
COORDENAÇÃO GERAL E CURADORIA

Sergio Junqueira Arantes, CeGe,IP,CEM

(São Paulo/SP, fevereiro 1949) Com 60 anos como jornalista, iniciou sua carreira ainda na década de 60, com a criação do jornal Folha da Juventude, e teve passagens por diversos jornais paulistanos. No início da década de 1970, criou uma editora, responsável pela veiculação da revista Palco+Plateia, pioneira do gênero no meio artístico, e de programas para peças de teatro e shows e dos livros Castro Alves Pedre Passagem, de Gianfrancesco Guarnieri e Nossa Vida em Família, de Oduvaldo Vianna Filho e uma agência de propaganda especializada no segmento artístico.

Na década de 1990, junto com seu irmão Paulo Junqueira, começou a atuar na indústria de eventos, inicialmente com a produção de show cases para destinos estaduais e municipais, e de revistas customizadas, como a Viaje Bem, revista de bordo da extinta companhia aérea VASP e a revista Arena São Paulo.

Em 1996 criou a Revista Eventos, publicação dedicada à indústria de eventos e turismo, três anos depois nascia o Portal Eventos que deram origem à Eventos Expo Editora, atual Grupo Conecta Eventos.

No ano 2000, idealizou e criou o Prêmio Caio, que em 2025 realizou sua 25ª edição ininterrupta. Em 2012 criou o Fórum Eventos, atualmente em sua 13ª edição, principal palco para debates dos temas mais relevantes da indústria de eventos no país. Em 2015 criou o CEO Council, um grupo de trabalho focado em gestores de marketing e eventos. Mais recentemente, criou o videocast Conecta Mundos, o Conecta 6.0 e o Portal Eventos BIO, inaugurado com entrevista de José Victor Oliva e a Coleção

Conecta Eventos, que já publicou 27 livros, todos sobre os mais variados aspectos dos eventos.

Na área associativa, Sergio Junqueira também começou cedo. Em 1965 participou da criação do Clube dos Amigos do Saber e da Câmara de Valores Imobiliários, foi diretor da APCA - Associação Paulista dos Críticos de Arte.

Em 2006, ao lado de nomes como Chieko Aoki, Roosevelt Hamam, Paulo Gaudenzi, Rafael Gagliardi, Armando Campos Mello, entre outros, participou da fundação da Academia Brasileira de Eventos e Turismo.

Foi presidente da ADVB MS, vice-presidente da FENADVB - Federação Nacional da ADVBs, diretor da Site LatinAmerica e conselheiro da ABEOC Brasil, vice-presidente da ADVB - Associação dos Dirigentes de Vendas e Marketing do Brasil e diretor do Skal São Paulo e da Cecomércio.

Ao longo de sua trajetória, recebeu inúmeras homenagens: Troféu MG Turismo 2006, Homem do Ano 2006, Embaixador de Rio de Janeiro 2012, Profissional mais Influyente do Marketing Promocional 2011/2013, Personalidade Hoteleira 2018, Personalidade Skal 2019, Gran Premio FIP Festival 2020 e Hall de la Fama del FIP Festival 2021.

Titular da Cadeira n. 1, foi diretor desde a primeira gestão e é o presidente (2020/2024) da Academia Brasileira de Eventos e Turismo.

SUMÁRIO

RESUMO GERAL

Este e-book reúne uma coleção de obras fundamentais para compreender a indústria de eventos, turismo e experiências sob múltiplas perspectivas. Os livros abordam estratégia, criatividade, sustentabilidade, tecnologia, governança, educação, hospitalidade e impacto econômico, revelando os eventos como motores da economia do conhecimento. A coletânea combina reflexão acadêmica, visão de mercado e experiências práticas, oferecendo conteúdo relevante para gestores, pesquisadores e profissionais do setor. Mais do que um registro técnico, o e-book propõe uma leitura integrada sobre o presente e o futuro dos eventos no Brasil e no mundo.

Academia 2030 – Metas para os Eventos e o Turismo – pág. 11

Obra estratégica que reúne especialistas para refletir sobre o futuro dos eventos e do turismo até 2030. Aborda governança, políticas públicas, sustentabilidade, inovação, educação continuada e tecnologia, posicionando o setor como vetor de desenvolvimento econômico, social e cultural no Brasil.

Indústrias Criativas – pág. 23

O livro analisa o papel da criatividade como motor econômico, destacando eventos, comunicação, cocriação, empreendedorismo e territórios criativos. Explora como tecnologia, redes colaborativas e inovação cultural ampliam o impacto das indústrias criativas na sociedade contemporânea.

Arquitetura Cenográfica – pág. 28

Uma imersão na relação entre arquitetura, cenografia e experiência. A obra combina teoria, prática e estudos de caso para demonstrar como ambientes temporários ou permanentes podem gerar impacto sensorial, funcional e simbólico em eventos e espaços corporativos.

Marketing de Destinos – pág. 32

Reúne reflexões sobre planejamento estratégico, governança, branding territorial e o papel dos Convention & Visitors Bureaux. O livro conecta teoria e prática para mostrar como destinos podem se posicionar de forma competitiva no mercado global de turismo e eventos.

Eventos Associativos – pág. 37

Analisa os eventos como ferramentas centrais para o fortalecimento das entidades associativas. A obra discute governança, profissionalização, tendências internacionais, modelos híbridos e o papel dos eventos na geração de conhecimento, engajamento e impacto econômico.

Eventos Esportivos – pág. 41

Apresenta uma visão ampla sobre planejamento, operação, marketing, impacto econômico e gestão de pessoas em eventos esportivos. Com dados, estudos de caso e experiências práticas, o livro consolida o esporte como ativo estratégico para desenvolvimento social e econômico.

ESG nos Eventos – pág. 46

Aborda a incorporação dos princípios ambientais, sociais e de governança no planejamento e execução de eventos. A obra combina fundamentos conceituais, normas internacionais, estudos de caso e práticas aplicáveis para promover sustentabilidade real e mensurável no setor.

Segurança em Eventos – pág. 50

Livro essencial sobre gestão de riscos, segurança patrimonial, seguros, planejamento preventivo e gestão de multidões. Reforça a segurança como elemento estratégico e estruturante, fundamental para a credibilidade e sustentabilidade dos eventos.

Feiras de Negócios B2B – pág. 54

Explora as feiras como plataformas de negócios, relacionamento e inovação. A obra aborda captação, planejamento financeiro, operação,

transformação digital e cases de sucesso, posicionando as feiras como pilares da economia criativa.

Lançamento de Produtos – pág. 60

Analisa os eventos de lançamento como ferramentas estratégicas de live marketing. Reúne reflexões sobre storytelling, planejamento, criatividade, tecnologia e execução impecável, destacando o lançamento como momento-chave na construção de marcas.

Hospitalidade e os Eventos – pág. 64

Investiga a hospitalidade como eixo central da experiência em eventos e turismo. O livro reúne visões de líderes do setor hoteleiro e de eventos, enfatizando empatia, cultura organizacional, gastronomia, atendimento e gestão estratégica.

Marketing de Incentivo – pág. 69

Uma obra aprofundada sobre campanhas de incentivo, engajamento, motivação e geração de resultados. Explora dados, experiências, viagens de incentivo, tecnologia e estratégias humanizadas para fortalecer vínculos entre marcas e pessoas.

Viagens de Incentivo – pág. 73

Apresenta uma visão completa sobre planejamento, operação, comunicação e impacto emocional das viagens de incentivo. O livro destaca essas experiências como ferramentas estratégicas de transformação, engajamento e construção de legado.

Tecnologia de Eventos – pág. 77

Analisa o papel da tecnologia como catalisadora de experiências humanas. A obra aborda inovação, eventos híbridos, Web3, acessibilidade, dados e resiliência, sempre colocando a conexão humana no centro da transformação digital.

Cerimonial e Protocolo – pág. 81

Uma coletânea abrangente sobre fundamentos, história, práticas e inovações do cerimonial. O livro integra tradição e modernidade, abordando protocolo público, social, universitário e corporativo como elementos de comunicação institucional.

Convenções Corporativas: Evolução e Experiências – pág. 86

Explora as convenções corporativas como experiências estratégicas e emocionais. A obra conecta propósito, planejamento, criatividade, diversidade cultural e estética afetiva, mostrando como eventos podem transformar culturas organizacionais.

Aspectos Jurídicos nos Eventos – pág. 90

Livro técnico e estratégico que aborda tributação, contratos, legislação, responsabilidade civil, campanhas de incentivo e relações de trabalho. Essencial para a profissionalização e segurança jurídica da indústria de eventos.

O Poder das Convenções – pág. 94

Reflete sobre como as convenções corporativas engajam, inspiram e geram resultados. A obra destaca planejamento estratégico, briefing, criatividade e experiência como pilares para eventos de alto impacto humano e organizacional.

O Papel Estratégico dos Centros de Convenções – pág. 99

Analisa os centros de convenções como motores de desenvolvimento urbano e econômico. O livro discute governança, financiamento, PPPs, captação de eventos e o papel desses equipamentos na competitividade dos destinos.

Gestão Ágil de Eventos – pág. 105

Apresenta a aplicação da mentalidade ágil no setor de eventos. A obra propõe cocriação, transparência, gestão visual e melhoria contínua como caminhos para eventos mais eficientes, humanos e sustentáveis.

Comunicação & Eventos – pág. 109

Explora a comunicação como eixo transversal em todas as etapas dos eventos. O livro aborda briefing, comunicação interna, assessoria de imprensa, redes sociais, gestão de crises e pós-evento como fatores críticos de sucesso.

Perspectivas na Formação Acadêmica em Eventos – pág. 114

Reflete sobre os desafios da educação em eventos, defendendo metodologias inovadoras, interdisciplinaridade e formação contínua. A obra conecta academia e mercado para preparar profissionais para a Sociedade 5.0.

Captação de Eventos - Como conquistar eventos e transformar destinos – pág. 121

Obra coletiva que reposiciona a captação de eventos como ferramenta estratégica de desenvolvimento econômico, social e simbólico dos destinos. O livro integra visão institucional, técnica e política, reunindo especialistas do ecossistema MICE. Estruturado em cinco partes, aborda governança, inteligência estratégica, experiência, posicionamento de marca e legado. Demonstra que captar eventos vai além da técnica: é política pública, reputação territorial e geração de impacto duradouro.

Eventos que entregam resultados: ROI em Eventos – pág. 128

Livro fundamental que reposiciona o gestor de eventos como agente estratégico dentro das organizações. A obra apresenta o ROI como processo contínuo, integrando objetivos, métricas tangíveis e intangíveis, comunicação e impacto. Estruturado em sete capítulos, combina rigor conceitual, aplicação prática e visão de futuro. Seu principal legado é transformar mensuração em ferramenta de decisão, governança e valor organizacional.

Hackathon para Todos – pág. 135

Uma obra híbrida que combina memória pessoal, história da cultura hacker e manual prático de inovação. O livro mostra como hackathons evoluíram de eventos experimentais para ferramentas estratégicas de educação, engajamento e transformação social. Com base em mais de uma década de experiências reais, sistematiza métodos, erros e acertos. Defende que o verdadeiro valor do hackathon está no processo, nas pessoas e nas conexões geradas.

O Poder dos Eventos Presenciais – pág. 140

Uma reflexão profunda sobre os eventos como necessidade humana essencial e infraestrutura invisível da civilização. Gallorini percorre a história dos encontros humanos, das fogueiras ancestrais às megaplataformas contemporâneas, demonstrando que a inovação nasce da presença e da polinização de ideias. O livro integra antropologia, tecnologia e experiência prática. Defende que, quanto mais o mundo se virtualiza, mais valioso se torna o encontro presencial.

Diversidade – pág. 146

Obra estruturante que afirma que eventos não são neutros: refletem e moldam valores sociais. Reúne autores que abordam diversidade de forma multidimensional – acessibilidade, gênero, orientação sexual, etarismo, cadeia de fornecedores e pertencimento. O livro desloca a diversidade do discurso para a estratégia, oferecendo diretrizes práticas e visão ética. Mostra que eventos inclusivos são mais justos, mais inovadores e mais relevantes para o futuro.

Organizador: Sergio Junqueira Arantes

Coautores: Adenauer Góes, Alexandre Sampaio, Anita Pires, Anya Ribeiro, Armando Campos Mello, Caio Luiz de Carvalho, Carlos Alberto Julio, Chieko Aoki, Eduardo Sanovicz, Elza Tsumori, Enid Camara, Fernando Elimelek, Guilherme Paulus, Guillermo Alcorta, Ibrahim Tahtouh, José Cocco, Mario Beni, Marisa Canton, Milton Zuanazzi, Rafael Guagliardi, Raimundo Peres, Roberto Pereira, Roland Bonadona, Romano Panseira, Roosevelt Hamam, Silvio Barros II, Toni Sando, Vera Simão, Virgílio Carvalho

2030

METAS PARA OS EVENTOS E O TURISMO



Grupo
conecta
eventos

Introdução

A introdução destaca a relevância econômica do setor de eventos e turismo no Brasil, com impacto significativo no PIB e na geração de empregos. Apesar do potencial, o texto ressalta desafios estruturais, como a falta de continuidade nas políticas públicas e a baixa competitividade internacional. A necessidade de governança integrada e de união do trade é apontada como essencial para o crescimento sustentável do setor até 2030.

Destaques:

- *Impacto econômico: 25 milhões de empregos e 12,93% do PIB nacional antes da pandemia.*
- *Críticas à falta de continuidade nas políticas públicas e ao papel do Estado como impulsionador estratégico.*

Segue a resenha do livro *Academia - 2030: Metas para os Eventos e o Turismo*, com base nos dez primeiros artigos disponibilizados. Este é um trabalho ambicioso e abrangente que reúne especialistas para delinear diretrizes, desafios e soluções para a indústria de eventos e turismo até 2030.

Visão Geral

O livro oferece uma visão crítica e estratégica sobre o futuro dos eventos e do turismo, considerando transformações sociais, econômicas e tecnológicas. Cada autor contribui com uma perspectiva única, abordando desde sustentabilidade e inovação até educação continuada e políticas públicas.

Desenvolvimento Sustentável (Adenauer Góes)

Góes destaca que o desenvolvimento sustentável é um dos maiores desafios da humanidade. Ele argumenta que, para alinhar crescimento e preservação ambiental, é essencial integrar consciência e planejamento em todas as ações humanas, com destaque para a educação e a gestão pública.

Pontos-chave:

- *Educação como base para a mudança cultural e sustentável.*
 - *Planejamento urbano e políticas locais como catalisadores do desenvolvimento sustentável.*
-

-
- *Necessidade de prefeitos comprometidos com metas globais de sustentabilidade.*

0 Futuro do Turismo (Alexandre Sampaio)

Sampaio explora as transformações no turismo, especialmente no cenário pós-pandemia. Ele aborda o papel das parcerias público-privadas, investimentos em infraestrutura e inovação digital como elementos essenciais para o avanço do setor até 2030.

Pontos-chave:

- *Reformas tributárias e políticas públicas como facilitadores do crescimento.*
- *Foco em destinos regionais e experiências sustentáveis.*
- *Necessidade de qualificação profissional e melhorias na segurança.*

Tendências do Turismo na Próxima Década (Anita Pires)

Anita Pires analisa o turismo como um motor de inclusão social e desenvolvimento sustentável. Ela enfatiza o papel da economia criativa e do turismo cultural no fortalecimento de destinos e comunidades.

Pontos-chave:

- *Turismo cultural como ferramenta para proteger patrimônios e gerar renda.*
- *Indústrias criativas impulsionando destinos turísticos.*
- *Importância da gestão adequada e do planejamento sustentável.*

Eternos Aprendizes (Antônia Marisa Canton)

Canton reflete sobre a importância da educação continuada e do aprendizado ao longo da vida para adaptar-se às mudanças no mercado de trabalho. Ela aborda como tecnologias disruptivas e novas metodologias de ensino moldam o profissional do futuro.

Pontos-chave:

- *Necessidade de cursos técnicos e de curta duração para atender à demanda do mercado.*
-

-
- *Importância de habilidades tecnológicas e transversais no mercado de eventos e turismo.*
 - *O impacto da revolução digital na educação e no trabalho.*

Por que o Setor de Turismo e Eventos Avança e Retorna? (Anya Ribeiro)

Ribeiro traça uma retrospectiva do turismo no Brasil, destacando avanços e retrocessos nas políticas públicas. Ela argumenta que a descontinuidade administrativa compromete o desenvolvimento sustentável do setor.

Pontos-chave:

- *Importância da governança integrada e descentralizada.*
- *Necessidade de políticas públicas estáveis e consistentes.*
- *Legado do Plano Nacional de Turismo 2003-2007 como modelo de gestão.*

Nossa Missão (Armando Campos Mello)

Campos Mello explora a evolução da Academia Brasileira de Eventos e Turismo, refletindo sobre os desafios e as conquistas do setor. Ele ressalta a necessidade de adaptar conceitos às novas dinâmicas tecnológicas e de mercado.

Pontos-chave:

- *Eventos como ferramentas para medir impacto imediato e conectar pessoas.*
- *Turismo interno como pilar do desenvolvimento brasileiro.*
- *Integração de tecnologia e experiência como diferencial competitivo.*

Gracias a La Vida (Caio Carvalho)

Carvalho compartilha reflexões sobre sua trajetória no turismo e eventos, destacando a importância de conhecer o Brasil profundamente. Ele enfatiza o papel do turismo sustentável e das campanhas de conscientização social.

Pontos-chave:

- *Valorização do turismo local como estratégia para inclusão social.*
 - *Iniciativas de conscientização contra o turismo sexual.*
 - *Transformação cultural por meio de eventos regionais e nacionais.*
-

Nunca nada para ninguém... E Será Pra Sempre? (Carlos Alberto Júlio)

Júlio aborda a dependência excessiva do turismo e eventos em relação às políticas públicas, sugerindo que a iniciativa privada assuma um papel mais proativo.

Pontos-chave:

- *Criação de uma entidade técnica, apolítica, para gerir o turismo.*
- *Valorização do turista nacional como estratégia de crescimento.*
- *Marketing de destinos e infraestrutura como prioridades.*

Eventos: Felicidade e Longevidade Humana (Chieko Aoki)

Aoki reflete sobre o papel dos eventos na promoção da felicidade e do bem-estar humano. Ela destaca a importância da hospitalidade em criar conexões e experiências memoráveis.

Pontos-chave:

- *Eventos como espaços para conexões significativas e aprendizado.*
- *A hospitalidade como meio para gerar acolhimento e bem-estar.*
- *Transformação social por meio da celebração e da união.*

Resiliência da Aviação e o Turismo (Eduardo Sanovicz)

Sanovicz explora o papel da aviação na retomada do turismo no Brasil, destacando sua resiliência em tempos de crise. Ele aborda desafios estruturais e a necessidade de um ambiente regulatório mais competitivo.

Pontos-chave:

- *Revisão de políticas tributárias e custos de operação como prioridade.*
 - *Aviação como facilitadora de integração regional e desenvolvimento turístico.*
 - *Investimentos em infraestrutura aeroportuária como base para o crescimento.*
-

Transformações Tecnológicas e Comportamentais no Turismo (Elza Tsumori)

Elza Tsumori analisa as mudanças tecnológicas que moldam o comportamento do consumidor no turismo. Ela explora o impacto do Metaverso, NFTs e inteligência artificial, destacando a crescente exigência dos consumidores por experiências personalizadas. O capítulo também aborda a desigualdade no acesso a tecnologias e o papel da Agenda 2030 como um guia para alinhar inovação e sustentabilidade.

Destaques:

- *Tecnologias emergentes, como Metaverso e NFTs, transformando a experiência turística.*
- *Necessidade de ampliar o acesso às inovações para reduzir desigualdades sociais.*

Turismo: Visão Estratégica para 2030 (Enid Câmara)

Enid Câmara reflete sobre a evolução do turismo no Brasil e no mundo, enfatizando a importância do planejamento estratégico e da governança integrada. O artigo propõe que a indústria do turismo adote uma abordagem proativa para aproveitar as oportunidades apresentadas por megatendências, como o envelhecimento populacional e a urbanização crescente.

Destaques:

- *O turismo como motor para inclusão social e desenvolvimento sustentável.*
- *Importância da integração entre planejamento local e global.*

A Indústria de Eventos em 2030 (Fernando Elimelek)

Fernando Elimelek destaca o crescimento exponencial da indústria de eventos, impulsionado por criatividade, tecnologia e sustentabilidade. Ele reforça a importância de medir o retorno sobre investimento (ROI) para atrair patrocinadores e garantir a viabilidade econômica dos eventos.

Destaques:

- *Eventos como estratégia de branding e fidelização.*
 - *A Agenda 2030 como um marco para integrar sustentabilidade no setor.*
-

Turismo Sustentável: Presente ou Futuro? (Guilherme Paulus)

Guilherme Paulus explora o conceito de turismo sustentável, enfatizando que práticas sustentáveis devem ser a base para o crescimento da indústria. Ele destaca o papel das agendas ESG e da educação como ferramentas essenciais para criar um turismo mais inclusivo e equilibrado.

Destaques:

- *Educação como chave para a conscientização ambiental.*
- *Sustentabilidade como um diferencial competitivo.*

O Futuro dos Eventos (Guilherme Alcorta)

Guilherme Alcorta discute como os eventos evoluíram ao longo das décadas, enfatizando a importância do contato humano e do networking presencial. Ele sugere que a tecnologia deve ser usada para complementar, e não substituir, a experiência presencial.

Destaques:

- *Eventos como plataformas para inovação e construção de comunidades.*
- *Brasil como destino com potencial para liderar o mercado global de eventos.*

Resiliência e Inovação no Turismo e Eventos (Ibrahim Tahtouh)

Ibrahim Tahtouh reflete sobre sua trajetória profissional e os desafios enfrentados pela indústria de turismo e eventos. Ele destaca a importância da resiliência e da união setorial para superar crises, como a pandemia de COVID-19, e construir um futuro sustentável.

Destaques:

- *Superação de adversidades por meio da colaboração e inovação.*
 - *A importância de fomentar uma cultura de criatividade no setor.*
-

Esporte e Desenvolvimento Sustentável (José Estevão Cocco)

José Estevão Cocco explora a conexão entre eventos esportivos e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). Ele argumenta que o esporte pode ser uma ferramenta poderosa para promover inclusão social, saúde e educação.

Destques:

- *Esporte como promotor de mudanças sociais e desenvolvimento sustentável.*
- *Exemplos de sucesso em integrar esporte e responsabilidade social.*

Desafios da Retomada Pós-COVID-19 (José Rafael Guagliardi)

José Rafael Guagliardi analisa o impacto da pandemia de COVID-19 na indústria de eventos e turismo. Ele discute a importância de adotar práticas ESG e a transformação digital para garantir resiliência e inovação no setor.

Destques:

- *Pandemia como catalisador para mudanças estruturais no setor.*
- *Práticas ESG como pilares para o futuro do turismo.*

Modelo de Gestão do Turismo no Brasil (Mário Beni)

Mário Beni propõe um modelo de governança compartilhada entre setor público e privado para fortalecer o turismo no Brasil. Ele enfatiza a importância de descentralizar recursos e integrar esforços locais e regionais.

Destques:

- *Governança como elemento central para o sucesso do turismo regional.*
- *Parcerias público-privadas como caminho para superar limitações orçamentárias.*

Nova Engenharia Turística (Milton Zuanazzi)

Milton Zuanazzi destaca a necessidade de repensar a governança no turismo, com foco na eficiência e sustentabilidade. Ele propõe uma "nova engenharia" que integre diversos setores para maximizar o impacto econômico e social do turismo.

Destques:

- *Necessidade de políticas públicas que favoreçam inovação e colaboração.*
- *Integração entre universidades, setor privado e governo como chave para o desenvolvimento.*

Segue a continuação da resenha do livro Academia - 2030: Metas para os Eventos e o Turismo, com base na introdução e nos próximos 10 artigos.

Regras para o Turismo em 2030 (Raimundo Peres)

Peres reflete sobre a necessidade de inovação, criatividade e alianças estratégicas no setor. Ele aborda o impacto da revolução cibernética e da inteligência artificial na criação de experiências personalizadas para turistas e defende que a resiliência e a flexibilidade organizacional são cruciais para lidar com crises futuras.

Destques:

- *A importância da criatividade no design de produtos turísticos.*
- *Alianças estratégicas como meio de criar sinergia e enfrentar desafios.*

Turismo Religioso e Projeções até 2030 (Roberto Pereira)

Pereira explora o potencial do turismo religioso no Brasil, um segmento em crescimento que movimenta bilhões anualmente. Ele destaca o impacto econômico em pequenas comunidades e a relevância de santuários como atrativos turísticos, enfatizando a diversificação do público e a inclusão de outras religiões além do catolicismo.

Destques:

- *Turismo religioso movimenta 4,4 bilhões de dólares no Brasil anualmente.*
- *Exemplos de sucesso incluem o Círio de Nazaré e o Santuário de Aparecida.*

Transformações em Viagens e Hospitalidade (Roland Bonadona)

Bonadona reflete sobre o impacto das transformações digitais no setor de hospitalidade e turismo. Ele discute como tecnologias como inteligência

artificial, realidade aumentada e metaverso estão redefinindo experiências e estratégias de mercado.

Destaques:

- *Transformação digital e personalização de experiências como tendências dominantes.*
- *O papel crescente das startups em oferecer soluções inovadoras.*

Sustentabilidade e Inclusão nos Eventos e Turismo (Romano Pansera)

Pansera aborda a necessidade de inclusão, sustentabilidade e inovação no setor. Ele sugere que práticas ESG (ambientais, sociais e de governança) devem ser integradas às operações, enquanto a digitalização e a resiliência são destacadas como pilares essenciais.

Destaques:

- *Crescimento sustentável com práticas de redução de impacto ambiental.*
- *Inovação e digitalização como chaves para atender às novas demandas sociais.*

Futuro dos Eventos (Roosevelt Hamam)

Hamam reflete sobre as mudanças no setor de eventos, destacando como as tecnologias virtuais podem aumentar a eficiência e a conectividade. Ele propõe uma visão futurista, onde avanços audiovisuais e logísticos redefinem a experiência dos eventos.

Destaques:

- *Utilização de ferramentas virtuais para reduzir custos e ampliar o alcance dos eventos.*
- *A importância de planejar para um futuro dinâmico e tecnológico.*

Reflexões sobre Governança no Turismo (Silvio Barros II)

Barros critica a dependência do setor de turismo em relação ao Estado e defende uma abordagem mais proativa por parte da iniciativa privada. Ele

sugere a criação de uma entidade técnica independente para planejar e executar estratégias nacionais de turismo.

Destaques:

- *Necessidade de uma governança técnica e apolítica para o setor.*
- *Valorização do turismo nacional como estratégia de crescimento sustentável.*

Adaptação e Inovação (Toni Sando)

Sando explora os desafios e oportunidades de um mundo em transformação, enfatizando a importância da tecnologia, da sustentabilidade e da personalização nas experiências de eventos e turismo.

Destaques:

- *Crescente relevância de práticas ESG no setor de eventos.*
- *Personalização e experiência como fatores essenciais para o sucesso.*

Do Egoevento ao Ecoevento (Vera Simão)

Simão propõe uma transição dos eventos centrados no ego para aqueles que promovem sustentabilidade e inclusão. Ela sugere práticas como reutilização de materiais, neutralização de emissões de carbono e inclusão social para transformar o setor.

Destaques:

- *Introdução de práticas ESG nos eventos para garantir sua sustentabilidade.*
- *Redução de desperdício e promoção de consumo consciente.*

0 Turismo no Horizonte de 2030 (Virgílio Carvalho)

Carvalho analisa como o turismo pode evoluir até 2030, destacando o aumento do turismo de natureza, religioso e comunitário. Ele enfatiza a necessidade de sustentabilidade e a reconexão dos turistas com suas origens e tradições.

Destaques:

- *Turismo rural e comunitário como tendências em crescimento.*
-

-
- *Sustentabilidade como requisito para a competitividade dos destinos.*

Conclusão

Esses artigos ampliam o entendimento sobre os desafios e oportunidades do setor de eventos e turismo para 2030. Eles enfatizam a importância da inovação, inclusão e sustentabilidade, propondo uma visão de futuro que alia tecnologia a práticas responsáveis. Se desejar, posso continuar com os próximos artigos ou detalhar algum tema específico!

Sergio Junqueira Arantes (org.)
Alexandre Mutran | Anya Ribeiro | Elza Tsumori
Fabiana Schaeffer | Marina Pechlivanis
Regina Amorim

economia **criativa** e os **eventos**

Coleção Conecta Eventos



Prefácio: Caio Luiz de Carvalho

economia **criativa** e os **eventos**

INTRODUÇÃO

A introdução explora o protagonismo da indústria de eventos dentro da economia criativa, destacando seu impacto social, econômico e cultural. Dados apresentados mostram que essa indústria representa 13% do PIB nacional e gera mais de 25 milhões de empregos. O texto enfatiza que os eventos são ferramentas de disseminação de conhecimento e catalisadores para interações empresariais e sociais. Ressalta também a necessidade de literatura especializada e cursos universitários para fortalecer a relevância e a compreensão do setor.

Destaques:

- Eventos como componentes-chave da economia do conhecimento.
- A indústria de eventos como o "maior sistema educacional do mundo".
- Desafios como a falta de dados confiáveis e a necessidade de profissionalização.

PREFÁCIO

Caio Luiz de Carvalho aborda a resiliência e a criatividade das indústrias criativas, especialmente em tempos de crise. Ele destaca o impacto econômico das atividades culturais e de entretenimento, como eventos e turismo, e a importância de mensurar o valor intangível de ideias e talentos. Caio defende a conexão entre criatividade e economia como um motor de transformação social e econômica.

Destaques:

- Economia criativa como estratégia de desenvolvimento.
- Talento e ideias como commodities da economia criativa.
- Exemplos como SP Fashion Week e Mostra Internacional de Cinema.

A INFLUÊNCIA DA INDÚSTRIA CRIATIVA NA COMUNICAÇÃO (Alexandre Mutran)

Alexandre Mutran discute como as indústrias criativas transformaram a comunicação, destacando a evolução das narrativas e das plataformas. Ele explora como o avanço tecnológico e a digitalização geraram novas formas de conexão entre marcas e consumidores, permitindo uma comunicação mais personalizada e interativa. O autor enfatiza o papel das narrativas criativas como ferramentas para engajar audiências e construir marcas fortes.

***Destaques*:**

- Transformação da comunicação com a integração de tecnologias imersivas, como realidade aumentada e virtual.
- Importância do storytelling como estratégia para engajar audiências.
- Exemplos de campanhas bem-sucedidas que utilizam elementos das indústrias criativas para fortalecer o branding.

OS EVENTOS NA ECONOMIA CRIATIVA (Elza Tsumori)

Elza Tsumori discute a importância dos eventos na economia criativa como uma alternativa ao modelo econômico tradicional. Ela destaca o potencial brasileiro para liderar o setor, explorando a criatividade local e regional como diferencial competitivo.

Destaques:

- Segmentação da economia criativa pela FIRJAN.
- Exemplos de arquitetura e design inovadores no Brasil.
- Exemplo também de uma prática muito assertiva no Japão.

TERRITORIALIDADE DA CRIAÇÃO: DAS RUAS AO METAVERSO (Fabiana Schaeffer)

Fabiana Schaeffer explora a evolução dos eventos e o impacto da tecnologia na criação de experiências. Ela argumenta que a criatividade, aliada à inovação tecnológica, permite a personalização e a expansão de horizontes para o público, seja no mundo físico ou digital.

***Destaques*:**

- *Uso de Big Data para personalizar experiências.*
- *Impacto da globalização e da digitalização no setor de eventos.*

REDES DE TROCA, COCRIAÇÃO E COLABORAÇÃO (Marina Pechlivanis)

Marina Pechlivanis apresenta o conceito de "Economia das Trocas", mostrando como redes colaborativas podem substituir modelos tradicionais de negócios. Ela argumenta que a reciprocidade e a cocriação são ferramentas poderosas para fomentar a economia criativa.

Destaques:

- *Trocas como ferramentas sociotransformadoras.*
- *Exemplos práticos de aplicação em eventos colaborativos.*

EMPREENDEDORISMO CRIATIVO (Regina Amorim)

Regina Amorim explora o papel do empreendedorismo na economia criativa, destacando a importância da transformação digital e da cultura local para pequenos negócios. Ela também discute o impacto do turismo criativo como uma ferramenta de desenvolvimento econômico e social.

Destaques:

- *Música como ativo central da economia criativa brasileira.*
- *Turismo criativo como estratégia para experiências personalizadas.*

HUB CRIATIVO (Anyá Ribeiro)

Anyá Ribeiro introduz o conceito de "Hub Criativo" como um espaço de cocriação, onde ideias e projetos colaborativos são desenvolvidos para resolver problemas de maneira inovadora. Ela destaca como esses hubs podem

integrar comunidades e territórios, promovendo sustentabilidade e criatividade.

***Destaques*:**

- *Territórios criativos como motores da inovação.*
- *Exemplos de integração social e desenvolvimento local.*

CONCLUSÃO GERAL

Indústrias Criativas oferece uma visão abrangente e prática sobre o impacto e as oportunidades do setor. Ao abordar temas como tecnologia, cocriação, sustentabilidade e empreendedorismo, o livro se posiciona como um guia indispensável para profissionais, acadêmicos e gestores que desejam explorar o potencial transformador das indústrias criativas.

Grupo
conecta
eventos

Rodolfo Reis Morales (org.)
Cecilia de Oliveira Thomé | Diego Carbonari
Hugo Reis Morales | Leila Malvezzi Bueno
Paulo Rocha | Ricardo Bueno | Sirlene Marcelino

arquitetura cenográfica

Coleção Conecta Eventos



Prefácio: Chris Ayrosa



Grupo
conecta
eventos



Resenha: Livro Arquitetura Cenográfica

O livro Arquitetura Cenográfica é uma compilação fascinante que explora a interação entre a arquitetura e a cenografia como ferramentas para criar experiências únicas e imersivas nos mais variados contextos, de eventos corporativos a ambientes permanentes. A obra reúne artigos de diversos especialistas, cada um contribuindo com perspectivas únicas e enriquecedoras sobre o tema.

Cenografia como Ferramenta de Transformação (Cecília de Oliveira Thomé)

Cecília Thomé explora como a cenografia transcende os eventos temporários para ocupar um papel relevante em instalações permanentes. Em seus relatos, ela ilustra como ambientes corporativos e educacionais podem se beneficiar de soluções cenográficas bem planejadas.

- **Estúdio em Hospital Escola:** Um projeto que combinou inovação técnica com funcionalidade prática para criar estúdios versáteis, permitindo a comunicação de diferentes departamentos com cenários adaptáveis. Cecília destaca a importância do design gráfico como parte integral da cenografia, enfatizando o impacto visual e funcional em espaços de gravação para aulas e entrevistas.
- **Estúdios Multiuso Residenciais:** Um exemplo notável foi a transformação de um quarto em um espaço multifacetado para um advogado, professor e DJ. Este case sublinha a capacidade da cenografia de adaptar-se a restrições físicas e orçamentárias, enquanto entrega soluções que combinam identidade visual, funcionalidade e criatividade.

Processos e Metodologias (Diego Carbonaro)

Diego Carbonaro apresenta uma visão abrangente sobre o ciclo de vida de um projeto cenográfico, enfatizando o equilíbrio entre criatividade e execução técnica.

- **Planejamento e Briefing:** Diego destaca a importância do briefing como base para o sucesso do projeto. Ele critica o uso de templates genéricos e defende um entendimento profundo das necessidades do cliente e do ambiente para criar soluções personalizadas.
-

-
- **Desafios da Concorrência:** O autor explica como a arquitetura cenográfica no Brasil se caracteriza por processos altamente competitivos, nos quais empresas devem entregar tanto o design quanto a construção, conciliando qualidade criativa e eficiência técnica.
 - **Exemplo Prático:** Ele compartilha histórias de sucesso, como projetos para feiras de grande porte, onde prazos apertados e exigências específicas demandaram técnicas de montagem rápidas e materiais modulares.

A Multidisciplinaridade na Cenografia (Hugo e Rodrigo Morales)

Os irmãos Morales destacam a natureza multifacetada da arquitetura cenográfica, combinando elementos de design, engenharia e logística para criar ambientes impactantes.

- **Efemeridade e Permanência:** Eles discutem como a cenografia pode variar desde construções temporárias em eventos até instalações permanentes, como parques temáticos e espaços corporativos. Essa flexibilidade amplia as possibilidades de aplicação da disciplina.
- **Casos de Sucesso:** Incluem projetos emblemáticos como o Museu do Futebol no Maracanã, ativações de marca para eventos como o VillaMix Festival e exposições para grandes corporações. Esses exemplos mostram a capacidade da cenografia de transmitir mensagens poderosas enquanto encanta os sentidos.

Experiências Sensoriais (Leila e Ricardo Bueno)

Leila e Ricardo exploram como a arquitetura cenográfica pode criar experiências imersivas e memoráveis.

- **Conexão Sensorial:** Eles destacam como o uso estratégico de luz, som, textura e aroma pode transformar espaços, gerando engajamento emocional. Por exemplo, um espaço cenográfico para a Brazil Promotion simulou uma cachoeira, combinando projeções, vegetação real e sonorização para transportar os visitantes a outro ambiente.
 - **Espaços Funcionais e Contemplativos:** Os autores também abordam como espaços operacionais, como áreas de credenciamento, podem ser transformados em ambientes envolventes que alinham funcionalidade com impacto visual, criando experiências coesas em eventos.
-

Sinalização e Logística (Sirlene Marcelino e Paulo Rocha)

Este artigo aborda como a sinalização cenográfica desempenha um papel crucial na organização e experiência de feiras e eventos.

- **Integração com Cenografia:** *Sirlene e Paulo explicam como a sinalização vai além da funcionalidade, colaborando com a narrativa cenográfica para orientar e engajar o público. Detalhes como plantas baixas, rotas de fuga e a altura dos elementos são integrados ao design.*
- **Casos Reais:** *Um exemplo prático é a reimpressão emergencial de um banner de 300m² para um evento na Francal, destacando como a logística eficiente e a adaptabilidade são essenciais nesse setor.*

Análise Geral

O livro Arquitetura Cenográfica não apenas celebra a criatividade, mas também revela a complexidade técnica, a coordenação interdisciplinar e a inovação que tornam essa área essencial para eventos e ambientes contemporâneos. A variedade de exemplos e insights fornece uma visão rica e abrangente, tornando a obra um recurso indispensável para profissionais e entusiastas da área.

O livro é um mergulho profundo na complexidade e no potencial da arquitetura cenográfica. Ele combina teoria, prática e estudos de caso para ilustrar como a cenografia pode ser usada como ferramenta estratégica em diferentes contextos. A interdisciplinaridade e o foco na experiência sensorial são pontos centrais que permeiam toda a obra.

Relevância

Este livro é indispensável para profissionais e estudantes de arquitetura, cenografia e design, além de organizadores de eventos que buscam compreender o impacto transformador da cenografia. Ele oferece não apenas inspiração, mas também ferramentas práticas para a criação de espaços memoráveis e eficazes.

Com uma linguagem acessível e uma riqueza de exemplos, Arquitetura Cenográfica é um guia valioso para quem deseja explorar o potencial dessa fascinante disciplina.

Grupo
conecta
eventos

Sergio Junqueira Arantes (org.)
Bruno Wendling | Maitê Uhlmann
Patricia Servilha | Thais de Oliveira Lima
Toni Sando | Vaniza Schuller

marketing de **destinos**

Coleção Conecta Eventos

marketing de **destinos**



Prefácio: Eduardo Sanovicz



Grupo
conecta
eventos



Prefácio: Eventos - O que faz diferença é montar o melhor time (Eduardo Sanovicz)

*O prefácio de Eduardo Sanovicz estabelece o tom do livro ao destacar que a chave para o sucesso dos eventos reside na combinação de quatro elementos principais: **comunidade, conteúdo, comércio e cidade**. Ele utiliza exemplos concretos de sua carreira, como o trabalho na Embratur, onde o Brasil subiu no ranking ICCA, e a criação do Plano Aquarela, para ilustrar a relevância de políticas públicas e da governança colaborativa.*

A importância de equipes qualificadas para executar estratégias eficazes. O papel dos eventos como motores do desenvolvimento urbano e econômico. Reflexão sobre a necessidade de inovação contínua e adaptação às novas demandas do mercado. Sanovicz reforça que eventos não são apenas experiências isoladas, mas instrumentos poderosos para gerar transformação social e econômica.

Cidades e Destinos Turísticos (Maitê Morgana Uhlmann)

Maitê explora a transformação de cidades em destinos turísticos, analisando como a criatividade, a sustentabilidade e o trabalho em rede são elementos centrais para essa evolução. A partir de sua experiência com cidades como Londrina e Recife, ela argumenta que o turismo deve beneficiar igualmente moradores e visitantes.

O conceito de cidades criativas, que aproveitam seus recursos culturais para gerar valor. O cuidado com o impacto da gentrificação e da espetacularização excessiva. A importância das políticas públicas para fomentar turismo sustentável e inclusivo. Este capítulo oferece uma visão crítica sobre como equilibrar crescimento econômico com qualidade de vida, enfatizando que marketing não deve ser uma "maquiagem" para problemas estruturais.

Marketing de Destinos: Gestão Estratégica (Bruno Weddliing)

Bruno oferece um olhar prático sobre os desafios do marketing de destinos no Brasil, com foco no Mato Grosso do Sul como caso de sucesso. Ele critica a falta de profissionalização no setor público e defende que o marketing deve estar alinhado às características únicas de cada destino.

Exemplos e estratégias: *Posicionamento de Bonito e Pantanal como âncoras de turismo ecológico. Campanhas segmentadas que valorizam as diferenças dos destinos e atraem públicos específicos. Integração entre os esforços públicos*

e privados para fortalecer a competitividade. Sua abordagem é prática, destacando como a gestão eficiente e a visão de longo prazo podem transformar destinos subutilizados em referências nacionais e internacionais.

Plano Ver-o-Pará e Marketing Turístico (Patrícia Servilha)

Patrícia compartilha sua experiência no desenvolvimento do Plano Ver-o-Pará, enfatizando o papel do marketing narrativo para destacar as singularidades culturais de um destino. Ela destaca como o turismo deve ser construído com base em produtos intangíveis que promovem experiências únicas.

Principais insights: A sedução como ferramenta essencial no marketing turístico. A necessidade de integrar as comunidades locais no processo de desenvolvimento turístico. Exemplos práticos de projetos que transformaram o Pará em um destino mais atrativo. Patrícia combina visão estratégica e sensibilidade cultural para demonstrar como o marketing pode ser uma força para o desenvolvimento sustentável.

Convention & Visitors Bureau (Thais Lima, Toni Sando, Vaniza Schuler)

Três autores abordam diferentes aspectos do papel dos CVBx no desenvolvimento de destinos e eventos. Os autores exploram como a tecnologia está redefinindo o setor de eventos, desde a digitalização até soluções como gamificação e realidade aumentada. Exemplos práticos incluem o uso de plataformas virtuais para alcançar públicos globais e a implementação de tecnologias inclusivas que ampliam a acessibilidade.

Convention & Visitors Bureau: Desafios e Estratégias de Gestão (Thais Lima)

Thais Lima explora o papel dos **Convention & Visitors Bureaux (CVBx)** como catalisadores da recuperação do turismo pós-pandemia. A autora realiza uma revisão sistemática da literatura, analisando estudos dos últimos dez anos sobre os desafios e estratégias de gestão desses bureaux. Seu texto destaca o protagonismo dos CVBx no setor **MICE** (Reuniões, Incentivos, Conferências e Exposições), que movimenta trilhões de dólares globalmente e é vital para a economia. **Evolução dos CVBx:** Surgiram como organizações focadas em atrair eventos de grande porte e, ao longo do tempo, assumiram funções mais amplas, atuando como **Organizações de Marketing de Destinos (DMOs)**. **Desafios atuais:**

Incluem falta de financiamento adequado, necessidade de coordenação público-privada e implementação de gestão eficiente. **Impacto econômico:** Eventos MICE possuem um multiplicador significativo na economia global, gerando US\$2,36 para cada US\$1,00 gasto diretamente. **Propostas práticas:** Thais enfatiza a importância de alinhar as estratégias de CVBx com as necessidades dos stakeholders locais e globais, promovendo sustentabilidade e inovação. **Contribuição:** O capítulo destaca o potencial transformador dos CVBx e oferece uma base sólida para gestores interessados em alavancar a competitividade de seus destinos, especialmente no contexto de recuperação pós-pandemia.

Ali não é mais ali: Reflexões sobre o Passado e o Futuro dos CVBx (Toni Sando)

Toni Sando compartilha sua experiência como presidente do São Paulo Convention & Visitors Bureau (SPCVB), discutindo a evolução das funções e desafios enfrentados pela instituição. Ele apresenta um panorama histórico e destaca a necessidade de gestão profissional e inovação para tornar os CVBs mais relevantes. **Pontos principais:** **Transformação organizacional:** Toni implementou ferramentas como o **Balanced Scorecard** e o sistema Salesforce para monitorar resultados e promover transparência. **Desafios enfrentados:** Incluem a necessidade de captar eventos nacionais e internacionais, estabelecer governança eficiente e engajar stakeholders. **Missão e valores:** O SPCVB definiu pilares claros, como ética, transparência e sustentabilidade, que guiaram suas ações. **Impacto em São Paulo:** Por meio de estratégias bem estruturadas, Toni ajudou a posicionar São Paulo como um dos principais destinos para eventos na América Latina. **Contribuição:** O texto de Toni oferece uma visão prática sobre como liderar e transformar um CVB, destacando a importância de combinar planejamento estratégico com engajamento multissetorial.

A Hora da Verdade: Teoria versus Prática na Gestão de CVBx (Vaniza Schuler)

Vaniza Schuler adota uma abordagem crítica e prática, expondo os dilemas enfrentados pelos CVBx no Brasil. Com base em sua experiência de mais de 20 anos, ela analisa os desafios estruturais, políticos e financeiros dessas organizações e sugere soluções práticas para superá-los. **Criação de CVBx:** Vaniza argumenta que a fundação de um CVB deve ser baseada em estudos de viabilidade e no comprometimento dos stakeholders locais, não em interesses políticos ou iniciativas isoladas. **Problemas estruturais:** Muitos CVBx brasileiros carecem de equipes qualificadas e recursos adequados, o que

compromete sua eficácia. **Padronização dos serviços:** Ela critica a falta de uniformidade entre os CVBx, que muitas vezes não oferecem os serviços básicos esperados por seus usuários. **Recomendações práticas:** Vaniza defende a implementação de padrões mínimos de qualidade e a busca por modelos de financiamento diversificados para garantir a sustentabilidade dos CVBx. **Contribuição:**

O texto de Vaniza oferece um diagnóstico detalhado dos problemas enfrentados pelos CVBx e sugere um caminho para tornar essas organizações mais eficazes e alinhadas às expectativas do mercado.

Comparação e Conexões

Embora cada autor tenha seu foco específico, os textos de Thais Lima, Toni Sando e Vaniza Schuler convergem na importância de uma gestão profissional, da colaboração público-privada e da inovação para o sucesso dos CVBx. Suas contribuições complementam-se ao fornecer tanto uma análise teórica quanto práticas implementáveis para fortalecer essas instituições no Brasil e no mundo. Expansão do alcance e personalização das experiências dos participantes. Redução de custos operacionais e aumento do engajamento. Ferramentas para análise de dados e tomada de decisão estratégica. Esse livro reforça que a inovação é uma resposta às demandas atuais, especialmente em um mundo pós-pandemia, onde o digital tornou-se essencial.

Conclusão

Cada capítulo do livro traz uma peça importante para compreender a complexidade da indústria de eventos e destinos. **"Marketing de Destinos"** oferece uma abordagem equilibrada entre teoria e prática, com insights que vão desde políticas públicas e governança até a implementação de ferramentas tecnológicas e estratégias de marketing.

Sergio Junqueira Arantes (org.)
 Enid Câmara | Gina Van Dijk | Melissa Matteo
 Rodrigo Cordeiro | Soraya Faouakhiri

eventos associativos (congressos)

Coleção Conecta Eventos

arquitetura cenográfica



Prefácio: Rodrigo Cordeiro

Resenha Crítica

"Eventos Associativos" é uma obra que reflete a grandiosidade e a relevância da indústria de eventos no contexto associativo, explorando suas dimensões estratégica, econômica e social. A coletânea reúne contribuições de especialistas renomados, oferecendo uma análise abrangente sobre os desafios e as oportunidades enfrentados pela indústria de eventos associativos. A seguir, uma resenha detalhada sobre os principais textos que compõem o livro.

Introdução – Sergio Junqueira Arantes

Na introdução, Sergio Junqueira Arantes posiciona os eventos como uma peça-chave na economia do conhecimento, destacando seu papel na troca de ideias e no fortalecimento de redes de colaboração. O autor defende que os eventos vão além de reuniões: são plataformas que impulsionam inovação, disseminação de conhecimento e transformação cultural. Junqueira enfatiza a necessidade de profissionalização no setor, abordando lacunas como a falta de dados confiáveis e de literatura especializada.

Prefácio – Rodrigo Cordeiro

Rodrigo Cordeiro, no prefácio, reflete sobre a força da indústria de eventos no Brasil, que movimenta bilhões de reais e gera milhões de empregos. Ele enaltece os eventos associativos como espaços de encontro, aprendizado e transformação, sendo responsáveis por unir diferentes setores da sociedade em prol de objetivos comuns. O autor destaca que a profissionalização é essencial para que o setor continue a crescer e a se destacar. Cordeiro também compartilha histórias pessoais que mostram como os eventos podem transformar carreiras e fortalecer comunidades. Seu tom inspirador reforça a importância do associativismo e dos eventos como ferramentas de impacto econômico, social e cultural.

"Desafios da Construção de uma Agenda Pública e Privada para o Setor de Eventos no Brasil" – Enid Câmara

Enid Câmara oferece uma análise estratégica sobre o setor de eventos no Brasil, destacando sua relevância econômica e social. A autora apresenta números expressivos: o setor associativo que movimenta mais de R\$ 67 bilhões por ano, emprega 7,5 milhões de pessoas e atrai turistas estrangeiros que movimentam a economia local. Contudo, Enid destaca as desigualdades regionais,

com foco no potencial inexplorado das regiões Norte e Nordeste. Ela sugere que essas áreas podem se tornar pólos de eventos, desde que recebam investimentos em infraestrutura e políticas públicas adequadas.

O texto também aborda o impacto da pandemia de COVID-19, que evidenciou a vulnerabilidade do setor e a ausência de suporte governamental. Enid elogia iniciativas como o Programa Emergencial de Retomada do Setor de Eventos (Perse), mas afirma que ainda há muito a ser feito para garantir um crescimento sustentável e equilibrado do setor. Seu artigo é uma chamada para ação, enfatizando a necessidade de um pacto nacional que una governos e instituições privadas na criação de uma agenda estratégica para o setor.

"Premissas para a Organização de Eventos Associativos" – Soraya Faouakhiri

Soraya Faouakhiri combina uma narrativa envolvente com lições práticas sobre os desafios de organizar eventos associativos. A autora compartilha sua experiência na organização da 75ª Assembleia Geral da INTERPOL, detalhando como o planejamento meticuloso e a coordenação eficaz foram cruciais para o sucesso do evento. Ela aborda a complexidade de atender às expectativas de diferentes públicos – participantes, patrocinadores, expositores e organizadores.

O texto enfatiza o papel do organizador de eventos como um "maestro", que precisa orquestrar diversas equipes e interesses em um ambiente dinâmico e desafiador. Soraya também explora a importância de entender os objetivos das associações e traduzi-los em estratégias claras e práticas, garantindo que o evento cumpra sua função como ferramenta de transformação e fortalecimento institucional.

"Tendências Internacionais para Eventos Associativos" – Gina Van Dijk

Gina Van Dijk traz uma perspectiva global sobre as transformações no setor de eventos associativos, com destaque para o impacto da pandemia de COVID-19. Ela explora como a digitalização e os formatos híbridos revolucionaram a forma como eventos são planejados e realizados. Gina argumenta que o futuro dos eventos está na criação de experiências personalizadas e na construção de comunidades engajadas durante todo o ano.

A autora enfatiza a importância de estratégias de marketing mais refinadas, que posicionem os eventos como indispensáveis em seus setores. Ela também aponta para o crescimento de eventos de médio porte e regionais, que oferecem maior personalização e oportunidades de networking mais focadas. Gina sugere que associações devem redefinir seus modelos de negócios, diversificar suas fontes de receita e investir em tecnologias que criem valor para seus públicos.

"A Importância dos Eventos na Estratégia de Crescimento das Entidades Associativas" – Rodrigo Cordeiro

Neste artigo, Rodrigo Cordeiro analisa como os eventos associativos são fundamentais para o fortalecimento das associações. Ele explora a importância de alinhar a gestão das associações às expectativas de seus membros e às demandas do mercado. Cordeiro apresenta insights sobre a necessidade de diversificar fontes de receita, utilizar dados para embasar decisões estratégicas e adotar práticas de gestão mais profissionais.

O autor também reflete sobre como a pandemia acelerou mudanças no setor, exigindo que as associações repensem suas estratégias de engajamento e ofereçam experiências de alto valor agregado. Ele conclui com uma visão otimista, destacando que os eventos associativos continuarão sendo o principal ponto de encontro para colaboração, inovação e transformação social.

Análise Crítica

"Eventos Associativos" é uma obra rica e abrangente, que explora os múltiplos aspectos da organização, gestão e impacto dos eventos associativos. Cada autor oferece uma perspectiva única, mas complementar, sobre o setor, abordando desde os desafios práticos até as tendências globais. Os textos são fundamentados em dados sólidos e experiências práticas, tornando a obra uma referência indispensável para profissionais do setor e líderes de associações.

A coletânea destaca que os eventos associativos não são apenas ferramentas de geração de receita, mas também motores de transformação social e econômica. Os autores convergem na mensagem de que a profissionalização e a inovação são fundamentais para o futuro do setor.

Grupo
conecta
eventos

Sergio Junqueira Arantes (org.)
Amir Somoggi | Daniela Coelho
Georgios Stylianos Hatzidakis | Jorge Ayoub
José Estevão Cocco | Líbia Macedo

eventos esportivos

Coleção Conecta Eventos



Prefácio: José Carlos Brunoro



Grupo
conecta
eventos



Resenha

"Eventos Esportivos" é uma obra multifacetada que explora a relevância dos eventos esportivos sob diversas perspectivas, incluindo impacto econômico, planejamento estratégico, marketing, gestão de recursos humanos e organização técnica. Os autores, todos especialistas em suas áreas, oferecem um guia detalhado e reflexivo sobre os desafios e oportunidades no setor esportivo. A seguir, apresento uma resenha mais aprofundada dos principais artigos do livro.

Introdução

A introdução enfatiza a relevância da indústria de eventos esportivos como parte integrante da economia do conhecimento, destacando seu papel na transferência de informações e na construção de conexões sociais e culturais. O texto contextualiza a obra como uma contribuição essencial para a profissionalização e o avanço do setor esportivo, abordando a lacuna de dados confiáveis e literatura especializada. A visão otimista apresentada na introdução reflete o potencial do setor de eventos esportivos em transformar economias e comunidades.

Prefácio – José Carlos Brunoro

José Carlos Brunoro celebra o livro como um marco na literatura esportiva, destacando as contribuições de cada autor. Ele pontua como o impacto econômico, o planejamento estratégico e o marketing são pilares fundamentais para o sucesso de eventos esportivos. Brunoro enfatiza a interconexão entre os temas abordados, ressaltando que o sucesso do setor depende de uma abordagem integrada e colaborativa.

Impacto Econômico do Esporte – Amir Somogy

Amir Somogy apresenta um estudo abrangente sobre o impacto econômico do esporte, tanto em sua dimensão profissional quanto na prática amadora. Ele analisa os desafios impostos pela pandemia de COVID-19, que exacerbou o sedentarismo e afetou a economia esportiva global. Dados da Sports Value revelam que a indústria esportiva global gerava US\$ 756 bilhões em receitas anuais antes da pandemia, com forte impacto em setores como saúde pública, arrecadação de impostos e emprego.

Amir destaca que o esporte é uma ferramenta poderosa para a promoção da saúde e bem-estar, especialmente ao incentivar a prática feminina em países como o Brasil, onde o sedentarismo é alarmante. Ele argumenta que o aumento da prática esportiva pode gerar benefícios econômicos e sociais, reduzindo os gastos com saúde pública e promovendo a inclusão social. O capítulo combina dados robustos e insights estratégicos, oferecendo um panorama claro dos desafios e oportunidades do setor.

Planejamento e Operação de Eventos Esportivos – Daniela Coelho

Daniela Coelho explora a complexidade do planejamento e da operação de megaeventos esportivos, como os Jogos Olímpicos e a Copa do Mundo FIFA. Seu capítulo detalha a integração necessária entre diversas áreas funcionais, desde logística e infraestrutura até marketing e comunicação. Daniela utiliza casos práticos, como Londres 2012, Rio 2016 e Tóquio 2020, para ilustrar como uma governança eficiente é essencial para o sucesso desses eventos.

Um dos pontos altos do capítulo é a explicação das etapas fundamentais do planejamento de eventos, desde a definição de objetivos até a avaliação pós-evento. Daniela também aborda a importância da colaboração entre o setor público e privado, exemplificando como políticas públicas podem viabilizar grandes competições. Sua abordagem prática e detalhada oferece lições valiosas para gestores de eventos de qualquer escala.

Eventos de Esporte Escolar e Universitário – Georgios Stylianos

Georgios Stylianos oferece um olhar minucioso sobre a organização de eventos escolares e universitários, destacando sua importância na formação de atletas e no fortalecimento de valores como trabalho em equipe e disciplina. Ele apresenta as etapas essenciais para o planejamento desses eventos, incluindo a definição de objetivos, regulamentação, logística e engajamento da comunidade local.

O capítulo também explora como eventos esportivos podem integrar elementos culturais e sociais para atrair um público mais amplo. Georgios utiliza casos de sucesso para ilustrar como uma gestão criteriosa pode transformar eventos simples em experiências enriquecedoras. Sua abordagem detalhada é um guia prático para gestores que buscam aprimorar a organização de competições esportivas educacionais.

Planejamento de Marketing para Eventos Esportivos – Jorge Ayoub

Jorge Ayoub apresenta um roteiro estratégico para o planejamento de marketing em eventos esportivos, destacando a importância de entender o público-alvo e o contexto de mercado. Ele utiliza ferramentas como a análise SWOT para ajudar gestores a identificar forças, fraquezas, oportunidades e ameaças.

O autor argumenta que um marketing bem estruturado é essencial para conectar marcas e consumidores de maneira emocional e duradoura. Ele exemplifica como o estudo do mercado pode ser crucial para evitar erros estratégicos e maximizar o impacto do evento. O capítulo é uma aula prática que combina teoria e exemplos aplicáveis, tornando-o uma referência indispensável para profissionais de marketing esportivo.

As Agências de Marketing e Eventos Esportivos – José Cocco

José Cocco reflete sobre sua experiência de mais de 60 anos no marketing esportivo, analisando o papel das agências na profissionalização do setor. Ele destaca como o marketing esportivo evoluiu para se tornar uma das ferramentas mais eficazes para a construção de marcas e a geração de engajamento.

Cocco utiliza exemplos históricos, como a parceria da Parmalat com o Palmeiras, para ilustrar como estratégias bem-sucedidas podem transformar a percepção pública de uma marca. Ele também aborda a necessidade de inovação contínua no marketing esportivo, enfatizando que a emoção e o engajamento são fatores-chave para o sucesso de qualquer campanha. Seu capítulo é uma combinação de análise histórica e visão de futuro.

Recursos Humanos em Eventos Esportivos – Líbia Macedo

Líbia Macedo explora a gestão de recursos humanos em eventos esportivos, destacando a importância de equipes bem treinadas e engajadas. Ela analisa como o perfil dos profissionais deve ser adaptado ao tipo de evento, desde competições de alta performance até eventos de lazer.

Líbia enfatiza que o sucesso de um evento depende diretamente da qualidade da equipe envolvida, abordando tópicos como recrutamento, treinamento e gestão de conflitos. Seu capítulo oferece insights práticos para gestores que buscam otimizar o desempenho de suas equipes e criar experiências memoráveis para os participantes e espectadores.

Análise Crítica

"Eventos Esportivos" vai além de uma análise superficial, oferecendo uma visão abrangente e detalhada sobre a organização, o impacto e a gestão de eventos esportivos. Cada autor contribui com insights únicos, resultando em um livro que é tanto um guia prático quanto uma reflexão estratégica. Os capítulos são fundamentados em dados robustos e experiências reais, tornando o livro uma referência indispensável para profissionais e acadêmicos.

Conclusão

*Combinando análises profundas, exemplos práticos e estratégias inovadoras, "Eventos Esportivos" é uma obra essencial para quem busca entender o potencial transformador do setor esportivo. A abordagem integrada dos autores inspira gestores e profissionais a explorar novas possibilidades e elevar o padrão dos eventos esportivos em escala **global**.*

Sergio Junqueira Arantes (org.)

Alexis Pagliarini | Antonietta Varlese | Daiane Lima |
Daniel de Freitas Costa | Gabriela Baumgart | Juliana Patti
Livio Giosa | Michele Fernanda Ferreira Vicente | Patricia Ellen
Paulo Salvador Ribeiro Perrotti | Ronaldo Bias Ferreira Jr

ESG nos eventos

Coleção Conecta Eventos



Prefácio: Rodolfo Witzig Guttilla

Resenha

O livro ESG nos Eventos reúne uma ampla gama de perspectivas, experiências e propostas de especialistas, abordando como os princípios de ESG (Ambiental, Social e Governança) podem ser incorporados no planejamento e na execução de eventos. A obra é estruturada em capítulos que destacam diferentes aspectos, desde o desenvolvimento histórico do conceito de ESG até exemplos práticos de sua aplicação.

Evolução Histórica e Contexto (Alexis Pagliarini)

O livro começa com uma análise histórica detalhada que traça a evolução do capitalismo e como conceitos como sustentabilidade e ESG emergiram como respostas às práticas predatórias e desiguais do passado. Movimentos globais e marcos, como o Relatório Brundtland e a Rio-92, são apresentados como influências cruciais na construção de um paradigma mais consciente e responsável.

Sustentabilidade na Cadeia de Valor (Daiane Lima)

A autora aborda como os eventos são representações da sociedade e de seus desafios, destacando a importância de implementar práticas ESG não apenas como tendência, mas como uma necessidade estrutural. Lima critica práticas superficiais de sustentabilidade (greenwashing) e propõe ações concretas e rastreáveis para uma mudança real.

Alimentação Sustentável (Antonietta Varlese)

Varlese explora o impacto da alimentação plant-based no contexto ESG, conectando escolhas alimentares a questões ambientais e sociais. O capítulo destaca o crescimento global do mercado plant-based como uma solução sustentável para os desafios da indústria de alimentos e mudanças climáticas.

Norma ISO 20121 (Daniel Costa)

Este capítulo detalha como a norma ISO 20121 pode ser um guia prático para incorporar a sustentabilidade nos eventos. A obra enfatiza a importância do planejamento estratégico, liderança comprometida e melhoria contínua, mostrando como a norma oferece um framework para eventos de todos os tamanhos.

Impacto Regional e Governança (Gabriela Baumgart)

Baumgart apresenta um estudo de caso sobre o Expo Center Norte, mostrando como eventos podem impulsionar o desenvolvimento econômico e social de uma

região. O capítulo ressalta o papel da governança eficiente na criação de um modelo sustentável e inovador para a indústria de eventos.

Transformação Cultural e Liderança (Ronaldo Ferreira Júnior)

Ferreira Júnior explora a relação entre cultura corporativa e ESG, destacando como a transformação começa com a mudança de mentalidade dos líderes e colaboradores. Ele propõe estratégias para alinhar valores organizacionais às práticas ESG, promovendo uma integração mais eficiente.

Turismo Sustentável (Maria Fernanda)

Este capítulo aborda o ecoturismo como uma ferramenta poderosa para mitigar impactos ambientais e promover desenvolvimento sustentável. Fernanda compartilha exemplos práticos de iniciativas no Brasil, incluindo o uso de biodigestores e ações de conservação ambiental, que combinam preservação com geração de renda.

Sustentabilidade é Responsabilidade de Todos (Juliana Patti)

Neste capítulo, Juliana Patti relata a jornada de implementação de práticas sustentáveis em eventos corporativos, destacando a integração de pilares ESG (Ambiental, Social e Governança). A autora descreve como a pandemia impulsionou seu time a adotar estratégias mais sustentáveis, desde a conscientização de equipes até a criação de um checklist global para guiar ações em eventos.

Patti utiliza exemplos práticos, como reduzir materiais impressos, priorizar tecnologia e promover diversidade na seleção de palestrantes. Ela enfatiza o uso de métricas e gamificação para engajar colaboradores globalmente, como desafios interativos no estilo TikTok para estimular comportamentos sustentáveis.

Princípios da Sustentabilidade e ESG (Lívio Giosa)

Lívio Giosa aborda o impacto dos princípios ESG em eventos indoor e outdoor, explorando a evolução histórica e os desafios ambientais atuais. Ele utiliza uma narrativa reflexiva para destacar a urgência de adotar práticas sustentáveis, traçando uma linha do tempo desde a ECO-92 até os mais recentes debates sobre mudanças climáticas.

O capítulo enfatiza a importância de transitar para uma economia de baixo carbono e a aplicação do conceito de "triple bottom line" (sustentabilidade

econômica, social e ambiental). Giosa sugere que mudanças culturais e empresariais só serão possíveis com atitude individual e coletiva, reforçando que a conscientização deve ser a base para reverter os impactos climáticos.

A Responsabilidade Social como Pilar do ESG (Paulo Perrotti)

Paulo Perrotti explora o "S" do ESG, destacando como a responsabilidade social se aplica à gestão de eventos. Ele alerta sobre os riscos reputacionais e legais decorrentes da escolha inadequada de fornecedores e práticas desumanas. A partir de casos reais, Perrotti ilustra as consequências de negligenciar o bem-estar dos trabalhadores.

Além disso, o autor propõe diretrizes práticas para implementar a responsabilidade social em eventos, como assegurar trabalho digno, combater a discriminação, e investir na saúde e segurança dos colaboradores. O capítulo conclui com a importância de alinhar práticas corporativas às diretrizes internacionais, como os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU, para criar eventos verdadeiramente sustentáveis.

Análise Geral

O livro *ESG nos Eventos* vai além de uma visão teórica, oferecendo insights práticos e estudos de caso que inspiram profissionais do setor de eventos a adotarem práticas sustentáveis. A diversidade de vozes enriquece a obra, apresentando desde reflexões conceituais até guias práticos e exemplos aplicados.

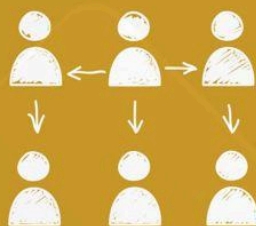
Recomendação

Esta obra é essencial para profissionais do setor de eventos, gestores de sustentabilidade e todos os interessados em alinhar práticas corporativas aos desafios globais de responsabilidade ambiental e social. *ESG nos Eventos* não apenas educa, mas inspira ação, mostrando que a sustentabilidade é uma jornada colaborativa e contínua. Combinando teoria, prática e exemplos reais, eles reforçam a ideia de que a sustentabilidade é uma responsabilidade compartilhada e essencial para o futuro da indústria.

Sergio Junqueira Arantes (org.)
Camilo D'Ornellas | Flavio Carrera | Igor Pipolo
Juliana Santos | Otavio Novo | Teanes Silva

segurança em eventos

Coleção Conecta Eventos



Prefácio: Andréa Nakane

RESENHA

Prefácio: A Segurança como Prioridade Absoluta (Andréa Nakane)

O prefácio contextualiza a relevância da segurança em eventos no cenário contemporâneo, pós-pandemia, quando o público demanda experiências seguras e confiáveis. Andréa Nakane destaca a necessidade de uma abordagem preventiva, contrastando com a cultura predominante de reatividade. Ela critica a negligência em planejar a gestão de crises e enfatiza que a segurança deve ser integrada à arquitetura do evento desde o início. Este texto serve como um chamado à ação para organizadores, patrocinadores e gestores, defendendo que a segurança é um investimento, não um custo.

Riscos e Gestão de Segurança Patrimonial (Teanes Silva)

Teanes Silva explora a aplicação da norma NBR ISO 31000 na identificação, análise e mitigação de riscos em eventos. O capítulo enfatiza a importância de políticas de segurança bem definidas e do PARSPE, um processo que auxilia na gestão de riscos patrimoniais. A autora apresenta exemplos práticos, como a necessidade de planos diretores e matrizes de tolerância, para alinhar decisões de gestão com estratégias de prevenção.

O capítulo é especialmente útil para profissionais que buscam estruturar sistemas de segurança claros, com indicadores de desempenho e abordagens estratégicas para crises.

A matriz de tolerância diferencia ações baseadas em probabilidade e impacto. A integração de políticas de segurança com outras políticas corporativas (como logística e compliance) fortalece a abordagem preventiva.

Reflexões sobre Riscos em Eventos de Pequeno a Grande Porte (Otávio Novo)

Otávio Novo analisa a segurança como prioridade universal, desde pequenos encontros até megaeventos como a Copa do Mundo de 2014. Ele reflete sobre como negligências podem comprometer não apenas a segurança, mas também a reputação de marcas e organizadores.

O capítulo destaca os desafios enfrentados em eventos menores, onde os recursos e o planejamento são frequentemente insuficientes. Por outro lado, megaeventos demandam integração com órgãos públicos e tecnologia avançada.

Novo também discute o paradoxo da segurança, que muitas vezes é ignorada até que um incidente ocorra.

A gestão de riscos deve começar no estágio inicial de planejamento. Eventos de pequeno porte frequentemente subestimam os riscos, enquanto os grandes exigem alinhamento entre segurança física e digital.

A Importância do Seguro para Eventos (Juliana Santos)

Juliana Santos aborda a relevância do seguro para mitigar perdas financeiras e operacionais em eventos. Ela destaca a baixa adesão ao seguro no Brasil, apontando como a falta de conscientização e a percepção de alto custo dificultam sua implementação.

A autora explica que seguros especializados oferecem coberturas como responsabilidade civil, cancelamentos e danos à propriedade. Santos argumenta que, mesmo quando todas as normas são seguidas, a imprevisibilidade torna o seguro indispensável. Ela também menciona a evolução do setor no Brasil, com a introdução de apólices mais abrangentes.

Seguros podem custar de 0,4% a 1% do orçamento do evento, sendo um investimento estratégico. A ausência de seguro pode expor organizadores a perdas catastróficas.

Planejamento de Segurança em Eventos (Igor Pipolo)

Igor Pipolo apresenta um modelo dividido em três fases – pré-evento, evento e pós-evento – para garantir segurança eficaz. Ele enfatiza a importância de um planejamento detalhado, incluindo a escolha do local, análise de riscos e definição de políticas de segurança.

Pipolo destaca que a segurança deve ir além da vigilância e integrar-se a todas as etapas do evento. Ele também discute questões legais e regulatórias, mostrando que uma abordagem proativa previne problemas e otimiza custos.

A escolha do local deve considerar fatores externos, como infraestrutura e índices de criminalidade. A política de segurança deve abranger desde o controle de acesso até a prevenção de incêndios.

Segurança em Feiras e Congressos (Flávio Carrera)

Flávio Carrera reflete sobre a evolução da segurança em feiras e congressos no Brasil, destacando a necessidade de profissionalização e planejamento detalhado. Ele explora a história da segurança patrimonial no país e como práticas improvisadas ainda afetam o setor.

O capítulo detalha como as demandas de última hora prejudicam a eficiência e propõe que organizadores invistam em segurança como parte integrante do planejamento.

A segurança de estandes e áreas comuns deve ser bem planejada para evitar vulnerabilidades. A contratação de profissionais capacitados é essencial para eventos de qualquer porte.

Gestão de Públicos e Multidões (Camilo Dornelas)

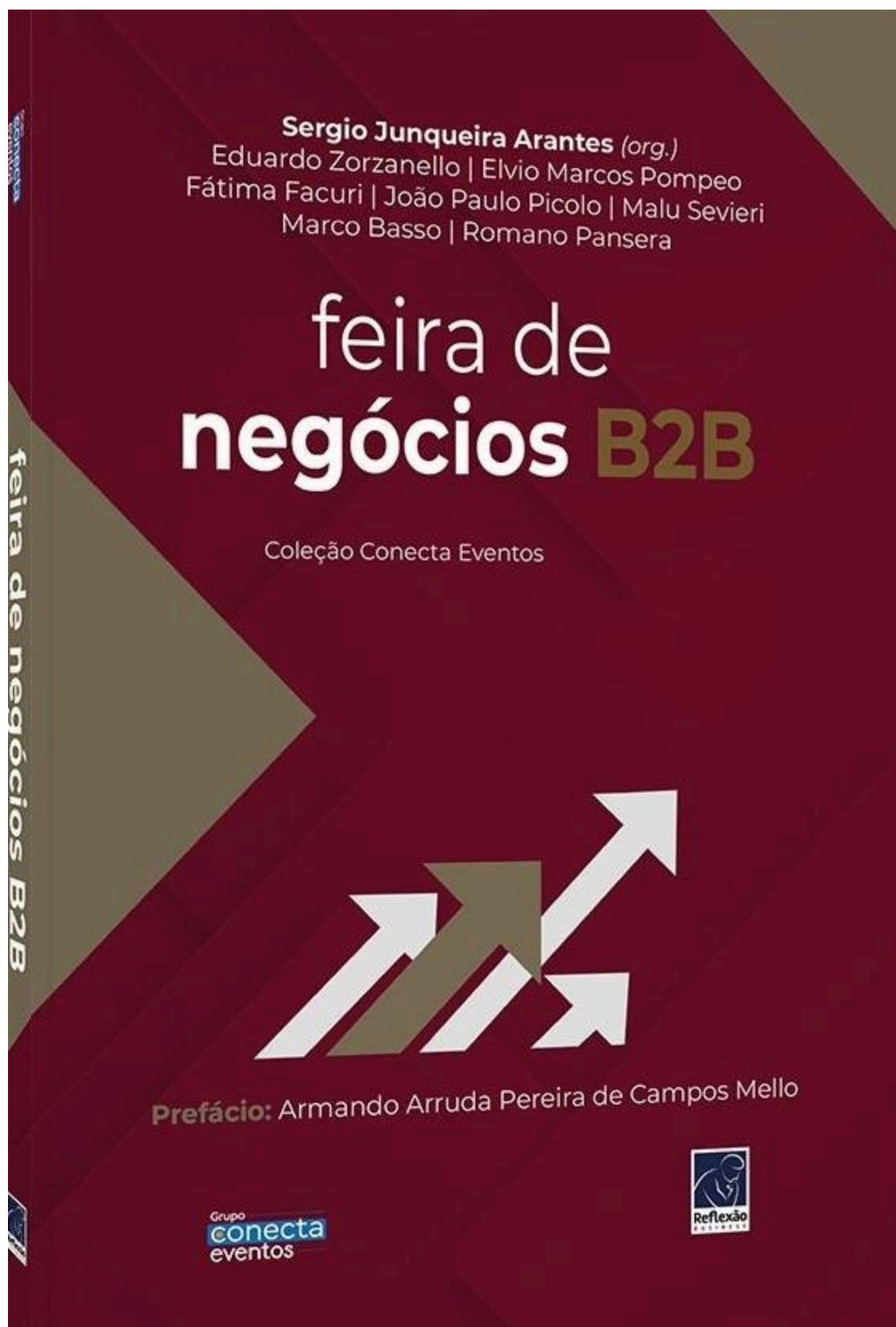
Camilo Dornelas diferencia os conceitos de "Safety" e "Security" e analisa sua aplicação em megaeventos. Ele defende que a gestão de multidões exige treinamento específico e integração entre segurança pública e privada.

O capítulo usa exemplos como a Copa do Mundo e o Rock in Rio para ilustrar a complexidade de gerenciar grandes públicos. Dornelas também discute como a música e outros estímulos podem influenciar o comportamento das multidões, exigindo adaptações nas estratégias de segurança.

"Safety" refere-se à prevenção de acidentes, enquanto "Security" trata da proteção contra ameaças. A gestão eficaz de multidões exige análise comportamental e medidas adaptativas.

Conclusão

Segurança em Eventos é uma obra essencial para quem atua no planejamento e execução de eventos. Os capítulos oferecem perspectivas complementares sobre a gestão de segurança, desde aspectos técnicos, como análise de riscos, até reflexões sobre comportamentos culturais. A multiplicidade de vozes enriquece o debate, tornando o livro um guia prático e teórico.



Resenha

Prefácio (Armando Arruda Pereira de Campos Mello)

No prefácio, Armando Arruda Pereira de Campos Mello apresenta o livro como uma obra essencial para profissionais que atuam ou desejam atuar no segmento de feiras de negócios B2B. Ele descreve o setor como um dos pilares fundamentais da economia criativa e destaca o papel das feiras como plataformas de conexão, inovação e geração de negócios. O autor também aborda a evolução das feiras ao longo do tempo, enfatizando a transição para modelos híbridos ou "phygitalis", que combinam o presencial e o digital, especialmente após os desafios impostos pela pandemia de COVID-19. Ele ressalta ainda a importância da profissionalização e da troca de experiências entre os atores da indústria para garantir o futuro das feiras B2B em um mundo cada vez mais competitivo e conectado.

Pontos principais:

- **Feiras como mídias phygitalis:** O autor destaca que a integração entre físico e digital é uma evolução necessária para ampliar o alcance e a relevância dos eventos.
- **Importância econômica e social:** Feiras são motores de desenvolvimento econômico, fomentando negócios e inovação em diversos setores.
- **Cases de sucesso:** O prefácio cita eventos exemplares que ilustram como criatividade e resiliência podem transformar feiras em plataformas de impacto global.
- **Perspectiva educacional:** Armando posiciona o livro como um "curso prático", oferecendo insights e aprendizados valiosos para profissionais do setor.

O prefácio de Armando Arruda Pereira de Campos Mello contextualiza o livro como uma contribuição indispensável para a evolução e o fortalecimento do setor de feiras B2B. Ele celebra a resiliência da indústria e reforça a importância da adaptação contínua para enfrentar os desafios de um mercado em transformação.

Feiras e Suas Origens (Shirley Salazar)

Shirley Salazar faz uma análise histórica das feiras, desde suas raízes na Idade Média até o papel moderno como plataformas de negócios e networking. Ela

explora como as feiras evoluíram para atender às necessidades de diferentes indústrias e públicos.

Pontos principais:

- As feiras começaram como espaços de troca de mercadorias e evoluíram para eventos setoriais altamente especializados.
- A Fenit é apresentada como marco na história das feiras no Brasil, destacando o pioneirismo de Caio de Alcantara Machado.
- O impacto cultural e econômico das feiras é evidenciado por sua capacidade de conectar mercados e culturas.

Captação como Fator Essencial para a Viabilização e Longevidade de um Evento (Eduardo Zorzanello)

Eduardo Zorzanello apresenta a captação como um dos principais pilares para o sucesso e a sustentabilidade de eventos. Ele explora o planejamento como etapa inicial e fundamental para viabilizar qualquer evento, independentemente de seu porte ou natureza. Utilizando o *Festuris* como exemplo, Zorzanello detalha como o evento evoluiu de um projeto regional para uma referência internacional no segmento turístico, graças à construção de relacionamentos estratégicos e à inovação contínua.

Pontos principais:

- A captação de recursos não se limita à busca por patrocinadores, mas inclui a construção de parcerias e redes de apoio.
- Eventos precisam de planejamento detalhado para minimizar riscos e maximizar oportunidades.
- O *Festuris* tornou-se referência por adaptar-se às mudanças de mercado e criar valor para stakeholders.

A Importância do Relacionamento em Feiras B2B (Elvio Marcos Pompeo)

Elvio Pompeo destaca o papel estratégico das feiras B2B como plataformas para o desenvolvimento de relacionamentos duradouros e a geração de negócios. Ele explora como o contato presencial e a interação humana em feiras proporcionam oportunidades únicas para fortalecer laços entre expositores, visitantes e stakeholders. O artigo argumenta que, em um mundo cada vez mais digital, o

valor do encontro face a face é insubstituível, especialmente em setores que dependem de confiança e negociação direta.

Pontos principais:

- **Feiras como plataformas de relacionamento:** Pompeo destaca que as feiras criam um ambiente onde a interação humana permite um entendimento mais profundo das necessidades e expectativas dos clientes.
- **Conexões estratégicas:** A participação em feiras é essencial para construir redes de contato que vão além da simples prospecção de negócios, fomentando parcerias e alianças estratégicas.
- **Preparação e engajamento:** O autor enfatiza a importância de um planejamento prévio detalhado para maximizar as oportunidades de networking e negócios durante o evento.
- **Impacto duradouro:** As feiras não apenas geram negócios imediatos, mas também contribuem para o fortalecimento de marcas e a construção de reputações no longo prazo.

Planejamento Estratégico e Financeiro em Feiras (João Paulo Picolo)

João Paulo Picolo enfatiza a importância de integrar planejamento estratégico e financeiro para garantir o sucesso e a longevidade de feiras de negócios. Ele explora como a definição de objetivos claros, alinhados a estratégias de marketing e operações, permite que os organizadores criem eventos que atendam às demandas de um mercado dinâmico.

Pontos principais:

- Planejamento financeiro cuidadoso garante a sustentabilidade do evento, mesmo diante de crises econômicas.
- A formação de equipes alinhadas aos valores da organização é essencial para alcançar resultados consistentes.
- Exemplos práticos mostram como eventos podem se expandir com uma base financeira sólida.

Gestão Operacional de Eventos (Malu Sevieri)

Malu Sevieri detalha a complexidade da gestão operacional de feiras, destacando a necessidade de equipes experientes e processos bem estruturados.

Ela analisa como a escolha entre equipes internas ou terceirizadas pode impactar a eficiência, o controle de custos e a qualidade do evento.

Pontos principais:

- A logística é um dos fatores mais críticos na gestão operacional de feiras, exigindo coordenação entre fornecedores, expositores e organizadores.
- Comunicação clara e contínua com fornecedores garante alinhamento e evita imprevistos.
- A terceirização pode ser vantajosa em alguns casos, mas exige uma seleção criteriosa para garantir a qualidade.

Transformação Digital e Experiências Phygitaís (Marco Basso)

Marco Basso explora a integração de tecnologias digitais no setor de feiras, introduzindo o conceito de eventos "phygitaís". Ele mostra como a pandemia acelerou a adoção de ferramentas digitais, ampliando as possibilidades de engajamento e alcance das feiras.

Pontos principais:

- A combinação de experiências físicas e digitais oferece oportunidades para expandir a base de participantes.
- Plataformas digitais podem ser usadas para engajar o público antes, durante e após o evento.
- A transformação digital exige investimento em capacitação das equipes e em tecnologia.

Relações Institucionais Duradouras: O Case APAS Show (Romano Pansera)

Romano Pansera compartilha a história da *APAS Show*, desde suas origens como uma convenção local até se tornar um dos maiores eventos supermercadistas do mundo. Ele enfatiza como relações institucionais sólidas e adaptação às mudanças de mercado são essenciais para manter a relevância de um evento.

Pontos principais:

- A *APAS Show* evoluiu ao longo das décadas por meio de inovações constantes e foco no público-alvo.
-

-
- Relacionamentos institucionais fortalecem a credibilidade e o alcance de eventos.
 - A profissionalização da organização foi um marco para o crescimento da feira.

A Beleza como um Bom Negócio: O Case Estética in Rio (Fátima Facuri)

Fátima Facuri explora o crescimento do setor de beleza no Brasil por meio do case *Estética in Rio*. Ela mostra como a feira se tornou uma referência no segmento, combinando inovação, capacitação profissional e ética.

Pontos principais:

- A identificação de lacunas no mercado levou à criação de um evento focado na capacitação e inovação no setor de beleza.
- A feira impactou positivamente profissionais e empresas ao promover networking e aprendizado contínuo.
- O sucesso da *Estética in Rio* demonstra como eventos podem se tornar catalisadores para o crescimento de um setor.

Conclusão

Os artigos do livro *Feiras de Negócios B2B* oferecem insights ricos e diversificados sobre como planejar, executar e inovar em feiras de negócios. Eles destacam a importância de estratégias financeiras e operacionais sólidas, bem como a adaptação às mudanças tecnológicas e de mercado. Com exemplos práticos e cases de sucesso, a obra se estabelece como um guia indispensável para profissionais que buscam excelência e longevidade no setor.

Sergio Junqueira Arantes (org.)

Dil Mota | João Mattos | Marcelo Medeiros
Marcio Esher | Milena Sakamoto | Nico Prochaska

lançamento de **produto**

Coleção Conecta Eventos



Prefácio: Wilson Ferreira Junior

Grupo
conecta
eventos



Resenha

"Lançamento de Produtos" é uma obra que sintetiza o conhecimento prático e teórico de grandes especialistas sobre o impacto e a importância dos eventos de lançamento no live marketing. Por meio de capítulos autorais, o livro explora a criação, planejamento e execução de eventos que são não apenas apresentações de novos produtos, mas ferramentas estratégicas para engajamento, branding e geração de resultados duradouros.

Prefácio - "Não lance antes de ler" - Wilson Ferreira Junior

O prefácio enfatiza a singularidade de cada evento de lançamento, destacando a importância de sua execução impecável. Esses eventos são o ponto de partida público de um produto, representando o ápice de longos processos de planejamento e desenvolvimento. O texto posiciona os eventos como momentos cruciais para criar uma "primeira impressão" que impacta profundamente a percepção da marca.

A Gestão do Olhar no Live Marketing - Dil Mota

Dil Mota apresenta a criação de eventos de lançamento como uma arte que exige planejamento estratégico e criatividade. Ele descreve o momento do "reveal" como o ápice emocional de um evento, onde storytelling e tecnologia convergem para gerar impacto. Dil enfatiza a importância de referências culturais, artísticas e tecnológicas, destacando que profissionais de live marketing precisam estar constantemente atualizados para oferecer experiências memoráveis. O autor argumenta que um briefing bem estruturado é a base para eventos de sucesso, servindo como guia para todos os aspectos do planejamento.

Paixão em Projetos de Lançamento - João Mattos

João Mattos reflete sobre sua trajetória no setor, explorando a evolução dos eventos de lançamento desde projeções analógicas até as tecnologias digitais atuais. Ele narra cases históricos que destacam o papel da experiência acumulada no enfrentamento de desafios e na entrega de projetos impactantes. O texto também enfatiza a importância de equipes bem treinadas e apaixonadas, capazes de traduzir ideias em execuções impecáveis. Mattos fornece um panorama enriquecedor sobre o desenvolvimento do setor e os elementos fundamentais para o sucesso.

Planejamento com "Skin in the Game" - Marcelo Medeiros

Marcelo Medeiros adota o conceito de "skin in the game" para descrever o envolvimento profundo e a imersão no universo do cliente durante o planejamento de eventos. Ele oferece um guia detalhado para pensar e executar um evento, incluindo pesquisa de mercado, definição de público-alvo, alinhamento de metas e uso estratégico de recursos. Medeiros argumenta que eventos de lançamento bem-sucedidos devem criar conexões emocionais autênticas entre marcas e consumidores, destacando a importância de equipes colaborativas e de uma execução tecnicamente impecável.

A Evolução dos Lançamentos Automotivos - Marcio Escher

Marcio Escher explora a história dos lançamentos no setor automotivo, desde eventos grandiosos e altamente presenciais até estratégias digitais e mais intimistas. Ele analisa como os eventos automotivos se adaptaram às mudanças de comportamento do consumidor e às restrições orçamentárias, citando cases icônicos como o lançamento do EcoSport na Amazônia. Escher enfatiza que a indústria automotiva, em processo de reinvenção, continua a valorizar o impacto emocional de eventos de lançamento como parte fundamental de sua comunicação.

Milena Sakamoto - Live Marketing como Estratégia Multifacetada

Milena Sakamoto destaca o live marketing como uma abordagem holística e multifacetada para o lançamento de produtos. Ela argumenta que o sucesso de um evento está em sua capacidade de criar experiências personalizadas e inesquecíveis, que conectam emocionalmente o público ao produto. Milena explora como tecnologia, interatividade e storytelling podem ser integrados para amplificar o impacto de um evento, posicionando-o como uma ferramenta estratégica indispensável para marcas que buscam inovação em mercados competitivos.

Nico Prochaska - Transformando Crise em Oportunidade

Nico Prochaska compartilha um case inspirador sobre a reinvenção de sua empresa, a Bem Bacana, durante a pandemia. Ele narra como a empresa enfrentou desafios financeiros e logísticos para reposicionar seus serviços no mercado. Nico explora a diferença entre marketing tradicional e live marketing, destacando que o último se concentra na criação de experiências memoráveis e

emocionais. Ele oferece insights práticos sobre como lidar com crises e transformar adversidades em oportunidades de crescimento.

Análise Crítica

"Lançamento de Produtos" oferece um mergulho profundo nos bastidores dos eventos de lançamento, mostrando como eles combinam arte, ciência e estratégia. Cada autor traz perspectivas únicas, enriquecidas por cases reais e reflexões sobre tendências e desafios do setor. O livro é uma combinação valiosa de teoria e prática, abordando desde o planejamento inicial até a execução e o impacto pós-evento.

A diversidade dos capítulos é um dos maiores trunfos da obra. Dil Mota e Marcelo Medeiros fornecem guias detalhados para o planejamento estratégico e criativo, enquanto autores como João Mattos e Marcio Escher oferecem um olhar histórico e prático. Milena Sakamoto e Nico Prochaska complementam com análises sobre inovação e resiliência, tornando o livro relevante para profissionais de diferentes níveis de experiência.

Conclusão

Com uma abordagem rica e multifacetada, **"Lançamento de Produtos"** é uma obra indispensável para profissionais e estudantes interessados no live marketing. O livro oferece não apenas ferramentas práticas, mas também uma reflexão profunda sobre o papel dos eventos de lançamento na construção de marcas e no engajamento do consumidor. A obra é uma celebração do setor e um guia estratégico para aqueles que buscam excelência na indústria de eventos.

Sergio Junqueira Arantes (org.)
Alceu Vezozzo Filho | Carlos Bernardo | Chieko Aoki
Janick Daudet | João de Nagy | Lizete Ribeiro

hospitalidade e os **eventos**

Coleção Conecta Eventos

hospitalidade e os **eventos**



Prefácio: Guilherme Paulus

Resenha

"Hospitalidade e os Eventos" é uma obra marcante que analisa a interseção entre hotelaria e eventos, com ênfase na hospitalidade como eixo central. Por meio de reflexões e relatos detalhados, os autores compartilham suas experiências práticas, estratégias de gestão e visões inovadoras, destacando a importância de uma abordagem humanizada para o sucesso do setor. O livro aborda desde a evolução histórica até as práticas contemporâneas, oferecendo uma análise rica sobre como a hospitalidade molda experiências e promove resultados.

Prefácio – Guilherme Paulus

No prefácio, Guilherme Paulus reflete sobre sua trajetória de mais de 50 anos no turismo e na hotelaria. Ele celebra a hospitalidade como uma arte que exige empatia, respeito e atenção ao detalhe. Paulus narra experiências pessoais, como a transformação do Hotel Serrano em Gramado, destacando o papel da valorização da mão de obra local e do investimento em capacitação. Ele reforça que a hospitalidade é um motor econômico estratégico e essencial para o desenvolvimento sustentável, impactando diretamente milhares de atividades econômicas no Brasil.

Hospitalidade com Alma – Chieko Aoki

Chieko Aoki, fundadora da Blue Tree Hotels, compartilha uma trajetória marcada pela inovação e pela introdução de conceitos inéditos na hotelaria brasileira. Aoki detalha como transformou os hotéis Caesar Park em referências de excelência, implementando o conceito de "hospitalidade com alma", que combina o rigor e a atenção oriental com a flexibilidade e o calor humano brasileiros. Entre as inovações, destacam-se apartamentos no estilo japonês e eventos com elementos culturais, como o uso de pó de ouro no champanhe. Aoki enfatiza a importância de personalizar serviços para exceder as expectativas dos clientes, criando uma conexão emocional que transcende o simples atendimento.

A Cultura Bourbon – Alceu Vezozzo Filho

Alceu Vezozzo Filho descreve a consolidação da Rede Bourbon como uma das principais referências em hospitalidade no Brasil. Ele reflete sobre como a cultura organizacional, baseada no respeito e na empatia, foi essencial para o sucesso da rede. Vezozzo explora práticas de inovação que equilibram tradição

e modernidade, mostrando como a hospitalidade se tornou o diferencial competitivo da marca. Ele também aborda os desafios enfrentados durante os períodos de crise econômica e como a consistência na qualidade do serviço ajudou a superar esses momentos.

Gastronomia como Pilar da Hospitalidade – Carlos Bernardo

Carlos Bernardo explora como a gastronomia vai além da alimentação, transformando-se em uma experiência sensorial que conecta pessoas e culturas. Ele destaca a importância de uma abordagem personalizada em eventos gastronômicos, desde a escolha dos ingredientes até a apresentação dos pratos. Bernardo reflete sobre como a gastronomia pode fortalecer a imagem de marcas e eventos, criando uma experiência memorável e enriquecedora. O capítulo é um guia prático para profissionais que desejam aliar criatividade e excelência operacional.

Modelo Club Med – Janick Daudet

Janick Daudet apresenta o modelo de hospitalidade do Club Med, um pioneiro no conceito "all inclusive". Ele narra como os resorts da rede no Brasil, como Trancoso e Rio das Pedras, adotaram práticas inovadoras que integram lazer, esporte e multiculturalidade. Daudet enfatiza que a personalização das experiências e o foco na sustentabilidade foram fundamentais para o sucesso do modelo. Ele também discute como o Club Med construiu uma marca global que combina padronização com a flexibilidade necessária para atender diferentes culturas.

Rentabilidade e Gestão Estratégica – João de Nagy

João de Nagy aborda a gestão financeira e a relação entre operadores e investidores no setor hoteleiro. Ele argumenta que contratos mais equilibrados, baseados no lucro operacional, são fundamentais para atrair investimentos e garantir a sustentabilidade do setor. Nagy também destaca a importância do planejamento estratégico e da medição contínua de resultados, sugerindo metodologias como PDCA e KPIs para otimizar a operação. O capítulo oferece insights valiosos para operadores que buscam alinhar eficiência e hospitalidade, garantindo tanto rentabilidade quanto satisfação dos clientes.

Atendimento e Serviço - Lizete Ribeiro

Lizete Ribeiro narra a evolução da Rede Tauá, fundada por sua família, mostrando como o atendimento caloroso e a atenção aos detalhes foram essenciais para o crescimento da marca. Ela diferencia atendimento (relacionamento humano) de serviço (execução técnica), argumentando que ambos são fundamentais para o sucesso. Lizete compartilha exemplos de flexibilidade e proatividade em eventos, como ajustes de última hora para atender às necessidades dos clientes. Ela enfatiza que a hospitalidade é uma combinação de escuta ativa, antecipação de necessidades e excelência técnica, elementos que criam conexões emocionais duradouras com os clientes.

Hospitalidade e a Nova Definição de Luxo - Michael Nagy

Michael Nagy explora como a pandemia redefiniu o conceito de luxo no setor de hospitalidade, introduzindo a ideia de "luxo silencioso" – um atendimento cuidadoso e personalizado que vai além das expectativas explícitas dos hóspedes. Ele destaca que o verdadeiro luxo está nos detalhes e na antecipação de necessidades não expressas, algo aplicável a hotéis de todas as categorias.

Nagy enfatiza a importância da **Inteligência Humana (IH)** em um mundo dominado pela **Inteligência Artificial (IA)**, defendendo que a interação humana, com empatia e flexibilidade, permanece insubstituível. Ele critica modelos de negócios que priorizam lucros à custa do desenvolvimento de equipes, alertando para o impacto dessa prática na essência da hospitalidade.

O autor também aponta que o cliente de luxo valoriza mais o reconhecimento e o atendimento personalizado do que a infraestrutura sofisticada. Ele menciona o uso de tecnologia, como sistemas de CRM, para criar conexões mais profundas com os clientes, destacando que o sucesso no luxo depende de criatividade, planejamento estratégico e qualidade consistente. O "luxo silencioso" transcende a ostentação, surpreendendo os clientes e criando vínculos emocionais duradouros.

Análise Crítica

"Hospitalidade e os Eventos" vai além de ser uma coletânea de histórias inspiradoras; é um guia estratégico para profissionais que buscam excelência no setor. Cada autor contribui com perspectivas práticas e inovadoras,

destacando que a hospitalidade é muito mais do que técnica – é uma arte que transforma interações humanas em experiências memoráveis.

Os capítulos revelam um equilíbrio entre tradição e modernidade, explorando como práticas inovadoras podem ser implementadas sem perder a essência da hospitalidade. A obra também destaca que o sucesso do setor depende da capacidade de inovar continuamente, de se adaptar às mudanças do mercado e de promover uma gestão eficiente e humanizada.

Conclusão

"Hospitalidade e os Eventos" é uma leitura essencial para quem deseja entender a complexidade e a beleza do setor de hospitalidade. Com uma abordagem que combina visão estratégica e prática, o livro oferece insights profundos sobre como criar experiências que não apenas atendem, mas superam as expectativas. Cada capítulo é uma lição de como a hospitalidade pode ser usada para inspirar, conectar e transformar.

Grupo
conecta
eventos

Sergio Junqueira Arantes (org.)
Ana Del Mar | Edmundo Monteiro de Almeida
Gilmar Pinto Caldeira | Riane Pontarelli
Rose de Paula | Silvana Torres
Wanderley Saldanha Filho

marketing de incentivo

Coleção Conecta Eventos



Prefácio: João De Simoni Soderini Ferracciù

Reflexão
eventos

Grupo
conecta
eventos

Reflexão
eventos

marketing de incentivo

Resenha

"Marketing de Incentivo" é uma obra robusta que destaca a relevância do marketing de incentivo como uma ferramenta estratégica para alavancar resultados corporativos, gerar engajamento e fomentar inovações. Cada capítulo apresenta uma análise detalhada e prática sobre diferentes aspectos do marketing de incentivo aplicado a esse tipo de evento, fundamentando suas ideias em dados, experiências de mercado e teorias consolidadas. A seguir, uma resenha aprofundada dos textos que compõem o livro.

Prefácio - João De Simoni Soderini Ferracciù

João De Simoni Ferracciù introduz a obra destacando a evolução do marketing de incentivo no Brasil e sua consolidação como uma ferramenta indispensável para empresas que buscam resultados expressivos e engajamento de suas equipes. Ele descreve como o incentivo deixou de ser apenas uma forma de premiação pontual para se tornar um componente estratégico e multidimensional, capaz de gerar comprometimento, autoestima e, conseqüentemente, riqueza nacional. O prefácio estabelece a base teórica para compreender o marketing de incentivo como uma força motriz transformadora no ambiente corporativo.

"Pesquisa em Campanhas de Incentivo" - Ana Del Mar

Ana Del Mar aborda a importância da pesquisa como uma etapa crítica na criação de campanhas de incentivo. Ela argumenta que a coleta de dados sobre os participantes permite desenvolver estratégias personalizadas, aumentando a eficácia e o impacto das campanhas. Baseando-se na teoria de Maslow, Ana explica como alinhar recompensas a necessidades específicas, criando conexões emocionais que vão além do valor financeiro. Ela exemplifica como empresas podem usar dados para identificar motivações individuais, promovendo uma abordagem mais humanizada no marketing de incentivo.

"O Incentivo Hoje" - Edmundo Monteiro

Edmundo Monteiro apresenta uma visão ampla sobre o papel do marketing de incentivo na construção de um ambiente corporativo saudável e produtivo. Ele explora a conexão entre valores organizacionais e estratégias de incentivo, enfatizando a importância da ética e da responsabilidade social. O autor também analisa as transformações impostas pela globalização e pela digitalização, propondo uma nova abordagem para as campanhas de incentivo, que valorize a diversidade e as relações interpessoais. Edmundo traz uma

perspectiva histórica e crítica, destacando como a adaptação é essencial para o sucesso.

"A Força do Marketing de Incentivo" – Gilmar Pinto Caldeira

Gilmar Pinto Caldeira mergulha no impacto econômico e estratégico do marketing de incentivo, trazendo dados robustos e uma análise detalhada das tendências globais. Ele aborda a relevância de alinhar incentivos às novas demandas do mercado, como o trabalho híbrido, a diversidade geracional e a inclusão social. O autor apresenta os pilares fundamentais para a criação de campanhas eficazes: KPIs realistas, comunicação clara e foco na experiência dos participantes. Gilmar também enfatiza como a tecnologia e as novas mídias estão remodelando as campanhas de incentivo, tornando-as mais interativas e personalizadas.

"Motivar é Incentivar o que Existe de Melhor em Cada Um" – Riane Pontarelli

Riane Pontarelli oferece uma visão sensível e prática sobre como o marketing de incentivo se adaptou às transformações digitais e culturais aceleradas pela pandemia. Ela explora como a comunicação se tornou a base para o sucesso das campanhas, destacando o papel das tecnologias digitais em conectar equipes e engajar participantes. Riane reflete sobre a evolução do marketing de incentivo, desde suas origens no século XX até os dias atuais, argumentando que o futuro das campanhas está na personalização e no alinhamento com valores sociais emergentes. Sua narrativa combina história, inovação e uma análise crítica sobre o papel do incentivo no mundo corporativo.

"Recordações para Toda a Vida" – Rose de Paula

Rose de Paula foca no uso de viagens de incentivo como forma aspiracional de premiar colaboradores e parceiros. Ela apresenta exemplos vívidos de experiências memoráveis, como visitas exclusivas e eventos culturais, que criam conexões emocionais duradouras. Rose explora as mudanças trazidas pela pandemia, incluindo a substituição de viagens por prêmios digitais, e discute tendências como o turismo regenerativo e o uso do metaverso em campanhas de incentivo. Ela destaca que, para continuar relevante, o marketing de incentivo deve inovar constantemente, adaptando-se às expectativas de um público cada vez mais exigente.

"O Data Driven na Gestão do Marketing de Incentivo" – Silvana Torres

Silvana Torres explora o impacto da cultura data driven no marketing de incentivo, analisando como o uso de dados pode transformar campanhas em ferramentas altamente eficazes. Ela descreve como a coleta e análise de dados permitem personalizar estratégias, aumentando o engajamento e a eficácia. Silvana também aborda conceitos como Human Centric e Customer Experience, mostrando como a combinação de dados e empatia pode criar campanhas que são tanto tecnológicas quanto emocionalmente impactantes. Seu artigo é uma reflexão profunda sobre como o marketing de incentivo pode liderar a transformação digital no mundo corporativo.

Análise Crítica

"Marketing de Incentivo" oferece uma abordagem abrangente e inovadora, combinando teoria e prática para explorar o marketing de incentivo como uma ferramenta essencial para o sucesso em incentivo. Cada autor traz insights valiosos, construídos a partir de décadas de experiência no setor, que tornam o livro uma leitura obrigatória para profissionais de marketing, gestores de eventos e acadêmicos.

Os capítulos destacam a importância de alinhar estratégias de incentivo às tendências globais, como a digitalização, a sustentabilidade e a personalização. Além disso, o livro enfatiza o papel transformador do marketing de incentivo na construção de conexões emocionais e na criação de valor para empresas e indivíduos.

Conclusão

Com análises detalhadas, exemplos inspiradores e estratégias inovadoras, **"Marketing de Incentivo"** é uma obra essencial para quem busca entender e aproveitar o potencial das feiras como plataformas estratégicas de negócios. A obra inspira gestores e profissionais a adotar abordagens mais criativas, humanas e orientadas por dados, garantindo o sucesso em um mercado em constante evolução.

Grupo
conecta
eventos

Sergio Junqueira Arantes (org.)
Adriane Pereira | Ibrahim Georges Tahtouh
Jorge Medauar Junior | Nilda Mozzoni Pappas
Siomar Parreira | Wanderley Saldanha

viagens de **incentivo**

Coleção Conecta Eventos



Prefácio: Luís de Oliveira Barros

viagens de **incentivo**



Grupo
conecta
eventos



RESENHA

Planejamento como Pilar Central (Wanderley Saldanha)

Wanderley Saldanha inicia seu artigo destacando que o sucesso de uma viagem de incentivo depende fundamentalmente de um planejamento estratégico, detalhado e adaptável. Ele propõe que o processo vá além de aspectos logísticos, como datas e hospedagem, para considerar o alinhamento entre as expectativas dos clientes e as possibilidades do destino. Saldanha separa as viagens em três categorias – lazer, eventos de pequeno porte e megaeventos –, cada uma com prazos e necessidades específicas.

Ele exemplifica a importância da antecedência no planejamento ao sugerir que, para eventos como Copa do Mundo ou Olimpíadas, o ideal é começar os preparativos com até dois anos de antecedência. Também explora casos reais, como evitar Dubai em agosto devido ao calor extremo, mostrando como escolhas mal alinhadas podem comprometer a experiência. Outro ponto crucial é a seleção de parceiros confiáveis, destacando que processos concorrenciais excessivamente longos e mal conduzidos podem impactar negativamente o custo e a qualidade da viagem. Para Saldanha, o planejamento é um "jogo de xadrez", onde cada movimento influencia diretamente o resultado final.

Viagens como Transformação Estratégica (Siomar Parreira)

Siomar Parreira foca em como as viagens de incentivo são capazes de promover transformações profundas nos participantes e nas empresas patrocinadoras. Ele defende que essas viagens vão além de simples premiações: elas são ferramentas estratégicas para engajar, motivar e fidelizar pessoas. Parreira cita uma pesquisa da Alagev que aponta que 79% dos participantes relataram desenvolvimento pessoal e profissional como o principal impacto dessas viagens, evidenciando que as experiências vividas durante a viagem têm efeitos duradouros.

A abordagem estratégica é adaptada ao público-alvo: colaboradores, por exemplo, valorizam experiências que reforcem pertencimento e reconhecimento, enquanto clientes apreciam exclusividade e atenção aos detalhes. O autor reforça a importância de campanhas de comunicação bem estruturadas ao longo de todas as fases – lançamento, pré-viagem, viagem e pós-viagem – para criar expectativa e maximizar o impacto da experiência.

A Operação como Coração do Processo (Adrienne Pereira)

Adrienne Pereira destaca a operação como o ponto central para garantir que uma viagem de incentivo atinja seu objetivo. Ela descreve o processo desde o briefing inicial, que deve ser detalhado e refletir as expectativas tanto da empresa quanto dos participantes, até a execução no destino. Pereira defende que a escolha do destino deve levar em conta não apenas as preferências do cliente, mas também a logística e a adequação ao perfil dos viajantes.

A autora enfatiza o papel das visitas técnicas, que permitem ajustar detalhes cruciais antes da viagem, e da colaboração com Destination Management Companies (DMCs), que oferecem expertise local. Pereira aborda também a necessidade de flexibilidade e preparo para lidar com imprevistos, destacando como uma operação bem executada pode transformar desafios em oportunidades para superar expectativas.

Comunicação em Viagens de Incentivo (Jorge Medauar Jr.)

Jorge Medauar Jr. aborda o papel vital da comunicação nas viagens de incentivo, apresentando-a como a narrativa que conecta os participantes à experiência. Ele utiliza o conceito de storytelling para enfatizar que uma viagem de incentivo é, antes de tudo, uma história bem contada, que começa na campanha de engajamento e continua durante e após a viagem.

Medauar argumenta que a comunicação deve motivar os participantes a alcançar suas metas e, ao mesmo tempo, criar expectativa sobre o destino e as experiências planejadas. Ele ilustra como atividades personalizadas – como jantares exclusivos ou acesso a bastidores de grandes eventos – podem criar momentos únicos que se tornam memórias inesquecíveis. Ao final, reforça que o objetivo da comunicação é conectar emocionalmente os participantes à experiência, fortalecendo os vínculos com a marca patrocinadora.

Nosso Negócio é Felicidade (Nilda Pappas)

Nilda Pappas compartilha experiências pessoais para ilustrar como o planejamento cuidadoso e a atenção aos detalhes transformam viagens em momentos de felicidade e encantamento. Ela reflete sobre a importância de alinhar o planejamento ao propósito da viagem, garantindo que cada aspecto – desde a escolha do destino até o menu de um jantar – esteja conectado à mensagem que a empresa deseja transmitir.

Pappas também aborda a necessidade de adaptabilidade, relatando casos em que imprevistos foram superados com soluções criativas. Para ela, o objetivo final de uma viagem de incentivo é proporcionar momentos únicos que ficarão na memória dos participantes como um marco em suas vidas pessoais e profissionais.

Vida no Incentivo (Ibrahim Tahtouh)

Ibrahim Tahtouh narra sua trajetória no setor de viagens de incentivo, mostrando como desafios pessoais e profissionais moldaram sua visão empreendedora. Ele reflete sobre a importância de ética, resiliência e criatividade na construção de experiências que encantam os participantes.

Tahtouh utiliza sua história como exemplo de como as viagens de incentivo podem fortalecer laços culturais e comerciais, criando momentos de celebração e aprendizado. Ele compartilha insights sobre o impacto das viagens no setor corporativo e como essas experiências contribuem para construir legados duradouros, tanto para as empresas quanto para os indivíduos.

Conclusão

Esses artigos apresentam uma visão holística das viagens de incentivo, cobrindo todos os aspectos que compõem o sucesso dessas experiências. Desde o planejamento e execução até a comunicação e o impacto emocional, cada autor oferece insights valiosos que mostram como essas viagens são ferramentas estratégicas poderosas para empresas que buscam engajar e transformar pessoas. Se precisar de mais detalhes ou exemplos específicos, estou à disposição!

Sergio Junqueira Arantes (org.)
Eduardo Frezarin | Lilian Ronchel
Ney Neto | Pedro Góes | Rogério Miranda

tecnologia para **eventos**

Coleção Conecta Eventos

tecnologia para **eventos**



Prefácio: Vanessa Martin

Análise e crítica dos artigos do livro "Tecnologia de Eventos", destacando os principais pontos de cada texto, suas implicações para o setor e conexões entre as ideias apresentadas pelos autores:

A Conexão Humana e a Inovação como Propósito (Carlos Eduardo Frezarin)

*Frezarin estabelece que a tecnologia deve ser um meio para valorizar o ser humano e criar experiências marcantes em eventos. Ele narra sua trajetória pessoal, desde os desafios financeiros iniciais até o crescimento sustentável da Frezarin Eventos, enfatizando a importância de aprender com os erros e de adaptar-se às necessidades do mercado. **A tecnologia como coadjuvante:** Para Frezarin, eventos devem ser centrados no ser humano, enquanto a tecnologia atua como ferramenta para resolver problemas específicos e melhorar experiências. **A captura de atenção em um mundo saturado:** Ele explora estratégias práticas, como iluminação e personalização, para envolver os sentidos e garantir o engajamento do público. **História pessoal:** Sua jornada ilustra que o sucesso no setor exige resiliência e adaptação constante, qualidades que ele exemplifica ao superar falências e reorientar seus negócios. **Conexão com os Outros Textos:** Frezarin compartilha a ideia central de Ney Neto e Pedro Góes de que a inovação deve ser conduzida pelo propósito e pela capacidade de entregar valor ao público, não apenas pela adoção de tecnologias de ponta.*

Tecnologia e Cultura: Uma Jornada Histórica (Lilian Ronchel)

*Ronchel explora a história das exposições universais para demonstrar como os eventos têm sido catalisadores de inovação tecnológica e integração cultural. Ela traça paralelos entre o impacto dessas feiras no passado e as oportunidades que eventos modernos oferecem para disseminar conhecimento. **Eventos como vitrines de progresso:** As exposições universais transformaram invenções como o telefone e a Torre Eiffel em ícones culturais e tecnológicos. **Brasil nas exposições:** Ela enfatiza o papel estratégico do Brasil em eventos históricos, como a Exposição de 1922, destacando a busca por reconhecimento global por meio da inovação. **Conexão passado-presente:** Ronchel argumenta que eventos modernos podem replicar o papel das exposições universais ao usar tecnologias emergentes para promover integração e desenvolvimento. **Conexão com os Outros Textos:** O foco de Ronchel na disseminação de inovações complementa*

as ideias de Pedro Góes, que explora como tecnologias atuais, como realidade virtual e gamificação, podem ampliar o impacto de eventos globais.

Web3 e o Futuro da Internet em Eventos (Ney Neto)

Visão Geral: Ney Neto oferece uma visão provocativa sobre a Web3, argumentando que essa tecnologia descentralizada pode transformar a forma como eventos são concebidos e executados. Ele adota uma abordagem filosófica para desmistificar as barreiras emocionais que frequentemente acompanham novas inovações. **Adoção de novas tecnologias:** Ney destaca que a resistência à inovação segue um padrão previsível (ridicularização, combate, aceitação) e sugere que os profissionais de eventos se posicionem na vanguarda. **Web3 como mudança de paradigma:** A descentralização promover o blockchain e criptomoedas não apenas aumenta a privacidade e segurança, mas também permite novos modelos de interação e monetização. **Integração prática:** Ele descreve como tecnologias da Web3, como NFTs e carteiras digitais, podem criar experiências personalizadas e novas oportunidades de receita em eventos. **Conexão com os Outros Textos:** Ney Neto aprofunda a discussão de Frezarin e Ronchel sobre inovação ao focar nas implicações de tecnologias emergentes, apontando para um futuro em que a descentralização redefine o papel de organizadores e participantes.

Resiliência Empresarial no Setor de Eventos (Pedro Góes)

Góes relata a trajetória da InEvent, enfatizando como a capacidade de adaptação e a inovação contínua permitiram que a empresa sobrevivesse a crises como a pandemia e mudanças regulatórias. Ele descreve como os eventos virtuais e híbridos evoluíram de soluções emergenciais para pilares do setor. **Transformação em tempos de crise:** Góes compartilha como a pandemia forçou sua equipe a reinventar serviços e desenvolver ferramentas como o Virtual Lobby e o Live Studio. **A tecnologia como habilitadora:** Ele defende que tecnologias como gamificação, personalização e dados em tempo real são essenciais para manter o engajamento do público. **Eventos como narrativas:** Para Góes, a tecnologia deve ser o veículo para contar histórias e transmitir mensagens, criando conexões autênticas entre organizadores e participantes. **Conexão com os Outros Textos:** Góes complementa Ney Neto ao explorar como as tecnologias descritas por este último podem ser implementadas na prática, e ecoa Frezarin ao destacar a importância de colocar o ser humano no centro.

Impacto Econômico e Social (Rogério Miranda)

Miranda reforça o impacto econômico do setor de eventos, destacando como tecnologias emergentes podem criar experiências mais inclusivas e acessíveis. Ele oferece exemplos concretos, como a adaptação de eventos para pessoas com deficiência, e propõe que a tecnologia deve sempre priorizar o impacto humano.

Acessibilidade e inclusão: *Miranda descreve como ferramentas como audiodescrição e tradução em Libras ampliam a acessibilidade em eventos.*

Oportunidades econômicas: *Ele apresenta o setor de eventos como um motor de crescimento econômico e inovação, com grande potencial para impulsionar outros mercados.*

Transformação digital: *Ele explora como a pandemia acelerou a digitalização, criando novas oportunidades para alcançar públicos globais.*

Conexão com os Outros Textos: *A ênfase de Miranda na acessibilidade e inclusão conecta-se à visão humanizada de Frezarin, enquanto seu foco na digitalização ecoa as ideias de Góes e Ronchel sobre o papel estratégico da tecnologia em tempos de crise.*

Conclusão Geral

Os artigos do livro "Tecnologia de Eventos" convergem para uma visão integrada: a tecnologia é um catalisador poderoso, mas seu impacto depende de sua capacidade de atender às necessidades humanas e criar conexões significativas. Os autores apresentam um equilíbrio entre visão estratégica, aplicação prática e reflexões sobre o futuro, tornando a obra uma referência indispensável para quem deseja compreender o presente e moldar o futuro do setor de eventos.

Sergio Junqueira Arantes (org.)

Brasília de Arruda Botelho | Camila Hermana
Gilda Fleury | Hugo Almeida | Manoel Veras
Patricia Junqueira | Paulo Serbija | Pedro Amorim
Raab Simões | Renato Mosca | Silvia Martinez

cerimonial e protocolo

Coleção Conecta Eventos



Prefácio: Eliane Ubillús

Grupo
conecta
eventos



Resenha

O livro Cerimonial e Protocolo é uma coletânea de artigos de autores renomados que exploram os diferentes aspectos e nuances dessa arte essencial para o planejamento e execução de eventos, sejam eles públicos, corporativos ou sociais. A obra cobre desde a história e fundamentos teóricos do cerimonial até práticas modernas e inovações para adaptação às demandas contemporâneas. A seguir, destacam-se os principais capítulos e suas contribuições.

Prefácio (Eliane Ubillús)

Eliane Ubillús introduz o leitor ao universo do cerimonial como uma ciência e uma arte de comunicação. Destaca a evolução do cerimonial, que deixou de ser uma prática restrita à nobreza para se tornar uma ferramenta essencial de respeito às tradições, promoção de valores culturais e eficácia na organização de eventos. Ubillús enaltece o conteúdo diversificado do livro, que combina reflexões teóricas e casos práticos, além de abordar temas como etiqueta, tecnologia em eventos, símbolos nacionais e o Decreto nº 70.274.

Prefácio (Yvone Almeida)

Yvone Almeida apresenta o livro como uma “sinfonia de conhecimentos”, resultado da convergência de 13 especialistas em cerimonial. Ela ressalta a diversidade de perspectivas e o equilíbrio entre inovação e respeito às tradições, destacando que a obra é um guia indispensável para quem busca compreender as complexidades do protocolo em um mundo dinâmico e multicultural. Almeida também sublinha o valor pedagógico da obra, que transcende a prática para celebrar a riqueza cultural do cerimonial.

Mário Covas: Exemplo de Político e Cerimonial (Brasília Arruda Botelho)

A autora compartilha sua experiência como chefe de cerimonial do ex-prefeito de São Paulo, Mário Covas. O capítulo ilustra os desafios de implementar protocolos cerimoniais em uma administração política e destaca o equilíbrio entre formalidade e espontaneidade necessário para construir relacionamentos institucionais bem-sucedidos.

Noções de Protocolo e Noblesse Oblige (Camila Hermano)

Camila Hermano discute o conceito de noblesse oblige como a ética e a elegância esperadas de autoridades públicas. Ela enfatiza como a postura, a etiqueta e o comportamento adequado não apenas demonstram respeito às tradições protocolares, mas também ajudam a construir e preservar a imagem pública de líderes.

Influência da Tecnologia em Eventos (Gilda Fleury)

Este capítulo aborda como a tecnologia impactou a organização de eventos, integrando inovação e comunicação digital com o protocolo e cerimonial. Fleury explora a importância de profissionais qualificados para implementar novas ferramentas tecnológicas sem perder a essência da formalidade necessária nos eventos.

De Preciosismo à Superstição no Uso de Símbolos Nacionais (Hugo Almeida)

Hugo Almeida analisa o uso correto de símbolos nacionais no contexto cerimonial, desmistificando práticas erradas que surgiram de interpretações equivocadas das leis. Ele ressalta a importância de respeitar os regulamentos sem cair em exageros ou superstições.

Cerimonial nas Universidades (Manoel Veras)

Manoel Veras explora o cerimonial universitário, suas raízes históricas e a riqueza simbólica presente em suas tradições. Ele destaca a importância das insígnias e dos rituais acadêmicos, como refeições de grau e títulos honoríficos, no fortalecimento da identidade institucional.

A História da Etiqueta e sua Importância nos Eventos (Patrícia Junqueira)

Patrícia Junqueira traça a história da etiqueta desde suas origens na Europa até sua influência contemporânea nos eventos. Ela argumenta que compreender a evolução das normas sociais é essencial para adaptar práticas protocolares ao contexto moderno.

Cerimonial Militar para Não Militares (Paulo Serbija)

Serbija oferece um guia prático para civis sobre o cerimonial militar, incluindo hierarquia, precedência e honras. Ele compartilha exemplos concretos de cerimônias militares e destaca a importância do respeito às tradições dentro desse ambiente.

Gestão Estratégica e Inovação em Cerimonial (Pedro Amorim)

Pedro Amorim enfatiza a necessidade de alinhar o cerimonial com estratégias organizacionais, utilizando ferramentas como o ciclo PDCA para aprimorar o planejamento e a execução de eventos. Ele defende uma abordagem intencional e inovadora para maximizar resultados.

Convites Governamentais e suas Peculiaridades (Raab Simões)

Raab Simões explora as especificidades de convites oficiais, abordando desde sua redação até aspectos gramaticais e legais. Ele destaca a importância de um planejamento cuidadoso para evitar gafes e garantir a eficácia comunicativa.

Revisão do Decreto nº 70.274 (Renato Mosca)

Renato Mosca discute a relevância e a necessidade de atualização do decreto que regula o cerimonial público no Brasil. Ele propõe um equilíbrio entre a preservação das tradições e a incorporação de práticas modernas para atender às demandas atuais.

Criatividade e Coerência no Cerimonial Social (Silvia Martinez)

Silvia Martinez aborda a importância da lógica no cerimonial social e como a criatividade mal orientada pode comprometer a mensagem e o significado dos ritos. Utilizando exemplos detalhados, a autora mostra como elementos tradicionais, como o buquê e o convite de casamento, devem ser manejados com cuidado para preservar seu simbolismo e coerência. Martinez enfatiza que, embora a criatividade seja essencial, ela deve ser equilibrada com a lógica e o respeito às tradições para evitar distorções e criar eventos memoráveis.

Análise Geral

O livro se destaca pela abordagem ampla e interdisciplinar, pela riqueza de temas e pela abordagem detalhada e prática de cada capítulo. Os autores

combinam teoria, experiência e estudos de caso para oferecer uma visão abrangente e atualizada do cerimonial e protocolo. Cada capítulo aborda um aspecto do cerimonial – seja social, corporativo, castrense ou universitário – com profundidade e clareza. A inclusão de temas contemporâneos, como o impacto da tecnologia e a necessidade de atualização de normas protocolares, torna a obra relevante para os desafios atuais. É uma leitura essencial para profissionais da área e para aqueles que buscam compreender a relevância dessa arte na construção de relacionamentos institucionais e sociais.

Recomendação

Cerimonial e Protocolo é uma obra indispensável para gestores, organizadores de eventos e interessados na área, é mais do que um manual prático; é um convite à reflexão e à inovação. Profissionais da área encontrarão na obra um valioso recurso para aprimorar suas práticas e entender o impacto cultural e social do cerimonial. Leitores leigos terão a oportunidade de explorar as complexidades e a beleza de uma arte que está intrinsecamente ligada à tapeçaria social. Com uma linguagem acessível e um conteúdo vasto, o livro é uma leitura indispensável para cerimonialistas, organizadores de eventos e todos que desejam compreender o papel do cerimonial na construção de experiências significativas e inesquecíveis.

Andrea Nakane | Cristiane Costa Esteves.

manual de cerimonial e protocolo

manual de cerimonial e protocolo

Coleção Conecta Eventos



Prefacio: Carlos Takahashi

Prefácio, Carlos Takahashi

O prefácio destaca a relevância do livro como uma obra essencial para profissionais da área de cerimonial e protocolo. Carlos Takahashi celebra a união entre arte, ciência e técnica como fundamentos para o trabalho do cerimonialista, explorando como essas disciplinas se interconectam para garantir a harmonia e o sucesso de eventos. Ele elogia as autoras por oferecerem um guia prático e didático, repleto de exemplos concretos e embasado nas principais normativas nacionais, como o Decreto Federal 70.274/1972 e a Lei Federal 5.700/1971.

Destaques:

- **Arte:** *A habilidade de lidar com subjetividades, como poder, cultura e crenças.*
- **Ciência:** *O embasamento histórico e cultural necessário para atuar na área.*
- **Técnica:** *Aplicação prática de normas para evitar constrangimentos ou erros em eventos.*
- *O prefácio ressalta o livro como um recurso prático para estudos contínuos e não apenas uma obra de referência estática.*

Introdução, Andrea Nakane e Cristiane Costa Esteves

A introdução aborda a importância do cerimonial como um pilar essencial na organização de eventos, enfatizando a necessidade de planejamento detalhado, sensibilidade e domínio técnico. As autoras destacam o papel estratégico do cerimonialista na garantia da fluidez e adequação de eventos, desde os mais formais até os sociais.

Destaques:

- *O cerimonial vai além da aplicação de normas; envolve acolhimento e gestão de egos e expectativas.*
 - *Diferenciação entre cerimonial público e privado, e a importância de integrá-los conforme o tipo de evento.*
 - *Reforço da profissionalização do setor como essencial para evitar erros comuns e "shows de horrores".*
-

Capítulo 1: Conceitos Fundamentais

Este capítulo introduz as definições de cerimonial, protocolo e etiqueta, diferenciando suas aplicações e interdependências. O cerimonial é apresentado como a prática do protocolo, enquanto a etiqueta é destacada como facilitadora do convívio social.

Destaques:

- **Protocolo:** Conjunto de normas jurídicas e sociais que regem eventos formais.
- **Cerimonial:** Aplicação prática do protocolo, garantindo organização e fluidez.
- **Etiqueta:** Normas de comportamento que complementam as práticas protocolares.

Capítulo 2: Um Pouco de História

O capítulo apresenta uma visão histórica do cerimonial, desde as civilizações antigas até os dias atuais. As práticas protocolares evoluíram junto com a sociedade, adaptando-se às necessidades culturais e tecnológicas de cada época.

Destaques:

- Cerimonial no Egito Antigo e sua conexão com práticas religiosas.
- Influência das cortes europeias na Idade Média e Moderna.
- Adaptação do cerimonial ao contexto brasileiro desde a chegada da família real.

Capítulo 3: Quem Faz Acontecer

Este capítulo explora as competências e habilidades necessárias para ser um cerimonialista bem-sucedido. Inteligência emocional, capacidade de planejamento e conhecimento técnico são apontados como fundamentais.

Destaques:

- Importância da pesquisa contínua para atualização de normas e práticas.
 - A elaboração de roteiros e scripts como instrumentos cruciais para o sucesso de eventos.
-

-
- *Valorização do Dia do Cerimonialista (29 de outubro) como reconhecimento da profissão.*

Capítulos Adicionais e Estudos de Caso

O livro também inclui capítulos sobre práticas contemporâneas, tendências de flexibilização de normas e estudos de caso que ilustram desafios e soluções na execução de cerimoniais. Um exemplo marcante é o planejamento do funeral da Rainha Elizabeth II, detalhado como um evento modelo de organização e protocolo.

O Manual de Cerimonial e Protocolo é uma obra abrangente e indispensável para profissionais da área, combinando teoria, prática e exemplos concretos. Ele destaca a importância do planejamento, do domínio técnico e da sensibilidade no trato interpessoal como pilares para o sucesso de eventos.

Sociedade
enxame

Sergio Junqueira Arantes (org.)
Alessandro Ragazzi | Carol Garcia | Cris Olivieri
Ricardo Albregard | Ricardo Rielo
Sérgio Schwartzman | Viridiana Bichara

aspectos jurídicos nos eventos

Coleção Conecta Eventos



Prefácio Paulo Mertz Focaccia



Grupo
conecta
eventos



Resenha

Prefácio – Paulo Mertz Focaccia

*O prefácio introduz a obra ressaltando a importância dos **Aspectos Jurídicos na Indústria de Eventos**. Organizar um evento vai muito além da criatividade e da logística: envolve responsabilidade civil, contratos, segurança, direitos de imagem, relações trabalhistas e questões tributárias. O texto destaca que a pandemia de COVID-19 foi um divisor de águas, forçando o setor a lidar com casos de força maior, cancelamentos e responsabilidades inéditas.*

*O prefácio também aponta desafios contemporâneos como a **proteção de dados (LGPD)**, os direitos do consumidor em relação a cancelamentos e reembolsos, e a alta carga tributária do setor. Conclui reforçando que esta obra oferece um panorama estruturado por especialistas para quem atua ou deseja compreender a dimensão legal dos eventos.*

Tributação na Indústria de Eventos no Brasil, Alessandro Ragazzi

*Ragazzi inicia explicando o conceito de **tributo** no direito brasileiro e sua aplicação no segmento de eventos. O capítulo mostra como a indústria de eventos, que movimenta bilhões de reais e gera milhões de empregos, enfrenta **grande complexidade tributária**, com diferentes regimes fiscais (Simples Nacional, Lucro Presumido e Lucro Real) e obrigações acessórias.*

*Também aborda a controvérsia entre **ISS e ICMS na locação de bens móveis**, a insegurança jurídica que isso gera e como a Reforma Tributária pode impactar o setor. O autor resalta a necessidade de planejamento tributário eficiente para garantir a viabilidade econômica dos eventos.*

Estratégias e Planejamento Jurídico para Eventos em Espaço Público, Cris Olivieri

Olivieri analisa o crescimento de eventos em ruas, praças e parques, como carnaval, corridas de rua e festivais, destacando sua relevância econômica e social. A autora examina as formas de relação com o poder público:

- eventos promovidos por empresas públicas;
 - eventos licitados;
 - eventos com patrocínio estatal;
 - eventos autorizados ou em espaço de concessão;
-

-
- e eventos realizados por organizações da sociedade civil.

Outro ponto central é o **direito de imagem e autor**, a regulação de **publicidade em espaços urbanos** e os cuidados com a **responsabilidade civil**. O texto enfatiza a importância de estratégias jurídicas de prevenção, especialmente em relação a licitações e contratos com artistas.

A Regulação da Indústria de Eventos pela Lei Geral do Turismo, Ricardo Rielo

Rielo apresenta uma análise aprofundada da **Lei nº 11.771/2008 (Lei Geral do Turismo)**, que incluiu os eventos como parte da cadeia produtiva do turismo. O capítulo percorre a evolução histórica da regulação, os direitos e obrigações das empresas organizadoras e as lacunas ainda existentes.

O autor trata de temas como:

- responsabilidade civil;
- contratos na indústria de eventos;
- defesa do consumidor;
- impactos da pandemia de COVID-19;
- eventos híbridos e cibersegurança;
- compliance e sustentabilidade;
- comparação com legislações estrangeiras.

Finaliza propondo uma modernização legislativa que fortaleça a segurança jurídica e a competitividade do setor.

Campanhas de Incentivo e Prêmios de Desempenho, Ricardo Albergard

Albergard discute os fundamentos históricos e jurídicos das campanhas de incentivo, desde as **Olimpíadas da Grécia Antiga** até as práticas corporativas modernas. O capítulo integra perspectivas do direito, da psicologia e da administração, explorando teorias como **Maslow, McGregor (Teoria X e Y) e Herzberg** para explicar a motivação humana.

No Brasil, a falta de regulação gerou crises no setor, mas a Reforma Trabalhista trouxe avanços ao reconhecer juridicamente práticas de premiação.

O autor compara o mercado brasileiro com o dos Estados Unidos, mostrando o impacto econômico bilionário das campanhas de incentivo.

Relações Contratuais no Entretenimento, Sérgio Schwartzman

*Schwartzman explora a diversidade de **relações de trabalho no setor de entretenimento**, que incluem empregados formais (CLT), prestadores autônomos, terceirizados e “pejotizados”.*

*O autor mostra como a informalidade sempre marcou o setor, mas a jurisprudência recente do STF (ADPF 324 e RE 958.252) reconheceu a legalidade da terceirização e da pejotização, desde que não haja fraude. O capítulo também detalha os impactos **trabalhistas, previdenciários e tributários** dessas modalidades, analisando decisões judiciais e desafios de compliance para empresas de eventos.*

Contratos na Indústria de Eventos, Carol Garcia e Viridiana Bichara

Bichara apresenta um panorama da evolução dos contratos na indústria de eventos, desde acordos simples até os complexos contratos de grandes produções. O capítulo aborda:

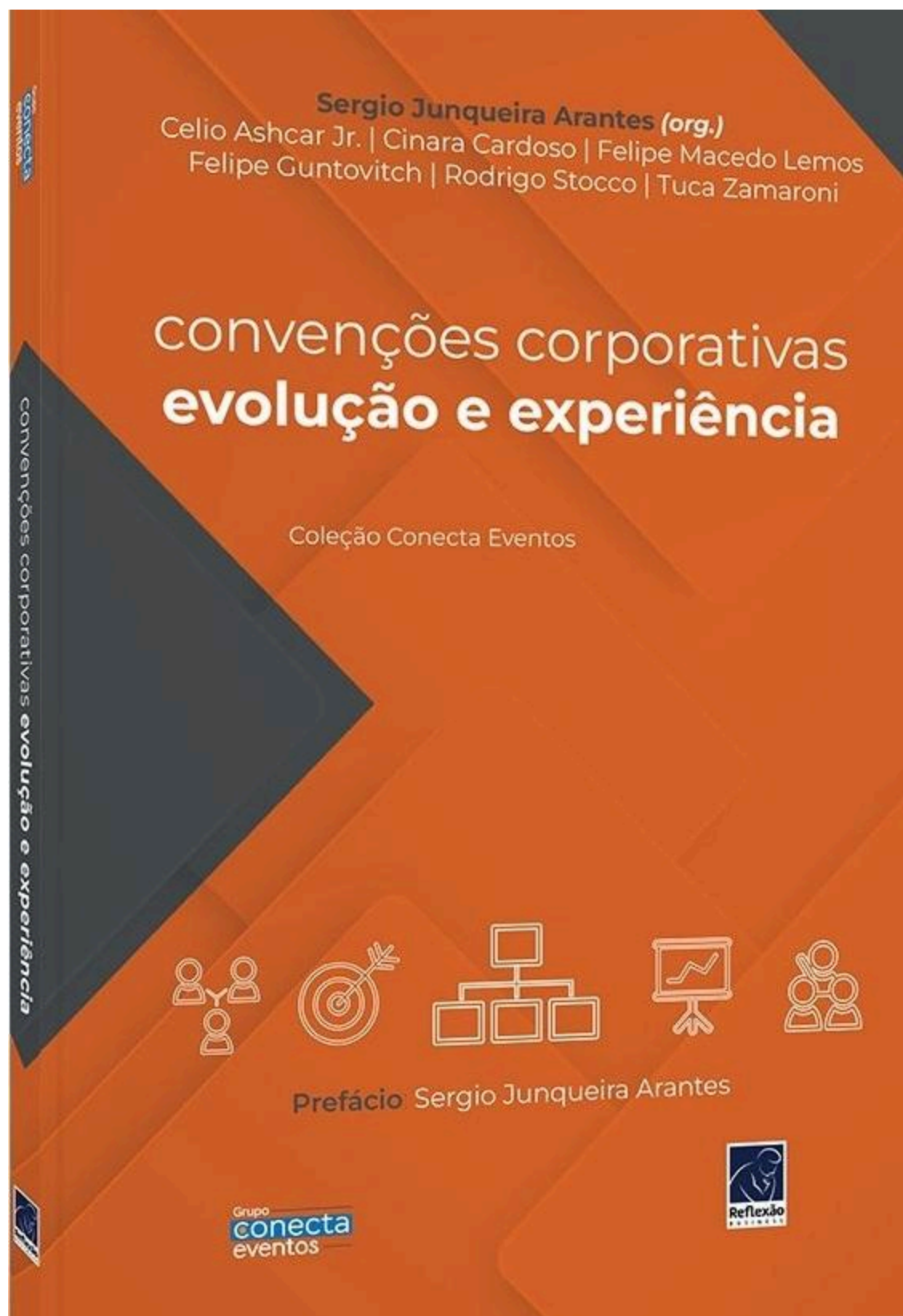
- *princípios contratuais (boa-fé, função social, conservação do contrato);*
- *modalidades de contratos com fornecedores e organizadores;*
- *cláusulas essenciais (data, valores, multas, responsabilidades, seguros).*

*A autora enfatiza a importância da **segurança jurídica** na contratação direta de fornecedores versus a contratação de uma empresa organizadora. Para ela, o contrato deve proteger tanto os interesses do contratante quanto garantir a responsabilidade solidária da organizadora em relação a seus fornecedores.*

Conclusão da Resenha

*A obra **“Aspectos Jurídicos nos Eventos”** consolida-se como uma referência fundamental para profissionais e estudiosos da área. Cada capítulo, escrito por especialistas renomados, aborda dimensões cruciais da indústria de eventos: **tributação, espaço público, regulação, incentivos, relações de trabalho e contratos**. O livro não apenas sistematiza normas jurídicas, mas também oferece **ferramentas práticas de planejamento e gestão de riscos**,*

revelando como o Direito é indispensável para a sustentabilidade e profissionalização do setor.



Resenha

O PODER DAS CONVENÇÕES: COMO CRIAR EXPERIÊNCIAS QUE ENGAJAM, INSPIRAM E GERAM RESULTADOS

Prefácio - Propósito como Energia Invisível, Sergio Junqueira Arantes

*O prefácio estabelece o tom da obra, revelando que, por trás da estrutura, cronograma e logística de um grande evento corporativo, existe um elemento essencial: o **propósito**. A obra nasce do encontro entre planejamento estratégico e emoção genuína, mostrando que convenções corporativas são mais do que resultados mensuráveis – elas são experiências que transformam pessoas e culturas.*

*Eventos bem-sucedidos vão além do palco e das luzes: começam no encantamento do primeiro convite, passam pela plenária vibrante e culminam na transformação silenciosa que cada participante leva para casa. Ao reunir nomes emblemáticos do setor, o livro apresenta convenções que equilibram performance e humanidade, números e narrativas, metas e significados. O texto ressalta valores como **diversidade, inclusão, sustentabilidade e empatia**, e reforça que o impacto mais precioso muitas vezes não é mensurável: é a mudança de olhar e de propósito.*

Assim, o prefácio convida o leitor a encarar cada página como uma fonte de inspiração e aprendizado, capaz de provocar a criação do extraordinário quando estratégia, criatividade e sensibilidade caminham juntas.

Relações como alicerce do sucesso, Celio Ashcar Jr.

*Celio Ashcar Jr. resgata um tempo em que **relações sólidas entre cliente e agência** eram o verdadeiro motor dos projetos. Ele defende que o briefing, tradicionalmente considerado o ponto de partida, é na verdade uma consequência de uma relação bem construída. No passado, essa relação era próxima, colaborativa e permeada de confiança, com interações presenciais, trocas francas e construção conjunta de soluções.*

Hoje, o cenário mudou: processos se tornaram impessoais, dominados por concorrências baseadas em preço, comunicações frias e distantes, e briefings superficiais enviados por e-mail. Em dez pontos objetivos, o autor detalha as

mudanças mais críticas – desde a perda de prazos realistas até a ausência de envolvimento do cliente na concepção – alertando para o risco de uma indústria cada vez mais transacional e menos relacional. A mensagem é clara: sem confiança e parceria, a excelência criativa e estratégica se perde.

Planejamento estratégico como diferencial competitivo, Cinara Cardoso

*Cinara Cardoso apresenta o **planejamento estratégico** como arma essencial para enfrentar os desafios da gestão de eventos no Brasil e aumentar a percepção de valor das agências. Ela mapeia obstáculos como infraestrutura insuficiente, burocracia excessiva, baixa qualificação profissional e desafios geracionais, e mostra que um bom planejamento vai muito além de um checklist engessado.*

*Aplicando metodologias como Event Canvas Design e Métodos Ágeis, Cinara demonstra como é possível **antecipar problemas, prever riscos, personalizar experiências e justificar o valor cobrado**. Ao sistematizar processos – desde a cocriação do briefing até o mapeamento da jornada do participante – a agência não só executa com qualidade, mas também assume papel consultivo e estratégico, diferenciando-se de quem atua apenas como intermediário logístico.*

Briefing como elo estratégico, Felipe Guntovitch

*Felipe oferece um mergulho histórico no **briefing**, desde sua origem militar até seu papel central no live marketing e na publicidade contemporânea. Ele usa exemplos emblemáticos para mostrar como um briefing claro e profundo pode gerar campanhas icônicas, como “Real Beauty” da Dove, e como a falta de alinhamento pode levar a fracassos, como o comercial polêmico da Pepsi com Kendall Jenner.*

*O autor ainda explora como a **cultura organizacional** molda o processo de briefing – seja em empresas hierarquizadas e formais, startups ágeis ou organizações orientadas por dados. Ele reforça que entender a cultura do cliente é fundamental para transformar o briefing em uma ponte sólida entre visão estratégica e execução criativa.*

Criatividade, convenções de vendas e design de experiência, Felipe Lemos

Felipe trata o **evento corporativo como ciência criativa**, destacando que convenções de vendas são o ápice dessa expressão. Ele denuncia gargalos como concorrências baseadas apenas em preço, “juniorização” das equipes e prazos impossíveis, que limitam a criatividade e a profundidade dos projetos.

Para o autor, convenções bem-sucedidas precisam unir **storytelling, interatividade e relevância de conteúdo**, fugindo de fórmulas repetitivas. No segmento de design de experiência, Lemos mostra como a atenção aos detalhes – cores, sons, aromas, ritmo de programação – constrói narrativas imersivas que não só comunicam, mas **encantam e conectam**. Eventos assim deixam de ser compromissos burocráticos e tornam-se momentos de inspiração e transformação.

Diversidade cultural como diferencial, Rodrigo Stocco

Rodrigo apresenta o “**jeito Renase**” de realizar convenções nacionais e internacionais, destacando o potencial da **diversidade cultural brasileira** como elemento narrativo e estratégico. Ele ilustra como festivais, culinária regional, cidades históricas e artesanato podem enriquecer experiências corporativas, gerando pertencimento e conexão genuína.

O case da convenção nacional da Bauducco exemplifica a integração entre criatividade, logística e personalização: desde o formato de show de auditório com trilha sonora interativa até a customização completa do hotel-sede, cada elemento foi planejado para reforçar cultura e propósito da marca, celebrando 70 anos de história.

Tuca Zamaroni: Estética afetiva como assinatura

Tuca Zamaroni encerra a obra com o conceito de **estética afetiva** – a arte de criar ambientes que tocam emocionalmente os participantes, ativando os cinco sentidos para gerar memórias duradouras. Para ela, a estética não é apenas decoração: é narrativa visual e sensorial que traduz a essência da marca.

O processo começa no Key Visual e se estende à cenografia, escolha de fornecedores, recepção e até aromas e texturas do ambiente. Essa abordagem cria **atmosferas que favorecem conexão, networking e sentimento de pertencimento**, transformando eventos em capítulos emocionais na história de cada participante.

Conclusão

*Convenções Corporativas: Evolução e Experiências é mais do que uma coletânea de boas práticas: é um **mapa emocional e estratégico** para quem deseja transformar eventos corporativos em experiências memoráveis. Do propósito invisível descrito no prefácio à execução sensorial do último capítulo, a obra entrega uma visão integrada que une **estratégia, criatividade e sensibilidade**.*

Para profissionais de eventos, marketing e comunicação, o livro é ao mesmo tempo inspiração e guia prático – mostrando que convenções bem planejadas e executadas não apenas atingem metas, mas deixam um legado humano e cultural duradouro.

Sergio Junqueira Arantes (org.)
Ana Luisa Diniz Cintra | Fernando Horta
Karen Klein | Leonardo Vieira | Marcos Cumagai
Milena Palumbo | Paulo Ventura | Winston Chagas

o papel estratégico dos centros de convenções

Coleção Conecta Eventos

o papel estratégico dos centros de convenções



Prefácio Paulo Octavio Pereira de Almeida



Grupo
conecta
eventos



Resenha

Um olhar sobre o futuro dos espaços de encontro

O livro *O Papel Estratégico dos Centros de Convenções* se propõe a refletir sobre como esses equipamentos, muitas vezes vistos apenas como estruturas físicas de apoio a feiras e congressos, se tornaram **atores centrais no desenvolvimento econômico, cultural e social das cidades**. Organizado por Sergio Junqueira Arantes, reúne textos de oito especialistas do setor, que abordam desde a relação com clientes e fornecedores até os desafios de financiamento, a importância das parcerias público-privadas e o papel das feiras de negócios.

Prefácio – Paulo Octavio Pereira de Almeida

O prefácio, escrito por Paulo Octavio, situa os centros de convenções em uma **linha histórica de evolução dos espaços públicos**. Assim como a **ágora grega** ou o **fórum romano**, os centros de eventos são lugares de encontro, convivência e construção coletiva. Para o autor, são verdadeiros **hubs de colaboração e socialização**, fundamentais para o desenvolvimento econômico e humano.

Ele critica a falta de planejamento urbano no Brasil, contrastando a realidade nacional com o modelo alemão, onde feiras e centros de eventos estão integrados a sistemas de transporte público e políticas de mobilidade. A ausência de metrô direto a grandes espaços brasileiros, como o Anhembi, é um exemplo de descompasso.

Octavio também destaca a relevância de **parcerias entre poder público e iniciativa privada**, a necessidade de legislação ágil e a urgência de políticas sustentáveis, já que os centros são grandes geradores de resíduos. Em sua visão, esses locais podem ser polos de **educação ambiental e inovação social**, inspirando novas práticas nos participantes. O tom é de manifesto: se queremos cidades competitivas e sustentáveis, os centros de convenções precisam ser tratados como infraestrutura essencial.

A Relação com Clientes e Fornecedores, Ana Luísa Diniz Cintra

Ana Luísa traz a perspectiva da **gestão cotidiana** de um centro de convenções. Para ela, o sucesso está diretamente ligado à forma como se constroem relações sólidas com clientes, promotores e fornecedores.

O capítulo começa ressaltando que os eventos, hoje, não são apenas transmissões de conteúdo: entramos na **era da experiência**. Decoração, iluminação, música, aromas e tecnologias imersivas criam ambientes capazes de surpreender e fidelizar públicos.

Ela descreve como a realização de um evento movimenta toda a **cadeia produtiva**: hotéis, restaurantes, transporte, audiovisual, montagem de estandes, cenografia e comunicação. O impacto é tão grande que se estende ao turismo e ao comércio local, beneficiando a economia da cidade como um todo.

Cintra ainda discute a evolução dos **modelos de gestão**. Antes, os centros eram predominantemente estatais; hoje, a tendência é a entrada da iniciativa privada, em busca de eficiência e modernização. A autora também enfatiza a importância de fornecedores alinhados a práticas **ESG**, reforçando que a sustentabilidade é um diferencial competitivo.

O capítulo ganha força com o **case do Centro de Convenções Rebouças**, onde Ana Luísa atua. Ele é apresentado como um “incubador de eventos”, com protagonismo histórico em congressos médicos e papel central no associativismo, inclusive na criação da Abraccef e participação na Ubrafe. O Rebouças ilustra como a boa gestão pode transformar um espaço em ativo estratégico da cidade.

Finanças Criativas: Caminho para Receitas Acessórias Eficazes, Fernando Horta

Horta analisa os desafios da sustentabilidade financeira. Os centros, muitas vezes, não conseguem se manter apenas com a locação de espaços, e por isso é fundamental buscar **receitas acessórias**.

Ele apresenta exemplos como estacionamento, catering, publicidade, naming rights e parcerias com marcas para uso das áreas comuns. A criatividade é chave: cada metro quadrado pode ser transformado em ativo de receita.

O autor compara o Brasil com modelos internacionais, onde centros são integrados a shoppings, hotéis e serviços complementares, ampliando a rentabilidade. Sua mensagem é clara: **sem inovação financeira, os centros ficam dependentes de aportes públicos e perdem competitividade**.

O Papel Estratégico dos Centros de Eventos na Captação de Eventos e no Desenvolvimento dos Destinos, Karen Klein

*Karen Klein destaca que os centros de convenções são **indutores de destinos**. Ao atrair congressos e feiras, eles movimentam a economia, mas também posicionam cidades no mapa internacional.*

*Ela mostra como a captação de eventos é resultado de **estratégias coordenadas**, envolvendo convention bureaux, governos locais e setor privado. A autora sublinha que, em um mercado global altamente competitivo, **o destino e o centro de convenções devem ser vendidos em conjunto**.*

*Outro ponto relevante é o **legado dos eventos**: além da movimentação imediata, eles deixam conhecimento, networking e reputação. Assim, investir em centros de convenções é investir na própria marca da cidade.*

CentroSul: o começo, Leonardo Vieira

*Vieira narra a história do **CentroSul, em Florianópolis**, marco da profissionalização da infraestrutura de eventos em Santa Catarina.*

Ele mostra como o espaço surgiu da necessidade de diversificação econômica da cidade, até então dependente quase exclusivamente do turismo de lazer. O CentroSul permitiu que Florianópolis se inserisse no circuito de congressos e feiras, atraindo visitantes fora da temporada e ampliando a permanência média dos turistas.

O capítulo revela os bastidores da gestão pública, os desafios de financiamento e os ganhos para a região, transformando o CentroSul em referência para projetos semelhantes em outras cidades médias.

Como Posicionar um Centro de Convenções Fora do Eixo Rio - São Paulo, Marcos Cumagai

*Cumagai enfrenta o dilema das cidades que competem com os gigantes Rio e São Paulo. Para ele, a saída está em **estratégias de diferenciação**.*

Centros regionais devem investir em nichos específicos, explorando setores econômicos locais ou integrando-se ao turismo regional. A ideia é transformar desvantagens em diferenciais: cidades menores podem oferecer experiências mais

acolhedoras, custos mais competitivos e maior proximidade com atrativos turísticos.

O autor reforça que o **marketing de destino** é inseparável do centro. Sem uma narrativa integrada, é impossível competir em um mercado onde os grandes players já concentram infraestrutura e tradição.

Parceria Público-Privada é Modelo Validado Globalmente, Milena Palumbo

Palumbo mostra como as **PPPs** são caminho inevitável para garantir eficiência e modernização. A autora compara casos internacionais bem-sucedidos com experiências brasileiras ainda em consolidação.

Entre os benefícios do modelo, destaca a agilidade na modernização, a profissionalização da gestão e a redução de custos para o poder público. Mas alerta: contratos mal estruturados ou burocracia excessiva podem comprometer resultados.

O recado é direto: **sem PPPs, dificilmente o Brasil conseguirá sustentar seus centros em padrão internacional.**

Feiras de Negócios: O Palco Onde o Brasil Faz Negócio, Paulo Ventura

Ventura defende a tese de que as **feiras de negócios são motores da economia nacional**. Ele destaca sua função como arenas de lançamento de produtos, formação de redes de relacionamento e plataformas de inovação.

O autor traz números expressivos: feiras movimentam bilhões de reais, geram milhares de empregos e projetam o Brasil no cenário internacional. Eventos como Agrishow, Hospitalar ou Couromoda não apenas geram negócios, mas também influenciam políticas públicas e estratégias industriais.

Além da economia, Ventura lembra que as feiras têm impacto **cultural e social**, fortalecendo comunidades profissionais e criando identidade para setores inteiros.

Transformando Espaços em Oportunidades de Negócios, Winston Chagas

*Chagas encerra a obra com uma visão empreendedora: **cada metro quadrado de um centro de convenções pode ser convertido em oportunidade.***

Ele sugere transformar áreas comuns em espaços de patrocínio, integrar centros a shoppings e hubs de inovação, oferecer coworking em áreas ociosas e ampliar a personalização da experiência do cliente.

*O autor também ressalta o papel da **transformação digital**: uso de dados, inteligência artificial e BI para otimizar a ocupação, prever demandas e gerar novas receitas. Para ele, os centros precisam ser vistos como **ecossistemas de negócios**, e não apenas como estruturas físicas.*

Conclusão

*A obra organizada por Sergio Junqueira Arantes mostra que os centros de convenções são **muito mais do que espaços de eventos**. Eles são motores de desenvolvimento urbano, plataformas de inovação e símbolos de identidade de destinos.*

*O resultado é um livro que alia teoria, prática e testemunhos, servindo tanto como **manual de gestão** quanto como **manifesto político e econômico**.*

Luciana Moraes Dias Rocha

Evento Ágil

os desafios da **gestão** **ágil** em **eventos**

Coleção Conecta Eventos



Grupo
conecta
eventos



Prefácio: Andréa Nakane e
Marcos Garrido

Resenha

Gestão Ágil de Eventos apresenta um guia prático e inspirador para profissionais da área de eventos que buscam aplicar princípios e práticas ágeis em suas atividades. A autora, Luciana Moraes, compartilha sua trajetória profissional, desafios e aprendizados para demonstrar como a mentalidade ágil pode transformar o planejamento e a produção de eventos em experiências mais eficientes, humanas e gratificantes. O livro destaca a importância da cocriação, da transparência e da adaptação contínua, além de propor um Manifesto Ágil específico para o setor.

Introdução

A introdução explora a jornada pessoal de Luciana no universo dos eventos, desde sua inspiração inicial até o momento em que fundou sua própria empresa. A autora questiona práticas convencionais e romantizações de exaustão no setor, propondo uma nova abordagem baseada na mentalidade ágil. Ela relata como as práticas ágeis, inicialmente associadas ao desenvolvimento de software, foram adaptadas e implementadas no contexto de eventos.

Destaques:

- *Reflexões sobre a romantização do desgaste na indústria de eventos.*
- *Conexão entre práticas ágeis e a busca por eficiência e bem-estar profissional.*

Redescoberta

Neste capítulo, a autora aborda o impacto do esgotamento e da pausa para reflexões. Ela compartilha como superar a insegurança e buscar mudanças pode levar a transformações significativas. Luciana reforça a importância de criar conexões humanas, compartilhar vulnerabilidades e adotar práticas que favoreçam o aprendizado contínuo.

Destaques:

- *Importância de aceitar falhas e aprender com elas.*
 - *Reflexões sobre os ciclos de transformação pessoal e profissional.*
-

O que é Ágil?

Luciana desmistifica o conceito de agilidade, explicando que se trata de uma mentalidade que prioriza flexibilidade, colaboração e aprendizado contínuo. Ela apresenta o Manifesto Ágil original e adapta seus princípios para a organização de eventos, destacando a simplicidade e a objetividade como pilares essenciais.

Destaques:

- Aplicação de princípios ágeis em eventos, como transparência e cocriação.
- Introdução ao Manifesto Ágil para a Organização de Eventos.

Manifesto Ágil para a Organização de Eventos

A autora propõe um manifesto que adapta os valores e princípios do Manifesto Ágil original para o setor de eventos. Ele enfatiza a importância de engajamento, transparência, simplicidade e melhoria contínua na criação de experiências significativas para os stakeholders.

Princípios:

1. Criação de experiências de valor para todos os stakeholders.
2. Planejamento colaborativo e seguro.
3. Decisões baseadas em dados e feedbacks frequentes.
4. Times empoderados e auto-organizáveis.

Gestão Visual e Simplicidade

Luciana explora o uso de ferramentas visuais, como Kanban, para simplificar o planejamento e melhorar a comunicação entre equipes. Ela destaca como a gestão visual pode reduzir erros, aumentar a eficiência e engajar os times.

Destaques:

- Uso de quadros visuais para organização e priorização de tarefas.
 - Benefícios da simplicidade e da clareza nos processos.
-

Engajamento e Cocriação

Este capítulo enfatiza o papel da colaboração no sucesso dos eventos. A autora descreve como dar voz ativa aos stakeholders e incluir feedbacks ao longo do processo pode resultar em eventos mais alinhados às expectativas e necessidades do público.

Destaques:

- *Construção de experiências com base na cocriação.*
- *Alinhamento entre clientes, fornecedores e organizadores.*

Objetividade e Melhoria Contínua

Luciana defende que, para alcançar excelência em eventos, é essencial adotar uma mentalidade voltada para a melhoria contínua. Isso inclui eliminar etapas desnecessárias, refletir regularmente sobre processos e buscar formas de agregar valor.

Destaques:

- *Métodos para revisar processos e identificar oportunidades de otimização.*
- *Estratégias para integrar feedbacks ao ciclo de produção.*

Conclusão Geral

O livro é um convite para os profissionais de eventos repensarem suas práticas e abraçarem uma abordagem mais ágil e colaborativa. Luciana Moraes combina histórias pessoais, princípios teóricos e aplicações práticas para inspirar mudanças na forma como eventos são planejados e realizados. A obra é um recurso indispensável para quem busca inovação e impacto no setor.



Resenha

O livro Comunicação & Eventos é uma obra abrangente que explora a interdependência fundamental entre comunicação e eventos, oferecendo insights valiosos para profissionais da área e interessados em entender as dinâmicas por trás da organização e execução de eventos bem-sucedidos. Com contribuições de diversos autores especializados, a obra apresenta uma análise detalhada das práticas e desafios contemporâneos, enfatizando a importância de estratégias bem planejadas e executadas.

O livro Comunicação é uma coletânea rica e diversificada que explora os múltiplos aspectos da comunicação no contexto de eventos, reunindo artigos de diversos autores que abordam desde conceitos fundamentais até a aplicação prática de estratégias. A obra analisa como a comunicação permeia todas as etapas de um evento, oferecendo insights valiosos para organizadores, comunicadores e demais profissionais da área.

Prefácio, Andréa Nakane

No prefácio, Andréa Nakane destaca como a comunicação permeia todas as interações humanas e é essencial para a organização de eventos. A autora analisa a etimologia do termo "comunicação" e reforça sua função como ferramenta de conexão e compartilhamento. Ela reflete sobre a complexidade da comunicação no âmbito dos eventos, desde o planejamento até o impacto no público-alvo, posicionando a obra como um guia prático e estratégico. Ela discorre sobre como a comunicação conecta pessoas, promove experiências significativas e é fundamental para o sucesso de qualquer iniciativa. A autora destaca que a obra oferece uma visão abrangente sobre a integração entre estratégias comunicacionais e a execução de eventos.

Briefing - A Peça de Comunicação na Qual Tudo Começa, Andreza Novais

Andreza Novais apresenta o briefing como o ponto de partida essencial para a organização de eventos. Ela detalha sua importância como ferramenta de comunicação entre cliente, equipe e fornecedores, e oferece um roteiro prático para criar um briefing eficiente. O capítulo enfatiza que um planejamento bem fundamentado reduz riscos e potencializa o sucesso do evento.

Comunicação Interna nos Eventos: Base para o Bem Receber, Cristiane Costa Esteves

Cristiane Esteves aborda a importância da comunicação interna para garantir uma recepção impecável. Ela explora como os detalhes, desde convites até a hospitalidade no evento, impactam a experiência dos participantes e reforçam a mensagem desejada. Este capítulo evidencia como o trabalho em equipe e a liderança comunicativa são fundamentais.

Assessoria de Imprensa em Eventos, Cristina Mesquita

Cristina Mesquita discute o papel da assessoria de imprensa na divulgação de eventos. Ela diferencia a assessoria da publicidade, destacando sua relevância em construir relações com a mídia e promover o evento de maneira estratégica e ética. A autora explora técnicas para criar pautas atraentes e ampliar o alcance de eventos por meio da imprensa.

As Redes Sociais em Eventos, Cíntia da Silva Carvalho

Cíntia Carvalho explora o impacto das redes sociais na promoção e interação dos eventos. Com base em estatísticas e tendências recentes, o capítulo analisa estratégias para criar conteúdos engajadores e adaptados às preferências do público. A autora enfatiza a importância de um planejamento multimídia para maximizar a presença online dos eventos.

Comunicação no Cenário de Crises em Eventos, Marcelo Henrique Souza Rodrigues

Marcelo Rodrigues apresenta o gerenciamento de crises como um aspecto crítico na comunicação de eventos. Ele detalha a importância de uma comunicação transparente e ética para mitigar danos e preservar a reputação de organizadores e marcas envolvidas.

Pós-Evento: Ainda Não Acabou, a Comunicação Mantém-se Ativa, Daniela Leal

Daniela Leal reforça a relevância do pós-evento como parte do ciclo de comunicação. Ela argumenta que esta etapa oferece oportunidades para captar feedback, medir resultados e fortalecer relacionamentos com participantes, patrocinadores e a mídia [92]source].

Redes Sociais e Eventos: Além dos Likes, Cíntia da Silva Carvalho

Este capítulo explora como as redes sociais transformaram a forma de planejar,

divulgar e interagir com eventos. Carvalho utiliza o caso da FestPoa Rural como exemplo para ilustrar estratégias de engajamento digital que ampliaram o alcance e o impacto do evento. Ela destaca a importância de uma abordagem estratégica nas plataformas digitais para alcançar e conectar públicos específicos.

Comunicação em Crises em Eventos, Marcelo Henrique Souza Rodrigues

Rodrigues aborda a gestão de crises em eventos, enfatizando a necessidade de planejamento, transparência e respostas rápidas. Ele apresenta as etapas de identificação, controle e mitigação de crises, e ressalta como a comunicação eficaz pode minimizar impactos negativos na reputação de um evento e de seus organizadores.

Comunicação Pós-Evento: Mantendo o Engajamento, Daniela Leal

Daniela Leal foca na importância do pós-evento como parte essencial do ciclo comunicacional. Ela propõe estratégias para medir o impacto do evento, obter feedback e fortalecer relações com participantes e stakeholders, garantindo a continuidade do engajamento.

Publicidade OOH e DOOH no Contexto dos Eventos, Juan Pablo de Vera

Juan Pablo de Vera explora a evolução da mídia exterior (OOH) e sua transformação digital (DOOH e PDOOH) como ferramentas estratégicas para o mercado de eventos. O autor apresenta as vantagens dessas tecnologias, destacando a imunidade a fraudes digitais, o impacto visual e a personalização em tempo real, além de sua capacidade de engajar públicos qualificados em eventos.

De Vera analisa como painéis digitais, pórticos interativos e ativações criativas podem enriquecer experiências e ampliar o alcance de campanhas publicitárias em eventos e festivais. Ele também demonstra como dados demográficos e geolocalização permitem segmentações precisas, otimizando resultados e criando novas oportunidades de receita para organizadores.

A experiência prática do autor, com mais de 294 eventos e milhões de impactos gerados, ilustra o potencial da mídia DOOH na indústria de eventos. Sua visão

futurista compara o crescimento da OOH à expansão da Times Square para todos os lugares, consolidando-a como parte indispensável do mix de marketing atual.

Análise Geral

O livro Comunicação & Eventos é uma leitura indispensável para profissionais de eventos, comunicação e marketing. Ele combina teoria e prática para oferecer uma visão abrangente de como a comunicação pode ser utilizada para planejar, executar e avaliar eventos de maneira eficiente e impactante. Os capítulos apresentam uma linguagem acessível, repleta de exemplos práticos e ferramentas úteis, tornando-o um recurso valioso para iniciantes e veteranos na área.

A obra destaca-se pela profundidade e variedade de temas abordados. Cada capítulo apresenta reflexões e exemplos práticos, conectando a teoria com a realidade do mercado de eventos. A integração entre comunicação e tecnologia é um dos pontos centrais, com uma abordagem atual e relevante para os desafios contemporâneos.

Recomendações

Com temas que vão desde o planejamento inicial até a análise pós-evento, a obra é uma fonte rica de aprendizado e inspiração. Comunicação & Eventos destaca-se como um guia completo para quem deseja aprimorar suas habilidades e entender o papel crucial da comunicação na realização de eventos memoráveis.

Comunicação é uma leitura indispensável para quem atua ou deseja atuar na interseção entre comunicação e eventos. A obra oferece ferramentas práticas, análises críticas e inspiração para enfrentar os desafios do setor. Sua abordagem multidisciplinar faz dela um recurso valioso para profissionais, estudantes e entusiastas da área.

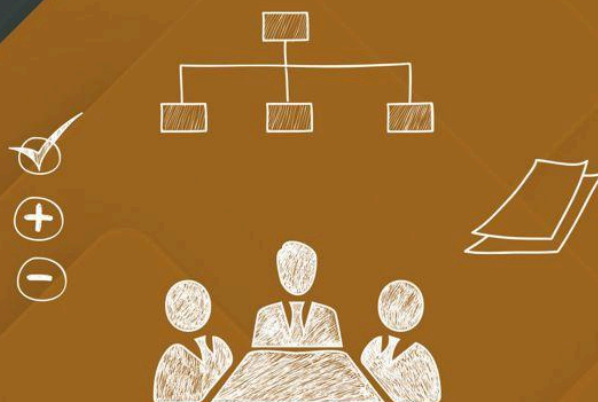


Sergio Junqueira Arantes (org.)

Alexandre Panosso Netto | Amanda Cabral da Silva
Elizabeth Kyoko Wada | Fabricia Durieux Zucco | Libia Macedo
Marlene Matias | Nanci Frangiotti | Ormene Dorneles
Rosangela Martins de Araujo Rodrigues
Shirley Salazar | Thamires Foletto Fiuza

perspectivas na formação acadêmica em **eventos**

Coleção Conecta Eventos



Prefácio: Antônia Marisa Canton

Resenha

"Perspectivas na Formação Acadêmica em Eventos" aborda de maneira profunda e abrangente os desafios e oportunidades na formação de profissionais da indústria de eventos, destacando a necessidade de alinhamento entre a educação formal e as demandas de um mercado em constante transformação. Com capítulos escritos por especialistas experientes, a obra oferece uma visão multidimensional, enfatizando a importância de metodologias inovadoras, abordagens interdisciplinares e conexões globais para preparar profissionais que enfrentam os desafios da Sociedade 5.0.

Prefácio, Antonia Marisa Canton

No prefácio, o livro é introduzido como uma reflexão essencial sobre a formação acadêmica em eventos, abordando sua evolução histórica e a crescente relevância econômica, social e política do setor. O autor destaca a importância de profissionais criativos e críticos que estejam dispostos a inovar e se adaptar às mudanças constantes do mercado. Além disso, o texto celebra o avanço da educação em eventos como um pilar estratégico no ensino superior, destacando a integração de disciplinas como marketing, comunicação e gestão empresarial.

Pesquisa e Produção Acadêmica em Eventos, Alexandre Panosso Netto e Elizabeth Kyoko Wada

Alexandre Panosso Netto e Elizabeth Wada exploram a importância da produção acadêmica como um motor para a inovação e o desenvolvimento sustentável no setor de eventos. Eles analisam o crescimento da formação superior em eventos no Brasil, destacando a necessidade de maior integração entre academia e mercado para alavancar pesquisas aplicadas. Os autores apresentam ferramentas como SCOPUS e Google Acadêmico, demonstrando sua relevância na geração de conhecimento. O capítulo é um chamado para que profissionais e acadêmicos adotem uma abordagem mais investigativa e estratégica, utilizando dados e pesquisas para orientar decisões práticas no setor.

Projetos na Formação Acadêmica e Profissional em Eventos, Amanda Cabral, Nancy Frangiotti e Rosangela Rodrigues

As autoras destacam a prática de projetos como uma estratégia central no desenvolvimento de competências profissionais em eventos. Elas apresentam metodologias ativas como gamificação, design thinking e sala de aula invertida, que oferecem aos estudantes uma experiência prática e realista. O texto argumenta que esses métodos permitem aos alunos aplicarem teorias em cenários do mundo real, promovendo uma formação mais completa e alinhada às demandas do mercado. Além disso, o capítulo enfatiza que a prática de projetos não apenas prepara os alunos para os desafios profissionais, mas também os capacita a inovar e liderar no setor.

Docência no Ensino Superior em Eventos, Amanda Cabral, Nancy Frangiotti e Rosangela Rodrigues

Neste capítulo, as autoras discutem a formação e os desafios dos educadores no ensino superior em eventos. Elas enfatizam duas competências essenciais para os docentes: o domínio pedagógico, que inclui a capacidade de planejar, mediar e avaliar o aprendizado; e o repertório especializado, que exige conhecimento técnico profundo e atualizado sobre o setor. O texto também aborda a necessidade de uma abordagem interdisciplinar e flexível, que permita aos educadores adaptarem currículos às necessidades de um mercado diversificado e em evolução. Metodologias inovadoras, como aprendizagem baseada em problemas e estudos de caso, são propostas como ferramentas fundamentais para conectar os estudantes às realidades do setor.

Sinergia e Inovação: O Poder da Multidisciplinaridade e Interdisciplinaridade na Formação de Profissionais de Eventos, Fabricia Durieux Zucco e Thamires Fiuza

Fabricia Zucco e Thamires Fiuza argumentam que a formação de profissionais de eventos deve integrar múltiplas disciplinas, como turismo, gestão de riscos, hospitalidade e marketing. Elas exploram como a multidisciplinaridade nos currículos prepara os estudantes para enfrentar os desafios de uma indústria altamente dinâmica e diversificada. O texto defende que, além da teoria, a prática é fundamental na educação em eventos, permitindo que os estudantes adquiram habilidades técnicas e competências criativas. As autoras também discutem o papel da interdisciplinaridade na promoção da inovação e na resolução de problemas complexos.

Formação Internacional em Eventos, Líbia Macedo e Ormene Dorneles

Libia Macedo e Ormene Dorneles abordam os benefícios de cursos e capacitações internacionais na formação de profissionais de eventos. Elas enfatizam o conceito de lifelong learning, destacando a necessidade de aprendizado contínuo para se manter competitivo em um mercado global. O capítulo analisa como cursos internacionais ampliam redes de networking e promovem uma visão multicultural, preparando os profissionais para atender às demandas de clientes globais. Além disso, são oferecidas orientações práticas para selecionar programas que atendam às necessidades individuais e profissionais dos gestores de eventos.

Educação em Feiras: Rentabilizando o Conhecimento, Shirley Salazar

Shirley Salazar explora o papel das feiras comerciais como espaços de aprendizado e inovação na indústria de eventos. Ela apresenta uma análise histórica das feiras, destacando sua evolução desde as feiras medievais até as modernas exposições comerciais. O texto também aborda as contribuições econômicas e sociais das feiras, argumentando que elas são plataformas indispensáveis para o networking, o aprendizado prático e o desenvolvimento de negócios. Shirley enfatiza a importância da educação contínua e da preparação técnica para maximizar o impacto desses eventos.

Eventos: Formação e Profissionalização no Brasil, Marlene Matias

Marlene Matias oferece uma perspectiva histórica sobre a evolução da formação em eventos no Brasil, desde os primeiros cursos de turismo até os programas especializados em eventos. Ela analisa como o setor foi se estruturando para atender às demandas de um mercado em expansão, enfatizando a necessidade de qualificação técnica e gestão profissional. O capítulo apresenta um panorama detalhado das competências necessárias para os profissionais de eventos e destaca o papel das instituições de ensino na promoção da inovação e do desenvolvimento econômico.

Análise Crítica

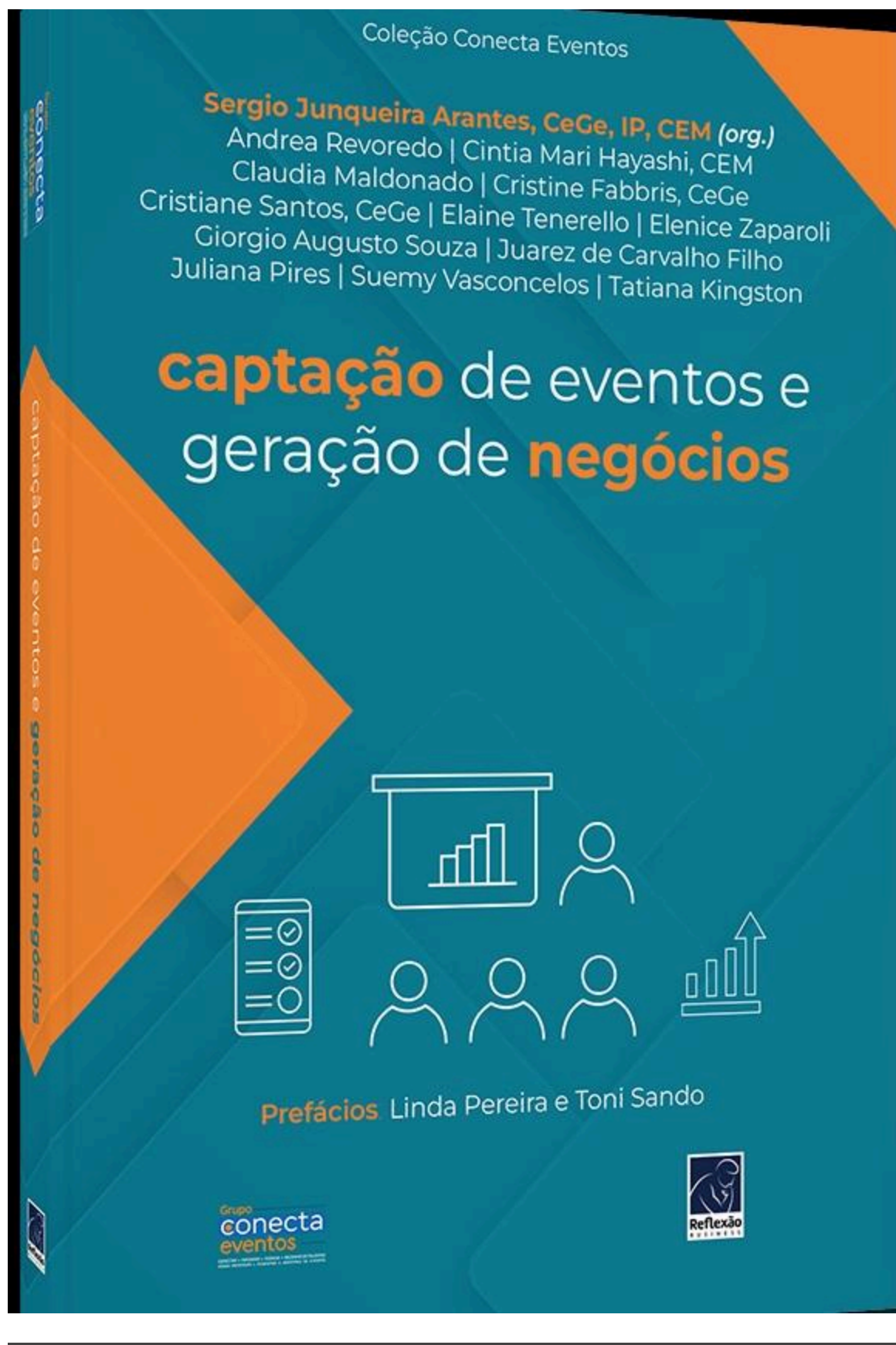
"Perspectivas na Formação Acadêmica em Eventos" é uma obra que vai além do simples estudo de metodologias e currículos. Ela oferece uma análise crítica

sobre o papel da educação em eventos na construção de um setor mais inovador, sustentável e globalizado. Os capítulos se complementam ao abordar diferentes aspectos da formação acadêmica, desde a prática pedagógica até a conexão entre academia e mercado.

Conclusão

Com uma abordagem interdisciplinar e fundamentada em experiências práticas, **"Perspectivas na Formação Acadêmica em Eventos"** é uma leitura indispensável para educadores, gestores e estudantes. A obra inspira seus leitores a repensar a educação em eventos, promovendo uma formação que prepare profissionais para liderar em um setor em constante evolução.





Resenha

Captação de Eventos – Como conquistar eventos e transformar destinos é uma obra coletiva que sintetiza, de maneira inédita no Brasil, o conhecimento técnico, a experiência prática e a visão estratégica dos principais nomes do mercado MICE. Coordenado por Sérgio Junqueira Arantes, o livro reúne especialistas que atuam há décadas na linha de frente da captação, articulando Convention Bureaux, centros de convenções, hotelaria, organizadores profissionais, marcas globais e políticas públicas.

Logo nos prefácios, surgem dois eixos fundadores:

Para Linda Pereira, trata-se de uma obra “essencial para quem percebe que captar eventos é mais do que atrair visitantes: é gerar legado, fortalecer cadeias produtivas, impulsionar reputação e transformar realidades locais” .

Para Toni Sando, cada evento captado “aciona uma engrenagem que envolve toda a cadeia de viagens, turismo e eventos” e se consolida como “política estruturante de desenvolvimento econômico e social” .

Da soma dessas duas visões emerge o centro conceitual do livro: a captação não é apenas técnica; é política, cultural, econômica, simbólica e estratégica.

PARTE I – Fundamentos e Estrutura da Captação

A primeira parte situa o leitor no coração institucional do mercado: os Convention Bureaux, os processos históricos que sustentam o setor e o papel dos profissionais que atuam nos bastidores.

Convention Bureaux: origem, papel e formação de talentos, Andréa Revoredo e Tatiana Kingston

O capítulo de Andréa Revoredo e Tatiana Kingston explica como os Convention & Visitors Bureaux emergiram como estruturas centrais de marketing dos destinos. As autoras resgatam desde Detroit (1896) até a complexa governança atual, na qual CVBx integram dados, articulam redes e sustentam a narrativa competitiva dos territórios.

Elas perguntam: “Você já parou para pensar em tudo o que acontece nos bastidores até que uma cidade seja escolhida para receber um grande evento?” – abrindo caminho para compreender o trabalho invisível que antecede cada candidatura.

O texto aponta que o marketing de destino precisa ir muito além da divulgação turística tradicional: deve **conectar identidade cultural, infraestrutura, inovação, sustentabilidade e narrativa estratégica**. O destaque está no papel humano da captação:

“Transformar uma experiência cotidiana em algo surpreendente depende de sensibilidade, criatividade e profundo entendimento do cliente.”

Este capítulo fornece o alicerce da obra. É pedagógico, bem estruturado e atual. A ênfase na formação de novos talentos é especialmente relevante, considerando a escassez crescente de profissionais aptos a atuar no ecossistema MICE. O Brasil tem infraestrutura, mas ainda carece de capital humano especializado – lacuna que o livro reconhece e busca preencher.

O olhar do PCO na captação internacional, Juarez Augusto de Carvalho Filho

O capítulo de **Juarez Augusto de Carvalho Filho** é um dos mais vivos e históricos do livro. Com honestidade rara, ele descreve como muitos congressos internacionais eram decididos **“não por critérios técnicos, mas pelo prestígio pessoal do médico anfitrião”** – realidade que marcou eventos como SICOT 81, ILAR 89 e o Congresso Mundial de Psiquiatria de 1993.

A narrativa revela o amadurecimento do setor: a profissionalização trazida pela ICCA, IAPCO e entidades internacionais estruturou candidaturas, criou padrões e aumentou a transparência.

A força do capítulo está na memória de quem vivenciou a transição entre dois territórios: a velha política das relações pessoais e o novo mundo da técnica, dados e processos. Juarez lembra que o caráter relacional ainda existe – mas agora opera dentro de uma estrutura profissionalizada. É um alerta importante: os captadores precisam combinar rigor técnico e habilidade diplomática.

PARTE II – Estratégia, Governança e Competitividade

Esta parte aprofunda o entendimento da captação como política pública e instrumento de competitividade global.

Inteligência Estratégica na captação, Cíntia Mari Hayashi

O capítulo de **Cíntia Mari Hayashi** introduz um conceito fundamental: **captação é inteligência estratégica**. Ela afirma:

“Captar um evento é gerar valor, transformar cidades, conectar pessoas e clusters de empresas.”

Cíntia narra sua experiência internacional para mostrar como dados, diplomacia econômica, posicionamento de marca e articulação institucional formam uma engrenagem estratégica que vai muito além da disputa por eventos.

Este é um dos capítulos mais conceituais do livro. A autora aproxima captação de temas como economia criativa, geopolítica e soft power. É leitura-chave para quem trabalha com projeção internacional de destinos.

Muito além da infraestrutura: a nova lógica de escolha de destinos, Elenice Zapparoli

Elenice Zapparoli aprofunda a mudança de paradigma: infraestrutura e preço deixaram de ser diferenciais competitivos. Hoje, destinos precisam demonstrar:

- conectividade
- segurança
- sustentabilidade
- inovação tecnológica
- autenticidade cultural
- governança integrada

O texto é especialmente forte ao analisar os modelos decisórios das associações, incluindo a controversa **“preferência presidencial”**, ainda comum em organizações menores.

Este capítulo merece destaque: organiza metodologias de decisão, discute transparência e revela como a maturidade institucional dos destinos afeta a probabilidade de sucesso. É uma contribuição metodológica rara no mercado brasileiro.

Captação como ferramenta de desenvolvimento sustentável, *Eliane Tenerello*

*O capítulo de **Eliane Tenerello** sobre Foz do Iguaçu é um dos mais profundos e corajosos da obra. O trecho mais marcante resume o problema central dos destinos dependentes:*

“O brilho a curto prazo não se traduz em legado duradouro”.

Eliane mostra como Foz transformou eventos em desenvolvimento – mas alerta para os riscos de dependência financeira, falta de renovação e estagnação.

A contribuição aqui é dupla: celebra acertos, mas expõe tropeços. É um capítulo maduro, que mostra que destinos precisam inovar continuamente para evitar “calendários viciados”.

PARTE III – A Era da Experiência e da Autenticidade

Uma das partes mais contemporâneas da obra, alinhada à economia da experiência e às tendências globais do turismo.

Autenticidade como diferencial competitivo, *Giorgio Souza*

*O capítulo de **Giorgio Souza** traz uma tese central: eventos não competem mais apenas por conteúdo; competem por **experiência**, e esta nasce da identidade local. Ele afirma:*

“Os participantes querem sentir a vibração, entender a história e vivenciar a essência do lugar.”

Os estudos de caso (UneCongresso e Conecta Weekend) mostram como narrativas culturais fortalecem a experiência e posicionam o destino.

Giorgio acerta ao apontar que autenticidade é o ativo mais difícil de copiar – e, portanto, o mais valioso. Seu capítulo dialoga com tendências de design emocional, psicologia do comportamento e storytelling territorial.

Centros de convenções como plataformas de experiências, *Cris Fabbris*

Cris Fabbris decreta o fim da “era do metro quadrado”: centros de convenções agora vendem **sensações, atmosferas e ROI de experiência**, não apenas salas e pavilhões. Ela afirma:

“O verdadeiro argumento de vendas não reside no tamanho do pavilhão, mas na capacidade de transformar o ambiente físico em ativo de branding.”

Talvez seja o capítulo mais disruptivo. Cris traduz para o setor conceitos de biofilia, design imersivo e hospitalidade emocional – temas que já estão transformando o mercado internacional.

PARTE IV – Aplicações Setoriais e Posicionamento de Marca

Aqui, a obra amplia o olhar para elementos-chave da cadeia MICE: hotelaria e marcas globais.

Captação na hotelaria, Juliana Pires

Juliana Pires demonstra como hotéis deixaram de ser apenas meios de hospedagem para se tornarem **hubs multipropósito**. O capítulo destaca:

- integração entre hospedagem, gastronomia e infraestrutura de eventos;
- uso de tecnologia;
- novas estratégias comerciais;
- cases nacionais.

Juliana oferece um guia robusto – útil tanto para gestores experientes quanto para novos profissionais. A hotelaria aparece aqui como protagonista da cadeia, e não como coadjuvante.

A Chancela das Gigantes: co-branding como estratégia de destinos, Cristiane Santos

O capítulo de **Cristiane Santos** apresenta um dos conceitos mais sofisticados da obra: **co-branding territorial**. Ao atrair marcas como Disney, ESPN ou Fira Barcelona, o destino recebe uma **transferência de reputação**. O trecho central afirma:

“A captação de eventos de grandes marcas globais é um dos mais potentes vetores de projeção internacional.”

Este capítulo é extremamente atual: trata de brand equity, storytelling territorial e riscos reputacionais – temas que definem a competitividade global dos destinos.

PARTE V – Legado, Cidadania e Futuro

A obra encerra com um capítulo surpreendente, que expande o alcance da captação para a esfera da cidadania.

Turismo Cívico: Brasília como cidade-laboratório, Claudia Maldonado

Claudia Maldonado mostra como Brasília transformou metodologias de captação em políticas públicas para educação cívica. Ela explica que o turismo cívico não é lazer, mas:

“instrumento de educação política não formal, de formação de capital social e de fortalecimento democrático”

A autora articula governança, currículo escolar, benchmarking internacional e legislação federal.

É um capítulo brilhante e ousado: amplia a noção de legado para além do econômico, demonstrando que eventos podem fortalecer não apenas economias, mas democracias.

CONCLUSÃO – Um marco editorial da indústria MICE brasileiro

Captação de Eventos é, sem dúvida, uma obra de referência. Conecta teoria e prática; história e futuro; mercado e política pública. Seu valor está na diversidade dos autores; na profundidade analítica; na riqueza dos casos e na coerência com tendências internacionais.

*É um livro que não apenas explica a captação – **reposiciona a indústria como vetor estratégico de desenvolvimento, experiência, inovação e reputação territorial.***

E, acima de tudo, preenche uma lacuna histórica no Brasil: oferece, pela primeira vez, um compêndio completo, sofisticado e contemporâneo sobre o tema.

Resenha

INTRODUÇÃO – O livro que reposiciona o gestor de eventos no centro da estratégia

*O livro ROI em Eventos surge como resposta a uma inquietação histórica do mercado MICE e de Live Marketing: **por que uma indústria gigante, geradora de bilhões em negócios, ainda tem dificuldade de provar seu valor de forma estruturada?***

*Essa é a pergunta que atravessa o prefácio de **Roberta Nonis**, que lembra que a indústria de eventos evoluiu enormemente desde o Anhembi dos anos 60, passando pela consolidação do MICE, até a chegada das metodologias de Strategic Meeting Management (SMM) e do ROI aplicado à indústria de eventos.*

*Roberta afirma que o ROI trouxe ao Meeting Planner **“um olhar estratégico que precisa fazer parte do planejamento desde o briefing”**, reposicionando o profissional da operação para a estratégia.*

*O livro adota uma abordagem clara: unir teoria e prática para mostrar que o ROI não é apenas um número, mas **um processo contínuo que envolve objetivos, dados, análise, comunicação e impacto**. Sua estrutura – apresentada no documento de organização geral – distribui o conteúdo em sete capítulos articulados, que avançam desde a base conceitual até as tendências tecnológicas que moldam o futuro da mensuração.*

PARTE I – Fundamentos e Conceitos Essenciais

INTRODUÇÃO – O livro que reposiciona o gestor de eventos no centro da estratégia

*O livro ROI em Eventos surge como resposta a uma inquietação histórica do mercado MICE e de Live Marketing: **por que uma indústria gigante, geradora de bilhões em negócios, ainda tem dificuldade de provar seu valor de forma estruturada?***

*Essa é a pergunta que atravessa o prefácio de **Roberta Nonis**, que lembra que a indústria de eventos evoluiu enormemente desde o Anhembi dos anos 60, passando pela consolidação do MICE, até a chegada das metodologias de Strategic Meeting Management (SMM) e do ROI aplicado à indústria de eventos.*

Roberta afirma que o ROI trouxe ao Meeting Planner “um olhar estratégico que precisa fazer parte do planejamento desde o briefing”, reposicionando o profissional da operação para a estratégia.

O livro adota uma abordagem clara: unir teoria e prática para mostrar que o ROI não é apenas um número, mas um processo contínuo que envolve objetivos, dados, análise, comunicação e impacto. Sua estrutura – apresentada no documento de organização geral – distribui o conteúdo em sete capítulos articulados, que avançam desde a base conceitual até as tendências tecnológicas que moldam o futuro da mensuração.

PARTE I – Fundamentos e Conceitos Essenciais

Prefácio – Roberta Nonis

O prefácio cumpre papel fundamental: contextualiza o surgimento do ROI aplicado a eventos e apresenta os “quatro passos” que estruturam toda a obra:

- 1. Definir o objetivo*
- 2. Escolher a metodologia de coleta e análise*
- 3. Aplicar a mensuração*
- 4. Comunicar o ROI*

Roberta relembra o livro O Valor Estratégico dos Eventos (2008), marco que introduziu fórmulas e métricas intangíveis como ROO, ROE, ROC e ROX, que posteriormente se tornaram pilares no mercado.

Ao destacar que eventos corporativos raramente têm como principal objetivo o retorno financeiro direto, ela reafirma que a mensuração intangível é, na maior parte dos casos, o verdadeiro ROI dos eventos corporativos.

Introdução ao ROI em Eventos, Paula Marins

O capítulo de Paula funciona como uma aula magistral. A autora narra a origem do conceito de ROI na literatura de negócios (Harvard Business Review, 1920) e a provocação que levou Jack Phillips, em 2008, a adaptá-lo para o mercado de eventos – considerado uma indústria “gastona” que “não sabia provar o seu valor”.

Paula reforça a dúvida que assombra gestores:

“Como saber que meu investimento não está sendo feito em vão?”

A autora organiza o capítulo em cinco blocos: conceito do ROI “raiz”, métricas tangíveis (hard), métricas intangíveis (soft), integração das métricas e stakeholders e suas necessidades.

A distinção entre indicadores hard e soft é clara e didática: hard: vendas, lucro, conversão, redução de custos e soft: awareness, engajamento, satisfação, aprendizagem, experiência.

O capítulo encerra com o modelo de Jack Phillips, que integra cinco níveis – Reação, Aprendizado, Aplicação, Impacto e ROI – articulados às necessidades organizacionais.

Paula entrega o melhor capítulo-introdução já escrito no Brasil sobre ROI em eventos. Traz densidade conceitual, metodologia séria e linguagem acessível. É o “alicerce técnico” da obra.

PARTE II – Objetivos, Métricas e Cultura de Mensuração

Definindo Objetivos e KPIs, Rodolfo Costa

Rodolfo começa com uma verdade desconfortável: sem objetivos claros, não há ROI possível. O autor descreve os componentes essenciais de um briefing profissional e introduz perguntas estratégicas que orientam o planejamento orientado a métricas. Entre elas: “Qual dor este evento vai atacar?”, “Qual mudança esperamos no comportamento do público?” e “Como podemos medir o impacto dessa mudança?”.

Ao discutir KPIs, Rodolfo diferencia métricas e indicadores, reforçando que KPI é aquilo que move decisões estratégicas, enquanto métricas são apenas números.

O capítulo apresenta aplicações práticas de ROE, ROO e ROC com metas quali e quanti – um dos trechos mais aplicáveis da obra. É o capítulo mais operacional e pragmático. Rodolfo ensina gestores a transformar um briefing vago em um projeto mensurável. Seu grande mérito: traduz conceitos em rotinas.

Principais Desafios na Medição de ROI, Aretuza Tupinambá

Aretuza aprofunda obstáculos enfrentados por empresas que desejam evoluir em maturidade analítica: falta de cultura orientada a dados, fragmentação entre áreas, objetivos mal definidos, resistência à mensuração e ausência de ferramentas.

O trecho mais contundente afirma:

“Em ambientes pouco orientados a dados, prevalecem percepções pessoais e achismos, que podem comprometer investimentos significativos.”

A autora utiliza resultados da pesquisa BenchMICE® 2025, revelando que a maior parte dos gestores mede apenas parcialmente os resultados.

É o capítulo mais “organizacional” do livro. Aretuza traz um diagnóstico honesto – às vezes duro – mas necessário. Coloca luz no problema estrutural: cultura antes de ferramenta.

PARTE III – Métodos, Ferramentas e Mensuração

Metodologias e Ferramentas de ROI, Juliana Russo

Juliana combina profundidade técnica com aplicações práticas. Ela mostra que medir ROI depende de três movimentos: Planejamento estratégico alinhado a vendas, Coleta inteligente de dados (leads, engajamento, CRM) e Análise pós-evento com acompanhamento do pipeline.

O capítulo apresenta uma tabela de KPIs com números fictícios – MQLs, SQLs, oportunidades, ganhos, ticket médio – explicando conversões e projeções.

É um dos trechos mais ricos em prática real. A autora traz orientações profissionais sobre: uso de CRM, qualificação de leads, integrações marketing-vendas e estimativas de pipeline e forecast.

É o capítulo de maior aplicabilidade imediata. Poderia facilmente ser usado como manual em áreas de marketing B2B, tecnologia ou feiras corporativas.

ROI não financeiro: o valor intangível, Roberta Estrella

Roberta aprofunda o conceito de ROX – Return on Experience, relacionando-o à ideia de “encantamento”. O capítulo abre com:

“Encantar significa maravilhar, seduzir, causar forte atração.”

A autora posiciona o ROX como métrica fundamental em um mundo pós-pandemia, onde tempo, presença e experiência emocional se tornaram moedas valiosas.

Ela apresenta os “princípios do encantamento” – propósito, gentileza, cultura, dedicação, superação, simplicidade e continuidade – e oferece um manual completo para eventos de reconhecimento e incentivo.

É o capítulo sensorial e emocional do livro. Roberta traduz a experiência em valor estratégico – e aproxima a mensuração das áreas de branding, comportamento e design de experiências.

PARTE IV – Comunicação, Storytelling e Gestão Estratégica

Estratégias para Comunicar o ROI, Tatiane Figueiredo

Tatiane parte de um ditado simples e poderoso:

“Não adianta apenas botar o ovo, é preciso cacarejar.”

Ela demonstra que o ROI não existe sem comunicação estratégica.

O capítulo oferece: modelos de relatórios, estratégias por stakeholder, exemplos de storytelling com dados, integração com marketing, vendas e alta gestão e uso aprofundado de NPS como ferramenta de mensuração e comunicação.

A autora destaca o papel do gestor de eventos como “tradutor de valor”, capaz de converter métricas em decisões corporativas. É um capítulo comunicacional. Tatiane entende que dados não falam sozinhos – precisam ser narrados. Sua síntese final alinha ROI à governança corporativa.

PARTE V – O Futuro do ROI, Tendências e Inovações

O Futuro do ROI em Eventos, Karla Fidelis

Karla encerra a obra com uma visão de futuro: o ROI como narrativa, não apenas equação. Ela escreve:

“O ROI está no que permanece quando as luzes do palco se apagam.”

O capítulo explora: inteligência artificial, machine learning, Big Data, análises preditivas, tecnologias imersivas (AR/VR), ESG, comportamento do participante e métricas emocionais.

Com cases como CES, SXSW, BMW, Web Summit e Tomorrowland, Karla mostra que o ROI do futuro é: mais preditivo, mais humano, mais emocional e mais estratégico.

É um capítulo muito inspirador. Fecha o livro conectando tecnologia, comportamento e propósito. Um ótimo encerramento.

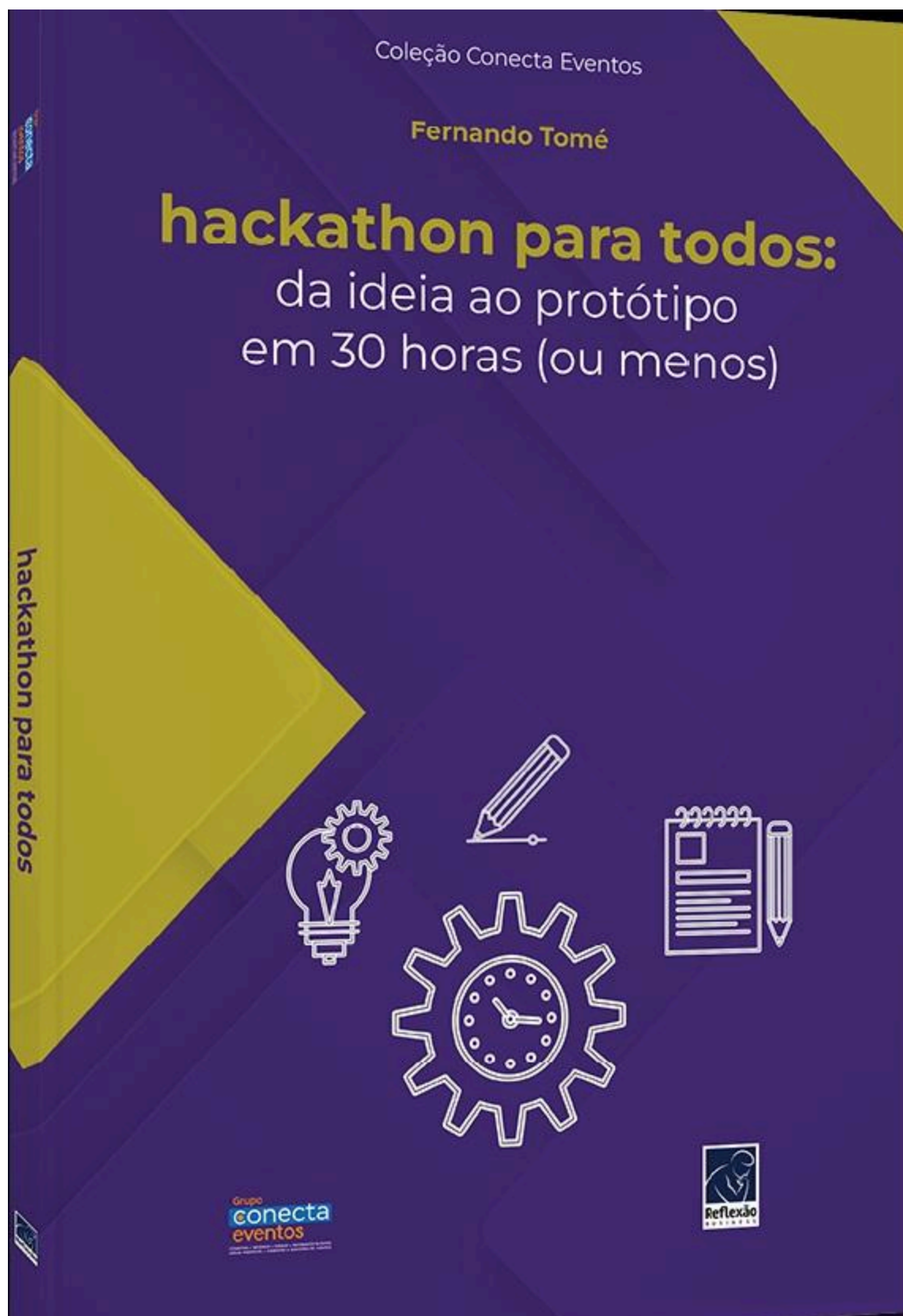
CONCLUSÃO – Um marco metodológico para o mercado brasileiro

ROI em Eventos é mais do que um manual técnico. É um instrumento de transformação profissional.

O livro entrega: rigor conceitual, profundidade prática, visão contemporânea, metodologias validadas, perspectiva estratégica e narrativa inspiradora.

A grande contribuição da obra está em integrar financeiro, emocional, estratégico e tecnológico, mostrando que o ROI é um processo completo, contínuo e multidimensional.

Seu maior legado, porém, é outro: reposicionar o gestor de eventos como agente estratégico dentro das organizações – alguém que não apenas executa, mas mede, comunica, orienta e transforma.



Hackathon para Todos é uma obra singular no cenário brasileiro de livros sobre inovação. Não apenas porque mapeia, com precisão raramente vista, a ascensão dos hackathons no país, mas porque faz isso a partir de um ponto de vista privilegiado: o de alguém que viveu a transformação por dentro, como protagonista, articulador e testemunha. Trata-se de um livro híbrido – metade crônica pessoal, metade manual técnico – que se equilibra com surpreendente naturalidade entre memórias e metodologia, entre bastidores humanos e pensamento estruturado. Ao final, o leitor compreende não só o que é um hackathon, mas porque esse formato se tornou uma ferramenta poderosa para educação, inovação, engajamento social e formação de comunidades.

A gênese de uma jornada: quando a necessidade vira propósito

O livro se abre com uma história simples, quase corriqueira: em 2014, o autor precisava encontrar desenvolvedores para uma startup recém-fundada. Essa busca pragmática – contratar programadores – torna-se o gatilho para o encontro com o conceito de hackathon, ainda pouco difundido no Brasil. A partir dessa necessidade concreta, algo maior se desenrola: a percepção de que hackathons não são apenas eventos competitivos, mas espaços de experimentação coletiva, troca de conhecimento, aprendizado acelerado e descoberta de talentos.

O relato da criação do Hackatec, realizado em 2015, é emblemático. Ali já aparecem todos os elementos que marcariam a trajetória do autor: a mobilização comunitária, o improviso criativo, o envolvimento voluntário, a cultura colaborativa e a crença profunda de que tecnologia e inovação só acontecem de verdade quando colocam pessoas em movimento. O hackathon, inicialmente imaginado como um meio, torna-se um fim em si: o início de uma nova carreira e de uma nova missão.

O autor descreve o frio na barriga das inscrições, o cuidado com cada detalhe – comunicação, parcerias, alimentação, infraestrutura – e a expectativa sobre quantas pessoas realmente apareceriam no dia. Quando os voluntários chegam, quando os participantes fazem check-in, quando as primeiras equipes se formam, ele percebe que aquela ideia abstrata se tornou realidade. Era o ponto de partida de uma trajetória que ultrapassaria 100 hackathons organizados, impactando milhares de pessoas ao longo de uma década.

Hackathons: a história, os pilares e o fenômeno global

Depois do mergulho autobiográfico, o livro amplia o foco e apresenta a história dos hackathons no mundo. Explica a origem do termo – hack + marathon –, desmistifica a associação equivocada entre “hacker” e crime digital, e contextualiza como esses eventos surgiram em laboratórios de informática de universidades americanas e canadenses, evoluindo até se consolidarem como parte do repertório de inovação corporativa.

O texto é especialmente rico ao mostrar como grandes empresas, como o Facebook, adotaram o hackathon como catalisador de ideias e cultura interna. Funcionalidades icônicas da plataforma – like, timeline, marcação de amigos – nasceram diretamente desses eventos. A mensagem é clara: hackathons são mais do que competições; são motores de criatividade organizada.

No Brasil, os hackathons começam a ganhar corpo por volta de 2012, com eventos organizados por instituições públicas (como a Câmara Municipal de São Paulo) e grandes empresas de tecnologia. A partir daí, espalham-se rapidamente, impulsionados pela popularização dos smartphones, pela explosão das startups e pela emergência do ecossistema de inovação.

O autor, observador privilegiado dessa evolução, mostra como as comunidades desempenharam papel decisivo: GDG, GBG, NEU-USP, Circuito Startup. A força dos hackathons, segundo ele, está menos na tecnologia e mais no ambiente comunitário que se estabelece – redes de colaboração que se retroalimentam, conectam talentos, moldam carreiras e reforçam o ethos maker.

Das primeiras oportunidades ao reconhecimento: quando a paixão vira profissão

O livro então narra o período em que o autor passa a ser procurado para apoiar e organizar hackathons de instituições relevantes, como Climathon, Fiesp e Tribunal de Contas do Estado de São Paulo. Esse percurso revela como o formato, inicialmente marginal e amador, ganha sofisticação e profissionalismo.

Um dos momentos mais marcantes é o episódio em que, pela primeira vez, alguém pergunta: **“Quanto você cobra para fazer um hackathon?”**

Sem qualquer referência de mercado, o autor toma uma decisão quase intuitiva: calcula o valor multiplicando seu aluguel mensal por 12 e envia a proposta. Ela é aprovada – e esse passo inaugura uma nova fase, estruturada, empreendedora, madura.

Cada hackathon relatado vira um retrato da evolução da própria cena de inovação brasileira: mais inscrições, projetos mais sofisticados, mentorias mais qualificadas, ambientes mais elaborados, prêmios mais ambiciosos, coberturas de mídia, networking cada vez mais transversal. Os depoimentos de participantes reforçam o impacto dessas vivências: nervosismo no pitch, transformação profissional, oportunidades internacionais, descobertas pessoais.

Aqui, a obra também destaca um ponto crucial: a presença feminina. O autor relata a baixa adesão de mulheres, episódios de desconforto e situações de exclusão – e mostra como decisões simples de comunicação e acolhimento aumentaram significativamente essa participação, especialmente em hackathons voltados para inclusão digital. É uma reflexão madura sobre gênero, tecnologia e equidade.

A consagração: a Campus Party e o auge da cultura hacker no Brasil

A parte mais vibrante da obra é, certamente, o relato sobre a Campus Party. O evento, já consolidado como maior festival de cultura digital do país,

torna-se o palco ideal para que o autor explore todo o potencial dos hackathons como experiências transformadoras.

O Hackathon John Deere – com tratores distribuídos pelo pavilhão, estande monumental, prêmios internacionais e grande adesão – é narrado como o ponto alto dessa trajetória. Mas o livro também detalha outros hackathons memoráveis na Campus Party: Data4Good, Desafio Zé Gotinha (que deu origem ao Connect SUS/Mais SUS), Deca, The Big Hackathon, e vários desafios corporativos de relevância nacional.

Esses eventos se tornam laboratórios avançados de inovação, onde surgem produtos, protótipos, serviços e até carreiras. O autor descreve a energia única das madrugadas, as dinâmicas de mentoria, as demandas psicológicas, os imprevistos logísticos, as histórias improváveis – como a dupla pai e filho campeã de uma edição – e as mesas de pitch diante de plateias lotadas. A sensação descrita é quase musical: viajar de edição em edição parecia uma turnê, uma vida nômade dedicada a provocar encontros e gerar impacto.

0 manual definitivo: como organizar um hackathon de alto impacto

A segunda metade da obra é dedicada a sistematizar o conhecimento adquirido em anos de prática. Essa é uma das grandes contribuições do livro: transformar experiência empírica em método claro, acessível e replicável.

O autor detalha:

- **Objetivos:** por que organizar um hackathon? O que esperar de um resultado realista?
- **Premissas:** público, formato, datas, recursos, parcerias.
- **Tipos de hackathon:** interno, externo, misto; presencial, online ou híbrido.
- **Tamanhos e capacidade:** limites ideais para garantir qualidade.
- **Infraestrutura:** espaço, energia, Wi-Fi, alimentação, segurança, plataformas.
- **Narrativa do evento:** abertura, formação de equipes, trabalho, mentoria, submissão, pitch, premiação.
- **Perfis envolvidos:** organizadores, mentores, jurados, voluntários.
- **Comunicação:** como atrair o público certo, reduzir desistências e construir engajamento.
- **Desenho da experiência:** storytelling, gamificação, critérios de avaliação, impacto social.
- **Pós-evento:** continuidade dos projetos, comunidade, legado.

Cada passo é explicado com exemplos reais – e, sobretudo, com sinceridade. O autor deixa claro o que funciona, o que parece funcionar, mas não funciona, o que deve ser evitado e o que precisa de atenção especial. A obra desmistifica a ideia equivocada de que hackathons servem para “entregar soluções prontas rapidamente”, reforçando que o valor real está no processo, na aprendizagem e na geração de conexões.

Um livro sobre inovação – mas também sobre pessoas

Talvez o maior mérito de Hackathon para Todos seja revelar que a inovação não nasce de tecnologia, mas de interações humanas significativas: mentores que guiam, participantes que se superam, equipes que se formam entre desconhecidos, jovens que descobrem novos horizontes, profissionais que se reinventam pela intensidade da experiência.

O livro é repleto de depoimentos, lembranças e histórias reais que conferem autenticidade à narrativa. São testemunhos de transformação – pessoal, profissional e emocional – que mostram que hackathons podem mudar vidas, ampliar mundos e abrir portas.

Ao longo das páginas, o leitor percebe que, para o autor, organizar um hackathon é mais do que gerenciar um evento: é conduzir uma jornada coletiva de aprendizagem, criatividade e pertencimento. É desenhar ambientes onde talentos emergem e sonhos encontram terreno fértil.

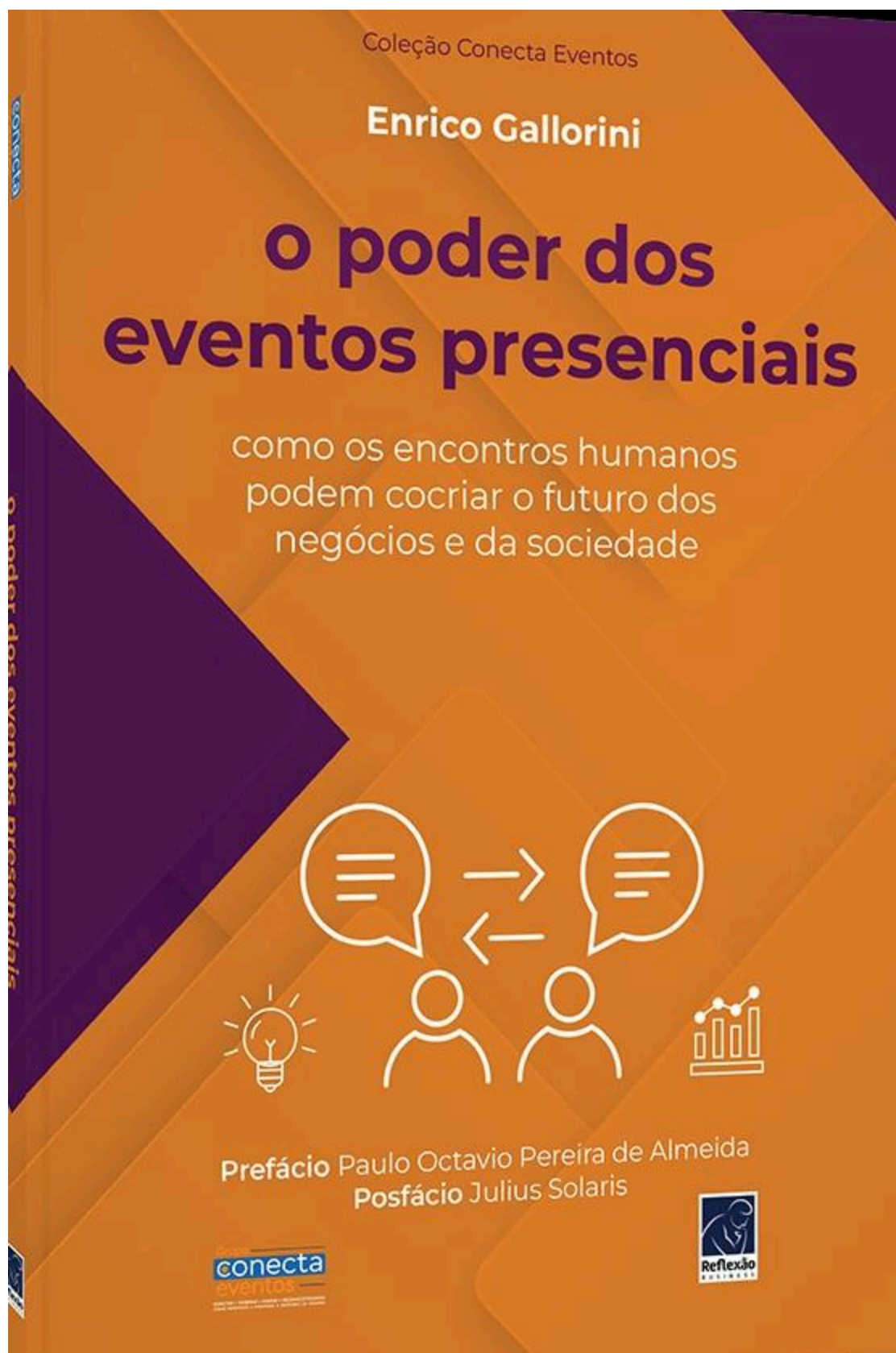
Conclusão

Hackathon para Todos é, simultaneamente:

- *um **livro de memórias** sobre o nascimento e expansão da cultura hacker no Brasil;*
- *um **documento histórico** sobre o ecossistema de startups;*
- *um **manual técnico e prático** para quem deseja organizar hackathons com profissionalismo e propósito;*
- *uma **celebração da força das comunidades**, da colaboração e da aprendizagem ativa;*
- *um **convite para transformar ideias em impacto real**, com criatividade, disciplina e empatia.*

É leitura fundamental para educadores, gestores de inovação, líderes de comunidade, profissionais de tecnologia, estudantes e todos os que desejam compreender como experiências intensas de 30 horas podem influenciar carreiras, gerar soluções e conectar pessoas.

Um livro que, como os hackathons que descreve, pulsa energia, movimento e futuro.



Resenha

O Poder dos Eventos Presenciais, de Enrico Gallorini, é um daqueles livros que reposicionam um setor inteiro ao realizar um movimento pouco comum: olhar para o futuro não por meio de futurologia ingênua ou mera especulação tecnológica, mas retornando às raízes mais profundas da humanidade. O autor parte de uma tese simples, porém potente: só podemos compreender o amanhã dos eventos se compreendermos o ontem – e o sentido arquetípico que o ato de se reunir sempre teve para o Homo sapiens. Essa tese, que no texto original aparece enunciada de forma recorrente, sustenta que eventos não são dispositivos modernos criados pelo capitalismo, nem ferramentas de marketing, nem acontecimentos isolados. **Eventos são parte da própria estrutura civilizacional**, o motor silencioso que permitiu que comunidades se organizassem, florescessem e sociedades avançassem.

O livro inicia sua jornada ao redor da fogueira ancestral, onde nossos primeiros antepassados compartilhavam histórias, medos, saberes e rituais, é ali, “à luz do fogo comunitário”, que surgem os primeiros instrumentos da inovação humana. Gallorini descreve esse cenário com uma força quase cinematográfica: sombras dançando nas paredes da caverna, vozes contando histórias, ritos de cura e agradecimento, e a compreensão de que o grupo só prosperaria se permanecesse unido. O autor recupera a noção de que **a socialização é o alicerce da evolução**, e que a linguagem, os mitos e as organizações sociais nasceram ali, no calor dessa partilha. Ele afirma que esses encontros não eram apenas refeições coletivas, mas “incubadoras de inovação”, onde ferramentas surgiam, narrativas eram criadas e a inteligência coletiva começava a se formar. E reforça: “estamos sobre os ombros de gigantes”, porque cada avanço técnico ou cultural da humanidade foi precedido por um momento de encontro.

É nesse ponto que Gallorini estabelece um dos pilares conceituais mais importantes de sua obra: **a polinização cruzada de ideias**. Em excertos destacados, o autor escreve que “quando as pessoas se reúnem, algo mágico acontece”. Ideias se encontram, perspectivas se mesclam, raciocínios se iluminam mutuamente, e daí emergem novos caminhos que não surgiriam no isolamento. Essa força coletiva, esse encontro entre subjetividades, é a essência dos eventos – e é a razão pela qual eles não podem ser substituídos por telas, algoritmos ou plataformas de videoconferência. A civilização evoluiu porque o ser humano se reuniu e continua evoluindo assim.

A partir desse alicerce antropológico, Gallorini conduz o leitor a uma grande travessia histórica: das primeiras sociedades sedentárias e seus festivais agrícolas aos grandes templos cerimoniais da Mesopotâmia; dos Mistérios de Elêusis às peregrinações medievais; das feiras renascentistas às exposições universais do século XIX. Em cada etapa, ele demonstra como os eventos estruturam a política, a economia, a cultura e a religião de cada época. Ao analisar essas etapas – especialmente as descritas com riqueza de detalhes nas primeiras partes do livro – o autor mostra que eventos sempre foram, em qualquer civilização, **o lugar da verdade social**: onde identidades se formam, alianças se selam, saberes circulam e imprevistos geram renovação.

O *Poder dos Eventos Presenciais*, de Enrico Gallorini, é uma obra que ultrapassa os limites tradicionais da literatura sobre eventos ao compreender a história dos encontros humanos como um contínuo que vai das fogueiras paleolíticas às megaredes tecnológicas do século XXI. Não se trata apenas de um livro sobre organização de eventos, mas de uma reflexão abrangente sobre como a humanidade se estruturou, sobreviveu e evoluiu por meio do ato de se reunir. Gallorini constrói um argumento poderoso: os eventos não são instrumentos acessórios da vida social; são parte da própria arquitetura da civilização.

O livro inicia pela origem da socialização. Ao descrever nossos ancestrais reunidos ao redor do fogo, o autor revela que pequenos círculos de convivência foram responsáveis por criar linguagem, mitos, ritos e formas complexas de cooperação. Nessas primeiras comunidades, encontros não eram simples momentos de convívio – eram tecnologia social. Ali se transmitiam conhecimentos, organizavam-se tarefas, fortaleciam-se vínculos e fundavam-se os pilares que mais tarde dariam origem às cidades, às religiões e às instituições. Gallorini mostra que a inteligência humana emergiu tanto pela capacidade de imaginar quanto pela capacidade de compartilhar essas imaginações coletivamente.

A ideia central que atravessa essa parte da obra é que **a inovação nasce do encontro**, da combinação de perspectivas, da fricção entre ideias e da capacidade de um grupo criar algo que nenhum indivíduo isolado conseguiria. O autor descreve esse fenômeno como polinização cruzada: diferentes saberes, experiências e repertórios se encontram e produzem algo radicalmente novo. Toda evolução civilizacional – da invenção das ferramentas aos rituais sagrados, das rotas de comércio às teorias científicas – dependeu desse impulso colaborativo.

Ao avançar na história, Gallorini percorre as grandes etapas das civilizações – das sociedades agrícolas às cidades-estados, das peregrinações religiosas às feiras mercantis, dos jogos olímpicos à efervescência renascentista – e demonstra como eventos serviram de centros de gravidade cultural e econômica. As feiras medievais, por exemplo, eram plataformas de inovação comercial; os salões renascentistas eram incubadoras artísticas; as exposições universais do século XIX, vitrines do progresso tecnológico e arenas de diplomacia internacional. Em todas essas manifestações, a essência é a mesma: os encontros humanos impulsionam transformações sociais, científicas e econômicas.

Gallorini sustenta uma tese clara: **os eventos são a infraestrutura invisível da humanidade**. Sem eles, não existiriam acordos, alianças, revoluções científicas, sistemas de crença ou redes de comércio. Em um mundo cada vez mais virtualizado, essa tese ganha força e relevo, pois recupera aquilo que muitas vezes esquecemos: a presença física é uma necessidade evolutiva, não um luxo social.

Quando o autor chega ao presente, ele mergulha nos bastidores dos eventos contemporâneos com a precisão de quem conhece profundamente a indústria. Um ponto de destaque é a atenção ao processo de registro e credenciamento – frequentemente tratado como uma etapa administrativa, mas que Gallorini apresenta como um ritual de passagem. O registro é o início da jornada do

participante: o momento em que expectativas se formam, a experiência começa a ser moldada e o indivíduo se engaja com o evento não apenas logisticamente, mas emocionalmente. Simplificar demais esse processo, alerta o autor, é reduzir o potencial simbólico do início da experiência presencial.

Outro aspecto interessante é a discussão sobre a complexidade técnica envolvendo o credenciamento. Gallorini lembra que grandes empresas de tecnologia – como Amazon e Microsoft – falharam repetidamente em tentar dominar sistemas de registro e credenciamento. A razão é simples: **o registro de eventos não é apenas engenharia**, mas uma operação que exige sensibilidade humana, compreensão cultural, experiência presencial e adaptabilidade. Algo que nenhuma grande plataforma global conseguiu dominar porque os eventos, em sua natureza profunda, não são escaláveis em formato industrial sem perda de significado. “O processo de registro revela sua verdadeira complexidade”, escreve o autor nos trechos marcados, porque deve ser ao mesmo tempo rápido, seguro, flexível e emocionalmente significativo. E isso é, inevitavelmente, humano.

A obra avança para um terreno mais crítico ao analisar a ascensão dos dados e da inteligência artificial. Nos trechos destacados sobre esse tema, Gallorini é contundente: entidades que controlam grandes massas de dados exercem poder “quase soberano”, influenciando política, economia e cultura. Ele descreve os “mestres dos dados” – Amazon, Meta, Microsoft, Alibaba, Baidu – como novas formas de império supranacional que ultrapassam fronteiras, identidades e regulações. E argumenta que vivemos um momento histórico em que o poder dos dados rivaliza com o poder dos Estados. Isso tem implicações profundas para os eventos, que passam a operar em uma arena complexa onde privacidade, personalização, vigilância, experiência e ética se entrelaçam.

Mas, ao mesmo tempo, Gallorini mostra que os dados – quando usados de forma ética e colaborativa – **podem elevar a experiência dos eventos**. Ele cita o exemplo da Amazon reunindo fornecedores e clientes em torno de jornadas de colaboração, onde os insights derivados dos dados potencializam conexões e ampliam a eficácia dos encontros. Assim, o autor sustenta que os dados podem ser motores de boa experiência, desde que não substituam o contato humano, mas o fortaleçam.

A fusão entre o tecnológico e o humano ganha ainda mais força quando Gallorini argumenta que, quanto mais avançarem a IA, a realidade aumentada e as narrativas sintéticas, mais valioso será o encontro presencial. Em um mundo saturado de deepfakes e simulações indistinguíveis da realidade, **o presencial se torna o último território da verdade**, o único espaço em que o corpo, a emoção, a presença física e o improviso não podem ser falsificados. Essa é uma das grandes ideias do livro: eventos serão ainda mais importantes no futuro porque serão a evidência material de que existimos, sentimos e nos relacionamos.

Nesse ponto, a obra chega aos trechos finais destacados por você: os exemplos extremos de SXSW e das experiências sensoriais de Las Vegas. Gallorini descreve jornadas exaustivas, longas horas sem pausa, frio extremo, filas demoradas – aspectos que, em teoria, seriam “problemas” para qualquer organizador. Mas, paradoxalmente, esses elementos criam intensidade,

adrenalina e memória. Ao ultrapassar padrões, esses eventos “fazem as pessoas se sentirem vivas” – e esse é o núcleo do argumento final do autor. Eventos inesquecíveis não são apenas eficientes; são experiências que tocam, desafiam e provocam. São vivências que nos lembram que a vida acontece quando somos arrancados do conforto e lançados na experiência coletiva, real, caótica e transformadora.

A partir desse ponto, Gallorini expande a análise para os fenômenos que moldam o presente e o futuro da indústria – sobretudo a ascensão dos dados e da inteligência artificial. Vivemos em uma era em que quem controla os dados controla poder político, social e econômico. Gigantes tecnológicos operam como novos impérios, influenciando comportamentos, identidades e até a maneira como interagimos. No contexto dos eventos, dados se tornam essenciais para criar experiências personalizadas, conectar públicos, antecipar necessidades e maximizar o impacto dos encontros. Mas o autor chama atenção para o paradoxo: à medida que algoritmos se tornam mais sofisticados, a humanidade anseia ainda mais por autenticidade – justamente o que o ambiente presencial oferece.

Gallorini descreve como essa nova era cria tensões: de um lado, a IA e o machine learning permitem experiências mais inteligentes; de outro, a hiper tecnologia pode diluir a espontaneidade, a surpresa e o imponderável que tornam os encontros únicos. O autor argumenta que, em um mundo saturado de simulações, deepfakes e inteligências artificiais indistinguíveis de humanos, **a presença física será o novo luxo emocional** e talvez o único território livre de manipulações sintéticas. Eventos serão, paradoxalmente, mais valiosos porque se tornam âncoras de realidade.

Essa análise encontra expressão prática quando o autor fala de experiências transformadoras vividas em eventos massivos como SXSW ou em centros de convenções de Las Vegas. Jornadas longas, superexposição sensorial, ambientes exaustivos, filas intermináveis – elementos que, em teoria, seriam considerados falhas na operação. Mas Gallorini revela por que tais eventos permanecem memoráveis: eles geram intensidade. Ao romper padrões, desafiar o conforto e criar atmosferas de efervescência, fazem as pessoas “se sentirem vivas”. Essa vitalidade, segundo o autor, é a matéria-prima dos eventos mais marcantes.

A obra progride para uma reflexão mais ampla sobre o futuro dos encontros humanos. Gallorini imagina eventos que combinam presença física e camadas digitais inteligentes, ambientes imersivos, redes de dados que conectam interesses e perfis, e novos formatos de colaboração. Mas, acima de tudo, vislumbra uma era em que o presencial se torna essencial para restabelecer confiança, cultivar pertencimento e reconstruir vínculos sociais corroídos pela virtualização excessiva da vida. O autor sugere que, quanto mais o mundo se fragmenta digitalmente, mais forte será o desejo humano de se reunir em espaços reais.

O Poder dos Eventos Presenciais é uma obra profunda, ampla e sensível. Gallorini combina história, filosofia, tecnologia, antropologia e experiência pessoal para demonstrar que eventos não são uma indústria: são uma necessidade humana essencial. Ao integrar passado remoto, presente complexo e futuro incerto, ele constrói um manifesto poderoso: **o encontro humano, em sua**

materialidade, é uma das maiores invenções da história – e continuará sendo a base da evolução.

O livro, portanto, defende que o futuro da humanidade – política, cultural, científica, econômica – continuará a depender profundamente da capacidade de gerar encontros significativos. Eventos não são apenas plataformas comerciais ou acadêmicas; são ecossistemas emocionais e cognitivos que sustentam a evolução. São o palco onde ideias novas emergem, onde narrativas são reformuladas, onde identidades são reafirmadas e onde coletividades se reconhecem em sua própria humanidade.

O Poder dos Eventos Presenciais é, ao mesmo tempo, um manifesto e uma obra de síntese histórica. Gallorini une antropologia, sociologia, tecnologia, memória e visão estratégica para mostrar que a humanidade sempre precisou – e sempre precisará – de espaços presenciais de conexão. A obra revela que, apesar de toda a sofisticação tecnológica, continuamos movidos pelo mesmo impulso ancestral de nos reunir ao redor do fogo. A diferença é que, hoje, esse fogo se manifesta em palcos, feiras, congressos, festivais e encontros que definem o rumo das sociedades contemporâneas.

Trata-se de uma leitura indispensável para quem atua na indústria de eventos, mas também para líderes, educadores, pensadores, gestores e qualquer pessoa que deseje compreender como a humanidade se desenvolveu e como continuará a evoluir: sempre que pessoas se encontram para pensar o mundo – e transformá-lo – juntas.

Sergio Junqueira Arantes (org.)
Carmela Borst | Carolina Ignarra | Gabriela Augusto
Monica Schimenes | Mórris Litvak | Samanta Lopes

diversidade e inclusão nos eventos

Coleção Conecta Eventos



Prefácio: Ana Paula Padrão

Grupo
conecta
eventos



Resenha

O livro *Diversidade* parte de uma premissa poderosa e incontornável: **eventos não são neutros**. Eles refletem – e ao mesmo tempo moldam – a sociedade, seus valores, suas hierarquias e suas exclusões. Ao reunir vozes diversas, com trajetórias profissionais, vivências pessoais e campos de atuação distintos, a obra constrói um panorama amplo e profundamente conectado com os desafios contemporâneos da indústria de eventos, deslocando a diversidade do lugar do discurso para o campo da **intencionalidade, da estratégia e da responsabilidade**.

Logo no prefácio, Ana Paula Padrão estabelece o tom da obra ao revelar como a convivência com profissionais da diversidade – especialmente pessoas com deficiência – transforma radicalmente o olhar sobre produção, curadoria e experiência. O texto evidencia que inclusão não se resolve com boa vontade ou soluções improvisadas: **ou ela é planejada desde a origem do evento, ou ela não acontece**. O prefácio funciona como uma chave de leitura sensível e prática, ao mesmo tempo, mostrando que acessibilidade, pertencimento e dignidade são dimensões estruturais da experiência do público.

Ao longo do livro, a diversidade é abordada de forma **multidimensional**, revelando a complexidade do tema quando aplicado ao universo dos eventos.

Segredos Não Óbvios para Criar Eventos Inclusivos e Sustentáveis, Carmela Borst

No capítulo de **Carmela Borst**, a diversidade aparece como um exercício de coerência. Seus “segredos não óbvios” demonstram que inclusão não se limita ao palco ou à plateia, mas se estende aos bastidores, à cadeia de fornecedores, à comunicação, à sustentabilidade e ao legado social deixado pelo evento. A autora propõe uma curadoria intencional e questiona o automatismo dos “mesmos nomes de sempre”, defendendo a abertura real para vozes historicamente invisibilizadas. O texto conecta diversidade, ESG e impacto social, reforçando que eventos são plataformas de transformação cultural – ou de reprodução de desigualdades.

Inclusão intencional: acessibilidade como estratégia de excelência, Carolina Ignarra

Carolina Ignarra aprofunda o debate ao tratar da acessibilidade como estratégia de excelência, e não como concessão. Seu capítulo é um dos mais contundentes do livro ao afirmar que o problema não é a deficiência, mas a exclusão. A autora articula vivência pessoal, marco legal e orientação prática para mostrar que eventos inacessíveis fracassam antes mesmo de começar. Ao apresentar as múltiplas dimensões da acessibilidade – arquitetônica, comunicacional, metodológica, atitudinal e programática –, Carolina desloca o leitor para um campo ético e jurídico incontornável, deixando claro que a inclusão exige corresponsabilidade e mudança cultural.

Inclusão Lgbtiqa+ em Eventos: Caminhos para uma Nova Forma de Organizar, Representar e Transformar, Gabriela Augusto Campos de Santana

A diversidade de orientação sexual e identidade de gênero ganha densidade analítica no capítulo de **Gabriela Augusto**, que trata da inclusão LGBTIQ+ nos eventos como decisão política e organizacional. O texto articula dados econômicos, leitura interseccional e exemplos concretos para demonstrar que eventos que apenas “performam” diversidade acabam reforçando exclusões. Gabriela sustenta que incluir é criar ambientes seguros, representativos e financeiramente acessíveis, e provoca o leitor a refletir se seus eventos constroem pontes ou reforçam muros.

A Importância da Diversidade na Cadeia de Fornecedores, Mônica Schimenes

A obra avança ainda para dimensões menos exploradas no debate público, como a **diversidade na cadeia de fornecedores**, abordada por **Mônica Schimenes**. Seu texto demonstra que compras afirmativas não são assistencialismo, mas estratégia de inovação, resiliência e impacto econômico. Ao articular dados de mercado, casos corporativos e sua própria trajetória como fornecedora e compradora, a autora evidencia como a inclusão produtiva fortalece ecossistemas, gera desenvolvimento local e amplia o papel social das grandes marcas.

Por que falar de diversidade etária em eventos, Morris Litvak

Outro eixo relevante do livro é a **diversidade etária**, explorada a partir da lógica da longevidade ativa e do envelhecimento populacional. O texto mostra que incluir o público 50+ não é apenas uma questão de justiça social, mas de inteligência de mercado e design universal. Ao tratar de acessibilidade, comunicação, tecnologia e hospitalidade, o capítulo amplia o entendimento de inclusão como benefício coletivo, capaz de melhorar a experiência de todos os públicos.

Diversidade nos Eventos: Transformando Espaços de Interação em Ambientes Inclusivos e Representativos, Samanta Lopes

O conjunto da obra é costurado por uma visão comum: **diversidade não é um adjetivo do evento, é parte de sua arquitetura**. Não se trata de “chamar para o baile”, mas de criar as condições para que todas as pessoas possam dançar, participar, circular, trabalhar e pertencer. A metáfora recorrente do pertencimento atravessa os textos e reforça a ideia de que eventos só cumprem plenamente sua função quando fazem as pessoas saírem melhores do que entraram.

Conclusão

Como livro, *Diversidade* cumpre um papel duplo. De um lado, é um **instrumento de conscientização**, ao revelar as camadas invisíveis de exclusão naturalizadas no setor. De outro, é um **manual estratégico**, oferecendo diretrizes, checklists, dados, exemplos e provocações práticas para quem planeja, patrocina, produz ou pensa eventos.

Mais do que apontar problemas, a obra propõe caminhos. E faz isso sem simplificar um tema complexo, assumindo que inclusão exige intencionalidade, investimento, escuta e mudança de mentalidade. Ao final da leitura, fica claro que eventos inclusivos não são apenas mais justos – são mais inovadores, mais relevantes e mais conectados com o futuro da sociedade.

Em síntese, *Diversidade* é um livro necessário, atual e estruturante. Um convite – e um chamado – para que a indústria de eventos compreenda seu papel como agente cultural, econômico e social, e assuma, de forma madura, a responsabilidade de transformar encontros em experiências verdadeiramente humanas.
