



FOLHA DE QUESTÕES

Cada questão deverá ser respondida em, **no máximo, uma lauda (frente) da 'Folha de Resposta'**. Será desconsiderado o que ultrapassar esse limite.

Cada questão deverá ser respondida em uma folha. Se a sua resposta não preencher todas as linhas, risque as que ficaram em branco.

Não esqueça de incluir o número da questão no início da Folha de Resposta!

Questão 1 (2,0 pontos)

Em novembro de 2023, a cantora estadunidense Taylor Swift desembarcou no Brasil para uma série de *shows* nas cidades do Rio de Janeiro e de São Paulo, como parte da programação da turnê *The Eras Tour*. Desde a primeira apresentação, no dia 17 de novembro, problemas envolvendo a segurança, o bem-estar e a experiência do público tiveram destaque nas redes sociais e na imprensa, levantando discussões sobre a infraestrutura e a logística do evento. A repercussão da morte de uma fã da cantora durante o primeiro *show*, no Estádio Nilton Santos, desencadeou respostas e ações que se estenderam desde a empresa produtora da turnê até o Ministério da Justiça e Segurança Pública. Sobre esse e outros grandes eventos recentemente promovidos no Brasil, os jornalistas Erika Muniz e Henrique Tenório comentaram no portal *Marco Zero*:

Os grandes espetáculos de música voltaram com intensidade após o fim da obrigação do uso de máscaras por conta da pandemia, em março de 2022. Ao mesmo tempo, são recorrentes as denúncias e insatisfações em relação à falta de organização e às estruturas precárias. Em março de 2023, o festival de música *Lollapalooza*, realizado em São Paulo e organizado também pela T4F, recebeu, assim como em 2019, denúncias de trabalho análogo à escravidão após fiscalização do Ministério do Trabalho e Emprego. Foram resgatados cinco trabalhadores que prestavam serviços informais para o festival. Em setembro do mesmo ano, relatos de superlotação e riscos de aglomeração marcaram a primeira edição do festival *The Town*, de Roberto Medina, realizada, assim como o *Lollapalooza*, no Autódromo de Interlagos.

[...] A normalização da precariedade na organização de grandes eventos de música faz parte de um descaso estrutural no Brasil, indica Adriana Amaral, professora da Universidade Paulista (Unip), pesquisadora do CNPq e coordenadora do Laboratório de Pesquisa em Cultura Pop, Comunicação e Tecnologias (Cultpop) da Unip. Ou seja, existe uma questão financeira relacionada ao capitalismo, que prioriza o lucro, mas não se compromete com a qualidade da contratação e prestação de serviços, mesmo com a cobrança de altos valores dos ingressos.



Há também um discurso que naturaliza essa dinâmica, justificando que: “evento grande é assim mesmo, faz parte da experiência”. Esse cenário, segundo ela, faz com que, no país, as políticas que regulam o funcionamento de espaços de entretenimento atendam a demandas posteriores à ocorrência de catástrofes. É como se, ao invés de prevenir fatalidades, somente após uma situação gravíssima, como a da última sexta (17), os órgãos responsáveis pela fiscalização fossem mobilizados para garantir a total segurança do público presente¹.

A segurança de participantes e colaboradores de um evento está ligada ao planejamento logístico do projeto, que compreende ainda os suprimentos de consumidores, produtos e instalações, bem como a logística do local durante o evento e os fluxos que fazem parte de seu encerramento. **Considerando o cenário atual de promoção de grandes eventos no Brasil, descreva uma ação de planejamento logístico situada em cada uma das fases da gestão de um grande evento musical – pré-evento, trans-evento e pós-evento.** Para cada uma das três fases, associe o elemento logístico identificado a um exemplo de evento que você conheça, justificando essa relação.

Questão 2 (2,0 pontos)

Os autores Melo Neto (2012) e Nakane (2017) afirmam que a criatividade e a inovação na produção de eventos passam, em grande parte, pelo uso de diferentes recursos tecnológicos. Para os autores, os meios tecnológicos podem incrementar a interatividade, a ambientação, as performances e as linguagens utilizadas durante um evento. Numa perspectiva mercadológica, a Diretora da *Inovents Live Marketing e Eventos*, Daniele Bernini, pondera que:

A inovação desempenha um papel central no mercado de eventos corporativos. Em 2024, a busca por novas maneiras de cativar o público e criar experiências memoráveis continuará a ser crucial. No entanto, é importante notar que a escolha das tecnologias deve ser estrategicamente alinhada com os objetivos do evento. Enquanto a realidade virtual pode não ser a abordagem preferida para todos, tecnologias como a imersão interativa e o mapeamento de projeção também desempenham um papel na diferenciação².

¹ Fonte: MUNIZ, Erika; TENÓRIO, Henrique. “Terra sem lei” dos megaeventos no Brasil explica morte e caos no show de Taylor Swift. Portal Marco Zero. Recife, 19 nov. 2023. Disponível em: <https://marcozero.org/terra-sem-lei-nos-megaeventos-no-brasil-explica-morte-e-caos-no-show-de-taylor-swift/> . Acesso em 25 nov. 2023.

² Fonte: BERNINI, Daniele. Evolução dos eventos em 2024: inovação e tecnologia em destaque. *Meio & Mensagem*. São Paulo, 03 nov. 2023. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/opiniao/evolucao-dos-eventos-em-2024-inovacao-e-tecnologia-em-destaque>. Acesso em 25 nov. 2023.



A partir do potencial das novas tecnologias como elementos fundamentais na experiência do público participante de um evento, **descreva quatro recursos ou ferramentas tecnológicas que podem ser empregadas na gestão de eventos corporativos, apontando as principais vantagens de sua utilização.**

Questão 3 (2,0 pontos)

Não pense que conseguir um patrocinador é tarefa fácil. Claro que megaeventos, de repercussão mundial, como as Olimpíadas e Copa do Mundo de futebol, têm uma fila de empresas interessadas. Mas, normalmente, os organizadores dos eventos dispensam um enorme esforço em busca de patrocinadores, principalmente se configurar um novo empreendimento (BONFIM, 2015, p. 103).

O fragmento acima chama atenção para as dificuldades enfrentadas pelos profissionais do setor de Eventos na busca por recursos para viabilizar seus projetos. O chamado 'marketing de eventos' tem sido um caminho encontrado por esses profissionais para angariar patrocinadores e apoiadores. Nesse sentido, **explique o marketing de eventos e apresente três estratégias adotadas por empresas organizadoras de eventos para despertar o interesse de potenciais patrocinadores e apoiadores.**

Questão 4 (2,0 pontos)

O *Rock in Rio*, considerado um dos maiores festivais de música do mundo, está preparando, para 2024, uma edição comemorativa de seus 40 anos com novidades tecnológicas e metas ambiciosas no campo da sustentabilidade. No site institucional do evento, consta o seguinte em sua política de sustentabilidade: “conduzidos pelo nosso propósito *Por um Mundo Melhor*, comprometemo-nos a deixar um legado positivo e duradouro na comunidade onde acontece o Rock in Rio”³. Nesse mesmo documento, o festival menciona o estabelecimento de uma parceria com a ONU-Brasil, no ano de 2019, para implementação de ações alinhadas aos chamados Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), considerando as prioridades globais definidas no âmbito da Agenda 2030. Dentre algumas ações exitosas que já teriam sido implementadas, o referido documento citou a criação de um plano de gestão de resíduos, a doação de materiais ao final do evento, e a capacitação de *stakeholders*. Por outro lado, alguns desafios ainda carecem de atenção tanto por parte dos organizadores do festival quanto das autoridades públicas, considerando a complexa

³ Fonte: ROCK IN RIO. Plano de Sustentabilidade 2022. Disponível em: <https://cdn.rockinrio.com/wp-content/uploads/2022/01/rock-in-rio-2022-plano-de-sustentabilidade-nov2022.pdf>. Acesso em: 27 nov. 2023.



logística que o evento mobiliza. Na edição de 2019, por exemplo, o jornal *O Dia* noticiou⁴ um protesto de usuários do sistema de transportes BRT, ocorrido no dia 27 de setembro do referido ano, em denúncia à escassez de ônibus que, segundo os manifestantes, teria sido motivada pelo suposto direcionamento da frota para atendimento das necessidades de deslocamento dos participantes do *Rock in Rio*. A matéria jornalística destacou ainda algumas postagens feitas à época nas redes sociais:

O BRT está desumano hoje, vocês não tem ideia como está o Jardim Oceânico, sério, não cabe mais ninguém lá, tá impossível", comentou uma. "BRT do Jardim Oceânico está o caos. Seria razoável as pessoas esperarem um pouco. Estavam interrompendo a circulação dos ônibus", disse outro. "É muita sacanagem, milhares de BRTs pro Rock in Rio lá no Jardim Oceânico e pra outras linhas quase nenhum

Além dos transtornos gerados na mobilidade urbana, há críticas também em relação aos elevados preços cobrados pelo festival, inviabilizando o acesso das camadas populares despertando, por vezes, certa sensação de que a esses segmentos sociais só resta o 'ônus' envolvido em sua organização.

Tal exemplo reforça que a busca pela sustentabilidade no âmbito do setor de Eventos representa um grande desafio colocado tanto aos profissionais responsáveis quanto às cidades receptoras, especialmente quando se trata de eventos de grande porte. Para além dos compromissos na esfera ambiental, é necessário também pensar as dimensões social, cultural, econômica e política, em prol de 'eventos mais sustentáveis', conforme abordam Fontes et al. (2008).

Considerando o acima exposto, **disserte sobre os princípios da sustentabilidade no contexto do planejamento e organização de eventos.**

Questão 5 (2,0 pontos)

Disserte sobre a importância do lazer e da hospitalidade para a organização dos eventos levando em consideração o desenvolvimento sustentável da cidade.

⁴ O DIA . Rock in Rio: passageiros protestam em estação do BRT contra o atraso e superlotação de linhas convencionais. Disponível em: < <https://odia.ig.com.br/rio-de-janeiro/2019/09/5686760-rock-in-rio--passageiros-protestam-em-estacao-do-brt-contr-o-atraso-e-superlotacao-de-linhas-convencionais.html>>. Acesso em: 27 nov. 2023.