

Escola Profissional de Fermil, Celorico de Basto

Curso Profissional Técnico de Turismo

*Criação de um Evento e sensibilização  
para a Reciclagem/ Reutilização*



Andreia Carvalho

Molares, 21 de Junho de 2013



Escola Profissional de Fermil, Celorico de Basto

Curso Profissional Técnico de Turismo

*Criação de um Evento e  
sensibilização para a Reciclagem/  
Reutilização*

Professor acompanhante: Sandra Teixeira

Andreia Carvalho

Molares, 21 de Junho de 2013



## **Agradecimentos**

Em primeiro lugar, quero agradecer à minha turma pelo apoio prestado durante estes três anos e aos meus pais por me terem concedido a oportunidade de obter esta formação.

Em segundo lugar, quero agradecer à minha professora orientadora, Sandra Teixeira e também, à professora da componente técnica, Sofia Carvalho, à minha Diretora de turma, Manuela Baptista e ao professor Ricardo Amaral, que foi indispensável na criação do material gráfico, por toda a disponibilidade e apoio demonstrados, durante a elaboração deste projeto.

Quero agradecer também aos restantes professores que, de uma forma direta ou indireta, me acompanharam e me apoiaram nas diferentes etapas desta minha formação.

A todos, o meu mais sincero obrigado!

Prova de Aptidão Profissional

---

## **Resumo**

A minha Prova de Aptidão Profissional descreve um projeto de organização de um evento ligado à moda ecológica, com o subtema, reciclagem/reutilização. Retrata a prevenção ambiental e reforça a ideia de que o que nós já não utilizamos, não é lixo, mas sim, um objeto em transformação que dará lugar a uma nova criação, com utilidade.

Em primeiro lugar, apresento a estrutura organizativa de um evento, explicitando os vários tipos de eventos e como se classificam, ou seja, micro eventos, pequenos eventos, médios eventos, grande evento e mega evento. De seguida, refiro a tipologia de eventos, as fases dos eventos e também o planeamento de um evento.

Por fim, desenvolvo a parte prática que consiste na criação de um evento de moda a partir de materiais recicláveis. Para a dinamizar, seriam convidadas pessoas famosas de todo o tipo de áreas sociais e culturais, com o intuito de atrair público para o desfile, tornando-o num evento em expansão e de sucesso em todo o país.

Optei por fazer uma demonstração fotográfica e um desfile de moda para servirem de suporte a este projeto, usando como modelos, colegas da minha escola.

Prova de Aptidão Profissional

---

V

## Índice

Agradecimentos.....	iv
Resumo.....	v
Introdução .....	1
<b>I- Enquadramento teórico.....</b>	<b>2</b>
2- Como se classificam os eventos?.....	2
2.1- Também se Classificam os eventos como: .....	3
3- Objectivos dos Eventos: .....	4
4- Tipos de eventos .....	5
Os vários tipos de eventos existentes detalhadamente.....	5
4.1- Fases dos eventos.....	9
4.2- Planeamento específico – As etapas do planeamento.....	11
4.3- Fases do planeamento de eventos .....	11
6- Moda.....	22
6.1- A Moda e o Turismo:.....	22
6.2- A Moda relacionada com diferentes setores.....	25
7- Política dos quatro R’S (Reciclar, Reduzir, Reutilizar e Restaurar).....	29
<b>II- Enquadramento Prático.....</b>	<b>30</b>
<b>1- Dia do desfile .....</b>	<b>31</b>
2- Escolha do local.....	31
<b>3- Modelos.....</b>	<b>31</b>
<b>5- Programação .....</b>	<b>33</b>
<b>7- Estruturas e equipamentos .....</b>	<b>34</b>
8- Segurança.....	34
<b>9- Gestão de recursos .....</b>	<b>34</b>
9.1- Recursos financeiros .....	34
9.2- Recursos humanos .....	35
9.3- Recursos logísticos .....	37
9.4- Recursos legais e de risco .....	37

Prova de Aptidão Profissional

---

<b>10- Selecção das peças a desfilas</b> .....	37
<b>11- Regulamento para o público</b> .....	38
<b>12- Regulamento Interno</b> .....	39
MODELO DE CRONOGRAMA .....	40
ACTIVIDADES.....	40
MODELO DE QUESTIONÁRIO DE AVALIAÇÃO .....	41
Conclusão.....	44
Bibliografia .....	45
Webgrafia.....	45

## Índice de Figuras

Fig.1 logotipo da política dos 4 R's	Pág. 35
Fig.2 João Correia	Pág. 37
Fig.3 Luís Borges	Pág. 37
Fig.4 Sara Sampaio	Pág. 37
Fig.5 Rita Pereira	Pág. 37
Fig.6 Sara Leite	Pág. 38
Fig.7 Elisabete Pereira	Pág. 38
Fig.8 Tânia Costa	Pág. 38
Fig.9 Vânia Teixeira	Pág. 38
Fig.10 Vestido em elaboração	Pág. 42
Fig.11 Vestido para prova	Pág. 42
Fig.12 Vestido em elaboração	Pág. 42
Fig.13 Prova do vestido	Pág. 42
Fig.14 Vestido em elaboração	Pág. 42
Fig.15 Vestido em elaboração	Pág. 42

## **Introdução**

O presente projeto corresponde à última fase do Curso Profissional de Técnico de Turismo, a Prova de Aptidão Profissional tem como principal objetivo abranger todos os conhecimentos adquiridos ao longo dos três anos de formação.

Para tema foi escolhido “Criação de um evento e sensibilização para a reciclagem”. Esta escolha deveu-se a uma troca de ideias com a minha colega Laila Silva, com quem desenvolvi a parte prática. Chegamos à conclusão de que seria um tema criativo e com capacidade de produzir criações muito bonitas e interessantes com a simples reutilização de produtos.

Para dar corpo ao presente trabalho, foi necessário efetuar pesquisa de informação, em diversas fontes, recolha e tratamento de dados, que possibilitou efetuar a exposição teórica que este projeto engloba.

A Prova de Aptidão Profissional divide-se em dois capítulos. No primeiro capítulo foi desenvolvido o enquadramento teórico, ou seja, abordaram-se várias definições relacionadas com a criação de um evento, assim como uma breve descrição do que é a moda e a política dos 4r’s. No segundo capítulo apresenta-se o enquadramento prático.

Na conclusão apresentam-se algumas considerações finais sobre a conceção e elaboração do trabalho desenvolvido na Prova de Aptidão Profissional.

## I- Enquadramento teórico

### Eventos

#### 1- Conceito de evento

O dicionário de Língua Portuguesa define “Evento” como “acontecimento, ocorrência, sucesso”, ou seja, um facto que cause impacto e seja razão para a notícia.

“Um evento é um acontecimento criado com a finalidade específica de alterar a história da relação organização – público, em relação às necessidades observadas.” (Simões 1995, p.70).

Estes podem ser definidos segundo dois pontos de vista:

- **Ponto de vista do organizador:** evento especial é todo o evento excecional ou frequente que aconteça fora dos programas ou atividades normais do grupo patrocinador ou organizador;
- **Ponto de vista do consumidor:** evento especial é uma oportunidade para uma atividade social, cultural ou de lazer fora do âmbito normal de escolhas ou além da vivência quotidiana.

#### 2- Como se classificam os eventos?

**1º Por categoria:** institucionais e comerciais.

**2º Por área de interesse:** científicos; desportivos; políticos; empresariais; sociais; culturais; religiosos; turísticos; familiares.

**3º Por tipo:** congressos; seminários; torneios; passeios; inaugurações; feiras; aniversários; exposições; procissões; casamentos; outros.

**4º Segundo o objetivo, nº participantes e impacto:** mega eventos; eventos de marca; grandes eventos; eventos locais.

**5º Segundo o número de participantes:** pequeno evento (até 200 participantes); médio evento (entre 200 e 600 participantes); grande evento (mais de 600 participantes) e mega eventos (mais de 1 milhão de participantes - olimpíadas, campeonato mundial de futebol, etc.).

## **2.1- Também se classificam os eventos como:**

### **Micro evento**

O micro evento sustenta-se nesta classificação porque não exigindo nenhum recurso financeiro e logístico significativo (ou quando o exige é pouco significativo), é orientado para um público muito específico e o seu número de participantes não ultrapassa em muito as cem pessoas. Podemos apontar como exemplos de micro eventos, um jantar de curso, uma festa privada, um convívio de uma pequena associação, etc.

### **Pequeno evento**

No pequeno evento já existe a consideração de promoção de algo mais significativo para a organização ou o público aderente; não deixa, no entanto, de ainda manter uma certa especificidade do público-alvo, mas pode já incluir a participação de entidades ou promotores locais, assim como neste evento considera-se já a participação de uma fatia considerável de público exterior ao âmbito da organização. Aqui a participação pode variar entre as cem pessoas e as quinhentas. É exemplo deste evento, um congresso, um workshop, um seminário, etc..

### Médio evento

Neste evento verifica-se um maior empenho na sua divulgação, há também um maior investimento a nível logístico, devido à envergadura a suportar que já se torna considerável. Abrange uma maior diversificação de público. O número de participantes pode variar entre os quinhentos e os três mil. Constitui um bom exemplo uma exposição temática num pavilhão de exposições, um concerto de um grupo famoso, um desfile de rua, uma feira de negócios, etc.

### Grande evento

O conceito de grande evento é automaticamente sinónimo de “Acontecimento de impacto mundial que atrai milhões de pessoas e as maiores empresas do mundo como patrocinadores”.

É o caso o Campeonato do Mundo de Futebol e os Jogos Olímpicos, que têm associadas empresas como a *McDonald's*, a *Coca-Cola*, a *Hyundai*, e muitas outras, que obtêm ganhos de notoriedade à escala mundial. Assim, cada empresa procura associar a sua marca aos eventos mais apropriados.

## 3- Objetivos dos Eventos:

Qualquer evento, seja de natureza particular ou institucional, têm vários objetivos desde conviver, festejar, envolver, agradecer, formar, motivar, fidelizar, apresentar, etc.

► **No caso das organizações, têm como objetivo:**

- **Legitimação da imagem:** dar notoriedade, boa reputação e contributo positivo.
- **Incremento dos contactos e relações com o público-alvo:** fortalecer as ligações entre a organização e o seu público;
- **Identificação do papel social:** mostrar uma preocupação social ou defesa de causas sociais reforça a notoriedade e identificação com o público.

Prova de Aptidão Profissional

---

► **Os parceiros dos eventos e a organização anfitriã:**

- Os eventos são organizados por entidades governamentais, corporativas ou comunitárias.
- Os governos criam eventos por razões sociais, culturais, turísticas e económicas.
- As empresas promovem os eventos para melhorar a imagem, promover um produto ou aumentar as vendas.

#### **4- Tipos de eventos**

Os vários tipos de eventos podem ser classificados segundo vários critérios, tais como finalidade, intermitência, área de abrangência, âmbito, público-alvo ou nível de participação.

Hoje em dia é difícil um evento ser criado para melhorar a imagem de uma empresa. Mesmo quando o evento parece ser institucional, o aumento das vendas é sempre um objetivo a médio ou longo prazo, pois o crescimento da satisfação e fidelização dos clientes à empresa resultará num natural desenvolvimento das vendas.

No que se refere à zona de ação, os eventos podem ser considerados internos ou externos, os eventos internos realizam-se nas instalações da própria empresa e os eventos externos têm lugar em ambientes fora de sede da empresa, num espaço mais espaçoso.

Por mais que os eventos sejam uma das formas encontradas pelas empresas para falar com seus colaboradores internos, clientes e demais públicos, é necessário sempre tornar o evento um acontecimento especial, tanto para a empresa organizadora como para o participante.

► **Os vários tipos de eventos existentes detalhadamente:**

Os vários tipos de eventos existentes permitem fazer uma divisão mediante as suas características e particularidades. Por isso torna-se importante reconhecer

Prova de Aptidão Profissional

---

esta diversidade e tratar todos os eventos de acordo com as suas particularidades, uma vez que cada um tem as suas próprias características e necessidades. Nesse sentido podemos dividir os eventos em nove tipos:

→ **Culturais**

São todos os eventos que possuem uma relação com um tema ligado a alguma das artes (música, pintura, escultura, cinema, etc.).

- Festival de música
- Festival de teatro
- Festival de cinema
- Exposições de arte
- Lançamento de livros
- Festival de folclore

→ **Técnico-científicos**

Tratam de assuntos relacionados com áreas técnicas e específicas (medicina, engenharia, jornalismo, etc.).

- Congresso
- Conferência
- Convenção
- Fórum
- Seminário

→ **Desportivos**

Estão ligados à concentração de praticantes e participantes que se juntam à volta de uma qualquer modalidade desportiva (futebol, ténis, atletismo, etc.).

- Campeonato de futebol
- Combate de boxe
- Provas de atletismo
- Circuito de golfe

Prova de Aptidão Profissional

---

→ **Turísticos e de Lazer**

Encontram-se dentro deste tipo todos os eventos que agrupam pessoas no sentido de lhes proporcionar momentos lúdicos e descanso.

- Excursões
- Feira de campismo e lazer
- Programas de visita
- Feiras medievais / recriações históricas

→ **Religiosos**

São todos os eventos organizados em volta de uma temática religiosa (procissões, encontros evangélicos, etc.).

- Romarias
- Festas em honra de santos
- Missas
- Encontros em espaços religiosos

→ **Comerciais / Industriais**

São eventos que possuem um carácter promocional de um produto ou empresa, tendo também um objectivo de vender. (feiras, salões, mostras, etc.).

- Exposições
- *Stockmarkets* (roupa e acessórios de moda)
- Festivais gastronómicos
- Feira de indústria e comércio têxtil
- Feira de artesanato.

→ **Políticos**

Acabam por ser todos os eventos que são organizados à volta de uma temática política, e que envolvem a discussão de assuntos dessa natureza. Estes eventos

Prova de Aptidão Profissional

estão cada vez mais a ganhar importância na organização de eventos devido ao seu carácter influente na sociedade.

- Cimeiras
- Congressos partidários
- Debates
- Inaugurações

→ **Sociais**

São os eventos que possuem uma componente de socialização e confraternização.

- Baile de debutantes
- Cocktail
- Festas privadas
- Angariação de fundos

→ **Diversos**

Nesta categoria estão incluídos todos os eventos que, pelas suas características, não se podem incluir com exactidão em nenhuma das outras. Aqui podemos encontrar uma variedade de eventos que mediante a sua temática são tão diversos quanto o seu público-alvo.

- Jornada
- Follow-up
- Meeting
- Concurso

▶ **A comunidade anfitriã:**

Os eventos podem ser um bom meio da comunidade local ganhar notoriedade e identidade. Os organizadores devem consultar a comunidade no planeamento do seu evento tendo como objetivo a aceitação e cooperação desta.

Os *media* associam-se aos eventos por questões promocionais e criação e conteúdos.

O sector comunitário como os clubes e associações promovem os eventos para dar visibilidade e satisfazer diversos interesses e necessidades.

- ▶ **Meios de Comunicação Social:** parceiros essenciais, ajudam a promover o evento.
- ▶ **Equipa:** é um dos pontos mais importante, o seu desempenho pode criar o êxito ou fracasso do evento. É importante que todos os seus membros conheçam todo o evento.
- ▶ **Participantes e espectadores:** são os destinatários, a organização deve conhecer as suas expectativas, necessidades e preferências, deve fazer tudo para que aquele evento seja especial (deve tocar as emoções)

 **Fonte:** *Matéria fornecida, na disciplina de OTET, relativa a organização e gestão de eventos.*

## 4.1- Fases dos eventos

Todo o evento que se pretenda organizar deve seguir uma estratégia geral perfeitamente definida para que possa obter o sucesso desejado. É nesse sentido que qualquer evento deve atravessar quatro fases na sua organização, que são:

### ▶ Conceção

Nesta primeira fase vai determinar-se a criação da ideia subjacente a um evento que vai permitir definir um ponto de partida para o arranque de todo o processo organizacional. É também nesta fase que se irá fazer o reconhecimento das necessidades inerentes ao evento que se pretende realizar, assim como definir quais os objetivos que se pretendem alcançar e que público o evento irá servir.

Prova de Aptidão Profissional

---

É nesta fase que se conseguirá determinar a viabilidade, de acordo com vários aspetos e critérios, da realização do evento, assim como a sua sustentabilidade.

▶ **Pré-evento**

Na fase do pré-evento encontra-se a pedra basilar de qualquer organização, que é o planeamento do evento nos seus vários níveis: estratégico, específico, estrutural, administrativo e organizacional. Nesta fase define-se toda a preparação necessária para o início da organização do evento, tal como a análise situacional, opções estratégicas e coordenação executiva, o controlo financeiro, técnico, administrativo e social do evento.

▶ **Evento**

É nesta fase que se vai colocar em prática toda a fase de preparação e entra em funcionamento o planeamento definido na fase anterior. Todas as etapas fazem-se acompanhar de uma lista de verificação no sentido da sua completa execução.

▶ **Pós-evento**

Após o evento inicia-se a fase de desmontagem, avaliação, divulgação de resultados e encerramento.

Esta fase vai ter um papel muito importante na organização, uma vez que vai permitir determinar o sucesso ou o fracasso do evento, através da avaliação técnica e administrativa e, mais importante de tudo, da avaliação dos participantes. Esta fase possibilita assim a análise dos resultados obtidos colocando-os em confronto com os objetivos previamente definidos.

Os resultados obtidos pela avaliação final irão permitir a recolha de elementos para possibilitar um melhor planeamento e estruturação de futuros eventos, assim como a correção de possíveis falhas e prevenção de fatores imponderáveis.

## **4.2- Planeamento específico – As etapas do planeamento**

Dentro da diversidade e multiplicidade de considerações de diversos autores acerca das diferentes etapas de planeamento de um evento podemos estruturar dez etapas específicas no intuito de contemplar as diferentes tarefas a realizar dentro da organização de um evento. As etapas do planeamento são as seguintes:

- Definição do produto
- Definição do tema e marca
- Escolha do local
- Definição da data
- Identificação e análise dos participantes
- Definição de estratégias de comunicação
- Escolha de materiais e serviços
- Elaboração da programação
- Controlo administrativo e financeiro
- Encerramento

## **4.3- Fases do planeamento de eventos**

Quando se quer planear um evento, é necessário ter em atenção diversos pontos. A estratégia a seguir descrita diz respeito ao planeamento de um evento como uma feira, um congresso ou uma conferência.

### **► 1ª Fase – Definir os objetivos do evento**

Deve-se ter em conta o seu objetivo, conseguir defini-lo, torná-lo claro e preciso. Deve-se também, considerar a amplitude que se quer atingir. Os objetivos mais comuns na realização dos eventos são o lançamento de um novo produto, a apresentação institucional da empresa, a inauguração de uma campanha publicitária, entre outros.

▶ **2ª Fase – Verificar e analisar o orçamento disponível**

Antes de escolher as ações e estratégias para o evento, é necessário estabelecer um orçamento básico e conhecer o grau de flexibilidade. Desta forma será possível distribuir a verba entre as atividades escolhidas, da melhor maneira possível, para atingir os resultados esperados.

▶ **3ª Fase – Definir as estratégias para o evento e apresentar o plano**

Depois de se definir as finalidades e o orçamento, pode-se escolher a melhor estratégia a adotar para conseguir alcançar o objetivo dentro do *budget*. Essa medida será um fator fundamental na realização e no sucesso do evento.

▶ **4ª Fase – Definir o tema do evento**

Definir e divulgar o tema do evento é muito importante e deverá ser feito rápida e antecipadamente, já que são passos que terão impacto em todas as outras fases. Será com base no tema que se selecionarão os melhores sítios para a divulgação, a escolha do local, a execução dos convites, que se definirá o material de apoio, entre outras coisas. O tema principal deverá ser apresentado numa frase curta, objetiva e com grande impacto, mas que, ao mesmo tempo, sintetize todos os fins esperados com a realização do evento. Esta frase deverá ser facilmente compreendida por qualquer convidado.

▶ **5ª Fase – Definir o público-alvo do evento**

É necessário selecionar as empresas que serão convidadas a participar e todo o público-alvo que poderá participar no evento.

▶ **6ª Fase – Definir a data do evento**

A escolha da data para realizar o evento deve seguir alguns critérios que poderão ser decisivos para o sucesso. Primeiro, deve-se definir quais as melhores épocas para a empresa. Depois, será necessário verificar os calendários regionais, nacionais ou até o internacional, caso esteja previsto receber convidados

Prova de Aptidão Profissional

---

estrangeiros – feriados, datas comemorativas e eventos especiais programados que possam envolver o público-alvo. Dependendo do tipo e dos objetivos do evento, fazer coincidir a data da sua realização com um desses momentos comemorativos poderá favorecer ou prejudicar o comparecimento dos convidados e, conseqüentemente, o sucesso do evento.

► **7ª Fase – Escolher os horários do evento**

A escolha do horário está diretamente relacionada com o tipo de evento que será realizado. Se for um jantar será em horário noturno, se for um congresso ocupará um dia todo, e assim por diante. Os horários mencionados nos convites ou bilhetes devem prever eventuais atrasos, pelo que as atividades têm início meia hora mais tarde, relativamente à indicação constante nos convites.

► **8ª Fase – Selecionar o local do evento**

Para definir o local do evento é necessário ter em conta alguns critérios:

→ O local tem a cara do evento?

Criada a imagem do evento, já se sabe se o mesmo será mais formal ou descontraído, se ocorrerá durante a semana, ou no fim de semana; qual o seu público-alvo, entre outras características que formam o perfil do evento. Tomadas estas decisões, existem inúmeras possibilidades de locais compatíveis com o perfil do evento.

→ Tem infraestruturas adequadas?

Vários serviços e aspetos das infraestruturas devem ser analisados pessoalmente no local. Aí a organização deve certificar-se da observância de fatores essenciais:

- A existência ou não de um estacionamento privado;
- Uma receção eficiente e agradável, pois o início do evento deve ocorrer num espaço encantador. Caso o local não disponha de uma

receção própria, a organização terá de criar um local específico para o evento.

- Existência de equipamentos fundamentais na realização do evento deve ser determinante para a escolha do local. Por exemplo, equipamentos de som, retroprojektor, tela de projeção, *datashow*, microfones, leitor de DVD, sistema de iluminação adequado, entre outros.
- Existem hotéis, restaurantes, bares e outros locais que dispõem de vários ambientes ou salas para a realização de eventos. É importante analisar pessoalmente a opção fornecida pelo local, pois, se a sala for menor do que o necessário, os convidados podem sentir-se apertados, enquanto se for maior o evento parecerá um fracasso, devido à falta de ocupação do espaço.
- A qualidade dos restaurantes, do local e do atendimento prestado pelos empregados, o visual e a apresentação das mesas, o material utilizado para o serviço, a decoração, e, sobretudo, a qualidade da refeição são fatores de grande importância, sendo que a melhor maneira de verificar todos esses aspetos é ir ao local, provar a comida e analisar os serviços.
- A limpeza e boa conservação dos ambientes também têm de ser verificadas, com uma atenção especial às casas de banho.

→ O local é compatível com a disponibilidade financeira da empresa?

A viabilidade da realização do evento num determinado local dependerá do seu custo. Assim, terá de se analisar a relação custo/benefício das várias alternativas. Se grande parte da verba disponível for gasta com o local de realização do evento, pouco sobrar para outras atividades importantes. O ideal é ter no mínimo três opções que se enquadrem no perfil desejado. Existem vários locais para a realização de eventos, tais como hotéis, restaurantes e bares, salões, teatros, salas de espetáculos, ou a própria empresa. Independentemente do sítio

Prova de Aptidão Profissional

---

escolhido, deve-se verificar os acessos e o estacionamento, os serviços de qualidade oferecidos e a comodidade do local do evento.

▶ **9ª Fase – Escolher a disposição das salas ou dos ambientes**

No caso de eventos realizados em salas de hotéis ou em salas de espetáculos, poderá ter de escolher a disposição dos móveis e das pessoas na sala, o que dependerá do perfil do evento, do tamanho da sala, do número previsto de pessoas, dos objetivos a concretizar, entre outros aspetos.

→ Existem várias formas de acomodar os participantes:

- A disposição em U é muito utilizada quando se pretende promover um envolvimento direto de todos os convidados presentes, e não prejudica os oradores, caso usem equipamentos na sua apresentação.
- A disposição em quadrado também permite uma grande interação entre os participantes, é e muito utilizada quando a atividade principal do evento consiste numa discussão em conjunto.
- A disposição em T diferencia-se das anteriores, pelo facto de permitir uma separação mais clara entre os participantes, pois é possível os convidados mais importantes ou os oradores ficarem acomodados na parte de cima do T.
- A disposição em círculo não dá origem a que os participantes fiquem separados por nível hierárquico, facilitando ainda mais a integração entre o grupo.
- A disposição em auditório é muito utilizada quando o número de participantes é muito elevado e a interação entre eles não é importante. Como nesta disposição o orador tem um melhor controlo sobre a plateia, é um bom modelo para congressos ou outros eventos do género.
- A disposição em espinha de peixe garante uma certa interação e comunicação entre os participantes e o orador. Além disso, a visualização da parte frontal da sala também é melhor, devido à inclinação das mesas.

- A disposição em grupos, sendo menos comum, pode ser utilizada com sucesso quando se deseja que a solução de problemas ou desafios seja trabalhada por grupos.

▶ **10ª Fase – Vender quotas (= cotas) do evento**

As empresas que organizam eventos criam quotas de patrocínio para parceiros comerciais, tecnológicos ou para outras empresas que querem ganhar uma maior visibilidade no mercado e, em particular, junto do público-alvo do evento.

▶ **11ª Fase – Reunir os envolvidos**

Todos os procedimentos e ações a desenvolver deverão ser divulgados e discutidos com os funcionários da empresa e com os parceiros envolvidos de forma direta ou indireta no planeamento, execução e controlo do evento. Nesta reunião devem definir-se as responsabilidades e elaborar um cronograma de atividades.

▶ **12ª Fase – Contratar serviços de terceiros**

É imprescindível contratar os serviços de terceiros, que terão de estar de acordo com as necessidades específicas de cada evento. Este tipo de serviços pode ser muito variado:

- *Catering* – se não for possível contar com o próprio serviço do local escolhido para o evento, será necessário contratar uma empresa especializada. Para isso, o primeiro passo é decidir qual o tipo de refeições que se pretende servir durante o evento, pois poderá ser necessária a contratação para apenas um almoço, ou para um almoço e dois *coffee-breaks*, por exemplo.
- Equipamento – para escolher os mais adequados às necessidades da empresa, é necessário conhecer os vários tipos de equipamentos disponíveis no mercado. Os mais utilizados são o retroprojetor, o equipamento de som, o *datashow* e o leitor de DVD.

Prova de Aptidão Profissional

---

- Rececionistas – estes profissionais podem desempenhar várias funções no local. Uma delas é através da participação ativa na condução da palestra criando a interação entre os oradores e os convidados, tendo a responsabilidade sobre a transmissão de perguntas, dúvidas, críticas ou sugestões levantadas pelo público. Outra função que poderá desempenhar será o atendimento das necessidades da mesa de oradores, tais como troca de equipamentos, fornecer e reabastecer garrafas de água, entre outros.
- Transporte – dependendo do tamanho e da qualidade de equipamentos que deverão ser utilizados durante o evento, poderá ser necessário contratar uma empresa de transportes. Para além do transporte de equipamento, poderá ser necessário deslocar os convidados que se encontrem distantes do local do evento. Neste caso, aluga-se um autocarro para o transporte.
- Serviço de fotografia e filmagem – ter o evento registado em fotografia ou vídeo é do interesse da empresa. Esse serviço pode ser executado por um colaborador da empresa ou por uma empresa especial.
- Decoração – a decoração do ambiente do evento fica, de um modo geral, à responsabilidade do próprio local onde se realiza. No entanto, pode ser necessário contratar uma empresa especializada, caso a qualidade da decoração seja considerada abaixo do pretendido.

### ▶ 13ª Fase – Elaborar o programa e o conteúdo do evento

Com base no tema do evento, deve-se definir o programa geral, incluindo horários, duração e conteúdos das palestras, refeições, espetáculos e outras atividades a realizar durante o evento. No programa do evento devem constar:

- Dias em que se realizará o evento, horários de início e fim, tema principal;
- Horário de início e fim de cada atividade;
- Oradores e pequeno histórico profissional de cada um;
- Resumo de cada palestra;
- Locais onde se realizará a atividade;
- Horários e locais das refeições;

Prova de Aptidão Profissional

---

- Promoções que serão realizadas durante o evento;
- Informações sobre o transporte dos convidados;
- Valor a ser pago pelo participante (quando o evento é pago);
- Condições e formas de pagamento.

O programa do evento pode ser apresentado como parte integrante do convite, em separado ou entregue aos convidados na abertura do evento.

#### ▶ 14ª Fase – Elaborar e enviar convites

É importante criar um convite tão atraente que crie uma grande expectativa em relação ao evento. O convite deverá conter as seguintes informações:

- Data, horário e local do evento;
- Tema do evento;
- Logótipo da empresa que organiza o evento;
- Principais assuntos tratados no evento;
- Contactos para confirmação da presença;
- Se a apresentação do convite for obrigatória para a entrada no evento, essa informação deverá constar no convite;

#### ▶ 15ª Fase – Desenvolver material promocional

Além dos folhetos institucionais e de produtos ou serviços da empresa, existem várias possibilidades de materiais promocionais de apoio ao evento. Independentemente do que for escolhido, todos devem seguir o padrão visual do evento.

Alguns materiais promocionais e de sinalização utilizados em determinados eventos, como por exemplo, congressos, são:

- Crachá, para uma mais fácil identificação do *staff* e dos intervenientes no evento.
- A identificação nas mesas do evento, para fixar os participantes a um lugar pré-definido, recomenda-se também elaborar um pequeno *display* para auxiliar os convidados a encontrar facilmente o seu lugar.

Prova de Aptidão Profissional

---

- *Kit* de palestra – *kit* composto por pasta com um bloco de notas, caneta, cópia das palestras (opcional), folhetos de produtos, cartão-de-visita dos oradores ou do responsável comercial da empresa. Todos os itens do *kit* terão o logótipo da empresa e/ou o tema do evento.
- Menu – se, durante o evento, forem servidas refeições com um menu previamente definido, este pode colocar-se no centro de cada mesa, ou juntamente com o *kit*.
- Brindes – para participação no evento, como exemplo, *t-shirts* e bonés ou para levar como recordação, por exemplo, porta-chaves, magnéticos, ratos de PC, etc.

#### ► 16ª Fase – Definir concursos e atrações

Como os eventos são por vezes cansativos e prolongados, devem ter momentos de pausa, mais descontraídos, para além da parte técnica e formal. Podem então, planear-se uma série de atrações e concursos a realizar. Também é possível contratar-se grupos de teatro, de espetáculos ou mesmo musicais, que proporcionem um entretenimento adequado às características dos convidados e ao tema do evento.

#### ► 17ª Fase – Definir mecanismos para a divulgação do evento

Se o público-alvo do evento for abrangente, a empresa pode não querer limitar-se ao envio de convites. Caso haja possibilidade, as empresas devem recorrer a outros meios de divulgação do evento, tais como a imprensa, a televisão, a rádio e os outdoors (cartazes de divulgação, fitas por cima das estradas). A maioria das empresas utiliza esta divulgação quando a participação no evento é cobrada, pois, nestas circunstâncias, é desejável uma mais visível exposição no mercado.

#### ► 18ª Fase – Contratar assessoria de imprensa

Prova de Aptidão Profissional

---

O trabalho de assessoria de imprensa tem basicamente duas finalidades:

- Divulgar o evento nos *media*, garantindo assim maior visibilidade na imprensa;
- Convidar e garantir que os jornalistas representantes dos principais meios de comunicação participem no evento.

▶ **19ª Fase – Preparar o sistema de registo de visitantes**

Nos casos em que os convites são enviados para um público-alvo definido e selecionado pela empresa, é possível utilizar a lista de confirmações e a relação das presenças durante o evento como um registo de visitantes. Se o evento tiver a participação de empresas ou de pessoas, cujos dados não sejam completamente conhecidos, para inserção na base de dados da empresa, pode-se tentar obtê-los através do preenchimento de uma ficha pelos convidados, no próprio evento, ou do uso do livro de presenças.

▶ **20ª Fase – Verificar o investimento total previsto para o evento**

Após a definição de todas as atividades do evento, deve-se elaborar um novo orçamento mais preciso, comparando-o com o preestabelecido pela empresa, e proceder a ajustes, caso haja uma grande discrepância entre os dois.

▶ **21ª Fase – Preparar formulários de controlo**

Para acompanhar a implementação do evento, verificando se o que foi planeado está a decorrer como previsto, dentro dos prazos estabelecidos e conforme o acordado, é necessário elaborar formulários de controlo antes do início do evento, os quais serão utilizados durante a sua realização, e servirão também para avaliar os resultados atingidos no final do evento.

▶ **22ª Fase – Preparar questionários de avaliação**

Para facilitar a avaliação dos resultados do evento, é conveniente dispor de questionários preparados para essa finalidade. Estes questionários devem estar prontos no início do evento, para que possam ser preenchidos durante a realização do mesmo, por todos os convidados e funcionários da empresa.

**5- Para a realização de eventos é necessário ter em conta que esta atividade tem sido objeto de modificações consoante a sua evolução. Sendo assim, e segundo a experiência de vários especialistas da área, evento significa:**

- Ação do profissional mediante pesquisa, planeamento, organização, coordenação, controle e implementação do projeto, visando atingir o seu público-alvo com medidas concretas e resultados projetados.
- Soma de ações previamente planeadas com objetivo de alcançar resultados definidos perante o público-alvo.
- Conjunto de atividades profissionais desenvolvidas com o objetivo de alcançar o seu público-alvo com o lançamento de produtos, apresentação de uma pessoa, empresa ou entidade, visando estabelecer o seu conceito ou recuperar a sua imagem.
- Realização de um ato comemorativo, com a finalidade comercial ou não, visando apresentar, conquistar ou recuperar o seu público-alvo.

► O Evento permite ao patrocínio:

- Atingir o público-alvo desejado, uma vez que é possível criar ações dirigidas ao target antes, durante e depois do evento;
- Divulgar a marca, através da associação ao evento, reforçando o seu posicionamento e imagem;
- Promover os seus produtos, através da distribuição de amostras grátis durante o evento ou de testes de uso do produto com o público do evento;
- Potencializar as vendas, uma vez que é possível estar junto aos clientes potenciais;
- Contribuir para a expansão e conquista de mercados;

Prova de Aptidão Profissional

**5.1 É indispensável pensar no evento como um acontecimento que terá de gerar benefícios a todas as partes, sendo que o seu valor económico é diretamente proporcional à sua dimensão.**

**O evento surge, então, no centro do triângulo, cujos vértices interdependentes, em que cada um atua sobre os outros, se organizam em:**

- Turismo de Eventos, no qual se incluem as viagens, a hospedagem em hotéis, o consumo em restaurantes ou bares;
- Comércio de Eventos, que compreende a venda de bilhetes ou a venda de *merchandising* do evento;
- Indústria do Entretenimento, pois os eventos devem conter actividades de entretenimento;

## **6- Moda**

**Moda** é a tendência da atualidade. A palavra moda significa costume e provém do latim *modus*. É composta de diversos estilos que podem ter sido influenciados sob vários aspetos. Acompanha o vestuário e o tempo, que se integra ao simples uso das roupas no dia-a-dia. É uma forma passageira e facilmente mutável de se comportar e sobretudo de se vestir ou pentear.

Fonte: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Moda>

### **6.1- A Moda e o Turismo:**

São consideradas como as principais cidades da moda Milão (Itália), Paris (França) e Nova Iorque (E.U.A).

#### **► Milão:**

Milão, a segunda maior e mais moderna cidade da Itália, é simplesmente uma cidade fascinante. Em Milão entretecem-se o trepidante fragor de uma cidade industrial e o charme daquela que pode ser considerada a capital mundial da moda

Prova de Aptidão Profissional

---

e do *design* e, por essa razão, uma verdadeira referência para os amantes da arte de fazer compras. Contudo, é impossível deixar de lado uma longa história que se reflete na sua arquitetura, feita de grandes monumentos, entre eles a igreja gótica mais antiga do país e excelentes museus. Multifacetada, oferece, também, uma agitada vida noturna.

Milão é uma das “Mecas” da moda. A comprová-lo estão as prestigiosas Boutiques dos mais conhecidos criadores de moda internacionais, que se concentram em torno do *Quadrilatero*, que inclui ruas como a *Via Montenapoleone*, *Via della Spiga*, *Via Sant'Andrea*, *Via Manzoni*, *Via Borgospesso* e *Via Santo Spirito*.

Fonte: <http://www.geostar.pt/destinos/italia/milao/704>

#### ► Paris:

Paris é, talvez, a mais glamorosa e cativante capital europeia. É uma cidade verdadeiramente cosmopolita, onde a atmosfera sonolenta de *Montmartre* contrasta com a moderna arquitetura de La Defense e a multiplicidade de mercados e pequenas lojas rivaliza com o cosmopolitismo das *boutiques* dos mais famosos estilistas do mundo. Mas a Cidade das Luzes encanta, também, pela sua história, beleza da arquitetura, fantásticos museus, pelas suas imensas avenidas e encantadores jardins, pela sua rica vida cultural.

De todas as cidades europeias, apenas Milão se consegue equiparar às compras de Paris. As lojas chiques concentram-se na *Avenue Montaigne*, *Rue du Faubourg-St-Honoré* e *Place des Victoires*. Em torno da *Place Vendôme* existem numerosas joalherias. Armazéns conhecidos como *Au Bon Marché*, *Au Printemps*, *Galeries Lafayette*, *La Samaritaine* e *Marks & Spencer* completam o quadro.

Fonte: <http://www.geostar.pt/destinos/franca/paris/128>

#### ► Nova Iorque:

Nova Iorque é uma cidade inesquecível. Verdadeiro ícone dos Estados Unidos, esta cidade representa o sonho americano. A estátua da Liberdade, os

Prova de Aptidão Profissional

enormes arranha-céus, a *Broadway*, simboliza valores que geralmente associam a esta nação: liberdade, sucesso, desenvolvimento e espetáculo! É na ilha de Manhattan que se concentram a maioria dos locais míticos de Nova Iorque e é lá que grande parte dos visitantes passa a maioria do seu tempo.

Ir a Nova Iorque é, necessariamente, sinónimo de ir às compras. Uma ida às compras em Nova Iorque não fica completa se não entrar num dos célebres armazéns como o *Macy's* (151 West 34th St.), o maior armazém do mundo, o *Bloomingdale's*, o *Saks Fifth Avenue*, o *Bergdorf Goodman* e o *Barneys New York* (660 Madison Ave.). Muitas das marcas prestigiadas podem ser adquiridas a preços mais acessíveis (por serem de coleções mais antigas) nos *outlet malls*, fora de Manhattan, em New Jersey e Long Island. É necessário pagar taxas sobre o valor das compras.

Fonte: <http://www.geostar.pt/destinos/estados-unidos-da-america/nova-iorque/435>

## 6.2- A Moda relacionada com diferentes sectores

### ► Moda e Cultura

Um Desfile de Moda é uma das formas de proliferação das psicotecnologias citadas por Kerckhove, “inventadas na junção entre a invenção humana, o apoio institucional e a necessidade básica”, o vestir.

*“A moda consumada vive de paradoxos: a sua inconsciência favorece a consciência; as suas loucuras o espírito de tolerância; o seu mimetismo, o individualismo; a sua frivolidade, o respeito pelos direitos do homem”.* (Lipovetsky, p. 19)

Segundo Cleide Riva Campelo no livro Caleidoscópios a moda é um *media* secundário, que engloba tudo o que é colocado sobre o corpo: ornamentos, pinturas corporais, tatuagens, complementos – o sistema da moda. Este *media* secundário amplia a mensagem do *media* primário, o corpo, e está ao mesmo tempo sujeita a ele. Sabe-se que um “Desfile de Moda” promove a universalização do corpo, afastando-o de limites físicos. As imagens corporais apresentadas são sustentadas pela tecnologia e constroem narrativas sobre o corpo para estabelecer significações que estejam de acordo com a cultura. A organização dos lounges e dos próprios desfiles são organizados nesses segmentos de mercado (público alvo).

Dentro desses segmentos, a imagem corporal, a estrutura do corpo vestido é manipulada, evidenciando partes mais atraentes do mesmo, eleitas segundo valores estéticos daquele momento. Nesse contexto o que importa é o conceito da marca, que desencadeia um campo de relações e conexões sociais.

### ► Moda e Tecnologia

O uso constante de aparatos tecnológicos teve grande influência na mudança de comportamento dos indivíduos. A facilidade de utilização e a rapidez das informações na internet permitem que os usuários administrem de forma diferente

suas relações pessoais, sociais, de aprendizagem e de trabalho. Os ambientes interativos propiciaram novas situações que transformaram as possibilidades de participação, interferência e expressão dos usuários. A relação existente entre usuário/informação/suporte passou a desenvolver-se nesses ambientes, permitindo a participação em eventos, experiências de presença e ação à distância.

De acordo com McLuhan “*Quando a informação se move a uma velocidade elétrica, o mundo das tendências e dos rumores torna-se o mundo real*”. Marshall McLuhan (Kerckhove, p.179).

Neste contexto, a tecnologia tem o papel de criar a magia, criar o espetáculo fora das passarelas, da mesma forma que um ritual. As representações desse ritual, dos bastidores do evento podem ser consideradas como espetáculo, de acordo com *Guy Debord* que considera a vida das sociedades como uma imensa acumulação de espetáculos, em que o que se vive torna-se uma representação. É no espetáculo que se encontram o olhar iludido e a falsa consciência. O autor explica que o espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediada pelas imagens e constitui o modelo atual da vida dominante na sociedade.

O suporte tecnológico utilizado em eventos é a magia que cria as representações do mundo (no caso do mundo da moda), colaborando para aumentar e modificar as possibilidades de criação, aprendizagem e experiência dos espectadores.

É este aparato tecnológico e mágico que Cleide Riva Campelo descreve como *media* terciário, responsável pela divulgação das imagens corporais modificadas — a televisão, o cinema, as revistas, o rádio, a internet, o desfile, etc. Esse *media* terciário é responsável pela aceitação / rejeição social da imagem corporal ornamentada. (Campelo, 1996:10). Esse *media* é responsável pela aura dos desfiles, pela moda espetacular, que passa a ser mistificada, repetida, reencenada, reproduzida.

## ► Moda, Interconectividade e a Questão da Coautoria

Prova de Aptidão Profissional

---

A Estética da Comunicação foi estabelecida na década de 80 por Mário Costa e Fred Forest. Este conceito remete á comunicação em massa, mas funciona também ao estudar-se as possibilidades de interação e feedback oferecidas pelas redes de telecomunicações. Para estes teóricos, a arte produzida por dispositivos mediáticos nega a primazia da obra de arte acabada e instaura uma estética do evento, onde a obra é uma constante abertura.

*Edmond Couchot em "A Arte pode ainda ser um relógio que adianta? O autor, a obra e o tempo real", faz colocações quanto à interatividade, afirmando que "... depois da primeira metade do século, manifestou-se (...) uma corrente de ideias que tentou introduzir uma relação mais imediata entre a arte e seu público. O seu objetivo era fazer o espectador participar na própria elaboração das obras de arte".*

É interessante perceber, de forma cada vez mais constante a preocupação com espaços destinados a instalações, interações e performances de arte tecnológica nos eventos de moda. A preocupação em reunir os observadores em cenários em que o seu papel passivo seja reduzido. É uma tentativa de reafirmar que, como a arte, a moda não é fechada, mas processual, e pode se desenvolver a partir de dispositivos interativos.

Como mecanismo de cultura de massas (Kerckhove), o Desfile de Moda está mais e mais se direcionando para dentro do recetor e ao mesmo tempo vem criando uma interface com ele – permitindo interpretações pessoais ainda que limitadas. Nesse ponto a questão da autoria de uma obra, de uma criação de moda, torna-se mais complicada para analisar. Nestes ambientes não é possível estabelecer um total controlo sobre como o espectador vai entender a roupa. Mesmo no desfile convencional, realizado em passarelas, as ideias dos estilistas são previstas, mas não estão circunscritas a uma só interpretação – a roupa é uma linguagem co-autora do processo. Sabe-se que o Desfile de Moda é apresentado para um público restrito de profissionais, compradores e convidados.

A questão da busca frenética pela inovação na moda, assim como na arte, acaba por permitir a descentralização da criação pelo autor, permite a interferência

Prova de Aptidão Profissional

---

de outros olhares e interpretações. A tecnologia é o meio que retira ao autor a responsabilidade, a individualidade e o papel único. É ténue a linha entre quem é o autor no Desfile de Moda.

Fonte: [http://www.utp.br/eletras/ea/eletras10/texto/Artigo10\\_6.doc](http://www.utp.br/eletras/ea/eletras10/texto/Artigo10_6.doc)

## 7- Política dos quatro R'S (Reciclar, Reduzir, Reutilizar e Restaurar)

### ▶ A política dos 4 R's

Para além de assentar numa série de ações de proteção do meio ambiente, constitui-se como elemento essencial no que à prevenção diz respeito.

### ▶ Reduzir

A quantidade e/ou perigosidade dos resíduos, no local onde são gerados, antes de entrarem no circuito de recolha. Isso implica, como a própria palavra indica, reduzir a quantidade de resíduos que produzimos, tentando adquirir só o necessário. Repensar e reflectir o efectivo uso dos materiais que adquirimos no dia-a-dia.

### ▶ Como reduzir:

- utilizando as duas faces de uma folha de papel, evita gastos desnecessários;
- beber água da torneira evita embalagens;
- comprar um garrafão de água, substitui muitas garrafas;
- optar por guardanapos de pano e detrimento dos guardanapos de papel, entre muitos outros exemplos.

### ▶ Reutilizar

Pode ser definido como a reintrodução do objeto em uso sem alterações, de forma a evitar a produção de resíduos. Dar novos usos a materiais já utilizados.

### ▶ Como reutilizar:

- Utilizar os sacos de plásticos mais que uma vez;
- Optar por recargas de champôs, ou sabonetes líquidos, permitindo o uso da embalagem original por muito mais tempo;
- Aproveitar embalagens plásticas de gelado para guardar objetos, entre outros.

### ▶ Reciclar

Significa reaproveitar como matéria-prima materiais já usados para o fabrico de produtos novos, isto é, transformar os materiais que já foram utilizados em novos materiais úteis que podem integrar novamente os circuitos de consumo. Para tal, deve todo o consumidor proceder à separação dos materiais em casa, depositando posteriormente nos ecopontos, ou no Ecocentro, e ainda aproveitando o novo sistema de recolha seletiva porta a porta disponibilizado pelo seu Município.



Fig.1 logotipo das políticas dos 4 R's

► **Restaurar**

Consiste na recuperação dos materiais para a produção de energia eléctrica. Trata-se de aproveitar o potencial energético da matéria em substituição de combustíveis fósseis. Neste processo entram essencialmente os resíduos orgânicos que não são passíveis de serem reciclados, assim como os refugos da triagem e da compostagem ou os materiais depositados de forma indiferenciada. A recuperação permite ainda reduzir o peso e o volume dos resíduos a enviar para destino final, ou seja, para aterro sanitário e introduzir no setor da construção um material inerte que resulta do processo.

Fonte: <http://valorism.pt/Educa%C3%A7%C3%A3oAmbiental/tabid/56/aid/3/language/en-US/Default.aspx>

## II- Enquadramento Prático

Nesta parte apresentarei de forma detalhada todos os passos que segui para a preparação deste evento.

Este projeto consiste na preparação de um desfile de moda aliado à reciclagem, pois é importante preservarmos o nosso mundo, como também é importante atingir essencialmente os mais novos, pois são aqueles que poderão ajudar tanto os idosos, como as crianças a reciclar, a reduzir, a reutilizar e a restaurar.

Este evento é composto por três partes, a parte do desfile da qual eu sou responsável, as partes da divulgação e da feira de peças em 2ª mão que é da responsabilidade da minha colega e a elaboração dos vestidos/peças de roupa será da minha responsabilidade também.

Será minha responsabilidade a criação e preparação do desfile de moda, nomeadamente, que modelo de roupa será feito (*anexo A*) e o que é preciso para fazer um evento.

Iremos também afixar cartazes na escola para anunciar o nosso evento (*anexo B*), e teremos também um convite a cada júri e pôr um convite a entrada para quem quiser assistir (*anexo C*).

Também durante o intervalo a minha colega irá realizar uma feira de peças em 2ª mão para sensibilizar a pessoas reutilizarem o vestuário, acessórios, e todos os bens quem queiram oferecer, assim é também uma maneira não só de reutilizar e serem mais baratos para outras pessoas e de fazer feliz outras pessoas com peças que já não estavam em uso, como assim também estarão ocupados o intervalo.

### **1- Dia do desfile**

O evento realizar-se-á no dia 28 de Agosto de 2013, sendo que no entanto, em antes deverei fazer uma amostra do evento no dia da apresentação da nossa PAP, com quatro modelos da nossa escola, não só para ver se corre bem, como também para lhes realizar esse desejo de elas quererem participar e entrar um bocadinho no mundo da moda e no mundo dos famosos, mas antes tiveram que recorrer a um casting onde só quatro pessoas passariam, no entanto passaram quatro meninas que são elas: Sara Leite, Elisabete Pereira, Tânia Costa, Vânia Teixeira.

### **2- Escolha do local**

O evento realizar-se-á no auditório da Escola Profissional de Fermil de Basto. O motivo da escolha deste local para a realização do evento deve-se à importância que a PAP tem.

### **3- Modelos**

Comecei então por fazer uma pesquisa dos modelos a contratar e optei por contactar quatro modelos profissionais, (*anexo D*) de forma a cativar um maior número de espectadores para este evento, mas também optei por modelos da escola fazendo-lhes um casting onde só quatro passaram e onde serão só raparigas.

Dos quatro modelos profissionais que irão desfilarem serão dois modelos femininos e dois masculinos, que é essencialmente para agradar a todo o público.

Os quatro modelos profissionais serão: João Correia, Luís Borges, Rita Pereira e Sara Sampaio.

**Masculinos:**



Fig.1 - João Correia



Fig.2 - Luís Borges

**Femininos:**



Fig.3 -Sara Sampaio



Fig.4 - Rita Pereira

**4- E os quatro modelos da Escola Profissional de Fermil, Celorico de Basto que passaram no casting foram a Sara Leite, a Tânia Costa, Elisabete Pereira, Vânia Teixeira.**

Os modelos seleccionados foram os seguintes:



Fig. 5 Sara Leite



Fig.6 Elisabete Pereira



Fig.7 Tânia Costa

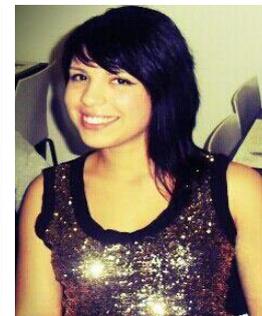


Fig.8 Vânia Teixeira

### 5- Programação

A organização deste evento concentra-se principalmente na sensibilização para a reciclagem.

O evento realizar-se-á no dia 28 de Agosto sendo que teremos uma amostra no dia da nossa PAP, teremos também como júris a Diretora de Curso, Sandra Teixeira, a Professora Sofia Carvalho, o Diretor da escola, Eng.º Fernando Fevereiro e a Diretora de Turma Manuela Batista, também gostaríamos muito de ter como júri a Assistente Operacional, Dona Margarida pois ela é realmente muito preocupada com o ambiente, incentivando os alunos a reciclar e a ter uma preocupação ambiental.

Cada modelo terá três minutos para desfilar enquanto eu e a minha colega Laila Silva descreveremos ao pormenor o que cada modelo irá vestir (ex.: quantos jornais e quantos metros de plástico se gastaram etc.)

### 6- Serviço de Fotografia e Filmagem

Para as filmagens e fotografias deste evento contactei dois fotógrafos, um de Celorico e um de Mondim de Basto. Contactei o *Silva Andrade* em Celorico e o *Foto Palmeira Estúdios* em Mondim, mas só obtive resposta do Silva Andrade

(*anexo E*). Sobre este fotógrafo posso dizer que conheço o seu trabalho e o considero fabuloso.

O orçamento dado pelo fotógrafo para o trabalho que inclui filme e fotografias, estipulou o valor de 300€.

## **7- Estruturas e equipamentos**

Os equipamentos que serão necessários são: o auditório porque que será o espaço da realização do desfile e o materiais recicláveis que serão esses materiais que vão ser feitos os vestidos, as cadeiras, a passadeira vermelha, o som, as luzes para dar animação a festa, etc.

## **8- Segurança**

Os parâmetros de segurança serão assegurados pelo meu primo Jorge Carvalho, que tem o curso de segurança, e que se disponibilizou para me ajudar trazendo um colega, sendo isso gratuitamente.

## **9- Gestão de recursos**

### **9.1- Recursos financeiros**

Quase todos os materiais e serviços que nós vamos adquirir serão gratuitos pois vamos reutilizar para fazer as peças de roupa, e em termos de segurança será o meu primo e um colega a fazê-lo. Como as modelos profissionais não responderam ao nosso pedido de informação, não teremos custos uma vez que vamos recorrer a alunas da escola, que farão o desfile de forma gratuita. Teremos um gasto de 20€ nos ramos de flores que lhes vamos oferecer. O fotógrafo teria o custo de 300€. A entrada para o desfile terá o custo de 7€, podendo os participantes substituir o pagamento por plástico ou peças de roupa para reutilizar, pois o nosso papel é no fundo, sensibilizar as pessoas para a reciclagem, para a redução e reutilização. O nosso mundo depende de nós.

Prova de Aptidão Profissional

---

## **9.2- Recursos humanos**

Em relação aos recursos humanos necessários, serão as modelos para desfilarem com os nossos vestidos.

### **a) Pessoa que vai vestir os modelos:**

Será um elemento da organização que ficará com eles o tempo todo para nada falhar e para o evento não se atrasar.

### **b) Criador dos vestidos:**

A criação dos vestidos será feita por mim.

### **c) Maquilhadoras:**

Sandra da Costa tem o curso de maquilhadora e é familiar da minha colega Laila Silva pelo que não terá custos

### **d) Cabeleireira:**

Serei eu, pois nos meus tempos livres trabalho nessa área e adoro o que faço.

### **e) Som:**

*Dj Arnette* virá gratuitamente pois dará a conhecer o seu trabalho neste Evento.

**f) Música:**

A música principal que será de fundo será do *Tiko's Groove Feat Gosha – "I Don't Know What To Do"*. Fiz esta escolha não só porque gosto, mas também porque acho que é uma música adequada ao momento. As restantes músicas serão dentro do mesmo género.

**g) Organização**

Eu e a minha colega de projeto, Laila Silva ficaremos responsáveis pela supervisão do evento e trataremos de providenciar algumas questões de última hora e resolver algum contratempo que possa surgir.

**h) Vestuário para os apresentadores**

Para vestir os apresentadores solicitei a colaboração da Loja *As Traquinas*. Os apresentadores irão vestir três trajes diferentes, todos eles com estilos da atualidade.

**i) Bilheteira**

Na bilheteira ficará o meu colega Sérgio Oliveira que se disponibilizou gratuitamente.

**j) Certificados de Participação**

A entrega dos certificados será feita por mim e pela minha colega. (*anexo F*).

**k) Apresentadores**

Os apresentadores serão a minha colega Jéssica Gomes e o meu colega Miguel Gonçalves.

## **l) Segurança**

Como já referi anteriormente a segurança será feita por um familiar, profissional da área e pelo seu colega.

### **9.3- Recursos logísticos**

A gestão dos recursos logísticos e materiais, será realizada por nós que recai também a responsabilidade do auditório naquele momento e a correta reposição dos materiais pré-existentes.

Quanto às quatro modelos da escola, como elas se disponibilizaram para participar gratuitamente, receberão como brinde um ramo de rosas por todo o esforço que elas fizeram para a minha realização da PAP.

### **9.4- Recursos legais e de risco**

Neste caso será apenas preciso a autorização do Diretor da Escola e os restantes júris.

## **10- Seleção das peças a desfilar**

Como já indiquei anteriormente, o desfile apresentará uma forte sensibilização para a reciclagem. Para isso realizei uma pesquisa através de diversos *sites* da Internet, de como fazer o vestuário. Escolherei quatro vestidos para as modelos da nossa escola, seis vestidos para as outras modelos e seis para os modelos profissionais.

A elaboração dos vestidos foi da minha responsabilidade como pode ser visto nas imagens a seguir:



Fig.9 Vestido em elaboração



Fig. 10 Vestido para prova



Fig.11 Vestido em elaboração



Fig.12 Prova do vestido



Fig.13 Vestido em elaboração



Fig.14 Vestido em elaboração

## 11- Regulamento para o público

Embora exigente é aconselhável ter este tipo de regras para não haver confusões logo mesmo antes de o desfile começar, no entanto as regras são as seguintes:

Prova de Aptidão Profissional

1. Não sentar no chão: É uma questão de segurança, as passagens têm que estar livres;
2. Telemóveis desligados;
3. Proibido fumar;
3. Não é permitido gritos: é preciso conter excessos porque para além de desconcentrarem os modelos ou de os por nervosos pode sempre pôr em risco os nossos trabalhos;
4. Não sentar fora do lugar: Alguns convidados mais espertos sentam-se em cadeiras melhor posicionadas em vez de ficarem em seus próprios lugares.
5. Ter convite é o mínimo para assistir a um desfile: É isso que a organização pretende fazer;
6. Aplausos: Mesmo que não se goste dos vestidos e o desfile não ser aquilo que o público espera ou até mesmo do tema de PAP é sempre bom para quem desfila e para quem apresenta o tema ouvir e ver os aplausos dos seus convidados;
7. O não cumprimento do respetivo Regulamento, implica que o participante seja convidado a sair do desfile.

## **12- Regulamento Interno**

- 1- Não é permitido uso de roupa “normal” aos modelos;
- 2- Só é permitido produtos recicláveis como jornais, papeis, vidro, e plástico;
- 3- Não é permitido lixo comum como lenço de papel, etc.;
- 4- Não é permitido uso de pilhas;
- 5- Cada modelo só têm 3 minutos para desfilar passando 3 vezes;
- 6- Os modelos serão maquilhadas nos bastidores por elementos da organização;
- 7- Os modelos serão penteados 2 horas antes do desfile começar por elementos da organização;
- 8- Só é permitido o uso de sapatos pretos.

<b>MODELO DE CRONOGRAMA</b>					
Evento	Criação “ <i>Criação de um Evento e sensibilização para a reciclagem</i> ”				
Cliente	Escola da EPF.CB				
Local	Auditório da EPF.CB				
Data		Horário			
Profissional Responsável	Laila Silva e Andreia Carvalho				
<b>ATIVIDADES</b>	<b>Data de início</b>	<b>Data limite</b>	<b>Data final</b>	<b>Responsável</b>	<b>Observações</b>
1. Planeamento					
2. Programação Visual					
3. Divulgação					
4. Mailing List					
5. Organização					
6. Instalações Físicas					
7. Recursos financeiros					
8. Rec. audiovisuais e equipamentos					
9. Avaliação					

Prova de Aptidão Profissional

## MODELO DE QUESTIONÁRIO DE AVALIAÇÃO

1. Como qualifica o evento quanto a:

a) Programação

	Muito Bom	Bom	Razoável	Mau
Temas/Assunto				
Conferências				
Trabalhos apresentados				
Projetos				
Debates				
Carga Horária				

b) Organização

	Muito Bom	Bom	Razoável	Mau
Secretaria				
Coffee Break				
Instalações				
Sinalização de acesso				

Prova de Aptidão Profissional

Informações				
Material oferecido				
Pontualidade				
Recepção				
Equipamentos				

c) Serviços

	Muito Bom	Bom	Razoável	Mau
Transporte de acesso à cidade				
Hotéis				
Alimentação				
Entretenimento				
Transportes urbanos				
Segurança				
Limpeza pública				
Estacionamento				
Informações Turísticas				

Prova de Aptidão Profissional

2. Na sua opinião:

a) O que foi melhor no evento?

\_\_\_\_\_

b) O que foi pior no evento?

\_\_\_\_\_

3. Como teve conhecimento do evento?

- Folheto \_\_\_\_\_
- Cartaz
- Marketing directo
- Televisão. Qual a emissora?
- Jornal. Qual?
- Revista. Qual?
- Rádio. Qual?
- Indicação de amigos ou familiares
- Outros. Qual?

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

a) Tema

b) Palestrantes

5. Qual a actividade profissional que exerce?

\_\_\_\_\_

6. \_\_\_\_\_ Cidade \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ residência

\_\_\_\_\_

7. \_\_\_\_\_ Observações \_\_\_\_\_ e Sugestões \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Prova de Aptidão Profissional

## Conclusão

A realização deste projeto fez-me solidificar uma série de conhecimentos, foi uma experiência diferente de todo o desenvolvimento do curso.

Pela primeira vez tive que elaborar um projeto com o objetivo de o tornar possível de realizar fazendo uma pequena amostra disso mesmo, preparando tudo para a realização.

Os requisitos necessários a ter em conta antes da realização do evento são: a definição do evento, os objetivos, o local e a data em que se irá realizar, a programação, estruturas e equipamentos, a segurança e a gestão de recursos como os recursos financeiros, recursos humanos, logístico e legais e de risco.

Constatei, no entanto, que nem sempre é fácil elaborar um projeto, devido a vários fatores difíceis de ultrapassar, como encontrar a melhor forma de fazer uma boa divulgação, pensar em todos os pormenores para despertar interesse no público.

Foi, sem dúvida, uma boa experiência ter elaborado um projeto de tão grande importância para mim, pois permitiu-me melhorar o meu conhecimento sobre como organizar um evento.

## Bibliografia

- RODRIGUES, Júlio, O Melhor Do Turismo, 2009;
- Matéria fornecida, na disciplina de OTET, relativa a organização e gestão de eventos

## Webgrafia

(Pôr Nome do site) disponível em <http://pt.wikipedia.org/wiki/Moda> acessido a (pôr data)

<http://www.geostar.pt/destinos/italia/milao/704>

<http://www.geostar.pt/destinos/franca/paris/128>

<http://www.geostar.pt/destinos/estados-unidos-da-america/nova-iorque/435>

[http://www.utp.br/eletras/ea/eletras10/texto/Artigo10\\_6.doc](http://www.utp.br/eletras/ea/eletras10/texto/Artigo10_6.doc)

<http://valorism.pt/Educa%C3%A7%C3%A3oAmbiental/tabid/56/aid/3/language/en-US/Default.aspx>