você seja capaz de:

- Conhecer os principais conceitos e histórico da organização de eventos;
- Compreender a importância do planejamento em eventos;
- Conhecer as principais classificações de eventos;
- Conhecer e entender as principais tipologias de eventos;

Para tal fim, a ementa da disciplina foi estabelecida do seguinte modo:

EMENTA

Possibilitar o aprendizado dos diversos tipos de eventos, tanto de caráter público, como privado, eventos em espaços abertos e fechados, técnico científicos, culturais, comerciais, promocionais, institucionais; de acordo com a periodicidade, área de abrangência, âmbitos, enquanto ao público alvo.



Organização de Eventos

OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

Ao final dessa unidade você deverá ser capaz de:

- Conhecer os principais conceitos de eventos;
- Conhecer o histórico da organização de Eventos no mundo e no Brasil;
- Compreender a importância do planejamento de um evento;

ROTEIRO DE ESTUDOS

Para que alcance esses objetivos, essa unidade introdutória está organizada em três seções:

- Seção 1: O que é um evento? - Seção que apresenta os conceitos de Eventos;
- Seção 2: Histórico da Organização de Eventos – Seção que sintetiza a história da Organização de eventos no Mundo e no Brasil;
- Seção 3: Planejamento de Eventos – Seção que apresenta as quatro fases de planejamento de eventos, assim como as ferramentas que podem ser utilizadas para auxiliarem na sua organização.

SEÇÃO 1

O QUE É UM EVENTO?

Iniciamos esta disciplina com o seguinte questionamento, o que é um evento? Qual é o seu conceito de eventos?

No senso comum, muitas vezes consideramos qualquer reunião de ultima hora como um evento. Porém, ressalta-se que Eventos são acontecimentos **criados** e **planejados** para ocorrer em um lugar determinado, com um espaço de tempo pré definido, e tem finalidades específicas.

Zanella (2012, p.1) define que:

“Evento é uma concentração ou reunião formal e solene de pessoas e / ou entidades realizada em data e local especial, com objetivo de celebrar acontecimentos importantes e significativos e estabelecer contatos comerciais, culturais, esportivos, sociais, familiares, religiosos, científicos, etc”.

Então, para Zanella evento é a concentração de pessoas com data e local pré definidos e com um objetivo específico para que esta reunião ocorra, independentemente do caráter deste objetivo, seja ele religioso, comemorativo, esportivo, comercial, entre outros.

Já para Andrade (2002), evento é todo fenômeno capaz de alterar determinada dinâmica da economia. E com o foco voltado ao mercado, Melo Neto (2003) descreve eventos como atividades realizadas ao mesmo tempo e no mesmo espaço, e que são capazes de promover produtos e serviços e até mesmo prover conhecimento de marca.

Neste caso Andrade (2002) e Melo Neto (2003) se referem aos eventos como fenômenos que alteram a economia e a dinâmica do mercado. Vamos analisar a realidade de um município receptor do evento, independente da sua tipologia e temática, o evento faz com que a economia local “gire”, na contratação de fornecedores como: sonorização, Buffet, decoração, e até mesmo no consumo direto realizado pelos próprios

participantes do evento, como: postos de combustível, hotéis, farmácias, supermercados, salões de beleza, etc.

O Ministério do Turismo denomina os eventos dentro da sua segmentação como “Turismo de Negócios e Eventos”, pois vários eventos podem também, proporcionar a concretização de negócios, o que dificulta a tarefa de distinguí-los. E além do mais, podem pressupor a utilização de estruturas comuns, como centros de convenção, hotéis, salas e outros espaços específicos. Desta forma o Ministério caracteriza ainda mais essa inter-relação entre negócios e eventos, embora possam ocorrer de forma independente, e define o Turismo de Negócios e Evento da seguinte forma:

“Compreende o conjunto de atividades turísticas decorrentes dos encontros de interesse profissional, associativo, institucional, de caráter comercial, promocional, técnico, científico e social” (MTUR).

Evento é qualquer tipo de acontecimento onde as pessoas se reúnem com o intuito comemorativo, profissional, educativo, cultural, esportivo, político, etc. Porém ressalta-se novamente, são criados e planejados para ocorrer, não acontecem ao acaso. Por exemplo um jogo de futebol oficial, ele é um evento esportivo, agendado antecipadamente, com local, data e horário pré-definidos, assim como uma formatura ou uma peça de teatro.

Os eventos se multiplicam em inúmeras atividades com características próprias. Quando se fala em evento pode ser desde uma Festa de 15 anos, um Casamento até um Desfile de Escola de Samba ou uma Copa do Mundo de Futebol, um Congresso Sul Americano de Ortopedia ou uma Feira Internacional de Joias. E todos os eventos independentemente da sua tipologia e das suas classificações precisam ser planejados minuciosamente.

Segundo o Ministério do Turismo (2000), o evento é um momento em que as pessoas se encontram em determinado lugar, onde os objetivos são similares, diante de uma necessidade criada por um grupo, entidade ou empresa, para divulgar ou vender produtos e marcas. Compreendem encontros programados e organizados como congressos, convenções, simpósios, lançamentos, mostras, exposições e feiras.

Matias (2010) conceitua evento a partir das características do seu planejamento:

“ação profissional mediante pesquisa, planejamento, organização, coordenação, controle e implantação de um projeto, visando atingir seu público-alvo com medidas concretas e resultados projetados” (MATIAS, p.106, 2010).

Conforme afirmado por Matias (2010), qualquer evento precisa ser planejado, sempre buscando que o seu desenvolvimento ocorra de forma clara e precisa, para evitar ao máximo imprevistos e situações desagradáveis. Estaremos aprofundando sobre este assunto na seção três desta unidade.

De acordo com os conceitos apresentados fica claro que um evento nunca ocorre ao acaso, e não deve ocorrer sem um planejamento prévio. Para ser considerado um evento ele deve ter local, data e horário pré-definidos, assim como o seu objetivo e temática. Por definição, evento é uma reunião de pessoas em atividades corporativas, esportivas, culturais, sociais, entre outros, que gera grandes impactos políticos, econômicos e sociais à localidade receptora.

SEÇÃO 2

HISTÓRICO DA ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS

.....

O primeiro registro da organização de eventos são os Primeiros Jogos Olímpicos ocorridos em Olímpia na Grécia em 776 a.C., esses jogos eram realizados de quatro em quatro anos e possuíam caráter religioso. Acredita-se que foi a partir dos Jogos Olímpicos que o espírito da hospitalidade desenvolveu-se (MATIAS, 2010).

Ainda de acordo com Matias (2010) o sucesso dos jogos em Olímpia fez com que outras cidades Gregas passassem a organizar seus próprios jogos, concursos e demais atrações.

O primeiro evento realizado com a denominação de congresso, aconteceu em 377 a.C., em Corinto. Este congresso reuniu todos os delegados das cidades Gregas, que elegeram Felipe o generalíssimo da Grécia nas lutas contra a Pérsia (MATIAS, 2010).

Segundo relatado por Matias (2010) a civilização antiga deixou de herança para o turismo e para o turismo de eventos o espírito de hospitalidade, a infraestrutura de acesso e os primeiros espaços de eventos.

Já na Idade Média o poderio da Igreja Católica e a atividade comercial desenvolvida próxima aos castelos e mosteiros influenciaram diretamente os eventos, dois tipos de eventos eram os principais, os religiosos sendo os concílios e as apresentações teatrais que ocorriam durante as missas e as feiras comerciais.

Concílio é uma reunião de autoridades eclesiásticas com o objetivo de discutir e deliberar sobre questões pastorais, de doutrina, e costumes (moral) (MATIAS, 2010, p.7).

Esta época foi marcada por uma série de eventos que geraram o deslocamento de um grande número de pessoas, como o clero e mercadores. Desta forma a Idade Média praticamente plantou as bases para o desenvolvimento do Turismo de Eventos.

As feiras se tornaram verdadeiras organizações comerciais planejadas, e incentivaram ainda mais o deslocamento das pessoas em busca de informações e troca de produtos. Segundo Matias (2010) afirma as feiras eram a forma de comércio mais importante da Idade Média, elas surgiram da necessidade do indivíduo de comer, se vestir, se armar, e de trocar mercadorias.

E para atender a essas feiras espaços passaram a ser adaptados e construídos. O primeiro pavilhão construído especificamente para as feiras foi o Palácio de Cristal, na Inglaterra em 1851, para abrigar a Exposição Mundial de Londres.

A Revolução Industrial operou grandes mudanças na sociedade transformando a economia manual em mecanizada, e de acordo com Matias (2010) o trabalho humano foi substituído por outros tipos de

energia, como a máquina a vapor ou de combustão. Desta forma essas mudanças também causaram transformações na comunicação e no transporte.

Todas essas mudanças e alterações também influenciaram o surgimento de outros tipos de eventos, fizeram surgir os eventos científicos e técnicos.

Segundo o Ministério do Turismo "Os deslocamentos realizados para trocas comerciais e para participação em eventos ocorrem desde as antigas civilizações e tornaram-se comuns a partir da Revolução Industrial, quando as viagens tomaram grande impulso, facilitadas principalmente pelo aprimoramento dos meios de transporte e de comunicação".

Como atividade organizada o turismo de eventos surge no século XIX, quando o inglês Thomas Cook organizou a ida de um grupo de pessoas para participar de um congresso. E se consolida definitivamente como atividade econômica e social no século XX.

No Brasil os primeiros eventos dos quais se tem registro foram pequenas feiras semelhantes às da Idade Média, isso ainda antes da chegada da Família Real no Brasil.

As feiras geralmente ocorriam em locais abertos, aos domingos ou em dias santos, em paralelo aos festejos religiosos. E a feira mais famosa daquela época era a do Lar da Glória, no Rio de Janeiro, que mais tarde deu origem a um mercado.

Segundo Matias (2010) o primeiro evento ocorrido em espaço que foi destinado à realização de eventos, foi um Baile de Carnaval em 07 de fevereiro de 1840 no Hotel Itália.

Nos moldes das feiras que aconteciam na Europa o Brasil começou a se organizar, e em 1861 realizou a Primeira Exposição Nacional para a escolha dos produtos que iriam participar da Exposição Internacional em Londres em 1862 (Matias, 2010). No decorrer dos anos outras feiras passaram a ocorrer e de forma segmentada entre os setores.

Em 1908 a Exposição Nacional do Rio de Janeiro foi um marco importantíssimo para a atividade de Eventos no Brasil, foi a primeira feira realizada no país conforme os moldes atuais.

Porém, de acordo com Matias (2010) o Brasil só se firma mesmo como organizador de feiras em 1922, quando realiza no Palácio de

Festas, no Rio de Janeiro, a Exposição Internacional do Centenário, que contou com a participação de 14 países diferentes.

Dentre vários congressos e convenções que passaram a ocorrer no país, em 1928 o Brasil realizou o seu primeiro evento de turismo, a Convenção Interestadual de Turismo, organizado pela Sociedade Brasileira de Turismo.

Já em 1959 acontece o I Congresso Brasileiro de Agência de Viagens- ABAV atualmente um dos eventos de maior relevância para área, encontra-se na sua quadragésima segunda edição e reúne um extenso numero de empresas e profissionais da área nacionais e estrangeiros.

De acordo com o Ministério do Turismo (2002), a globalização, a formação de blocos econômicos, a aceleração da economia mundial e o crescimento das multinacionais são alguns dos fatores que configuraram um movimento internacional sem precedentes para a realização de eventos com finalidades e interesses diversos.

O Brasil vem se posicionando como um destino de negócios e eventos em destaque mundialmente. Segundo o Ministério do Turismo (2002) no que se refere à realização de eventos, a profissionalização do setor e as opções de lazer relacionadas à diversidade dos recursos naturais e culturais são alguns dos fatores para o crescimento do segmento. O país tem sediado eventos de repercussão global, a exemplo da ECO-92, do Fórum Social Mundial, da Copa do Mundo de Futebol em 2014 e das Olimpíadas que aconteceram em 2016.

SEÇÃO 3

PLANEJAMENTO DE EVENTOS

Como dito anteriormente, qualquer evento precisa ser planejado. O Planejamento visa, basicamente, a verificação do que se deve fazer para chegar-se à realização do evento de forma satisfatória, sendo indispensável devido a complexidade da organização.

O objetivo principal do planejamento é organizar de forma clara o evento e evitar ao máximo imprevistos e situações desagradáveis, para o organizador e para os participantes.

O QUE É PLANEJAR!!!???

- *Determinar onde queremos chegar.*
- *Como chegaremos lá (método utilizado).*
- *Formular objetivos e metas a serem cumpridos.*
- *Indicar as atividades que devem ser desenvolvidas para que os objetivos sejam alcançados.*

Ao falar sobre a organização do evento, Giacaglia (2006) aborda o evento como algo inovador que deve estar sempre atrelado aos objetivos propostos.

“com o aumento do número de eventos, torna-se evidente a necessidade da busca por projetos criativos e diferenciados para vencer a concorrência. Tais projetos têm início em idéias criativas” (GIACAGLIA, p. 2, 2006).

E de acordo com Giacaglia a criatividade na organização dos eventos só será possível através do planejamento. Para Matias (2010) o planejamento é o primeiro esforço organizacional que engloba todas as etapas de preparação e desenvolvimento do evento.

Para o processo de planejamento e organização de um evento, independentemente da sua temática, Matias (2010, p.145) apresenta quatro fases, que são elas:

- Fase da Concepção – incorporação da ideia;
- Fase do Pré-evento- planejamento e organização;
- Fase Per ou Transevento – realização;
- Fase do Pós-evento – avaliação e encerramento.

A seguir trabalharemos individualmente com cada uma das quatro fases, para que você seja capaz de aprimorar seus conhecimentos e desenvolver a organização e o planejamento de eventos de maneira mais eficaz.

3.1 Fase da Concepção – incorporação da ideia:

Nesta fase antes de se iniciar a organização do evento propriamente dito, o profissional organizador de eventos precisa incorporar a idéia do evento.

Para tal, o organizador de eventos recolhe todas as informações possíveis de seus clientes como: estilo do evento, necessidades do evento, data provável, local, número de convidados, valor financeiro a ser investido, objetivos específicos para a realização, etc.

A partir do momento em que o organizador já detém as informações básicas o mesmo inicia a formalização de suas idéias, começa a montar o esqueleto do evento, planejando todos os detalhes, e iniciando a listagem de fornecedores e entidades que deverão ser contactados.



LEMBRETE:

Muitas vezes o cliente não sabe o que quer, e é função do organizador de eventos orientá-lo de acordo com suas experiências!!!!

3.2 Fase do Pré-evento- planejamento e organização

Após o estabelecimento dos objetivos, das metas e das ideias iniciais do evento, inicia-se a organização do mesmo. Talvez esta seja a fase mais exaustiva, e que requer o maior cuidado e atenção, pois tudo o que for resolvido aqui atingirá diretamente o sucesso da realização do evento.

É nesta etapa que são solicitados os orçamentos necessários como: buffet, fotógrafo, banda, local, áudio e vídeo, etc. Assim como, são assinados os contratos dos serviços terceirizados.

Também é neste momento que se contacta as entidades necessárias, dependendo da temática do evento, como por exemplo: polícia militar e civil, corpo de bombeiros, prefeitura, vigilância sanitária, CREA, etc.

Nesta fase os profissionais de diferentes áreas que foram contratados, para que o evento aconteça da forma que foi planejado, começam a unir forças e trabalhar em conjunto, todos orientados e comandados pelo organizador do evento. Por isso, a característica de liderança se torna indispensável a este profissional.

Todo o serviço de secretaria e detalhamento do projeto também são realizados. Segundo Matias (2010, p. 148) os principais itens que devem ser enfocados no projeto são: definição do produto, escolha do local, definição da data, identificação e análise dos participantes; estratégia de comunicação e marketing, infraestrutura de recursos audiovisuais, serviço de transporte para participantes e convidados, hospedagem se necessário, serviço de sinalização, serviço de segurança e limpeza, programação social, cultural e turística, recursos financeiros, cronograma básico.

Para esta fase do Pré-evento existe uma ótima ferramenta que pode ser utilizada pelo o organizador de eventos, é o Check list.

CHECK LIST

É uma lista de checagem de tudo o que é necessário para a realização do evento, como contatos e telefones dos fornecedores.

Seguem dos modelos de Check List:

Recurso	Contato	Telefone	Horário de Montagem	Responsável
Local do Evento	Mara	3225-6070	A partir das 8h	Patricia
Buffet	Marina	3224-7070	Inicia às 9h	Maria
Músicos	Vania	3223-4556	Inicia às 19h	Patricia
Iluminação	Ricardo	3224-8555	Inicia às 10h	Maria
Doces	Cristina	3222-0908	Inicia às 16h	Patricia
Decoração	Andressa	3224-0000	Inicia às 9h	Maria

Figura 1: Modelo Check List 1

Fonte: Elaborado pela autora.

Chek List Casamento

- Data: _____ Número de Convidados: _____
- Noiva: _____ Telefone : _____
- Noivo: _____ E-mail: _____
- País da Noiva: _____
- País do Noivo: _____
- Local da celebração: _____ Horário: _____

- Celebrante: _____
- Leituras: _____
- Roteiro Litúrgico: _____
- Cantos/Música: _____
- Número de padrinhos: _____
- Quem leva as Alianças: _____
- Local da recepção: _____
- Decoração: _____
- Buffet: _____
- Whyski, Frisante, Vodka e Vinho: _____
- Fornecedor de bebidas: _____
- Docinhos: _____
- Bolo: _____
- Bem casado: _____
- Sonorização: _____
- Luzes: _____
- DJ: _____
- Pista: _____
- Filmagem: _____
- Clipp: _____
- Fotografia: _____
- Condutor da Noiva: _____
- Segurança: _____
- Zelador para WC masc.: _____ WC fem: _____
- Servente: _____
- Listas de Presente: _____
- Acondicionar sobras: _____
- Padrinhos que assinam: _____
- Salão de Beleza: _____
- Observações:** _____

Figura 2: Modelo Check List 2
Fonte: Elaborado pela autora.

Outra característica importante desta fase é a definição da equipe de trabalho, assim como, a determinação dos responsáveis por cada comissão e ou área, e em seguida são distribuídas as tarefas.

A organização e planejamento, aliado ao profissionalismo, implica uma mudança de paradigma, ao oferecer melhores condições e maior atratividade para o público, dentro dos objetivos dos organizadores de eventos.

3.3 Fase Per ou Transevento – realização;

Nesta fase toda a Equipe deve estar engajada, sempre mantendo o foco do trabalho em equipe. Segundo Matias (2010) esta é a fase decisiva do evento, em que estão inseridos a coordenação executiva e o controle financeiro, toda a parte administrativa e social do evento.

É a fase do Evento propriamente dito! Aqui tudo que foi planejado estará ocorrendo, o transcorrer tranquilo das atividades depende fundamentalmente do que foi planejado e preparado anteriormente.

Porém, vale ressaltar que imprevistos podem acontecer mesmo que o planejamento tenha ocorrido de forma satisfatória. Pois algumas ocorrências muitas vezes fogem da responsabilidade direta do organizador do evento, como por exemplo: a falta de luz na cidade ou a queda na escada de um dos participantes. Caso ocorra algum imprevisto é de responsabilidade do organizador tentar resolver e solucionar o problema da melhor forma possível e rapidamente.

Também é nesta fase que realizamos a pesquisa de opinião dos participantes, nas tipologias de eventos em que cabem estas pesquisas, como: congressos, feiras, seminários, entre outros.

Este tipo de pesquisa é realizada para que o promotor e o organizador do evento possam identificar os pontos fortes e fracos do evento, e o que precisa ser melhorado para as próximas edições. Como exemplo segue abaixo o modelo proposto por Matias (2010, p.182 e 183):

QUESTIONÁRIO DE AVALIAÇÃO

1 – Como você qualifica o evento quanto a:

a) Programação:

	Ótimo	Bom	Regular	Ruim
Temas/ Assunto				
Conferências				
Trabalhos Apresentado				
Projetos				
Debates				
Carga Horária				

b) Organização

	Ótimo	Bom	Regular	Ruim
Secretaria				
Coffee Break				
Instalações				
Sinalização de Acesso				
Infomações				
Material Oferecido				
Pontualidade				
Recepção				
Equipamentos				

c) Serviços

	Ótimo	Bom	Regular	Ruim
Transporte de acesso à cidade				
Hotéis				
Alimentação				
Entretenimento				
Translados				
Transportes Urbanos				
Segurança				
Limpeza Pública				
Estacionamento				
Informações Turísticas				

2 – Na sua Opinião:

- a) O que foi melhor no evento?
- b) O que foi pior no evento?

3 – Como você ficou sabendo do evento:

- () Folheto
- () Cartaz
- () Mala direta
- () Televisão. Qual emissora?
- () Jornal. Qual?
- () Revista. Qual?
- () Rádio. Qual?
- () Indicação de amigos
- () Outros

4 – Quais as suas sugestões para o próximo evento em termos de:

- a) Temário:
- b) Palestrantes:

5- Qual a atividade profissional que exerce:

6 - Cidade e estado onde reside:

7 – Observações e sugestões.

3.4 Fase do Pós-evento – avaliação e encerramento

A primeira vista, muitas vezes parece uma etapa desnecessária, mas após a realização do evento é indispensável a avaliação do ocorrido, tanto à avaliação técnica, a administrativa e a dos participantes, é a análise total do desempenho. De acordo com Matias (2010, p.184) é nesta fase que ocorre a confrontação dos resultados esperados com os obtidos, possibilitando identificar os pontos positivos e negativos do evento.

Nesta fase deve-se recuperar alguns documentos utilizados nas outras fases como: Check list, relatórios periódicos de atividade, atas de reuniões, questionário de avaliação dos participantes, etc, para análise da efetividade do evento.

Dependendo da tipologia do evento muitas vezes o organizador receberá diretamente a opinião e satisfação do cliente, isto ocorre principalmente no caso dos eventos sociais.

De posse da análise realizada na documentação e em reunião com a equipe de trabalho o organizador começa a formular sua base de dados, como fornecedores que atenderam satisfatoriamente e os que falharam, o que realmente funcionou durante o evento, etc. Todos os dados coletados nesta etapa servirão como experiência para os próximos eventos a serem organizados.

Também é nesta fase que são enviadas as cartas de agradecimento às entidades envolvidas, relatórios aos patrocinadores, *press releases* para imprensa, entre outros.

É produzido o relatório final englobando todas as atividades, técnicas, administrativas e financeiras do evento. Esta fase é de suma importância para os próximos eventos que serão organizados.

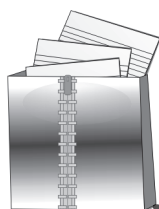
Ressalta-se novamente que o planejamento e a organização de eventos são o primeiro esforço organizacional, que engloba todas as etapas de preparação e desenvolvimento do evento (MATIAS, 2010). Por isso da importância elevada do Planejamento.



ATIVIDADES

Considerando a importância do planejamento na organização de eventos e as quatro fases apresentadas por Marlene Matias (2010) descreva detalhadamente o planejamento do evento que segue abaixo, apresentando de forma estruturada o check list.

- Evento: Congresso Sul Americano de Ortopedia
- Participantes: 500 (sendo 300 com acompanhante)
- Local: Curitiba PR
- Data: 14 a 18 de novembro de 2017



SÍNTESE

Essa primeira unidade da disciplina teve como função principal apresentar os conceitos de organização de eventos, ressaltando que são acontecimentos criados e planejados para ocorrer em um lugar determinado, com um espaço de tempo pré definido, e tem finalidades específicas.

Em um segundo momento você foi apresentado a um breve histórico sobre a organização eventos no mundo e sua evolução, assim como no Brasil.

Ao final, a unidade se encerrou com a importância do planejamento do evento e apresentou cada uma das suas quatro fases, que são elas: Fase da Concepção – incorporação da ideia; Fase do Pré-evento- planejamento e organização; Fase Per ou Transevento – realização e Fase do Pós-evento – avaliação e encerramento. Cada uma das quatro fases apresenta as suas particularidades e as ferramentas que podem auxiliar o organizador de evento.

Classificação e Tipologia de Eventos

OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

Ao final dessa unidade você deverá ser capaz de:

- Conhecer as principais classificações de eventos;
- Conhecer e entender as diferentes tipologias de Eventos;

ROTEIRO DE ESTUDOS

Para que alcance esses objetivos, essa unidade está organizada em duas seções:

- Seção 1: Classificação dos Eventos - Seção com a qual você conhecerá as quatro formas diferentes de se classificar os eventos, em relação ao público, quanto à abrangência do público, quanto ao número de participantes, e quanto à sua área de interesse.
- Seção 2: Tipologia de Eventos – Onde serão apresentadas 34 tipologias diferentes de eventos e suas características;

SEÇÃO 1

CLASSIFICAÇÃO DE EVENTOS

A literatura científica na área de eventos ainda é muito falha, na maioria das vezes encontramos livros e artigos ligados à área de organização e comercialização dos eventos, e pouco material na área de classificação e tipologia de eventos. Neste material utilizaremos como base três autores; Andrade (2002), Matias (2010) e Zanella (2012).

1.1: Em Relação ao Público

Em relação ao público que atingem, os eventos podem ser classificados em eventos fechados e ou eventos abertos.

Os eventos fechados ocorrem dentro de determinadas situações específicas e com público-alvo definido, que é convocado e/ou convidado a participar, por exemplo: um casamento, uma formatura, um aniversário, a inauguração de uma empresa particular, a assembleia de uma cooperativa, um jantar comemorativo de um sindicato, entre outros.

Já os eventos abertos, são propostos a um público, porém pode atingir pessoas fora deste público inicial. Os eventos abertos podem ser divididos em evento aberto por adesão e evento aberto em geral.

O evento aberto por adesão são aqueles eventos oferecidos a um público-alvo que fará inscrição gratuita ou paga para participar do evento; como por exemplo: um congresso de Odontologia onde o seu público-alvo inicial são os dentistas, mas outra pessoa interessada em assistir as palestras também pode se inscrever.

Os eventos abertos em geral compreendem aqueles eventos que atingem todas as classes de público, como por exemplo: uma feira de imóveis, o carnaval de rua, o desfile de 7 de setembro, etc.

1.2: Em relação ao número de participantes

Em relação ao número de participantes os eventos podem ser classificados em:

- Pequeno: até 150 participantes;
- Médio: entre 150 e 500 participantes;
- Grande: acima de 500 participantes;
- Megaevento: acima de 5 mil participantes.

1.3: Segundo a abrangência

Segundo a abrangência os eventos são classificados de acordo com o local de origem dos seus participantes.

Um evento é considerado Mundial quando apresenta participantes de todos os continentes, como exemplos pode se citar a Copa do Mundo de Futebol e as Olimpíadas . Para ser considerado Internacional o evento deve apresentar no mínimo 20% dos participantes de outro continente.

Já a classificação de evento Latino-americano é quando no mínimo 20% dos participantes representem quatro países diferentes.

Um evento Brasileiro é aquele que tem participantes de todos os estados. O evento regional deve reunir participantes de uma determinada região, como por exemplo: o pan- americano, ou Sul Brasileiro, que reúne participantes do sul do país.

E o evento Municipal é aquele de interesse local, como por exemplo, o Desfile realizado na data de aniversário da cidade.

1.4: Em Relação à Área de Interesse

A Classificação dos eventos quanto a área de interesse de acordo com Matias (2010) é a seguinte:

- Evento Artístico: é o evento relacionado a qualquer manifestação de arte ligada à música, pintura, poesia, literatura e outras;

- Evento Científico: é o evento que trata de assuntos referentes às

ciências naturais e biológicas, como por exemplo: medicina, botânica e outros.

- Evento Cultural: este evento ressalta os aspectos de determinada cultura, para conhecimento geral ou promocional;

- Evento Cívico: qualquer evento que trate de assuntos ligados à pátria;

- Evento Desportivo: ligado a qualquer tipo de evento do setor esportivo;

- Evento Folclórico: evento que trata de manifestações de culturas regionais de um país, abordando lendas, tradições, hábitos e costumes típicos;

- Evento de Lazer: o evento que proporciona entretenimento ao seu participante, como shows, festivais, etc.

- Evento Promocional: é o evento que promove um produto, pessoa, entidade ou governo, que seja promoção de imagem ou apoio de marketing;

- Evento Religioso: é o evento que trata de assunto religioso, seja qual for o credo.

- Evento Turístico: evento que explora os recursos turísticos de uma região ou país, por meio de viagens de reconhecimento profissional ou não.

SEÇÃO 1

TIPOLOGIA DE EVENTOS

Conforme visto anteriormente os eventos podem ser classificados a partir de seu público, da sua área de interesse, da sua abrangência, e em relação ao número de participantes, já quanto a sua tipologia os formatos são extremamente variados.

Um aspecto importante a ser ressaltado são as uniões de eventos gerando novos nomes, por exemplo, congressos científicos podem possuir paralelamente palestras, cursos e exposições.

Para a apresentação das Tipologias de Eventos nos baseamos em Andrade (2001), Matias (2010) e Zanella (2012). Apresentaremos a seguir 34 tipologias com suas peculiaridades e características.

2.1 – Assembleia:

É uma reunião da qual participam grupos específicos, onde a principal característica é debater assuntos de interesse de grupos, classes sociais, como por exemplo: a assembleia de cooperativas de sindicatos.

Para o desenvolvimento dos trabalhos durante a assembleia as delegações são colocadas em lugares preestabelecidos; somente as delegações oficiais tem direito à voto, tudo que for resolvido em plenária será registrado em ata para posterior relatório final com os resultados da assembleia.

2.2 - Banquete:

Banquete, também é chamado de Jantar de Gala, é um evento gastronômico sempre solene com caráter festivo, conta com a participação de um número expressivo de participantes para celebrar em momento importante, é fechado ao público em geral e pode ter caráter social, político, cultural e outros.

Este evento é caracterizado pelo requinte do local e decoração luxuosa, na maioria das vezes o anfitrião indica do "dress code" para garantir a elegância do vestuário dos participantes para tal ocasião.



Para mais informações sobre o “*dress code*” acessar: <http://revistadonna.clicrbs.com.br/noticia/dress-code-o-que-significa-a-expressao-que-define-cada-tipo-de-traje/>

Neste tipo de evento os serviços sempre são requintados e especializados no atendimento, e o cardápio destaca-se por sua excelência.

De acordo com Zanella (2012, p.6) a realização de um banquete envolve vários fatores:

- verificação e análise do perfil do cliente e dos convidados;
- contatos técnicos e entrevistas relacionadas com o cardápio e com o ambiente onde será servido;
- reuniões com todos os fornecedores para o evento sair a contento;
- verificação dos materiais e produtos necessários.

Um aspecto muito importante a ser considerado nesta tipologia de evento é o clima e a duração do banquete, eles devem influenciar diretamente na escolha dos pratos que serão servidos.

Um dos maiores exemplos dos Banquetes ou Jantar de Gala são os casamentos, que atualmente recebem uma atenção redobrada devido a toda sua estrutura.

Outra consideração indispensável é que o banquete sempre se inicia após às 20h.

2.3 – *Brunch*:

Brunch também é um evento gastronômico, recentemente foi importado dos Estados Unidos, é extremamente prático e serve para várias ocasiões. Trata-se de uma refeição que une o café da manhã e o almoço, deve ser servido entre 10h da manhã e 14h . Segundo Matias (2010) o sucesso do *brunch* está na forma equilibrada de como se elabora o cardápio. Ressalta-se que neste evento a bebida alcoólica indicada é o frisanter, eu acompanhará os sucos e chás.

2.4 - Concílio:

É uma reunião da Igreja Católica onde são tratados assuntos dogmáticos, doutrinários ou disciplinares. Só participam do concílio pessoas do clero.

2.5 – Conclave:

Também é um evento da Igreja Católica, é a reunião de todos os cardeais em rigorosa clausura para a eleição de um novo Papa.

2.6 – Concurso:

É o evento que apresenta como sua principal característica a competição, pode ocorrer em diferentes áreas como: esportiva, cultural, artística, científica, etc. Sempre é organizado por uma comissão organizadora que detém um regulamento que deve ser de conhecimento de todos os participantes. Em todos os concursos deve existir uma premiação que é divulgada antes do início do concurso. Como exemplo pode-se citar: concurso de fotografias, concurso de melhor redação, melhor peça teatral, melhor cantor, etc.

2.7 - Conferência:

Este evento se caracteriza pela apresentação de um tema em específico, proferido por um especialista de elevada qualificação e de amplo conhecimento sobre o assunto a ser apresentado. De acordo com Zanella (2012, p.7) "A conferência é um ato similar uma palestra, porém mais formal e em condições mais confortáveis".

Geralmente se monta uma mesa diretiva, que será ocupada por personalidades, autoridades, pelo coordenador do evento, pelo mediador e o conferencista.

Normalmente é um evento aberto, o coordenador fará a apresentação do conferencista e a leitura do seu currículo antes do início. Após o início da conferência não são permitidas interferências, ao final abre-se espaço para perguntas verbais e ou mesmo escritas, dependendo do número de participantes.

O tempo de duração de uma conferência é de no máximo 1 hora e 15 minutos.

2.8 - Congresso:

É um encontro solene com grande número de participantes, promovido por entidades de classe, associações, e ou universidades. Os congressos podem ser de âmbito internacional, nacional, regional, estadual ou municipal.

Serve para difusão de novas ideias e teorias, também há presença de especialistas, seu objetivo é o debate de assuntos específicos de determinada categoria ou ramo profissional.

Normalmente há atividades internas, muitas vezes eventos menores como palestras, mesas redondas, sessões planárias, reuniões e outros.

São realizados em períodos regulares, podendo ser anualmente ou períodos maiores. Nele ainda são apresentados trabalhos, estes realizados pelos próprios participantes, cujo conjunto se denomina *anais*. Possui duração média de três a cinco dias.

Devido a sua grande complexidade na maioria das vezes os congressos são coordenados por uma comissão organizadora multidisciplinar.

2.9 - Convenção:

É um evento que tem por objetivo o conagraçamento, informativo ou tomadas de decisões, são promovidas por empresas, entidades de classe e partidos políticos. O público é fechado em sua maioria, e normalmente apresentam diversas atividades e eventos menores.

Nas convenções geralmente são abordados assuntos específicos de interesse dos participantes, estimulando debates e discussões para se estabelecer diretrizes gerais.

Os dois maiores exemplos de convenções são: as convenções comerciais de empresas, onde todos os envolvidos com a parte de vendas participam, e se definem diretrizes, políticas e as metas para o próximo semestre ou ano. E as convenções de partidos políticos onde se decide os candidatos que representaram o partido nas próximas eleições.

2.10 - Coquetel:

É uma recepção gastronômica com breve duração, onde todos são servidos de pé pelos garçons de bebidas e canapés, chamamos este tipo de serviço de volante.

O coquetel não deve ultrapassar mais de uma hora, pois todos estarão de pé.

É muito utilizado em inaugurações, comemorações, cerimônias de posse, aberturas e encerramentos de congressos, entre outros.

2.11 – Curso de curta duração:

É um conjunto de conhecimentos ensinados de acordo com um programa previamente definido. Não deve ultrapassar cinco dias de duração.

2.12 - Debate:

É uma exposição de temas específicos, formatado pela apresentação de dois ou mais debatedores com temas antagônicos. É indispensável à figura do moderador, para mediar e conduzir os trabalhos. Em geral a plateia não participa do debate, apenas assiste. Como exemplo podemos citar os debates que são transmitidos pela televisão na época de eleições.

2. 13 - Desfile:

Promovido normalmente por empresas de confecção e moda para apresentar seus produtos, pode ser acompanhada por coquetéis.

O desfile é realizado sobre uma passarela ou ambiente especial, em alguns casos é exigida a compra de ingresso para a participação.

Outro tipo de desfile são os desfiles cívicos de 7 de setembro que ocorrem em todo o país.

2.14 - Encontro:

É um evento parecido com o debate, neste não há limite da inserção de debatedores com temas antagônicos, é apresentado por participantes dos grupos. Geralmente tem um coordenador ou moderador para resumir e apresentar as conclusões.

2.15- Entrevista coletiva:

Tipo de evento no qual um especialista ou personalidade com um tema de interesse fica à disposição para responder sobre determinado assunto, normalmente os questionadores são a imprensa.

2.16 - Exposição:

Exibição de caráter comercial, necessariamente não ocorre a venda e reúne toda a cadeia de determinado setor onde são desenvolvidos contatos. Um dos objetivos deste tipo é a apresentação de novos produtos ou atuar com marketing de relacionamento dentro do seu nicho. É um evento aberto e também ocorrem diversas atividades e eventos paralelos.

2.17 - Feiras:

Esse tipo de evento é praticamente igual à exposição, a grande diferença é a caracterização pela compra e venda por parte dos participantes. O Objetivo principal da feira é a venda direta ou indireta dos produtos que estão sendo expostos.

2.18 - Fórum:

Evento organizado por uma entidade oficial com objetivo de debater amplamente um determinado tema, tem a participação de um grande número de pessoas. Ao final dos debates podendo ser uma ou mais atividades, normalmente o coordenador apresenta as conclusões com comentários e recomendações.

2.19 – *Happy Hour*:

Happy Hour é um evento gastronômico onde são servidos coquetéis e drinks juntamente com petiscos. Ocorre no final da tarde, geralmente em bares e restaurantes.

2.20 – *Garden Party*:

Evento promovido no início do verão, como a tradução já diz é a festa no jardim. Muito utilizado nos Estados Unidos por Clubes de campos e hotéis. Geralmente ocorrem na abertura da temporada de verão ao redor das piscinas e nos jardins, com decoração festiva e colorida.

2.21 - *Jornada*:

Com caráter prático e objetivo tem como característica um número de participantes menor, promovido por entidades ou classes regionais serve para troca de experiências de temas atuais. As conclusões do evento na maioria das vezes servem de diretrizes para o segmento. São eventos periódicos, com a duração de vários dias. Como exemplo, pode-se citar as Jornadas acadêmicas.

2.22 - *Mesa-redonda*:

Este tipo de evento que geralmente está inserido em um evento de maior cunho, como um congresso, é de curta duração não deve durar mais que duas horas.

Conduzido por um moderador com quatro a oito especialistas para debater coletivamente um tema preestabelecido. Cada especialista faz sua apresentação sobre o tema de no máximo dez minutos, e em seguida está aberta a discussão. Os participantes podem participar direta ou indiretamente com perguntas escritas ou verbais.

No final pode ser elaborado um relatório com conclusões. Normalmente não possui continuidade.

2.23 - Mostra:

Este evento é uma exposição itinerante, na maioria das vezes ligado às artes plásticas.

2.24 - Oficina:

Evento que proporciona a construção do conhecimento. É parecido com o workshop. Muito utilizado pela área Educacional para o ensino específico de algum tema.

2.25 - Palestra:

Esta tipologia de eventos tem características parecidas com a conferência com menor formalidade e público reduzido. É a apresentação de um tema em específico por um palestrante convidado, direcionado a um grupo homogêneo de pessoas.

Também pode ser realizada com uma simples forma de narrativa dos fatos. Muitas vezes esta inserida em um evento maior como um congresso e não deve durar mais que uma hora e trinta minutos. Ao final, se o palestrante estiver de acordo são abertos os questionamentos da plateia.

2.26 - Reunião:

Evento normalmente promovido por empresas e ou entidades, possui pauta pré- estabelecida com número pequeno de participantes. Serve para discutir fatos, analisar situações e planejamento. No final é realizada uma ata com um resumo das decisões tomadas onde todos devem assinar.

Segundo Zanella (2012) para maior objetividade e agilidade na reunião não devem participar um número maior que 10 pessoas.

2.27 - Rodada de Negócios:

Esta é uma tipologia de eventos que é muito utilizada pelas associações comerciais, onde proporciona o contato entre empresários, consumidores, compradores e fornecedores. Tem como objetivo principal aproximar empresas para a realização de parcerias e de negociação dos seus produtos.

Ocorre em uma sala com várias mesas em formato circular, onde cada participante tem no máximo 15 minutos para conversar com cada empresário e oferecer os seus serviços. O resultado final da rodada de negócios é sempre positivo.

2.28 - Roadshow:

Consiste na demonstração itinerante, montada sobre um ônibus ou caminhão, que se desloca por vários municípios ou estados com o objetivo de informar e mostrar o potencial de uma empresa ou entidade, por meio da apresentação de fotos, vídeos, gráficos, protótipos, entre outros.

2.29 - Salão:

Este evento tem como objetivo principal a promoção institucional, é destinado a promover e divulgar produtos, com o intuito de criar e gerar uma imagem positiva sobre eles.

Como exemplo pode-se citar o Salão do Turismo que apresenta as regiões turísticas do Paraná, e ocorre dentro da ABAV –PR.

2.30 - Semana:

É o evento onde pessoas pertencentes a uma categoria se reúnem com o objetivo de discutir temas de interesse coletivo a categoria. É muito parecido com o congresso, porém de menores proporções. Na sua organização também estão inseridas, palestras, conferências, apresentação de trabalhos, etc.

2.31- Seminário:

É um evento técnico com pessoas de mesmo nível de conhecimento cujo objetivo é debater assuntos com mesmo temário e formular conclusões. O público é estruturado em grupos menores em salas para a discussão, sempre acompanhados por um coordenador. Antes do início do seminário, as apresentações ou resumos dos trabalhos que estarão em pauta são distribuídos para os participantes.

O seminário geralmente conta com um número limitado de participantes. O evento se divide em três fases: Exposição, Discussão e Conclusão.

Na fase de exposição, conforme a ordem previamente definida, o participante expõe sua pesquisa e suas contribuições ao grupo. Em seguida na fase de discussão o assunto em pauta é debatido por todo o grupo da sala. E para finalizar a fase de conclusão ocorre quando o coordenador apresenta um fechamento quanto aos temas debatidos e propõe recomendações ao trabalho.

2.32- Simpósio:

É um evento de caráter científico e tecnológico. Parecido com a mesa-redonda diferencia-se, pois os debatedores não debatem entre si os temas apresentados. Cada convidado especialista faz a sua apresentação, e em seguida é aberto aos ouvintes para questionamentos. O simpósio pode ser realizado em um ou vários dias, e necessita de um moderador para coordenar os trabalhos e os questionamentos da plateia.

2.33 - Videoconferência:

É uma tipologia de evento que surgiu da necessidade de se reunir com pessoas que muitas vezes não podem se deslocar a tantos lugares quanto preciso, então uma linha de satélite e um espaço físico adequado permitem que pessoas em diferentes estados, ou até diferentes continentes se comuniquem facilmente. A videoconferência tem como objetivo principal apresentar um tema de interesse daquele público, estando as pessoas em diferentes locais.

2.34 - Workshop:

É um evento moderno, que também pode ser chamado de oficina ou laboratório, onde ocorrem as apresentação de casos práticos como novas técnicas. Pode-se aproveitar espaços exclusivos para mostrar produtos e serviços, e ocorrer dentro de eventos com maior amplitude. Muitas vezes é utilizado com o cunho comercial, pois seu grande objetivo é a geração de negócios. Como exemplo pode-se citar os workshops da área agrícola que apresentam novos produtos e novas técnicas de produção.

Conforme apresentadas as 34 tipologias de eventos pode-se observar o quão abrangente é a organização de eventos, cada tipologia apresenta suas características específicas que devem ser levadas em conta no momento do planejamento do evento.

Porém é importante salientar muitas vezes essas tipologias são utilizadas de forma errada pelo mercado, e que é função do organizador do evento orientar seus clientes quanto à forma correta de nomenclatura.

Outro aspecto relevante a ser citado é que em um mesmo evento muitas vezes podemos encontrar várias tipologias, como por exemplo: em um congresso podemos encontrar um banquete, uma conferência, uma mesa-redonda, um *workshop*, um fórum, um seminário e um *brunch*, são sete tipos de eventos diferentes ocorrendo dentro de apenas um evento de maior amplitude que é congresso.



ATIVIDADES

Leia atentamente o texto abaixo:

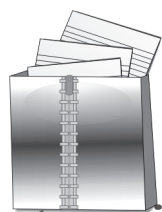
Você foi procurado por um grande grupo internacional que produz e vende máquinas agrícolas e está entrando no Brasil a menos de um ano.

Este grupo quer realizar um evento para divulgação e comercialização dos seus produtos em âmbito nacional. E além de oferecer o produto direto aos agricultores eles querem se aproximar da academia, promovendo discussões sobre a agricultura no país e no mundo trazendo especialistas em soja e trigo. O evento tem um público estimado em 1.000 pessoas. Sendo que desse total, em torno de 450 devem estar acompanhadas.

A cidade sugerida pelo cliente é Foz do Iguaçu no Paraná, pois apresenta capacidade para atender a todos os participantes.

Com base no texto responda as seguintes perguntas:

1. Que tipologia de evento você indicaria para o cliente?
2. Justifique sua escolha, explicando ao cliente por que optou por este tipo, ou tipos de eventos.
3. Em que época do ano você indicaria ao cliente realizar o evento?
4. Qual seria a sua sugestão quanto à programação do evento?



SÍNTESE

Nesta unidade da disciplina você conheceu as quatro diferentes classificações dos eventos, em relação ao público, quanto à abrangência do público, quanto ao número de participantes, e quanto à sua área de interesse.

E em um segundo momento você foi apresentado a 34 tipos diferentes de eventos assim como a suas características e peculiaridades.

Porém ressaltamos que em um mesmo evento muitas vezes podemos encontrar várias tipologias, como por exemplo: em um congresso podemos encontrar um banquete, uma conferência, um seminário e um *brunch*, são tipos de eventos diferentes ocorrendo dentro de apenas um evento de maior amplitude.

PALAVRAS FINAIS

Durante essa disciplina você foi apresentado a diferentes conceitos do que é um evento, e deve recordar sempre os eventos são acontecimentos criados e planejados para ocorrer em um lugar determinado, com um espaço de tempo pré definido, e tem finalidades específicas.

Em seguida você conheceu um breve histórico sobre a organização eventos no mundo e no Brasil. Além de ser apresentado às quatro fases do planejamento do evento.

Conforme essa disciplina se propôs você conheceu as quatro maneiras de se classificar um evento e 34 tipologias diferentes de eventos. Esperamos que você tenha entendido a diferença entre as 34 tipologias de eventos e possa utilizar as nomenclaturas de forma correta em seu trabalho e dia a dia.

REFERÊNCIAS

- ANDRADE, R. B. **Manual de Eventos**. Caxias do Sul: EDUCS, 1999.
- BAHL, Miguel. **Turismo e eventos**. Curitiba: Protexto, 2004.
- CANTON, A. **Eventos**. In: ANSARAH, Marília Gomes dos Reis (org). Turismo. Como aprender, como ensinar. São Paulo: Editora SENAC. Volume Dois.
- GIACAGLIA, M. C. **Eventos: como criar, estruturar e captar**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2006.
- IGNARRA, L. R. **Fundamentos do Turismo**. 2ª ed. rev. ampl. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.
- MATIAS, M. **Organização de eventos: procedimentos e técnicas**. Barueri - SP: Editora Manole. 5ª ed. 2010.
- MELO NETO, F. P. D. **Marketing de Eventos**. Rio de Janeiro: Sprint, 2003
- MINISTÉRIO DO TURISMO. **Turismo de Negócios e Eventos: orientações básicas**. 2ª ed. Brasília: Ministério do Turismo, 2010.
- RISPOLI, R. **Eventos: como fazer**. 1ª ed. Brasília: Editora Redgraf, 2003.
- TENAN, I. P. S. **Eventos**. São Paulo: Aleph. Coleção ABC do Turismo. 2002
- TRIGO, L. G. **Turismo básico**. São Paulo: Ed. SENAC São Paulo, 1999.
- ZANELLA, L. C. **Manual de organização de eventos: planejamento e operacionalização**. 2006: Atlas. 3ª ed. 2006

NOTAS SOBRE A AUTORA

LARISSA MONGRUEL MARTINS DE LARA

Professora no curso de Turismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG); e proprietária da Presence Assessoria e Cerimonial de Eventos. É pesquisadora do Grupo de Pesquisa Inovação e Sustentabilidade (PMDA - UP) e do Grupo de Pesquisa Ordenação Territorial e Competitividade em Turismo (UEPG). Mestre em Engenharia de Produção pela UTFPR – Campus Ponta Grossa e Doutoranda em Administração, na linha de Pesquisa Estratégia, Empreendedorismo e Inovação, pela Universidade Positivo – Curitiba PR.

Link para currículo lattes: <http://lattes.cnpq.br/5697243270374081>

