



Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília
Campus Brasília
Tecnologia em Eventos

PAULA CRUZ GARCIA ROSA

Sounds Sessions
Promovendo a Cultura e o Empreendedorismo no Gama, DF

Brasília
2024

PAULA CRUZ GARCIA ROSA

Sounds Sessions

Promovendo a Cultura e o Empreendedorismo no Gama, DF

Trabalho de Conclusão de Curso na modalidade “projeto” apresentado ao curso superior de Tecnologia em Eventos do *campus* Brasília do Instituto Federal de Brasília como requisito parcial para obtenção do título de Tecnólogo em Eventos.

Orientadora: Prof^a. Me. Ana Cláudia
Bernardes Vilarinho de Oliveira

R788 Rosa, Paula Cruz Garcia.

Sounds Sessions: promovendo a Cultura e o Empreendedorismo no Gama, DF.
/ Paula Cruz Garcia Rosa. – Brasília, 2024.

42 f. : il. color.

Orientador: Ana Cláudia Bernardes Vilarinho de Oliveira.

Trabalho de conclusão de curso (Graduação) – Instituto Federal de Educação,
Ciência e Tecnologia de Brasília, Tecnologia em Eventos, 2024.

1. Evento cultural. 2. Gama (Distrito Federal). 3. Arte. 4. Empreendedorismo
local. 5. Identidade cultural. I. Oliveira, Ana Cláudia Bernardes Vilarinho de.
(orient.). II. Título.

CDU 394.48(817.4)

Elaborado com os dados fornecidos pelo autor.

PAULA CRUZ GARCIA ROSA

Sounds Sessions

Promovendo a Cultura e o Empreendedorismo no Gama, DF

Trabalho de Conclusão de Curso na modalidade “projeto” apresentado ao curso superior de Tecnologia em Eventos do *campus* Brasília do Instituto Federal de Brasília como requisito parcial para obtenção do título de Tecnólogo em Eventos.

Aprovado em ___ de _____ de 2024.

BANCA EXAMINADORA

Prof^a. Me. Ana Cláudia Bernardes Vilarinho de Oliveira - Orientadora

Prof. Doutor Rodrigo Cardoso da Silva

Prof. Doutor Luiz Daniel Muniz Junqueira

BRASÍLIA-DF
2024

AGRADECIMENTOS

Ingressar no Instituto Federal de Brasília para cursar Tecnologia em Eventos foi uma experiência extremamente enriquecedora. Já formada em Publicidade e Propaganda, pude aplicar meus conhecimentos na elaboração do plano de comunicação deste projeto com maior segurança e precisão e abracei com entusiasmo, todo o processo que uma nova graduação me proporcionou.

Gostaria de expressar minha profunda gratidão à minha orientadora, Ana Cláudia Bernardes Vilarinho de Oliveira, pelo seu suporte e orientação durante todo o desenvolvimento deste trabalho. Agradeço também à coordenadora do curso, Juliana Viegas, pelo apoio e auxílio que contribuíram significativamente para a conclusão deste projeto.

Um agradecimento especial ao meu amigo e colega publicitário, Guilherme Andrade, que colaborou comigo na concepção da ideia deste projeto em janeiro de 2023. Éramos apenas dois colegas conversando sobre um sonho e, através do curso tecnólogo em eventos, pude compreender a importância de um planejamento e consegui tirar nossas ideias não só da roda de conversa, mas também transferi-las e desenvolvê-las em um documento tão significativo.

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo elaborar um projeto para a realização do evento cultural "Sounds Sessions" no Gama, Distrito Federal (DF), produzido pela agência Pannic's Comunicação. O evento busca promover a consciência cultural, a música, a arte e o empreendedorismo local, fortalecendo a identidade e a economia criativa da região. Para isso, serão desenvolvidos um plano de comunicação e segurança, uma pesquisa de mercado, estratégias de divulgação e marketing. O evento visa preencher a lacuna de eventos culturais na região, proporcionando visibilidade para artistas e empreendedores locais. A metodologia inclui a aplicação de um questionário estruturado para entender as percepções e expectativas da comunidade. A conclusão final aponta que a realização de um evento como a "Sounds Sessions" fortalece a comunidade e impulsiona artistas e empreendedores locais.

Palavras-chave: Evento cultural; Gama (Distrito Federal); Arte; Empreendedorismo local; Identidade cultural.

ABSTRACT

This work aims to develop a project for the realization of the cultural event "Sounds Sessions" in Gama, Federal District (DF), produced by the agency Pannic's Comunicação. The event seeks to promote cultural awareness, music, art, and local entrepreneurship, strengthening the identity and creative economy of the region. To achieve this, a communication and security plan, market research, and marketing and promotion strategies will be developed. The event aims to fill the gap of cultural events in the region, providing visibility for local artists and entrepreneurs. The methodology includes the application of a structured questionnaire to understand the perceptions and expectations of the community. The final conclusion indicates that holding an event like "Sounds Sessions" strengthens the community and boosts local artists and entrepreneurs.

Keywords: Cultural event; Gama (Federal District); Art; Local entrepreneurship; Cultural identity.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Gráficos

Gráfico 1 – Identificação dos participantes.....	17
Gráfico 2 – Local de residência dos participantes.....	17
Gráfico 3 - Importância dos eventos culturais para fortalecer a diversidade cultural e o senso de pertencimento na comunidade.....	18
Gráfico 4 – eventos culturais podem promover a diversidade cultural local.....	18

Figuras

Figura 1 – Análise das percepções dos espectadores, membros da comunidade...	19
Figura 2 - Análise das percepções dos empreendedores.....	20
Figura 3 - Análise das percepções dos artistas.....	20
Figura 4 - Referência do Evento.....	24
Figura 5 - Paleta de cores.....	27
Figura 6 - Logomarca do Evento.....	27
Figura 7 - Flyers informativos.....	28
Figura 8 - Flyer de atrações.....	28

Tabelas

Tabela 1 - Programação do pré-evento.....	22
Tabela 2 - Programação do evento.....	23
Tabela 3 - Programação do pós-evento.....	23
Tabela 4 - Matriz de Responsabilidade.....	33

SUMÁRIO

1 APRESENTAÇÃO -----	8
2 REFERENCIAL TEÓRICO -----	9
2.1 Eventos-----	9
2.2 Eventos como estratégia na promoção de negócios empreendedores-----	10
2.3 Evento Cultural-----	11
2.3 Marketing Cultural-----	12
3 OBJETIVOS -----	13
3.1 Objetivo geral-----	13
3.2 Objetivos específicos-----	13
4. JUSTIFICATIVA -----	14
5. PÚBLICO-ALVO -----	15
6. METODOLOGIA -----	15
7. ANÁLISE DOS RESULTADOS DA PESQUISA DE OPINIÃO -----	16
8. DEFINIÇÃO DAS ESTRATÉGIAS -----	22
8.1 Conceito Criativo-----	22
8.2 Programação-----	23
8.2.1 Pré-evento-----	23
8.2.2 Evento-----	24
8.2.3 Pós-evento-----	24
8.3 Elementos da Decoração e Cenografia-----	24
9. PLANO DE COMUNICAÇÃO -----	26
9.1 Estratégias de Comunicação-----	26
9.2 Identidade Visual-----	27
9.3 Peças visuais-----	28
10. VIABILIDADE ECONÔMICA E FINANCEIRA DO EVENTO -----	30
11. PLANO DE SEGURANÇA -----	32
12. MATRIZ DE RESPONSABILIDADES -----	33
13. RESULTADOS ESPERADOS -----	35
REFERÊNCIAS -----	37
APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO DE PESQUISA DE OPINIÃO -----	38

1 APRESENTAÇÃO

De acordo com a Secretaria de Cultura do Distrito Federal, os eventos culturais desempenham um papel fundamental na preservação e promoção da identidade cultural das comunidades, ao oferecer oportunidades para expressão artística e ao fortalecer os laços entre os cidadãos e suas tradições locais.

A proposta deste Trabalho de Conclusão de Curso é a elaboração de um projeto para a realização de um evento que promova a consciência cultural, musical, artística e empreendedora local da região administrativa do Gama, Distrito Federal, reunindo a comunidade em torno de exposições artísticas. Com a proposta de fortalecer a identidade e a economia criativa da região, o evento busca preencher uma lacuna na oferta de eventos culturais na área, oferecendo visibilidade e oportunidades para artistas e empreendedores locais.

Através do desenvolvimento de um plano de comunicação e segurança, a realização de uma pesquisa de mercado, e a implementação de estratégias eficazes de divulgação e marketing, a "Sounds Sessions" pretende proporcionar um espaço inclusivo e dinâmico que una a comunidade do Gama e estimule o engajamento cultural e econômico.

A pergunta problema norteadora deste trabalho acadêmico é: **Como um evento cultural pode unir a comunidade do Gama, DF, ao promover a consciência cultural, musical, artística e empreendedora local, e como ele pode fortalecer a identidade e a economia criativa da região?**

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Eventos

Eventos, conforme descrito por Luiz Carlos Zanella (2012, p. 1), representam momentos de concentração e reunião que têm como propósito principal celebrar acontecimentos significativos e estabelecer conexões em diversos campos da atividade humana. O autor afirma que "os eventos têm o objetivo de celebrar acontecimentos importantes e significativos e estabelecer contatos comerciais, culturais, esportivos, sociais, familiares, religiosos, científicos etc". (ZANELLA, 2012, p. 1).

Para Zanella (2012), os eventos não são simples reuniões para os participantes; eles provocam emoções intensas, despertam interesses e geram vínculos tanto pessoais quanto profissionais. Para os organizadores, representam um desafio que demanda esforço, criatividade, competência e eficiência para atender às expectativas dos participantes e superar suas próprias metas, como pondera o autor:

"Um evento geralmente provoca fortes emoções para os participantes, [...] Para quem organiza, o evento significa muito trabalho, iniciativa, criatividade, competência e resultados. Para quem participa, significa congraçamento e integração, gerando e consolidando vínculos e relações de caráter profissional e pessoal." (ZANELLA, 2012, p. 1)

Segundo Maria Cecília Giacaglia (2016, p.1), "o evento tem como característica principal propiciar uma ocasião extraordinária ao encontro de pessoas, com finalidade específica, a qual constitui o 'tema' principal do evento e justifica a sua realização." Portanto, de acordo com a autora, os eventos abrangem uma ampla gama de acontecimentos, desde rituais de passagem como batizados e casamentos até celebrações culturais, esportivas, religiosas e empresariais. Eles são fundamentais tanto nas sociedades contemporâneas quanto em sociedades mais antigas, desempenhando papéis diversos de acordo com o contexto cultural e social.

Os eventos desempenham um papel fundamental na sociedade, proporcionando momentos de celebração, conexão e integração entre indivíduos em diversas esferas da vida. Tanto para os participantes quanto para os organizadores, os eventos representam desafios que exigem esforço, criatividade e competência para alcançar resultados satisfatórios. Com sua capacidade de gerar emoções

intensas e estabelecer vínculos pessoais e profissionais, os eventos se tornam elementos essenciais na construção e fortalecimento de relações sociais e culturais.

2.2 Eventos como estratégia na promoção de negócios empreendedores

"Os eventos têm sido reconhecidos como uma componente crucial do composto promocional dentro das organizações" (Fortes & Silva, 2011, p. 20). Eles oferecem uma plataforma estratégica que não só facilita oportunidades de negócios, mas também desempenha um papel fundamental na promoção da imagem e reputação das organizações.

Conforme destacado pelos autores Fortes e Silva (2011), os eventos possibilitam uma série de benefícios estratégicos para as organizações. Eles atingem o público de interesse de forma descontraída, permitindo o fortalecimento do compromisso com os clientes existentes, ao mesmo tempo que proporcionam uma oportunidade para atrair potenciais clientes e divulgar a marca de uma empresa. Além disso, os eventos têm o potencial de melhorar a imagem pública da organização e consolidar sua posição no mercado:

Ao utilizá-lo, a organização tem a oportunidade de reforçar o compromisso com seus clientes reais e reunir seus clientes potenciais, melhorando sua imagem pública e reforçando seu posicionamento no mercado. [...] os eventos propiciam inúmeras oportunidades de negócios e possibilidades imensuráveis para a combinação de marcas, a união de empresas e a promoção da imagem e reputação das organizações. (FORTES & SILVA, 2011, P. 20)

No entanto, é essencial que os eventos estejam alinhados com a missão comunicativa da empresa. Segundo os autores, "um evento deve estar ajustado aos objetivos de comunicação da empresa, sendo entendido como estratégia; também é preciso levar em consideração a audiência de mídia e o número de participantes." (Fortes & Silva, 2011).

De acordo com Leonard H. Hoyle Jr. (2008, p.49), para garantir que um evento contribua efetivamente para os objetivos específicos da empresa, é necessário desenvolver um plano de marketing sólido que leve em consideração o posicionamento da empresa ou produto. O autor destaca a importância do posicionamento no sucesso de um plano de marketing e, conseqüentemente, no sucesso do evento.

Nenhum evento pode ser eficazmente vendido até um plano de marketing ser desenvolvido. Provavelmente, o plano de marketing será o predicado que determinará o sucesso ou fracasso. E a chave para um plano de marketing bem-sucedido é o "posicionamento". (Hoyle Jr., 2008, p. 49)

Em resumo, os eventos desempenham um papel fundamental como estratégia de comunicação e marketing nas organizações. Ao serem adequadamente planejados e executados, podem proporcionar uma série de benefícios, desde o fortalecimento do relacionamento com os clientes até o reforço da imagem da marca no mercado.

2.3 Evento Cultural

De acordo com John Urry (1996, p.7) os eventos culturais são centrais para todas as sociedades, desempenhando um papel essencial nos contextos social, cultural, político e econômico. Através desses eventos, comunidades celebram sua singularidade cultural e histórica, promovendo identidade e coesão. Jennifer Craik (2003, p.14) acrescenta que, embora possam mercantilizar a cultura, também ajudam no desenvolvimento e manutenção da identidade de um lugar.

Dimanche (2002) destaca que no turismo, eventos culturais são fundamentais para identificar destinos, melhorar a imagem dos locais e combater a sazonalidade. Bem organizados, esses eventos criam imagens fortes que atraem visitantes e posicionam os destinos turísticos. "No contexto do consumo do turismo experiencial, os eventos desempenham um papel proeminente na criação de marca, posicionamento e promoção de um destino". (Dimanche, 2002, p.77).

Segundo Marujo (2015), as motivações para visitar eventos culturais variam conforme a natureza do evento e as variáveis sociodemográficas e culturais dos turistas. Recentemente, a exploração de outras culturas tornou-se um fator-chave para frequentar festivais e festas locais.

A proliferação de eventos culturais é impulsionada pela demanda crescente e pelo aumento da oferta. Em todas as sociedades, festivais e eventos culturais são vistos como fatores de renovação e revitalização econômica e de preservação do patrimônio cultural e histórico, influenciando positivamente a imagem de um território.

Portanto, a celebração de eventos culturais diversifica a oferta turística, atrai novos segmentos de mercado e renova o interesse dos visitantes habituais, justificando assim investimentos tanto públicos quanto privados. De acordo com o Ministério do Turismo (2010), "a busca de novos produtos turísticos pelos consumidores tem levado a mudanças nas estratégias de planejamento, gestão e promoção do turismo" (Ministério do Turismo, 2010, p. 11).

2.4 Marketing Cultural

Manoel Marcondes Machado Neto, um dos primeiros a abordar o caso brasileiro, define marketing cultural como " atividade deliberada de viabilização físico-financeira de produtos e serviços que, comercializados ou franqueados, venham atender às demandas de fruição e enriquecimento cultural da sociedade". (Machado Neto, 2005, p.15).

Machado Neto classifica o marketing cultural tanto como o marketing praticado por empresas cuja atividade-fim é a cultura, quanto por empresas que patrocinam ações culturais. Essas ações de marketing cultural estão inseridas no âmbito da comunicação institucional, buscando obter retorno de imagem à marca patrocinadora em termos de simpatia e aprovação da opinião pública (Machado Neto, 2005, p.16).

Nesse sentido, os eventos culturais colocam as empresas em contato com públicos altamente qualificados e receptivos, além de possibilitar a expressão de atributos, valores e crenças da empresa, diferenciando-a de seus concorrentes de forma sutil e inovadora.

3 OBJETIVOS

3.1 Objetivo geral

Elaborar um projeto para a realização do evento cultural "Sounds Sessions" no Gama, Distrito Federal (DF), produzido pela agência Pannic's Comunicação. O evento tem como objetivo reunir e promover a consciência cultural, a música, a arte e o empreendedorismo local, proporcionando uma plataforma para celebrar e divulgar a cultura local, fortalecendo a identidade e a economia criativa da região.

3.2 Objetivos específicos

- Criar um plano de comunicação e segurança para o evento;
- Realizar uma pesquisa de mercado para analisar as necessidades e perspectivas da comunidade local, empreendedores e artistas;
- Criar estratégias de divulgação e marketing para promover o festival;
- Estabelecer parcerias estratégicas com instituições relevantes, empresas patrocinadoras e fornecedores de serviços para apoiar a realização bem-sucedida do evento cultural;
- Avaliar a percepção do público e dos participantes em relação ao festival local;
- Mensurar o impacto do evento na visibilidade e no crescimento de novos artistas e empreendedores locais.

4. JUSTIFICATIVA

O evento "Sounds Sessions" visa unir a comunidade do Gama ao oferecer um espaço onde moradores possam se reunir e celebrar a cultura local. Com uma programação que inclui música, arte e empreendedorismo, o evento busca criar um ambiente inclusivo que fortaleça os laços comunitários.

Além disso, o evento será o primeiro evento da tipologia cultural produzido pela nova agência criativa da região, a Pannic's Comunicação. Esta iniciativa não apenas preenche uma lacuna na oferta de eventos culturais na região administrativa do Gama, mas também representa uma oportunidade única de lançar e divulgar a agência local.

Com a falta de divulgação de eventos culturais fixos na região administrativa do Gama, surgiu a necessidade de desenvolver uma plataforma que justificasse a sua realização, oferecendo visibilidade para artistas e empreendedores locais. O objetivo da Sounds é preencher essa lacuna, proporcionando um espaço onde artistas e empreendedores da região possam obter reconhecimento artístico e estabelecer redes de contato (*networking*), essenciais para o desenvolvimento de suas carreiras e negócios.

A Feira Cultural do Gama, que contou com o apoio da administração local e teve três edições, sendo a última em dezembro de 2023, é um exemplo significativo do potencial que eventos culturais possuem para mobilizar a comunidade. Esta feira, com entrada franca e duração de três dias, ofereceu uma variedade de atividades cênicas e musicais, demonstrando o interesse da população por eventos culturais que valorizem a arte e a cultura da região.

No entanto, apesar do sucesso da Feira Cultural do Gama, a cidade ainda necessita de eventos adicionais e complementares para atender à crescente demanda por espaços culturais. Sounds Sessions pretende ir além ao não só incluir atividades artísticas, mas também focar no empreendedorismo, integrando diversos aspectos da cultura local e oferecendo um ambiente vibrante para a promoção de novos talentos. Dessa forma, a Sounds visa contribuir significativamente para o

acendimento cultural do Gama, fortalecendo a identidade local e estimulando o desenvolvimento econômico e social da região.

5. PÚBLICO-ALVO

O público-alvo do evento "Sounds Sessions" é diversificado e inclui:

1. Moradores do Gama e Regiões adjacentes:
 - Adultos e jovens interessados em cultura local, música, arte e empreendedorismo.
 - Famílias que buscam atividades de lazer e entretenimento acessíveis.
 - Moradores que desejam fortalecer os laços comunitários e desfrutar de um ambiente festivo e acolhedor.
2. Artistas Locais:
 - Músicos, pintores, atores, dançarinos e outros artistas que desejam exibir e promover seu trabalho.
 - Artistas emergentes buscando visibilidade e oportunidades de *networking*.
3. Empreendedores e Pequenos Negócios:
 - Proprietários de pequenos negócios locais que queiram divulgar seus produtos e serviços.

6. METODOLOGIA

O presente trabalho adota uma abordagem de pesquisa de natureza aplicada, combinando elementos tanto qualitativos quanto quantitativos. A pesquisa aplicada de acordo com Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará (IFPA), tem como objetivo gerar conhecimento de aplicação prática e imediata a fim de solucionar problemas específicos e gerar conhecimento relevante e aplicável à prática.

Neste Projeto de Conclusão de Curso, a pesquisa teve como objetivo compreender a percepção do público-alvo em relação à realização do Evento Cultural "Sounds Sessions" pela Pannic's Comunicação na região administrativa do Gama, DF. Buscou-se entender como a comunidade percebe a importância de um

espaço cultural na região e como o evento pode atender às suas necessidades e expectativas.

Para alcançar esse objetivo, foi aplicado um questionário estruturado, incluindo uma variedade de perguntas para compreender a percepção da comunidade sobre a importância de um espaço cultural na região, bem como a percepção de artistas e empreendedores locais sobre como esse evento pode beneficiá-los.

Este instrumento de coleta de dados permitiu a obtenção de informações sobre o perfil do público-alvo, incluindo idade, trabalho, local de residência, bem como suas percepções e expectativas em relação ao evento proposto.

De acordo com Janine da Silva (2019, p.3), as vantagens ao escolher e utilizar a plataforma Google Forms para pesquisa acadêmica ou até mesmo de opinião são evidentes. A praticidade no processo de coleta de informações é ampla, já que é possível enviar o questionário tanto via email quanto via link. Segundo a autora, "há possibilidade de acesso em qualquer local e horário, agilidade na coleta de dados e análise dos resultados, pois quando respondido as respostas aparecem imediatamente, e facilidade de uso, entre outros benefícios" (Silva, 2019, p. 3).

O modelo do questionário foi baseado na Escala Likert, possibilitando que os participantes expressem o grau de importância atribuído a cada tema proposto em uma escala de 1 a 5, variando de "nada importante" a "muito importante". Esse método quantitativo facilitou a análise e compreensão das preferências e prioridades do público-alvo em relação ao evento. Os dados foram compilados, tratados e permitiram uma maior adequação dos objetivos do evento.

Além disso, pretendeu-se realizar a aplicação do questionário tanto de forma online, com o envio direto do link, quanto presencialmente, diretamente com os frequentadores e empresários dos bares localizados na cidade do Gama, Distrito Federal. A pesquisa ficou aberta até o dia 2 de agosto de 2024.

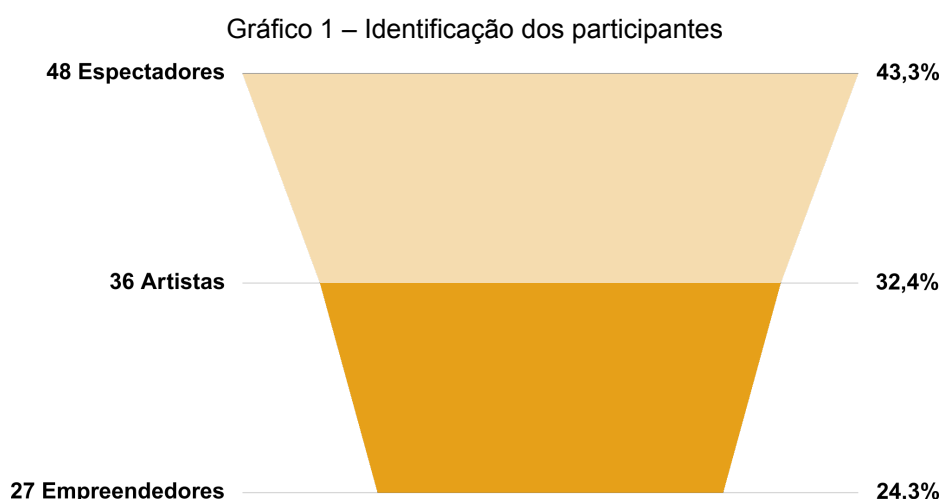
7. ANÁLISE DOS RESULTADOS DA PESQUISA DE OPINIÃO

A pesquisa de mercado deste Trabalho de Conclusão de Curso, na modalidade projeto, foi conduzida através da aplicação de um formulário de opinião

utilizando o Google Forms, uma ferramenta de gerenciamento de pesquisas desenvolvida pelo Google. O formulário esteve disponível para resposta entre 5 de julho e 2 de agosto de 2024.

A pesquisa foi enviada ao público-alvo, composto por artistas, empreendedores e espectadores do evento, por meio da divulgação do link nas redes sociais e no WhatsApp e também de forma presencial em estabelecimentos. Com o objetivo de identificar melhor a percepção do público-alvo em relação ao evento, foi incluída uma questão específica com as seguintes opções de resposta:

1. "Sou membro da comunidade, gostaria de participar como espectador e apreciar as atividades e apresentações oferecidas pelo evento."
2. "Sou empreendedor, gostaria de expor meu trabalho."
3. "Sou artista, gostaria de me apresentar de alguma forma."



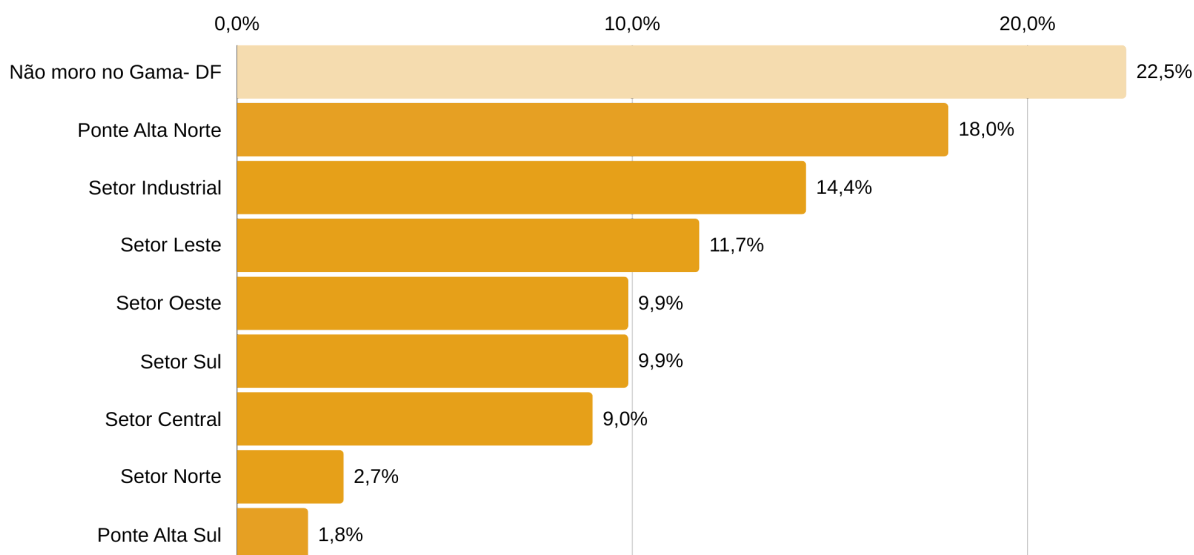
Fonte: Dados da pesquisa, 2024.

Essa abordagem permitiu uma análise mais clara dos participantes e facilitou a identificação dos diferentes perfis. No total, 111 participantes responderam ao formulário, dos quais 48 são membros da comunidade e gostariam de participar como espectadores, 27 eram empreendedores e 36 eram artistas.

Entre todos os participantes, 58,6% são do sexo feminino, 36,9% do sexo masculino e 4,5% não se identificam com a binaridade de gênero.. A faixa etária dos respondentes é variada, com a maioria se concentrando na faixa dos 18 aos 24 anos. De acordo com o gráfico abaixo, 77,4% dos participantes são moradores da

Região Administrativa do Gama, que é dividida em setores, incluindo Ponte Alta Norte e Ponte Alta Sul. Já 22,5% dos participantes não são moradores do Gama.

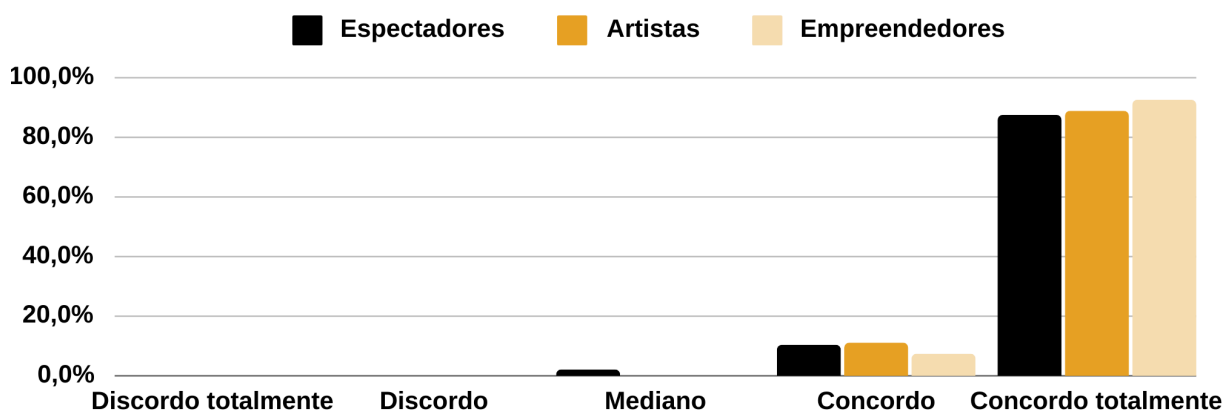
Gráfico 2 – Local de residência dos participantes



Fonte: Dados da pesquisa, 2024.

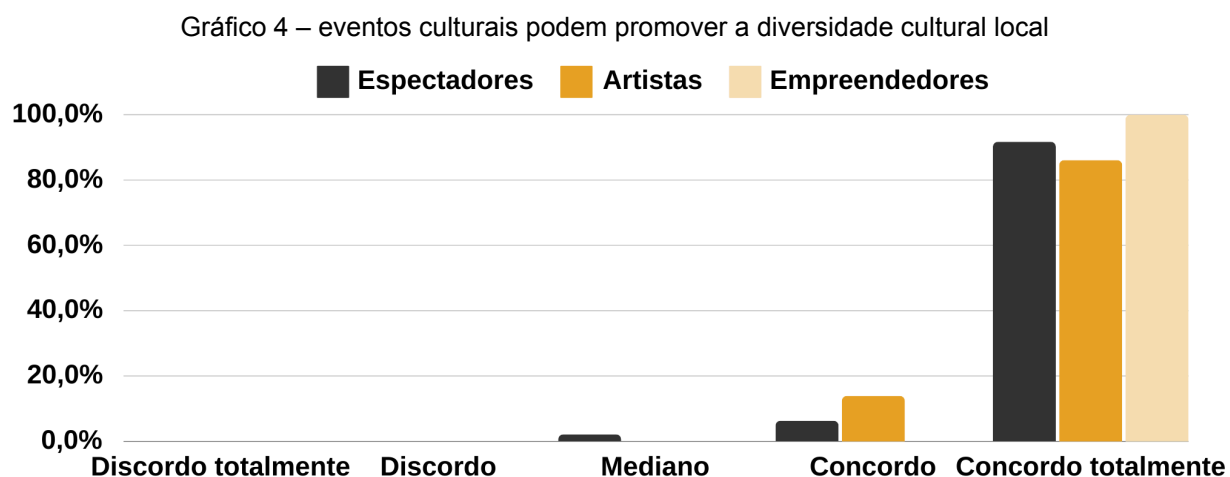
De modo geral, 89,2% dos 111 participantes concordam totalmente que a realização de eventos culturais locais pode aumentar o senso de pertencimento à comunidade. De acordo com o gráfico 3, entre os 48 espectadores, 87,5% responderam que concordam totalmente, 10,4% responderam que concordam e 2,1% responderam de forma mediana. Dos 36 artistas, 88,9% concordam totalmente e 11,1% concordam. Já entre os 27 empreendedores, 92,6% concordam totalmente e 7,4% concordam.

Gráfico 3 - Importância dos eventos culturais para fortalecer tanto a diversidade cultural quanto o senso de pertencimento na comunidade.



Fonte: Dados da pesquisa, 2024.

Além disso, o gráfico 4 afirma que a maioria dos participantes concordam que eventos culturais podem promover a diversidade cultural local. Entre os 48 espectadores, 91,7% concordam totalmente, 6,3% concordam e 2,1% responderam de forma mediana. Dos 36 artistas, 86,1% concordam totalmente e 13,9% concordam. Todos os 27 empreendedores (100%) concordam totalmente com essa afirmação.

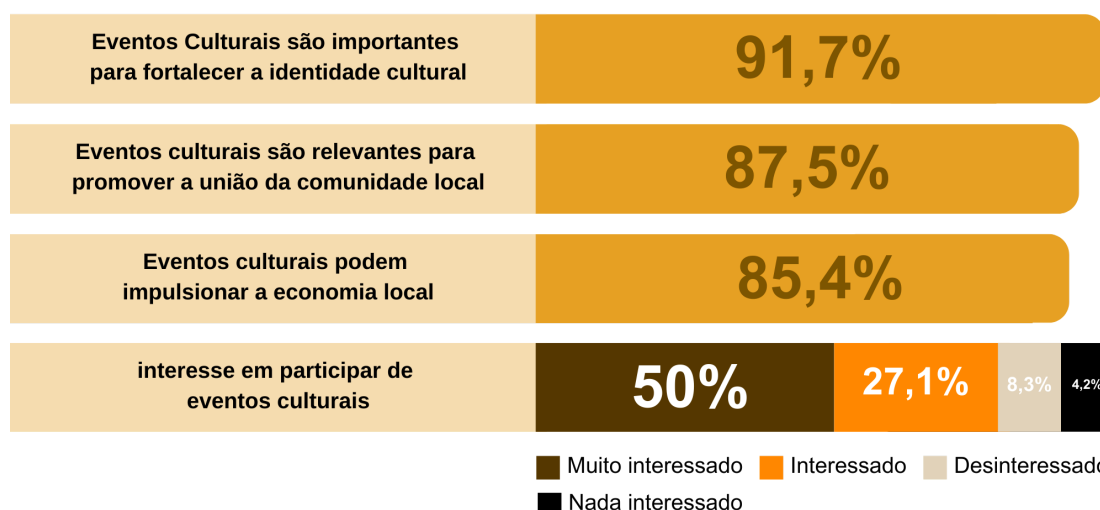


Fonte: Dados da pesquisa, 2024.

Os dados dos gráficos 3 e 4 revelam um consenso significativo entre os diversos grupos de participantes sobre a importância dos eventos culturais para fortalecer tanto a diversidade cultural quanto o senso de pertencimento na comunidade.

Para os espectadores, membros da comunidade, a importância dos eventos culturais para fortalecer a identidade cultural do Gama foi avaliada como "muito importante" por 91,7% dos respondentes, e 87,5% consideram os eventos culturais "muito relevantes" para promover a união da comunidade local.

Figura 1 – Análise das percepções dos espectadores, membros da comunidade



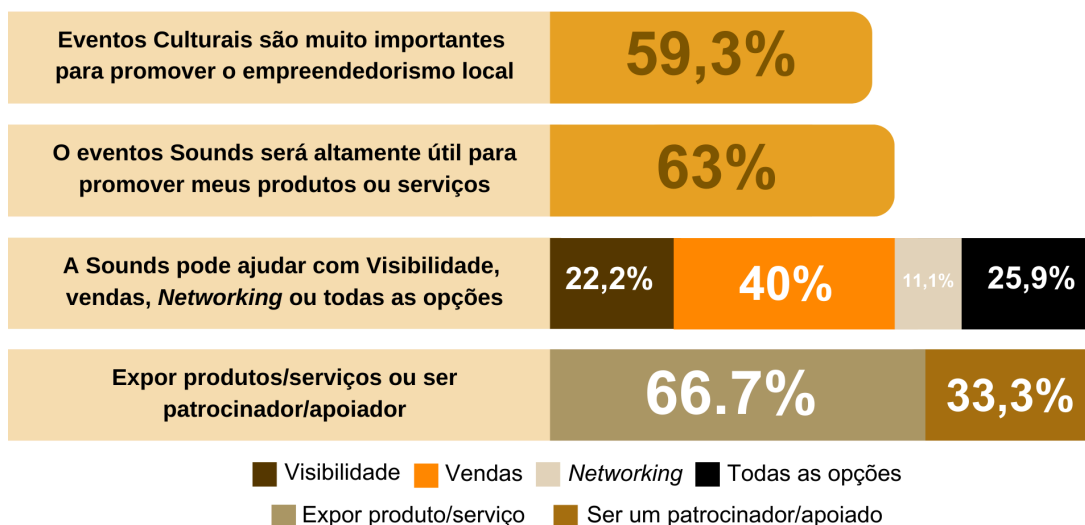
Fonte: Dados da pesquisa, 2024.

O interesse em participar de eventos culturais como o "Sounds" mostrou-se variado, com 50% dos espectadores classificando seu interesse como "muito alto" (nota 5), e 27,1% como "alto" (nota 4). No entanto, 8,3% demonstraram desinteresse (nota 2) e 4,2% consideraram o interesse "nada" (nota 1). Quanto ao impacto econômico dos eventos culturais, 85,4% dos espectadores acreditam que eles podem "muito" impulsionar a economia local, como mostra a figura x.

Para os empreendedores, 59,3% consideram o evento "Sounds" como "muito importante" para promover o empreendedorismo local, e 63% acreditam que o evento será altamente útil para promover seus produtos ou serviços para a comunidade local.

Em relação às formas de apoio que o evento pode proporcionar a eles, 22,2% dos empreendedores desejam mais visibilidade, 40,7% estão interessados em aumentar suas vendas, 11,1% buscam *networking*, e 25,9% preferem uma combinação de visibilidade, vendas e *networking*. Dos empreendedores, 66,7% gostariam de expor seus produtos/serviços durante o evento, enquanto 33,3% preferem colaborar no planejamento, seja patrocinando ou oferecendo apoio.

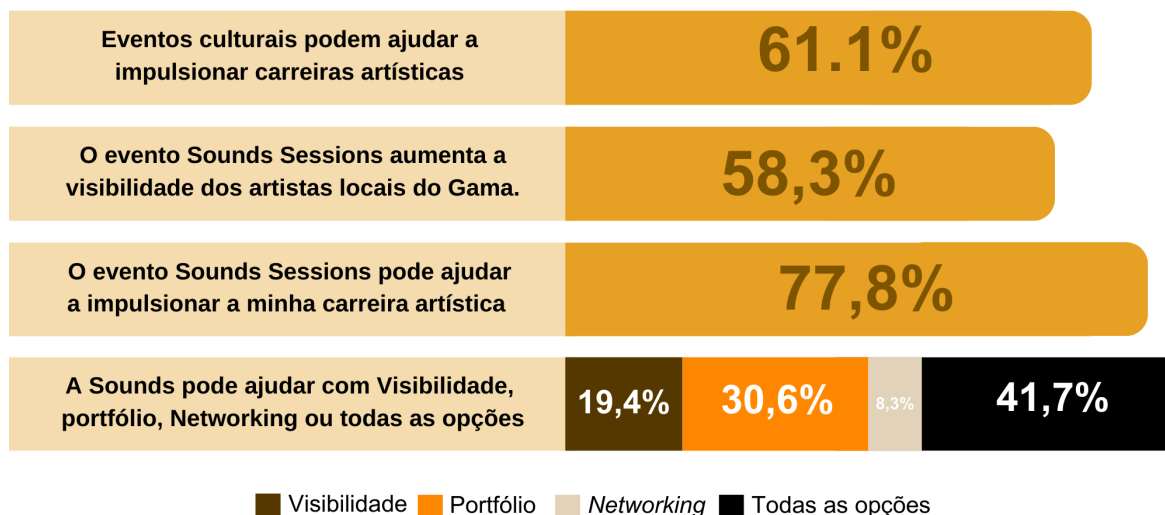
Figura 2 – Análise das percepções dos empreendedores



Fonte: Dados da pesquisa, 2024.

Figura 3 – Análise das percepções dos artistas

DE 36 ARTISTAS PARTICIPANTES,
86,1%
 GOSTARIAM DE SE APRESENTAR NA SOUNDES SESSIONS



Fonte: Dados da pesquisa, 2024.

Notavelmente, 86,1% dos artistas gostariam de se apresentar no evento "Sounds". 61,1% concordam totalmente que eventos culturais podem ajudar a impulsionar suas carreiras, e 58,3% veem o evento "Sounds" como altamente

benéfico para aumentar a visibilidade dos artistas locais do Gama. A maioria dos artistas (77,8%) acreditam que o evento poderá ajudá-los consideravelmente.

Quando questionados sobre como o evento poderia beneficiá-los, 19,4% esperam mais visibilidade, 30,6% desejam ajuda com o portfólio, 8,3% buscam *networking*, e 41,7% querem uma combinação de visibilidade, portfólio e *networking*.

A respeito de eventos culturais no Gama, apenas 32,4% dos participantes afirmaram conhecer tais eventos. Essa porcentagem é composta por 25% dos espectadores e 7,4% dos artistas, enquanto nenhum dos empreendedores não têm conhecimento sobre eventos culturais na região. Os eventos citados por aqueles que conhecem são:

- Fearte Gama;
- Eventos de rock do SESC no Bezerrão;
- Cantorias em bares e restaurantes;
- Fagama;
- Batalhas de rima das 4Faces;
- Arte Movimenta;
- Festas juninas nas igrejas;
- Espaço Semente;
- Academia Gamense de Letras;
- Teatro do SESC;
- Grupo Empire e Sala de Ensaio.

Em suma, a pesquisa demonstra um forte apoio e entusiasmo por parte dos espectadores, artistas e empreendedores em relação ao evento Sounds Sessions. A maioria dos participantes, composta principalmente por espectadores, vê o evento como crucial para fortalecer a identidade cultural do Gama, promover a união da comunidade e oferecer oportunidades significativas para artistas e empreendedores locais.

8. DEFINIÇÃO DAS ESTRATÉGIAS

8.1 Conceito Criativo

"Onde comunidade e criatividade se encontram."

O evento "Sounds Sessions" visa unir a comunidade do Gama em uma celebração da cultura local, oferecendo um espaço inclusivo com música, arte e empreendedorismo. Esta iniciativa da nova agência Pannic's Comunicação busca preencher a lacuna de eventos culturais na região, proporcionando visibilidade para artistas e empreendedores locais. Com uma atmosfera rústica e acolhedora, o evento pretende fortalecer os laços comunitários, promover novos talentos e estimular o desenvolvimento econômico e social do Gama.

Atividades e Atrações:

- **Palco Principal:** Apresentações musicais com artistas locais, criando uma vibe animada e festiva.
- **Palco Acústico:** Performances mais intimistas, oferecendo uma experiência musical diversa.
- **Feira de Empreendedores:** *Stands* de empreendedores locais exibindo e vendendo produtos, promovendo o desenvolvimento econômico da região.
- **Praça de alimentação:** *Food Trucks* de restaurantes locais.

8.2 Programação

8.2.1 Pré-evento

Tabela 1 - Programação do pré-evento

Atividade	Descrição
Estratégia de Divulgação nas Redes Sociais	
Criação e Divulgação de Flyers	Desenvolver flyers digitais atraentes e informativos.
Captação de Perfis para Divulgação	Identificar e contatar influenciadores para compartilhamento dos flyers.
Campanha de Contagem Regressiva	Postagens diárias com contagem regressiva até o evento.
Stories e Reels Interativos	Criar enquetes, quizzes e teasers dos artistas e atividades do evento.
Evento Pocket	
Ensaio e Alinhamento com Fornecedores	Evento menor para testar logística, equipamentos e alinhar estratégias com fornecedores e parceiros.
<i>Networking</i> e Alinhamento	Fortalecer relações entre fornecedores, parceiros e organizadores.
Press Kit para Perfis de Divulgação	
Kit de Divulgação	Brindes exclusivos como camisetas, bonés, adesivos e ingressos VIP.
Experiência Exclusiva	Acesso antecipado ao evento, encontro com artistas ou visitas aos bastidores
Engajamento do Público	
Desafios e Hashtags	Lançar desafios e incentivar o uso da hashtag oficial.

Conteúdos Interativos	Utilizar enquetes, quizzes e vídeos ao vivo para manter o engajamento.
Convite Personalizado	Enviar convites criativos personalizados para influenciadores e jornalistas.

Fonte: Criado pela autora.

8.2.2 Evento

Tabela 2 - Programação do evento

Horário	Atividade	Local
14:00h	INÍCIO DO FESTIVAL	
14:30h às 15:30h	DJ Caru - RNB 00`s e Uns Modernos	Palco Principal
15:30h às 16:30h	Voz e Violão - Marchelly e Lucena	Palco Acústico
16:30h às 17:00h	Abertura - Vídeo e Mediação com Julia	Palco Principal
17:00h às 18:30h	Show Gui Navoz + Rec	Palco Principal
18:30h às 19:30h	Open Sessions com Gui Navoz e Talíz (Pagode)	Palco Acústico
19:30h às 20h	INTERVALO	
20:00h às 22:00h	DJ NegoGusta e DJ Caru com Marcus Augusto	Palco Principal

Fonte: Criado pela autora.

8.2.3 Pós-evento

Tabela 3 - Programação do pós-evento

Atividade	Descrição
Movie para Instagram	Criação de vídeos curtos para o Instagram, divulgando os melhores momentos e depoimentos dos participantes.
Galeria de Fotos Online	Publicação de uma galeria de fotos profissional nas redes sociais do evento.
Postagens de Agradecimento	Publicação de posts de agradecimento aos participantes, patrocinadores e colaboradores nas redes sociais
Feedback dos Fornecedores	Coleta de feedback detalhado dos fornecedores e parceiros sobre a organização e execução do evento.
Feedback do público	Coleta de feedback detalhado do público sobre a organização e execução do evento.
Relatório de Impacto	Criação de um relatório detalhado sobre o impacto do evento, incluindo dados de participação, feedback e mídia gerada.
Campanha de Retenção	Iniciar uma campanha para manter o interesse e engajamento do público até o próximo evento, com conteúdos periódicos e interativos.

Fonte: Criado pela autora.

8.3 Elementos da Decoração e Cenografia

Figura 4 - Referência do evento



Fonte: Pinterest, por *Анастасия Чернова*.

Os elementos da decoração e cenografia serão selecionados para criar uma atmosfera única e acolhedora. Com um estilo rústico e inspirado nos tons quentes, o ambiente é projetado para proporcionar conforto e aconchego aos participantes.

Pallets, almofadas, cangas e cadeiras de praia serão dispostas estrategicamente sobre a grama com uma iluminação suave com luzes de fadas complementado por lâmpadas de filamento para um toque rústico. criando espaços relaxantes para os participantes aproveitarem o evento em um ambiente acolhedor à noite.

A presença de elementos naturais enfatiza a conexão com a natureza, convidando os presentes a se reconectarem com o ambiente ao seu redor. Cada detalhe da decoração e cenografia é pensado para complementar a experiência do público, tornando o evento uma celebração autêntica da cultura local e da beleza natural da região.

9. PLANO DE COMUNICAÇÃO

9.1 Estratégias de Comunicação

A) Inscrições para o Evento

Objetivo: Facilitar o processo de inscrição para telespectadores, artistas e empreendedores interessados em participar do evento "Sounds".

Estratégia: Implementar uma plataforma de inscrição online para telespectadores e criar editais estruturados para artistas e empreendedores.

Tática:

- Telespectadores: Utilizar a plataforma Sympla para inscrições, oferecendo uma interface intuitiva e acessível.
- Artistas e Empreendedores: Desenvolver editais detalhados, com informações claras sobre critérios de seleção, prazos e benefícios de participação.

B) Estratégia de Divulgação nas Redes Sociais

Objetivo: Aumentar a visibilidade e o engajamento do público com o evento "Sounds" nas redes sociais.

Estratégia: Criar uma campanha de marketing digital abrangente e consistente.

Tática:

- Flyers Digitais: Desenvolver flyers digitais atraentes e informativos para compartilhar nas redes sociais.
- Influenciadores: Identificar e contatar influenciadores locais para que compartilhem os flyers e promovam o evento.
- Postagens Diárias: Realizar postagens diárias, destacando informações sobre os editais, lançamento de ingressos, conteúdo dos influenciadores, atrações e novidades.
- Hashtags: Criar e incentivar o uso de hashtags específicas para aumentar o alcance e engajamento das postagens.

C) Evento Pocket

Objetivo: Testar a logística, equipamentos e alinhar estratégias com fornecedores e parceiros, além de criar materiais visuais para a divulgação do evento principal.

Estratégia: Organizar um evento menor e fechado, o "Evento Pocket", com influenciadores, artistas, parceiros e membros da equipe interna para identificar e resolver possíveis problemas, além de criar conteúdo para o marketing do evento

principal.

Tática:

- Ensaio Geral: Testar a instalação de equipamentos, a disposição dos espaços e o fluxo de participantes.
- Alinhamento: Reunir fornecedores, parceiros e organizadores para discutir e ajustar detalhes operacionais.
- Relações: Fortalecer relações entre todos os envolvidos, garantindo uma comunicação clara e eficiente para o evento principal.
- Materiais Visuais: Criar conteúdos fotográficos e audiovisuais durante o evento pocket para utilizar em publicações futuras e promover o evento principal.

D) Cortesias para Perfis de Divulgação

Objetivo: Incentivar perfis de divulgação a promoverem o evento "Sounds" com entusiasmo e compromisso.

Estratégia: Oferecer cortesias exclusivas para perfis de divulgação em troca de visibilidade e promoção do evento.

Tática:

- Press Kit: Convite personalizado com brindes, incluindo palhetas de guitarra com o design do evento, velas aromáticas com fragrâncias associadas ao ambiente do evento, um ring light portátil para melhorar a qualidade das fotos e vídeos nas redes sociais, pré-save de artistas que irão apresentar novos EPs, copo personalizado e tatuagens temporárias com o logo ou ícones relacionados ao evento.
- Acesso Antecipado: Proporcionar acesso antecipado ao evento para criação de conteúdo.

9.2 Identidade Visual

A identidade visual do evento foi desenvolvida para refletir a essência e os objetivos do evento. As cores predominantes – amarelo, preto e bege – foram escolhidas para criar uma atmosfera rústica e acolhedora. O uso do amarelo, em particular, destaca-se nas peças gráficas, evocando a energia e o calor do pôr do sol, momento em que o evento acontece, criando uma conexão visual com a ideia de "Sun Sessions".

Figura 5 - Paleta de cores



Fonte: Criado pela autora.

A logomarca do evento é um elemento central dessa identidade visual, incorporando movimento e uma figura que simboliza tanto o brilho de uma luz quanto as ondas musicais. O objetivo é transmitir a vibração e a dinâmica sonora do evento. Os elementos de onda musical presentes nas peças reforçam o foco na música, simbolizando a contínua energia e fluidez do evento.

Figura 6 - Logomarca do evento



Fonte: Criado pela autora.

Esta identidade visual não só capta a atenção do público-alvo jovem, entre 18 e 28 anos, mas também comunica a proposta inclusiva, promovendo novos talentos e fortalecendo os laços comunitários.

9.3 Peças visuais

Para a divulgação do evento Sounds Sessions, serão criadas peças visuais específicas para diferentes propósitos, com o objetivo de engajar o público e gerar expectativas. Como apresenta a figura 3, os *flyers* informativos serão utilizados para comunicar as datas do evento, destacando a programação e os principais aspectos do Sounds Sessions. Eles serão fundamentais para manter o público atualizado e ansioso pelo evento.

Figura 7 - Flyers informativos



Fonte: Criado pela autora.

Além dos *flyers* informativos, serão desenvolvidos *flyers* de atrações, focados em divulgar os artistas e atividades que farão parte do evento. Esses materiais irão detalhar as performances e outras atividades, proporcionando uma visão completa do que os participantes podem esperar.

Figura 8 - Flyers de atrações



Fonte: Criado pela autora.

Todos os flyers seguirão a identidade visual da Sounds Sessions, garantindo uma comunicação coesa e atraente. Eles serão publicados nas redes sociais oficiais do evento, nos perfis de influenciadores locais e também nas contas dos artistas que participarão, ampliando o alcance e engajando um público ainda maior. Essa estratégia de divulgação nas mídias sociais é crucial para maximizar a visibilidade do evento e garantir uma ampla participação da comunidade.

10. VIABILIDADE ECONÔMICA E FINANCEIRA DO EVENTO

Embora o evento "Sounds Sessions" tenha um forte componente de valorização cultural e social, ele também possui fins lucrativos, essenciais para a sustentabilidade da iniciativa e para a continuidade de futuros eventos. A geração de receitas será possibilitada através da venda de ingressos, patrocínios e a comercialização de espaços para empreendedores locais. Esses recursos serão reinvestidos na agência Pannic's Comunicação e na realização de novas edições do evento, promovendo o desenvolvimento econômico da região e fortalecendo a economia criativa local.

A comunicação, o planejamento e a produção de conteúdo do evento serão realizados de forma voluntária pelos membros da equipe, reduzindo significativamente os custos operacionais e permitindo que o orçamento disponível seja alocado para outras áreas essenciais. Além disso, a produção audiovisual também será feita pelos membros da equipe a um valor simbólico, estimado em R\$ 2.000,00, cobrindo os custos básicos de equipamentos e edição e garantindo a qualidade do material promocional sem comprometer o orçamento do evento.

Um plano estratégico de captação de patrocinadores e colaboradores será implementado, visando atrair empresas e indivíduos interessados em associar suas marcas ao evento. Os patrocínios podem ser divididos em categorias (ouro, prata e bronze), oferecendo diferentes níveis de visibilidade e benefícios, como:

- Patrocínio Ouro: Investimento de R\$10.000,00, com direito a destaque na comunicação visual do evento, menções em mídias sociais e espaços publicitários durante o evento.
- Patrocínio Prata: Investimento de R\$5.000,00, com direito a menções em mídias sociais e espaços publicitários durante o evento.

- Patrocínio Bronze: Investimento de R\$2.500,00, com direito a menções em mídias sociais.

Os recursos necessários para a realização do evento incluem diversos custos essenciais. A infraestrutura, estimada em R\$10.000,00, cobre o aluguel de palco, iluminação e som. As licenças e autorizações requerem aproximadamente R\$2.000,00. A logística e a segurança somam R\$7.000,00, destinados ao transporte e à segurança do evento. Além disso, a produção audiovisual, realizada pelos membros da equipe a um valor simbólico, está estimada em R\$2.000,00, abrangendo os custos básicos de equipamentos e edição. No total, os recursos necessários para a realização do evento somam R\$19.000,00.

O [Fundo de Apoio à Cultura do Distrito Federal \(FAC\)](#) é um mecanismo crucial para o financiamento de projetos culturais na região. Gerido pela Secretaria de Cultura e Economia Criativa do Distrito Federal, o FAC apoia iniciativas que promovem a diversidade cultural e fortalecem a economia criativa local. O fundo disponibiliza recursos por meio de editais, avaliando projetos com base em critérios como relevância cultural, impacto social e inovação.

O evento está alinhado com os objetivos do FAC, buscando promover a diversidade cultural, a inclusão social e fortalecer a economia criativa do Gama. Para viabilizar o evento, será solicitado um apoio financeiro de R\$19.000,00, que será utilizado para cobrir os custos essenciais e garantir a qualidade e o impacto esperados.

O "Sounds Sessions" é mais do que um evento cultural; é uma oportunidade de fortalecer os laços comunitários, promover a cultura local e lançar a nova agência criativa Pannic's Comunicação. Com o apoio do Fundo de Apoio à Cultura do Distrito Federal, será possível realizar um evento inclusivo e significativo, contribuindo para o desenvolvimento cultural e econômico da região do Gama.

11. PLANO DE SEGURANÇA

O plano de segurança para o evento inclui a elaboração de um Plano de Contingência e um Plano de Evacuação, visando garantir a segurança de todos os participantes, artistas, empreendedores e equipe.

A) Plano de Contingência

- **Emergências médicas:** kit de primeiros socorros básico disponível e brigadistas com treinamento em primeiros socorros.
- **Superlotação:** Monitoramento contínuo da capacidade e controle de entrada.
- **Incêndio (Conforme Norma Técnica nº 09/2021 - CBMDF):** instalação de extintores de incêndio em locais estratégicos e treinamento de evacuação.
- **Falhas de energia:** Geradores de backup, testados antes do evento.
- **Problemas com Equipamentos de Som:** Testagem antecipada e técnicos de som.
- **Distúrbios ou brigas:** brigadistas treinados no local para intervenção rápida.
- **Clima adverso:** Plano de estratégia para comunicar os participantes sobre as condições climáticas e possíveis mudanças na programação.
- **Acessibilidade:** Acessos e banheiros adaptados, além de uma equipe de apoio para auxiliar pessoas com deficiência.
- **Assédio:** implementar uma política de tolerância zero ao assédio ao plano de comunicação do evento. Disponibilização de um ponto de apoio e denúncia de assédio, com profissionais capacitados para dar suporte às vítimas (Conta Comigo, Mana, df).

B) Plano de Evacuação

- **Identificação de Saídas de Emergência:** Sinalizar claramente todas as saídas de emergência. Manter as áreas de escape livres de obstruções.
- **Treinamento da Equipe:** Treinar todos os membros da equipe sobre os procedimentos de evacuação.
- **Sinalização e Comunicação:** Instalar sinalização clara e visível.

- **Pontos de Encontro:** Definir pontos de encontro seguros fora do local do evento. Informar a equipe e sinalizar esses pontos.
- **Procedimentos de Evacuação:** Criar e distribuir um plano de evacuação detalhado para a equipe, incluindo rotas de saída e ações em caso de obstrução de rotas.
- **Comunicação com Autoridades:** Manter comunicação imediata com bombeiros, polícia e serviços médicos em caso de emergência. Manter uma lista de contatos de emergência pronta e disponível durante todo o evento.

Este plano de segurança estabelece medidas preventivas e corretivas claras, define responsabilidades específicas e assegura uma resposta rápida e eficaz em situações de emergência, garantindo a proteção e o bem-estar de todos os envolvidos no evento "Sounds".

12. MATRIZ DE RESPONSABILIDADES

A metodologia 5W2H é uma ferramenta de gestão utilizada para planejar e executar projetos de maneira eficiente. Desenvolvida no contexto empresarial, ela é um componente central da filosofia *kaizen*, muito aplicada em empresas japonesas que valorizam a busca contínua por eficiência, qualidade e eliminação de desperdícios.

O acrônimo 5W2H refere-se às perguntas em inglês que guiam a elaboração do plano: What (O que?), Why (Por quê?), Who (Quem?), Where (Onde?), When (Quando?), How (Como?) e How Much (Quanto custa?). Esse método proporciona uma visão clara e detalhada das atividades a serem realizadas, garantindo que todos os aspectos essenciais sejam considerados.

Segundo Baptista et al. (2019), "o 5W2H é uma metodologia prática e objetiva que facilita o entendimento e a execução de tarefas, promovendo a organização e a eficiência no gerenciamento de projetos". Dessa forma, o 5W2H não só organiza o processo de planejamento, mas também assegura que todos os envolvidos tenham uma compreensão clara das etapas a serem seguidas.

Para a matriz de responsabilidade da Sounds, as funções serão distribuídas

de acordo com setores específicos, como planejamento (PLN), comunicação (COM), produção (PRO), social media (SM) e audiovisual (AV). Esta abordagem permitirá um gerenciamento mais dinâmico e colaborativo, aproveitando as habilidades e o entusiasmo dos voluntários para complementar o trabalho dos profissionais envolvidos no evento.

Tabela 4 - Matriz de responsabilidades

AÇÃO	WHAT (o que?)	Why (Por quê?)	Who (Quem?)	Where (Onde?)	When (Quando?)	How (Como?)	How Much (Quanto custa?)
Elaboração do Projeto	Desenvolver projeto detalhado	Criar proposta sólida	PLN	Online	Primeiras semanas	Planejamento de ações, orçamento, cronograma	Sem custos
Gestão do Projeto	Gerenciar conforme plano aprovado	Garantir conformidade e execução	PLN/ PRO	Local do evento	Durante todo o projeto	Acompanhamento, ajustes conforme necessário	Variável
Submissão do Projeto	Submeter proposta ao FAC	Conseguir aprovação e recursos	PLN	Online	Conforme edital	Preparação e envio de documentos	Sem custos
Captação de Patrocínios e Parcerias	Buscar patrocinadores e parcerias	Diversificar fontes de receita	COM	online	Início e durante projeto	Propostas de patrocínio, reuniões	Variável
Criação e Divulgação de Editais	Criar e divulgar editais	Selecionar participantes	PLN/COM	Online e presencial	Início do projeto	Redação e promoção de editais	Sem custos
Seleção de Participantes	Avaliar e selecionar artistas e empreendedores	Garantir qualidade e diversidade	PLN	online	Após fechamento dos editais	Avaliação de inscrições	Sem custos
Divulgação dos Parceiros e Artistas	Anunciar selecionados	Promover participantes	COM/SM	Redes sociais	Após seleção	Postagens, comunicados e mail	sem custos
Desenvolver e Divulgar Flyers	Criar flyers informativos	Promover evento	COM/SM	Online	Antes do evento	Design gráfico, distribuição	Variável
Press Kit	Montar kits para influenciadores	Promover evento	COM/SM	Local indefinido	Antes do evento	Seleção de itens, envio de kits	Variável
Venda de Ingressos no Sympla	Disponibilizar ingressos	Facilitar acesso ao público	COM/SM	online	Antes do evento	Configuração e promoção da plataforma	Variável
Evento Pocket	Realizar evento teste	Testar logística e criar conteúdo	PLN/ PRO/ AV	Local do evento	Antes do evento principal	Planejamento e execução do evento	Variável
Conteúdos Interativos	Criar posts interativos	Engajar público	SM e Influenciadores	Redes sociais	Antes e durante evento	Criação de conteúdo, interação online	sem custo

Fonte: Criado pela autora.

13. RESULTADOS ESPERADOS

Este Trabalho de Conclusão de Curso teve início com uma questão norteadora: **Como um evento cultural pode unir a comunidade do Gama, DF, promovendo a consciência cultural, musical, artística e empreendedora local? Como fortalecer a identidade e a economia criativa local?**

Através do evento cultural "Sounds Sessions," espera-se que a resposta à questão norteadora se concretize de várias maneiras. Primeiramente, a união da comunidade do Gama será promovida através da criação de um espaço inclusivo que reúne pessoas de diferentes interesses em torno da cultura local. Ao oferecer uma plataforma para exposições artísticas e apresentações musicais, o evento facilita o encontro entre membros da comunidade, fortalecendo os laços sociais e promovendo um sentimento de pertencimento.

Além disso, a promoção da consciência cultural, musical, artística e empreendedora será alcançada ao destacar e valorizar as expressões locais. O evento proporcionará visibilidade para artistas e empreendedores locais, permitindo que suas contribuições culturais e econômicas sejam reconhecidas e apreciadas. As atividades do "Sounds Sessions" irão não apenas exibir talentos locais, mas também educar o público sobre a importância da cultura regional e das práticas empreendedoras.

Para fortalecer a identidade cultural e a economia criativa local, o "Sounds Sessions" contribuirá para criar um marco cultural na região do Gama. Ao ser um evento anual ou periódico, ele ajudará a estabelecer uma tradição cultural que pode se expandir com o tempo, solidificando a identidade cultural da área. A inclusão de empreendedores locais como expositores e patrocinadores também irá dinamizar a economia criativa, incentivando o crescimento de novas iniciativas e negócios relacionados à arte e à cultura.

A pesquisa realizada neste projeto demonstra que há um forte apoio da comunidade para o "Sounds Sessions". A percepção positiva do evento e seu papel na valorização da identidade cultural do Gama confirma que ele atende às necessidades e expectativas da comunidade. Os resultados esperados incluem o fortalecimento dos vínculos comunitários, a promoção de uma maior consciência

cultural e artística, e o impulso para o desenvolvimento econômico local através da valorização dos talentos e empreendimentos locais.

REFERÊNCIAS

CORPO DE BOMBEIROS MILITAR DO DISTRITO FEDERAL (CBMDF). **Norma Técnica nº 09/2021 - CBMDF**. 2021.

CRAIG, J. **The Culture of Tourism, the Tourism of Culture: Selling the Past to the Present in the American Southwest**. University of New Mexico Press, 2003.

DIMANCHE, F. The contribution of special events to destination brand equity. In: WOBER, K. (Ed.). **City Tourism 2002: Proceedings of European Cities Tourism's International Conference**. Vienna: Springer, 2002.

FORTES, W. G.; SILVA, M. B. R. **Eventos: Estratégias de Planejamento e Execução**. Summus Editorial, 2011, p. 20.

GIACAGLIA, M. C. **Organização de Eventos: Teoria e Prática**. Cengage Learning, 2016, p. 1.

HOYLE, L. H. Jr. **Marketing de Eventos: Como Promover com Sucesso Evento, Festivais, Convenções e Exposições**. ATLAS - GRUPO GEN, 2008, p. 49.

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO PARÁ - CAMPUS CASTANHAL. **Definição Básica de Pesquisa Aplicada**. 2017.

MACHADO NETO, J. **Marketing para as artes: a evolução do conceito de marketing cultural e a importância desse campo de atuação para o profissional de relações públicas**. Editora Ciência Moderna, 2005, p. 15 e 16.

MARUJO, N. **Turismo, Turistas e Eventos: Da Teoria à Prática**. Castelo Branco: RVJ Editores, 2015.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Segmentação do Turismo e do Mercado**. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação-Geral de Segmentação, 2010.

SECRETARIA DE CULTURA DO DISTRITO FEDERAL. **FAC-O Fundo de Apoio à Cultura do Distrito Federal**. 2004. Disponível em: <<https://www.cultura.df.gov.br/fac/>>. Acesso em: 6 de julho de 2024.

URRY, J. **The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Societies**. SAGE Publications Ltd, 1996, p. 7.

UTILIZAÇÃO DO GOOGLE FORMS NA PESQUISA ACADÊMICA. **Revista Humanidades e Inovação**, v. 6, n. 12, 2019.

ZANELLA, L. C. **Manual de organização de eventos: planejamento e operacionalização**. ATLAS - GRUPO GEN, 2012, p. 1.

APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO DE PESQUISA DE OPINIÃO

PESQUISA DE OPINIÃO SOBRE A PERCEPÇÃO DA REALIZAÇÃO DO EVENTO SOUNDS SESSIONS

Esta pesquisa tem como objetivo compreender a percepção do público-alvo em relação à realização do evento Sounds Sessions.

A Sounds é um evento cultural produzido pela agência Pannic's Comunicação, que visa reunir e promover a consciência cultural, a música, a arte e o empreendedorismo local na região administrativa do Gama, Distrito Federal. Com um enfoque especial em novos artistas e empreendedores da região, o evento busca proporcionar uma plataforma para celebrar e divulgar a cultura local, fortalecendo a identidade e a economia criativa do Gama.

O questionário apresenta uma série de perguntas para compreender a percepção da comunidade sobre a importância de um espaço cultural na região, bem como a percepção de artistas e empreendedores locais sobre como esse evento pode beneficiá-los.

Ressaltamos que todas as informações fornecidas serão tratadas com o máximo sigilo, em conformidade com a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD). As respostas serão utilizadas exclusivamente para fins de análise e planejamento do evento, garantindo o anonimato e a privacidade dos participantes.

DATA LIMITE: 2 de agosto de 2024

Agradeço antecipadamente pela sua contribuição e participação neste importante processo de planejamento.

SEÇÃO 1 DE 4

1. Nome
2. Idade
 - a. -18
 - b. 18 - 24 anos
 - c. 25 - 34 anos
 - d. 35 - 44 anos
 - e. 45 - 54 anos
 - f. 55 - 64 anos
 - g. 65 anos ou mais
3. Gênero
 - a. Homem
 - b. Mulher
 - c. Não binário
 - d. Prefiro não dizer
4. Qual setor do Gama você mora?
 - a. Ponte Alta Norte
 - b. Setor Norte
 - c. Setor Leste
 - d. Setor Central
 - e. Setor Industrial
 - f. Setor Oeste
 - g. Setor Sul
 - h. Ponte Alta Sul

- i. Não moro no Gama-DF
- 5. Como você gostaria de participar do evento?
 - a. Sou membro da comunidade, gostaria de participar como espectador e apreciar as atividades e apresentações oferecidas pelo evento.
 - b. Sou empreendedor, gostaria de expor meu trabalho.
 - c. Sou artista, gostaria de me apresentar de alguma forma.

SEÇÃO 2 DE 4 - REFERENTE À ALTERNATIVA "A" NA QUESTÃO 5 DA SEÇÃO 1

Oi espectador 😊

Que legal! Agradecemos seu interesse em apreciar as atividades e apresentações que a Sounds proporcionará. Sua participação é fundamental para tornar este evento ainda mais especial.

Gostaríamos de convidá-lo(a) a compartilhar suas opiniões e expectativas conosco.

Expresse seu grau de importância !

Marque em uma escala de 1 a 5, variando de "nada importante" a "muito importante":

Onde 1 significa "nada importante", 2 significa "às vezes importante", 3 significa "mediana", 4 significa "importante" e 5 significa "muito importante".

1. Quão importante você considera a realização de eventos culturais para fortalecer a identidade cultural do Gama?

Nada importante 1 2 3 4 5 Muito importante

2. Quão relevantes são os eventos culturais para promover a união da comunidade local?

Nada importante 1 2 3 4 5 Muito importante

3. Quão interessado você está em participar de eventos culturais como a Sounds aqui no Gama?

Nada interessado 1 2 3 4 5 Muito interessado

4. Você acredita que a realização de eventos culturais locais pode aumentar o senso de pertencimento à comunidade?

Discordo totalmente 1 2 3 4 5 concordo totalmente

5. Você concorda que eventos culturais podem impulsionar a economia local?

Discordo totalmente 1 2 3 4 5 concordo totalmente

6. Você concorda que eventos culturais podem promover a diversidade cultural local?

Discordo totalmente 1 2 3 4 5 concordo totalmente

7. Você conhece algum evento cultural do Gama?

- a. Sim. Qual?
- b. Não

SEÇÃO 3 DE 4 - REFERENTE À ALTERNATIVA "B" NA QUESTÃO 5 DA SEÇÃO 1

Oi empreendedor 😊 Que legal! Agradecemos seu interesse em expor seu trabalho e contribuir com a Sounds. Sua participação é fundamental para tornar este evento ainda mais especial. Gostaríamos de convidá-lo(a) a compartilhar suas opiniões e expectativas conosco.

1. Que tipo de empreendimento você possui ou representa?
 - a. Comida
 - b. Bebidas
 - c. Roupas
 - d. Jóias
 - e. Fotografia
 - f. Audiovisual
 - g. Decoração
 - h. Outro:

Expresse seu grau de importância! Marque em uma escala de 1 a 5, variando de "nada importante" a "muito importante":

Onde 1 significa "nada importante", 2 significa "às vezes importante", 3 significa "mediana", 4 significa "importante" e 5 significa "muito importante".

2. Em sua opinião, qual é a importância do evento Sounds para promover o empreendedorismo local na região do Gama?

Nada importante 1 2 3 4 5 Muito importante

3. Quão útil você acha que o evento Sounds será para promover seus produtos ou serviços para a comunidade local?

Nada útil 1 2 3 4 5 Muito útil

4. Você acredita que a realização de eventos culturais locais pode aumentar o senso de pertencimento à comunidade?

Discordo totalmente 1 2 3 4 5 Concordo totalmente

5. Você concorda que eventos culturais podem promover a diversidade cultural local?

Discordo totalmente 1 2 3 4 5 Concordo totalmente

6. Como você gostaria que o evento Sounds o ajudasse?

- a. Com Visibilidade
- b. Com Vendas
- c. Com Networking
- d. Todas as opções

7. De que forma você gostaria de participar do evento Sounds?

- a. Expondo (apresentando meu produto/serviço durante o evento)
- b. Colaborando no planejamento (patrocinando ou oferecendo apoio)

8. Você conhece algum evento cultural do Gama?

- a. Sim. Qual?
- b. Não

SEÇÃO 4 DE 4 - REFERENTE À ALTERNATIVA "C" NA QUESTÃO 5 DA SEÇÃO 1

Olá, artista 🎨🎤🎧 Que legal! Agradecemos seu interesse em contribuir com as apresentações que a Sounds proporcionará. Sua participação é fundamental para tornar este evento ainda mais especial. Gostaríamos de convidá-lo(a) a compartilhar suas opiniões e expectativas conosco.

1. Que tipo de artista você se considera?
 - a. Músico
 - b. Performer (ator/atriz, dançarino(a))
 - c. Visual (pintor, escultor)
 - d. Artesão/Artesã
 - e. Escritor(a)
 - f. Fotógrafo(a)
 - g. Stylist
 - h. Outro:

Expresse seu grau de importância !Marque em uma escala de 1 a 5, variando de "nada importante" a "muito importante":

Onde 1 significa "nada importante", 2 significa "às vezes importante", 3 significa "mediana", 4 significa "importante" e 5 significa "muito importante".

2. O quanto você concorda que eventos culturais podem ajudar a impulsionar a carreira de artistas locais?

Discordo totalmente 1 2 3 4 5 Concordo totalmente

3. Em sua opinião, quão benéfico seria o evento Sounds para aumentar a visibilidade dos artistas locais do Gama?

Nada benéfico 1 2 3 4 5 Muito benéfico

4. Você acredita que a realização de eventos culturais locais pode aumentar o senso de pertencimento à comunidade?

Discordo totalmente 1 2 3 4 5 Concordo totalmente

5. Você concorda que eventos culturais podem promover a diversidade cultural local?

Discordo totalmente 1 2 3 4 5 Concordo totalmente

6. Quanto você acredita que o evento Sounds poderia ajudá-lo(a)?

Nada 1 2 3 4 5 Muito

7. Como você gostaria que o evento Sounds o ajudasse?

- a. Com Visibilidade
- b. Com Portfólio
- c. Com Networking
- d. Todas as opções

8. Você gostaria de se apresentar na Sounds?

- a. Sim
- b. Não

9. Você conhece algum evento cultural do Gama?

- a. Sim. Qual?
- b. Não