

UM OLHAR SOBRE EVENTOS: UMA ANÁLISE SOB O PONTO DE VISTA CONCEITUAL.

SANTOS, Rodrigo Amado dos.

Docente do Curso de Bacharelado em Turismo da Faculdade de Ciências Humanas (FAHU) da Associação Cultural e Educacional de Garça (ACEG).

Bacharel em Turismo – Universidade Metodista de Piracicaba (UNIMEP). Mestre em Ciências Sociais - Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (UNESP), Campus Marília. Doutorando em Geografia - Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (UNESP), Campus Rio Claro

profrodrigoamado@gmail.com

ROCHA, Guilherme Coelho Guimarães

Bacharel em Turismo pela Faculdade de Ciências Humanas (FAHU) da Associação Cultural e Educacional de Garça (ACEG)

djcoelho@terra.com.br

RESUMO:

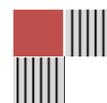
O objetivo do trabalho é apresentar algumas discussões acadêmicas que tangenciam a formação dos bacharéis em turismo sob o ponto de vista do processo de planificação, gestão e operacionalização de eventos. Dessa maneira, partimos do pressuposto que para se entender exatamente o que é um evento deve-se primeiramente conhecer sua definição no contexto geral, pois somente um profissional com uma boa base sobre o assunto pode entender a essência e o motivo pelo qual um evento é realizado, visto que tais argumentos mostrar-se-ão necessários para a posterior compreensão do que esta atividade tratará num contexto mais específico.

Palavras-chave: Eventos. Organização. Planejamento. Turismo.

ABSTRACT

The objective of this study is to present some academic discussions that follow the training of graduates in tourism from the viewpoint of the planning process, management and operation of events. Thus, we assume that to understand exactly what an event it must first know its definition in the general context, as only a professional with a good background on the subject can understand the essence and the reason an event is held As these arguments show will be needed for further understanding of what this activity will address a more specific context.

Keywords: Events. Organization. Planning. Tourism.



Para compreender a importância que o segmento de eventos tem perante o cenário de planificação e desenvolvimento do fenômeno turístico¹ e observar os benefícios que a prática de tal atividade pode vir a proporcionar perante o mercado², faz-se necessária uma melhor compreensão do que exatamente é um evento, esmiuçando-se assim tópicos como sua definição, seu funcionamento, sua tipificação, sua importância inserida no contexto turístico³ e os impactos exercidos por este segmento ao mercado turístico, para que o profissional envolvido na planificação e até mesmo na execução de um projeto de evento saiba fazê-lo de maneira a alcançar os objetivos de seu pleito, ou seja, que possa realizar todas as etapas compreendidas num evento para que esse seja um sucesso, gerando impactos positivos perante a comunidade ou meio onde está inserido.

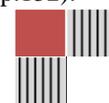
Desta forma, depois da demonstração das premissas mais importantes que circundam o universo de eventos, duas perguntas: O que é um evento? E qual a sua importância? Assim, partindo-se do ponto de vista do significado das palavras evento e eventual, que denominam respectivamente o produto e a periodicidade em que este é fornecido, ou seja, o que está sendo realizado (evento) e o intervalo de tempo de sua realização (eventual) e, desta forma, melhor compreender do que se trata exatamente um evento de maneira física e temporal. Evento: um acontecimento, um acaso, uma eventualidade. Ao assimilar e interpretar esse conhecimento pode-se dizer que evento, no geral, é caracterizado como “qualquer acontecimento que foge à rotina, sempre programado para reunir um grupo de pessoas” (SENAC, 2000, p.11).

Entretanto, além disso, segundo Martin (2007, p.35): “Não existe consenso quanto a uma conceituação universal de evento. Ela é dificultada pela própria natureza intrínseca da atividade: seu dinamismo e sua abrangência. [...] evento é todo fato inusitado que envolve pessoas.” Utilizando-se dos conceitos observados, pode-se dizer que a tarefa de estabelecer com precisão um único e eficiente conceito de evento torna-se praticamente impossível, devido à grande abrangência e a gama de possibilidades implícitas para tal definição, além da própria natureza desta atividade, assim sendo, “pode-se considerar evento desde uma simples reunião familiar que acontece semanalmente até um megaevento como a Copa do Mundo, no qual milhões de pessoas são envolvidas” (MARTIN, 2007, p.36), ou seja, tudo que acontece, seja o que for, e que envolve pessoas ou ambiente em que essas pessoas estão inseridas é considerado um evento.

¹ “Fenômeno turístico é uma atividade humana baseada em uma série de disciplinas relacionadas com as ciências sociais e humanas. Um fenômeno vinculado diretamente com o tempo livre e com a cultura do lazer”. (MONTANER, 2001, pág. 17).

² Segundo Martin (2007, p.32): “a atividade turística no país deverá crescer muito mais que a média mundial, para a qual se estima um crescimento de 55% entre 1995 e 2005, atingindo os US\$ 7,2 trilhões”.

³ “O produto evento tem cada vez mais importância porque não está submetido às normas da sazonalidade da indústria turística, constituindo-se até mesmo na área menos atingida nos períodos de crise. Em decorrência, torna-se um grande gerador/distribuidor de renda/divisas, estimulando paralelamente a criação de empregos”. (ANDRADE, 2002, p.152).



Como exemplo, pode-se, também, citar: corridas de Formula 1, reuniões de trabalho, encontros de amigos para comer pizza, casamentos, aniversários, festas, rodeios, palestras, convenções, feiras, dentre vários outros tipos de acontecimento que podem ser considerados eventos. Até mesmo eventos da natureza como raios, tempestades, furacões, etc., são considerados como eventos, pois possuem os elementos necessários para assim serem denominados, ou seja, acontecimentos, pessoas e o ambiente planejado. Nessa linha de raciocínio, vale lembrar que é extremamente importante entender que os mais variados tipos de eventos, desde os mais simples, como por exemplo, uma festa de aniversário, aos mais complexos, como a Copa do Mundo, oferecerão sempre as mesmas pilastras que sustentarão o desenvolvimento de suas atividades: acontecimentos, pessoas e ambiente planejado. O que muda de uma atividade para outra é a complexidade como as informações correspondentes a cada uma destas pilastras são manuseadas, explorada e perpassada.

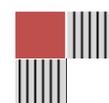
Entretanto, ao desenvolver o significado de evento como eventualidade e somar o significado desta palavra a outros conhecimentos que constantemente são ligados às ações deste segmento como, por exemplo, uma prática casual, fortuita e que depende de um acontecimento incerto, percebe-se que todo evento está diretamente ligado com o aspecto temporal do acontecimento de alguma eventualidade, de qualquer *eventualidade*⁴. Portanto, deve-se observar que de acordo com tal afirmação, determina-se que somente existirá um evento se houver uma eventualidade, ou seja, um motivo. Assim, se o evento está ligado diretamente à eventualidade e somente acontecerá caso esta ocorra, pode-se deduzir que o motivo da realização ou não de um evento dependerá do acontecimento de algum fato.

Assim, um evento mostrar-se-á como um acontecimento esporádico e que “tem como característica principal propiciar uma ocasião extraordinária ao encontro de pessoas, com finalidade específica, a qual constitui o “tema” principal (...) e justifica sua realização” (GIACAGLIA, 2003, p.11) e, assim sendo, “o tema ou mensagem que se pretende transmitir pelo evento deverá ser estabelecido ou inspirado de forma a motivar o interesse e a participação do público-alvo⁵” (ZANELLA, 2008, p.33) e, desta forma, o tema escolhido para o evento “deverá motivar a participação, constituindo-se no principal agente de divulgação da imagem do evento.” (ZANELLA, 2008, p.33).

Ao utilizar tal conceito percebe-se a relevante importância que o tema do evento a ser

⁴ Grifo nosso.

⁵ “Entende-se como público-alvo de eventos as empresas e pessoas, principalmente as que atuam como consumidoras e decidem sobre produtos e serviços em áreas específicas e com características definidas (clientes, atuais e potenciais, empresários, fornecedores, estudantes, público em geral etc.)” (ZANELLA, 2008, p.33).



escolhido tem sobre a sua concepção e, também, que o êxito de um evento está diretamente ligado a este fato: o de se tentar sanar uma necessidade que uma determinada pessoa ou grupo social tem perante a atividade que fora, teoricamente, minuciosamente planejada, visto que esta é a finalidade pela qual este segmento se posiciona perante todo o universo turístico. Desta forma, o tema pode ser considerado como o principal motivo ao qual o evento está baseado e, se esse motivo for fraco ou banal, o evento também o será, visto que o motivo é a justificativa principal da realização do evento e o porquê de inúmeras pessoas estarem sempre dispostas a participar das atividades, sejam estas sociais, culturais, econômicas, que são planejadas pelas pessoas que estão por detrás da execução deste.

Entretanto, devido a estes conceitos, ou seja, que um evento precisa necessariamente de um motivo forte que justifique o seu acontecimento e, que este motivo está diretamente relacionado ao sucesso do evento, percebe-se que tal escolha deve ser feita por um profissional capacitado para que o evento não seja um fracasso. Contudo, para que isto não ocorra é necessário que o profissional ou a gama de profissionais que esteja por detrás da execução desta atividade efetue um amplo planejamento⁶ que prime, antes de qualquer coisa, em traçar o objetivo principal e as principais metas e planos para que este ganhe “forma”, o que conseqüentemente acabará incluindo uma adequada justificativa para a realização de um bom evento.

Além de, desse modo, fazer com que tudo ocorra de maneira coordenada e prevista, de forma que o ato de planejamento será visto como uma forma racional de se “decidir antecipadamente o que deve ser feito⁷”, de tal maneira que no planejamento se possa agir de forma antecipada, aumentando as chances de sucesso do empreendimento. Assim, o ato de se planejar algo, é visto no conceito de Angeli (apud. Ackoff 1991, p.11) como:

“um processo que se destina a produzir um ou mais estados futuros desejados e que não deverão ocorrer, a menos que alguma coisa seja feita, portanto vê-se sua importância para qualquer atividade, principalmente em eventos onde não se pode ocorrer erros, pois não haverá outra oportunidade para corrigi-los”.

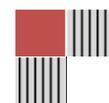
E, ainda, quando interpretado e somado de acordo com os dizeres de Petrocchi (1998, p.20):

“O planejamento – a visão do futuro próximo ou distante – contribui para que as tarefas sejam melhor realizadas e objetivos sejam mais facilmente atingidos, por pessoas ou organizações. Ordena as ações e dá prioridade a elas. Permite mapear dificuldades ou obstáculos e, assim, escolher previamente caminhos alternativos.”

É possível perceber o grau de dificuldade e relevância deste processo na elaboração de um evento, portanto, conclui-se que o planejamento deve ser tratado com toda seriedade devido à

⁶ “PLANEJAMENTO – É a definição de um futuro desejado e de todas as providências necessárias à sua materialização.” (PETROCCHI, 1998, p.19).

⁷ Conforme visto em Angeli (apud. NEWMAN, 1991).



importância que este processo representa para a concretização de todos os objetivos previamente traçados e que serão vislumbrados através de todas as ferramentas, planos e metas que ao final darão a imagem positiva desta atividade. Tal observação, quando refletida no segmento de eventos, ganha “ares” únicos e que também podem ser percebidos ao longo de toda e qualquer atividade ligada ao fenômeno turístico.

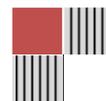
A estas atividades existe a necessidade de um constante monitoramento de seus executores, desde o princípio que estimulou a criação de um determinado produto⁸, até a maneira como este se comporta e é aceito pelo mercado em que está inserido. Existe no segmento de turismo um extremo cuidado em se tentar constantemente entender a dinamicidade perpetuada por seus componentes, graças não só as características ímpares⁹ que são relegadas a estes, como também a forma como a sociedade acaba por influenciar a perpetuação destes em suas respectivas comunidades. Desta forma, a atividade turística exigirá de seus empreendedores que se crie um ciclo de observação e adaptação de seus produtos perante os meios em que estiverem inseridos, transmitindo-se assim uma idéia de planejamento contínuo (SANTOS, 2003) e o segmento de eventos não foge dessa premissa, pode-se dizer que é observado como sendo uma área a qual a idéia de se atingir a perpetuação é mais evidente, mais aspirada e, devido à sua complexidade, muito mais difícil de ser alcançada.

Desta maneira, ao se criar e planejar um evento, seus executores deverão ter em mente que esta atividade deve passar pelo mesmo ciclo exemplificado acima, ou seja, mais especificamente falando, caso o evento tenha a intenção de perpetuar-se, assim como perpetuar a sua imagem e seus serviços, para atingir este objetivo, deverá, básica e necessariamente, passar por este tipo processo de planejamento chamado de contínuo. Entretanto, ao ser utilizado este tipo de planejamento e para que este seja melhor elaborado e pormenorizado, a medida certa a ser tomada é a divisão do mesmo em três fases, estas quais são denominadas por Martin (2007, p.72) como: pré-evento, evento e pós-evento.

Cada uma com sua importância e relevância durante todo o processo de elaboração, execução e finalização de um evento e, conseqüentemente, com a intenção de gerar uma imagem positiva do evento, além de sua perpetuação. Entretanto, apesar do planejamento ter a necessidade de ser feito

⁸ “os eventos constituem parte significativa na composição do produto turístico, atendendo intrinsecamente as exigências de mercado em matéria de entretenimento, lazer, conhecimento, descanso e tantas outras motivações” (MARTIN, apud Andrade, 2007, p.36).

⁹ De acordo com Lages e Milone (2002) todo e qualquer serviço ligado ao fenômeno turístico terá características únicas e singulares, graças às próprias riquezas inerentes aos mesmos e que acabam por dar-lhes a possibilidade de se apresentarem de forma ímpar em seus respectivos cenários. Isso se deve porque todo e qualquer serviço turístico possuirá as seguintes características: intangibilidade, heterogeneidade, produção e consumo na mesma hora, perecibilidade.



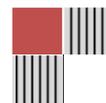
continuamente perante todas as fases, percebe-se que a fase onde este é elaborado em maior parte é durante a fase pré-evento, obtendo-se um grau maior de importância em relação às demais fases. Porém, antes de se comentar sobre estas fases, o que será feito em momento oportuno, é de extrema relevância salientar que o profissional realizador de eventos tem o planejamento como ponto importante e principal arma na realização de um evento com mais chances de ser um sucesso e dada à importância do planejamento para alcançar este objetivo, a atuação deste profissional, também é considerado como sendo mais importante ainda, como se pode observar nos dizeres de Giacaglia (2008, p.20):

“a área de organização de eventos, a qual é de grande complexidade e exige muito do profissional responsável. Sua atuação é comparável ao do maestro de uma orquestra. Nesta, embora não haja som sem os músicos, a qualidade a apresentação encontra-se em grande parte na batuta do maestro.”

Desta forma, pode-se observar que a este profissional são atribuídas inúmeras responsabilidades, pois, além da confecção do planejamento, é considerado como a única pessoa responsável pela tomada de decisões relativas ao evento produzido, e, para isso, esse profissional, deve ser muito bem capacitado, ou seja, ter amplos conhecimentos técnicos sobre tudo o que esta realizando, para que tudo transcorra de maneira coordenada e da melhor forma possível. Para tanto, deve-se ter em mente, como já foi diversas vezes comentado, a importância do planejamento eficiente, como pode ser observado em Zanella (2008, p.21):

“Por sua complexidade, amplitude e importância, a promoção de um evento exige alta especialização técnica, experiência e especialização no tipo de evento que será realizado. Sua operacionalização fundamenta-se em um eficiente sistema de planejamento”

E, também, Martin (2007, p.74), dizendo que: “quanto maior o evento, mais necessário e indispensável se torna o planejamento que considere os detalhes e pormenores de todas as atividades fundamentais e necessárias para sua realização.” Para tal, faz-se necessária uma prospecção minuciosa de todos os detalhes que envolvem o evento, principalmente no que diz respeito à sua classificação, pois “os eventos são apresentados sob diversos tipos ou modalidades de acordo com sua natureza, fato gerador, objetivos, qualificação ou nível dos participantes, amplitude, área, local etc.” (ZANELLA, 2008, p.5), para que este seja devidamente classificado e, assim, obterem-se todas as informações e detalhes para sua execução. Contudo, deve-se definir o evento de maneira correta, sendo esta definição imprescindível para obter o resultado desejado e, para tanto, deve-se então observar o quadro a seguir:



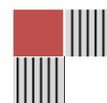
Quadro 02: Classificação dos eventos¹⁰

Dimensão	Macro evento Evento de grande porte Evento de médio porte Evento de pequeno porte
Data	Fixa Móvel Esporádica
Perfil dos Participantes	Geral Dirigido Específico
Objetivo	Científico e cultural Comercial

Ao visualizar este quadro, percebe-se a maneira a qual os eventos são agrupados e/ou classificados, ou seja, observa-se que os mesmos são classificados de acordo com sua dimensão, quanto à data, o perfil dos participantes e o objetivo (SENAC, DN 2000 p.17). Qual a importância destas classificações? Diante do exposto percebe-se que estas classificações são de extrema importância na primeira fase de um evento, ou seja, no pré-evento, pois é através desta que são definidos os meios necessários para sua realização, ou seja, na prática se um evento for um macro evento ou um evento de grande porte, uma maior quantidade de recursos deve ser envolvida, diferentemente de um evento de menor porte, no qual essa quantidade é reduzida e, quando se menciona recurso, não se trata apenas de recurso financeiro e sim de tudo o que é utilizado direta e indiretamente no evento, tal como: todos os tipos de fornecedores, recursos humanos, equipamentos, etc., bem como os próprios participantes.

Um fato importante a ser lembrado é que serão atribuídas também ao organizador todas as responsabilidades decorrentes do evento, a qualquer tempo, relativas ao seu planejamento, execução e operação, assim, “como se pode deduzir, a responsabilidade do organizador é muito grande e transcende o próprio evento”. (GIACAGLIA, 2003, p.187). O que nos leva a outra questão que cerca a formação e capacitação deste tipo de segmento: o amadorismo. Ao se fazer uma análise criteriosa das inúmeras atividades que estão relacionadas e que até mesmo são influenciadas pelo

¹⁰ Fonte: (SENAC, DN 2000 p.17).



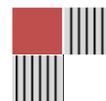
ciclo produtivo do Turismo de Eventos¹¹, percebe-se que boa parte dessas ações são relegadas ao amadorismo dos profissionais que cercam a montagem, a execução e avaliação dos rendimentos (seja este econômico, social, cultural, etc.) provenientes deste círculo.

Assim, estes indivíduos que se encontram totalmente despreparados em relação à imensa quantidade de informações e detalhes que precisam ser observados, quantificados e analisados, se perdem e muitas vezes acabam explorando uma determinada temática de uma forma extremamente superficial, não possibilitando o afloramento de todas as potencialidades provenientes da mesma; além, é claro, de muitas vezes tais atividades tomarem rumos totalmente distintos dos planejados. Fato que se pode muito bem ser visualizado, conforme Allen (2008, et al), no momento em que esta atividade é pejorativamente taxada a apenas uma alavanca de desenvolvimento econômico. Desta forma, algumas pessoas, ao escutar sobre a realização de um evento, julgam-se capazes de fazê-lo, porém não tem o conhecimento da proporção do trabalho compreendido e as dificuldades enfrentadas ao longo de todo o processo.

Desta forma, os profissionais ligados a este universo de atuação devem sempre estar conscientes de que a realização de um evento, independentemente de sua tipologia e quantificação, mostrar-se-á enquanto uma tarefa árdua e de grande dificuldade, pois demanda de muito tempo, conhecimento, habilidade e principalmente a capacidade para assumir responsabilidades, para que, desta maneira, possa ter maiores chances de lograr êxito em seu trabalho, ou seja, o sucesso do evento. Além disso, ao considerar que um evento “é um produto de extremo valor, que não pode ser testado adiantadamente, e o que induz ao cliente comprá-lo é simplesmente a perspectiva de satisfação de suas expectativas.” (MARTIN apud CANTON, 2007, p.71), deve-se atentar para que não se trate apenas da realização de um evento, e sim de trabalhar para a realização dos sonhos e expectativas dos clientes e participantes. Neste ponto percebe-se a importância de se ter um profissional capacitado¹² para realizá-lo do começo ao fim, que este compreenda o trabalho a ser realizado e que saiba percorrer todas as fases de sua execução, ou seja, desde o pré-evento até o pós-evento, de maneira correta e com o devido planejamento, essencial para qualquer

¹¹ “No planejamento dos eventos, devem ser apurados e dimensionados os efeitos da sazonalidade, para neutralizar ou reduzir sua influência, e podem ser adotados os seguintes procedimentos: diversificar e distribuir os eventos durante todo o ano e em diversas localidades; adotar uma política de preços específica para cada época; dinamizar a área de eventos, realizando promoções especiais de curto prazo; promover eventos em baixa estação, quando os hotéis apresentam índice de ocupação reduzido e para compensar oferecem serviços a taxas promocionais.” (ZANELLA, 2008, p.49)

¹² “Já que a atuação do organizador no planejamento, implementação, controle e avaliação do evento é determinante para o sucesso deste e, em última análise, para a imagem e projeção da empresa que ele representa, é necessário que se lhe propicie instrução e preparo específicos, adequados e condizentes com o grau de responsabilidade que lhe é atribuída, e que se dêem a ele condições para que possa desempenhar com eficácia e firmeza todas as suas atribuições.” (GIACAGLIA, 2008, p.21).



empreendimento.

Contudo, para que o profissional na área de eventos esteja bem capacitado além dos conhecimentos básicos, devem-se obter conhecimentos mais específicos, estes os quais serão abordados a partir de agora. Segundo as informações expostas anteriormente e somadas aos dizeres de Zanella (2008, p.1):

“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 de natureza comercial, cultural, esportiva, social, familiar, religiosa, científica etc.”.

Juntamente com os significados descritos pelo mesmo autor¹³:

“Para quem organiza, evento significa muito trabalho, iniciativa, criatividade, competência e resultados. Para quem participa, significa conagraçamento e integração, gerando vínculos e relações de caráter profissional e pessoal.”

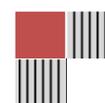
Percebe-se que um evento, qualquer evento, é um acontecimento de extrema grandiosidade e, para atingir tal grandiosidade, necessita ser profundamente estudado em sua essência, pois organizá-lo com eficiência significa demonstrar arte e competência para corresponder a todos os anseios com a prestação de serviços eficientes que superem a expectativa dos participantes. (ZANELLA, 2008 p.2). O conceito de arte também é abordado por Melo Neto (2000, p.15) como:

“Um evento, independentemente de sua natureza e seus propósitos, é um meio de entretenimento. O que varia, de evento para evento, são os recursos estratégicos utilizados para unir entretenimento a esporte, no caso de eventos esportivos, entretenimento-artes, no caso de eventos artísticos, entretenimento-atividades sociais, no caso de eventos sociais, entretenimento-política, no caso de eventos de mobilização política, e assim sucessivamente”.

E, ao somar estes conceitos, conclui-se que para atingir estes objetivos deve-se observar alguns passos imprescindíveis para um eficiente sistema de planejamento, abrangendo aspectos como a definição dos objetivos de forma clara e precisa a fim de estruturar o planejamento e o respectivo cronograma de execução com bastante antecedência da data de seu início, garantindo, assim, a obtenção de todos os dados necessários, incluindo a previsão de recursos materiais, financeiros e de apoio para atender a exigências operacionais do evento, além de instituir um sistema de integração e relacionamento, canais de comunicação, viabilizar a quantidade e qualidade dos materiais, normas e procedimentos dos participantes e um sistema de controle e acompanhamento de decisões (ZANELLA, 2008 p.21-22), pois, somente após a definição de todos estes passos pode-se obter todas as informações necessárias para a confecção de um eficiente planejamento e, conseqüentemente, a produção de um evento de qualidade.

Para a compreensão da importância que um bem sucedido processo de planejamento tem

¹³ (ZANELLA, 2008, p.1)



sobre um evento deve-se primeiramente compreender sua complexidade e nível de exigência técnica e experiência do planejador, e este, por si só deve saber que antes mesmo de se pensar em organizar um evento, deve-se primeiro conscientizar-se de que o planejamento é a parte principal do evento e sem que este seja minuciosamente confeccionado, pode estar fadado ao fracasso. Portanto, a eficiente organização de todas as atividades a serem desenvolvidas durante as fases de execução de um evento (pré-evento, execução e pós-evento) num planejamento eficaz a fim de direcionar e conduzir os acontecimentos futuros depende não somente da habilidade do planejador, mas, também do conhecimento de algumas técnicas que necessitam ser incluídas no roteiro de execução do planejamento para que se obtenham resultados mais confiáveis.

Dentre algumas técnicas que podem ser indicadas, Allen (apud. GOLDBATT, 2008, p.46), “propõe os “Cinco Ws” (referentes aos nomes em inglês) ¹⁴ como questões importantes para o processo de desenvolvimento do conceito do evento.” ou seja: *Por Que? Quem? Quando? Onde? O que?*¹⁵ E, através deste processo de prospecção, pode-se obter o maior número de informações sobre tudo que se pretende fazer, simplesmente utilizando-se destas perguntas para cada idéia ou dúvida que venha a surgir desde o momento da concepção do evento, com a finalidade de prever e corrigir possíveis erros que possam ser identificados, de maneira antecipada e coordenada. Contudo, juntamente com o método dos “Cinco Ws”, outro método indicado, e bastante utilizado, como ferramenta de análise e diagnóstico de problemáticas constantes no planejamento é o método SWOT, que, basicamente, “consiste em relacionar informações inventariadas e aplicar critérios de avaliação e análise adequados ao processo de planejamento” (BRAGA, 2007, p.115), de acordo com o que pode ser observado Braga (2007, p.116):

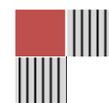
“Para elaborar o diagnóstico, indica-se adoção do método SWOT, utilizado em diversos níveis de planejamento, seja público ou privado. O nome dessa técnica é estabelecido em função das iniciais, em inglês, dos elementos que devem fundar as análises”

Conforme observado e utilizando-se das definições já mencionadas, pode-se concluir que este método, que pode parecer simples, visa identificar os pontos fortes e fracos, as oportunidades e os riscos que envolvem o planejamento de eventos e que deve ser amplamente utilizado pelo planejador, pois “facilita a ordenação das idéias para estruturar o diagnóstico de forma clara e objetiva” (BRAGA, 2007 p.116), fornecendo os dados necessários para que a tomada de decisões do planejador seja mais acertada e confiável.

Para tanto, ao utilizar este método, deve-se, primeiramente, fazer uma relação de todas as

¹⁴ Do Inglês why, who, when, where, what (N.T.).

¹⁵ Grifo nosso.



características consideradas como pontos fortes, acompanhadas das respectivas oportunidades que estas podem vir a gerar, para então posteriormente analisar e enumerar os pontos fracos, acompanhados dos riscos possíveis, porém, alguns profissionais, ao desvincularem os pontos fortes e fracos dos riscos e das oportunidades durante a utilização deste método, podendo este transcorrer de maneira falha.

A melhor forma de aplicá-lo é conscientizar-se da necessidade de explicar o “por que” de determinado fator ser considerado como elemento positivo, além de atentar para identificação dos elementos que podem ser considerados tanto como pontos positivos quanto pontos negativos, informações de caráter relevante perante a análise das oportunidades e riscos (BRAGA, 2007 p.116). Diante do exposto, estes métodos ao serem corretamente aplicados, podem gerar resultados imensamente satisfatórios, interferindo positivamente durante o processo de planejamento, devido ao fato que a análise e compreensão de todas as informações colhidas nos primeiros momentos da concepção do evento aumentam as possibilidades da obtenção de êxito perante a tomada de decisões a serem feitas pelo planejador.

Além disso, ao lembrar o fato de que o planejamento deve acontecer de maneira contínua, ou seja, durante todas as etapas do evento, como já foi devidamente explanado anteriormente, pode-se dizer que estes métodos podem ser usados não somente na etapa denominada pré-evento, mas também em todo o decorrer do evento, bem como o pós-evento, pois, estes métodos também auxiliam a confecção da avaliação pré-evento, brainstorm, gráfico de Grant, checklist, entre outros, bem como a avaliação pós-evento.

REFERENCIAL BIBLIOGRÁFICO

ALLEN, Johnny. [et al.]; [tradução de Marise Philbois e Adriana Kramer]. **Organização e gestão de eventos**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

ANDRADE, Renato Brenol. **Manual de eventos**. 2. ed. ampl. – Caxias do Sul: EDUCS, 2002.

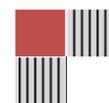
ANGELI, Margarita N. Barreto. **Planejamento e organização em turismo**. Campinas: Papirus, 1991.

BRAGA, Débora Cordeiro. **Planejamento turístico: teoria e prática**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

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

MARTIN, Vanessa. **Manual prático de eventos**. 1. ed. – 4. reimpr. – São Paulo: Atlas, 2007.

MELO NETO, Francisco Paulo de. **Criatividade em Eventos**. São Paulo: Contexto, 2000.



MONTANER, Montejano Jordi. **Estrutura do mercado turístico**. São Paulo: Rocco, 2001.

PETROCCHI, Mário. **Turismo**: planejamento e gestão. São Paulo: Futura, 1998.

SENAC, DN. Eventos: **Oportunidades de novos negócios**. Rio de Janeiro: Ed. Senac Nacional, 2000.

ZANELLA, Luiz Carlos. **Manual de organização de eventos**: planejamento e operacionalização. 4. ed. – São Paulo: Atlas, 2008.

