

Gestão de  
Comunicação e  
Qualidade

# Eventos

## Check-List

## Como utilizar este guia

Prezados docentes e alunos,

Este *check-list* foi preparado pela Gestão de Comunicação e Qualidade do Instituto de Biociências da Universidade de São Paulo (GCQ – IB/USP). Ele descreve as diversas fases para a realização de um evento acadêmico. Cada etapa possui uma lista de opções que você deverá escolher de acordo com o que é desejado para o seu evento. Assim, você escolhe as opções mais pertinentes e obtém uma noção mais concreta ainda antes de o evento ser realizado.

Estruturando o seu evento:

Um evento possui, em geral, três fases desde a sua geração até a sua realização:

### 1<sup>a</sup> FASE: PROJETO

Planejamento teórico para a realização do evento. Levantamento de convidados, definição do tema do evento, data, local, público, etc.

### 2<sup>a</sup> FASE: PRODUÇÃO

Execução do planejamento do projeto. Gerenciamento de estrutura, agendamento de convidados, reserva do local, levantamento de material necessário, etc.

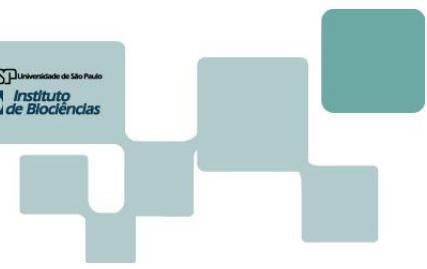
### 3<sup>a</sup> FASE: EXECUÇÃO

Dinâmicas e estratégias pertinentes para o dia do evento, bem como durante a sua realização. Concretização do evento e de todo o planejamento e produção prévios.

Esperamos que este documento proveja uma visão mais ampla e organizada sobre a preparação dos seus eventos, e que ele sirva de norte para uma organização de eventos mais completa, ágil e mais eficiente para os membros da nossa comunidade.



Gestão de  
Comunicação e  
Qualidade



## 1ª FASE: PROJETO

*Brainstorm* de tudo o que será importante para o evento. Planejamento teórico, onde tudo é posto no papel, analisado e programado. A seguir, são colocadas as principais preocupações que devem ser lembradas para a boa realização de um evento.

### 1.1. Objetivo

Quais metas o evento quer atingir?

---



---



---



---

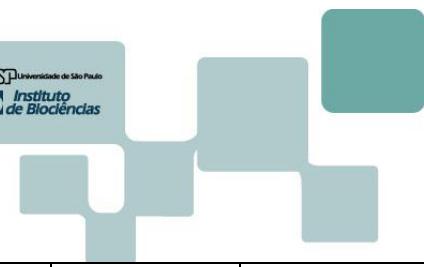
### 1.2. Recursos

Os recursos que um evento precisa são os financeiros, humanos e materiais. Tais recursos podem vir de quatro possíveis fontes:

- Organização: empresa ou pessoa(s) que organizam diretamente o evento. Os responsáveis por ele.
- Realização: instituição(ões) que está(ão) promovendo o evento - que abriga os membros da organização.
- Patrocínio: colaboração em dinheiro para custear as despesas de um evento.
- Apoio: colaboração sem vínculo financeiro direto. O apoiador cede equipamentos, produtos ou serviços.

Seguem alguns itens importantes a serem lembrados na hora da divisão dos recursos financeiros.

DESPESA	QUEM FORNECE?				CUSTO	OBS
	APOIO	PATROCÍNIO	ORGANIZAÇÃO	REALIZAÇÃO		
Identidade visual Mestre de Cerimônias Outros:						
Espaço físico						
Transporte e acomodação de convidados						
Coffeebreak						
Material de divulgação						
Material de distribuição/brindes						
Construção de site/página em rede social						
Equipamentos						
Serviços de gravação						
Recepção / ceremonial						



Tradução simultânea						
Expedição de correspondência						
Wi-fi						

### 1.3. Nome do evento

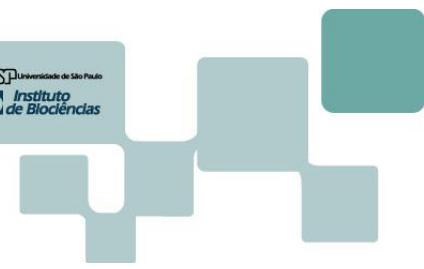
Define e categoriza o evento. Normalmente é composto assim:

CATEGORIA > ABRANGÊNCIA > ASSUNTO

#### 1.3.1. Categorias de evento:

TIPO	Descrição
<b>COLÓQUIO</b>	Apresentação de um tema em reunião que visa esclarecer e tomar decisões, sob a coordenação de um moderador.
<b>CONFERÊNCIA</b>	Realizada quando o objetivo é conhecer fatos, sugestões e buscar soluções para problemas comuns. A apresentação deverá ser realizada por uma autoridade no assunto em questão e dirigida a um grande número de pessoas.
<b>CONGRESSO</b>	Realizado em vários dias, tem por objetivo estudar e discutir temas de interesses diversos de uma determinada área de atuação, visando debater assuntos relacionados a um certo ramo profissional. Deverá apresentar uma conclusão ao fim de sua realização.
<b>CONVENÇÃO</b>	Exposição de assuntos por diversas pessoas, mediados por um coordenador. Uma convenção pode durar vários dias e sua dinâmica deverá ser definida pela organização. Busca-se um ajuste, um acordo.
<b>DEBATE</b>	Apresentação de dois pontos de vista opostos, com posterior defesa destas opiniões e discussão. A temática já é conhecida do público participante.

<b>ENCONTRO</b>	Reunião de profissionais de determinadas áreas, para exposição, informação e proposição de possíveis resoluções para certo problema ou questionamento.
<b>EXPOSIÇÃO</b>	Pode ser fixa, estando apenas em um único lugar, ou itinerante, com um roteiro que determine os locais pelos quais a exposição deverá ser apresentada. Tem por objetivo divulgar produtos, objetos, fotografias, documentos, etc.
<b>FÓRUM</b>	Caracteriza-se pela discussão e debate. A plateia participa ativamente e, ao final, o coordenador da mesa recolhe opiniões e apresenta aquela que representa a opinião da maioria. Conta com participação de um público numeroso.
<b>MESA-REDONDA</b>	Os expositores têm um espaço determinado para suas apresentações, coordenadas por um moderador. A plateia poderá encaminhar perguntas à mesa.
<b>OFICINA</b>	Semelhante ao workshop, porém mais utilizado na área educacional. Pode fazer parte dos eventos de maior porte.
<b>PAINEL</b>	Debate entre expositores, sob coordenação de um moderador. A plateia deverá ser expectadora, sem que haja questionamentos.
<b>PALESTRA</b>	Apresentação para uma plateia relativamente pequena e já com algum conhecimento sobre o assunto. Após esta apresentação, a palestra deverá ser aberta a questionamentos.
<b>SEMANA</b>	Tipo de encontro semelhante ao congresso, no qual as pessoas se reúnem para discutir assuntos de interesse comum. Pode ter duração de vários dias, com dinâmica próxima à do congresso.
<b>SEMINÁRIO</b>	A apresentação é feita por uma ou mais pessoas e mediadas por um coordenador. O assunto é conhecido da plateia, que geralmente se reúne em forma de grupos. Costuma dividir-se em três fases: exposição, discussão e conclusão.
<b>SIMPÓSIO</b>	Promove-se a discussão de assuntos específicos. Para organizar este tipo de evento, o responsável deverá convidar somente o ministrante, cuja experiência e conhecimento do assunto sejam comprovados. Esta pessoa irá dirigir os trabalhos. Deverá convidar os outros participantes que lhe farão perguntas sobre o tema. Após as apresentações, deverá haver espaço para perguntas. O objetivo aqui é a troca de informações.
<b>WORKSHOP</b>	O objetivo neste tipo de evento é uma análise em certas áreas específicas e pode ser realizado isoladamente ou dentro de um outro evento. Tem duração de três a quatro horas.



### **1.3.2. Abrangência do evento:**

- internacional       nacional       regional       estadual       municipal       universitária  
 outro: \_\_\_\_\_

## 1.4. Dimensões do evento

Número estimado de participantes do evento. Estimativa realizada de acordo com o tamanho, duração e relevância do evento. Este número vai embasar contagem de assentos, material de distribuição, entre outros parâmetros.

## 1.5. Público-alvo:

Quem você deseja que venha ao evento? A quem o evento se destina?

- docentes IB/USP       docentes USP       público externo  
 alunos graduação IB/USP       graduação USP       outro: \_\_\_\_\_  
 alunos pós-graduação IB/USP       pós-graduação USP  
 funcionários IB/USP       funcionários USP

## 1.6. Local/Data/Duracão

Devem ser decididos e agendados o quanto antes. Observar feriados e eventos importantes próximos às possíveis datas. Observar isso tanto para disponibilidade de convidados quanto para a disponibilidade de local e data.

## 1.7. Convidados

Devem ser angariados o quanto antes, assim que os itens **1, 2 e 3** forem resolvidos. É um dos itens mais importantes do evento, pois são o principal motivo de participação dos ouvintes.

### Como os convidados irão até o evento?



Uma vez agendados, é recomendado que a organização peça aos convidados que enviem um mini-curriculum, de cerca de 5 linhas, para que seja mencionado quando da apresentação do convidado à mesa, na ocasião do evento. Caso não seja possível com antecedência, pede-se que antes da apresentação o convidado combine com o mestre de cerimônias o que deve ser mencionado em sua apresentação ao público. Em último caso, o mestre de cerimônias providencia o mini-curriculum através de pesquisa na internet ou mesmo no Lattes (há um resumo da carreira acadêmica na parte superior do currículo).

## 1.8. Cronograma



O cronograma deve abranger:

- a) Eventos-chave: principais momentos do evento, onde as palestras, debates, falas e discussões são realizadas.
- b) Ações paralelas: esta parte concerne todas as atividades além das essenciais ao evento. Deve-se contar, além dos eventos-chave, todas as ações que vão além e que complementam o andamento do evento. Estas ações definem a infraestrutura, o público-alvo, o local e a lista de convidados do evento. Exemplos:

- |  |                             |           |
|--|-----------------------------|-----------|
| ( ) exposição de banners                   | ( ) coffeebreak             | ( ) wi-fi |
| ( ) recepção de convidados e participantes | ( ) ceremonial e protocolo  |           |
| ( ) cadastramento de participantes         | ( ) entrega de certificados |           |
| ( ) coquetel                               | ( ) abertura / encerramento |           |

## 1.9. Inscrições

Neste item deve ser basicamente definido como a inscrição pode ser feita, bem como os dados necessários para que alguém participe do evento. **Caso a inscrição não seja paga, os dados financeiros são irrelevantes na tabela a seguir.**

INSCRIÇÃO PAGA?	( ) não	( ) sim	QUANTO?	R\$ _____	graduação
FORMA DE PAGAMENTO			( ) não há	R\$ _____	pós-graduação
( ) boleto			diferenças	R\$ _____	pós-doc
( ) no ato da inscrição			de valor.	R\$ _____	docente
( ) no credenciamento				R\$ _____	funcionário
( ) depósito em conta				R\$ _____	profissional
				R\$ _____	público em geral

### TIPOS DE INSCRIÇÃO

- ( ) presencial. Onde? \_\_\_\_\_
- ( ) via e-mail. Qual? \_\_\_\_\_
- ( ) via formulário. Link: \_\_\_\_\_
- ( ) via correio. Endereço: \_\_\_\_\_

### O QUE PEDIR NO FORMULÁRIO DE INSCRIÇÃO?

- |                        |                 |                 |                      |
|------------------------|-----------------|-----------------|----------------------|
| ( ) nome completo      | ( ) instituição | ( ) categoria → | ( ) graduando        |
| ( ) RG                 | ( ) curso       |                 | ( ) pós-graduando    |
| ( ) CPF                | ( ) cidade / UF |                 | ( ) pós-doc          |
| ( ) data de nascimento | ( ) e-mail      |                 | ( ) docente          |
| ( ) endereço           | ( ) facebook    |                 | ( ) funcionário      |
| ( ) telefones (2 ou 3) |                 |                 | ( ) profissional     |
|                        |                 |                 | ( ) público em geral |

O início das inscrições depende da abrangência do evento e da estimativa do número de participantes. Eventos pequenos podem ter apenas 15 dias de inscrição, por exemplo. Mas deve-se estipular um prazo médio entre o fim das inscrições e o evento, para que o evento tenha um bom

caixa e tempo hábil para investi-lo.

## 1.10. Divulgação

Como será divulgado o evento? Que meios de comunicação/mídias serão utilizados na divulgação?

- (  ) murais e outros locais de afixação de cartazes; (  ) panfletos;  
(  ) banner em locais de alta circulação de pessoas; (  ) página/evento no Facebook;  
(  ) veículos de comunicação interna da USP\*; (  ) boletins informativos via e-mail;  
(  ) portal da USP; (  ) jornais, revistas, websites em geral;

\* Jornal da USP, Rádio USP, TV USP, Agência USP

Caso seja necessário, pode haver divulgação em inglês e português, com pelo menos o nome, *release* e a programação nas duas línguas.

## 1.11. Material de distribuição

Será dado algum material para os participantes/convidados? Que tipo de material? Caso o evento não esteja em sua primeira edição, pode-se usar edições anteriores como base.

- (  ) bolsa/pasta      (  ) bloco      (  ) chaveiro      (  ) caneta      (  ) folder      (  ) broche  
(  ) outros: \_\_\_\_\_

## 2ª FASE: ORGANIZAÇÃO

Depois de todos os detalhes do evento esquematizados e acertados, é hora de providenciar concretamente todos os itens planejados. Segue um roteiro de como resolver cada um dos itens mencionados na primeira sessão que são relevantes nesta fase.

### 2.1. Identidade Visual

O evento deve ter um nome e um logo que o represente. Caso o evento seja inédito, estes devem ser criados e padronizados para todo o material emitido pela organização em nome do evento. **É importante que o evento tenha um e-mail e um telefone para contato, bem como um site e/ou uma página no Facebook para mais informações e divulgação de informações pertinentes aos interessados.**

A arte visual a ser criada, caso pertinente, constará em cartazes, folders, panfletos, crachás, banners, slides de espera, página no facebook, site, certificados, atestados de participação e brindes.

### 2.2. Busca de recursos

Para que o evento seja planejado e organizado, há que se ter recursos financeiros, materiais e humanos. Para tal, pode-se recorrer ao patrocínio ou apoio (concebidos no item 2 da 1ª fase).

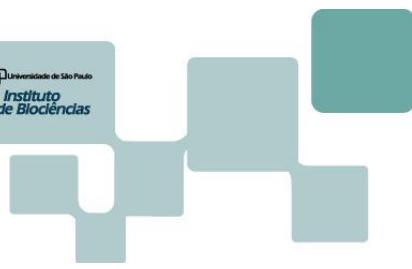
#### 2.2.1. Patrocínio e apoio

- Criar listagem de possíveis apoiadores/patrocinadores;
- Averiguar nomes, títulos e cargos das autoridades às quais o apoio/patrocínio será solicitado;
- Redigir carta(s) de solicitação;
- Processar respostas (monitoramento das respostas para otimização do tempo);
- Caso o apoio/patrocínio seja concedido, inclui-lo na página do evento e no programa final.

#### 2.2.2. Recursos materiais

Que tipo de equipamentos e utensílios sua equipe precisará para a execução do evento?

ELETRO-ELETRÔNICOS	SECRETARIA	AMBIENTAÇÃO
( ) data-show	( ) fita adesiva	( ) iluminação
( ) notebook(s)	( ) pincel atômico	( ) condicionadores de ar
( ) retro-projetor	( ) folhas sulfite	( ) ventiladores
( ) TV	( ) tesoura	( ) toldos
( ) mouse	( ) balcão de apoio	( ) flores
( ) internet	( ) apontador de slides	( ) toalhas
( ) microfone auricular	( ) cola	( ) cadeiras
( ) estabilizador	( ) canetas	( ) tapetes
( ) impressora	( ) telefones fixos	( ) vasos
( ) gerador	( ) computadores	( ) outros: _____
( ) amplificador	( ) fita dupla-face	_____



- ( ) caixas de som  
 ( ) microfones c/ fio  
 ( ) microfones s/ fio  
 ( ) microfone lapela  
 ( ) outros: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

- AUDIOVISUAL**  
 ( ) canetas p/ lousa  
 ( ) quadro/lousa  
 ( ) caneta laser  
 ( ) tela  
 ( ) telão  
 ( ) pedestal  
 ( ) música ambiente  
 ( ) cabine de tradução  
 ( ) fones de tradução  
 ( ) outros: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

- IDENTIFICAÇÃO**  
 ( ) crachás  
 ( ) lista de convidados  
 ( ) etiquetas p/ crachás  
 ( ) lista de inscritos  
 ( ) canetas esferográficas  
 ( ) pincéis atômicos  
 ( ) prismas  
 ( ) outros: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

- ( ) telefones móveis  
 ( ) outros: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

- MATERIAL INFORMATIVO**  
 ( ) programação impressa  
 ( ) blocos de papel  
 ( ) atestados de participação  
 ( ) canetas marca-texto  
 ( ) panfletos institucionais  
 ( ) pastas  
 ( ) canetas  
 ( ) bolsas  
 ( ) broches  
 ( ) pen drives  
 ( ) squeezes  
 ( ) pen drives  
 ( ) certificados  
 ( ) outros: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

- SEGURANÇA**  
 ( ) extintor de incêndio  
 ( ) primeiros socorros  
 ( ) ambulância  
 ( ) outros: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

- ELÉTRICA**  
 ( ) cabos adaptadores  
 ( ) extensões de tomada  
 ( ) adaptadores de tomada  
 ( ) outros: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

- COPA & BANHEIROS**  
 ( ) xícaras  
 ( ) água mineral  
 ( ) copos descartáveis  
 ( ) copos de vidro  
 ( ) papel higiênico  
 ( ) guardanapos  
 ( ) papel toalha  
 ( ) chá  
 ( ) café  
 ( ) açúcar  
 ( ) adoçante  
 ( ) detergente  
 ( ) esponja  
 ( ) talheres  
 ( ) outros: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

### 2.2.3. Recursos humanos – staff

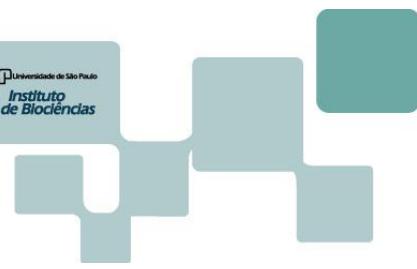
Que funções precisarão de pessoas para serem executadas? Quais atividades cada pessoa exerce?

( ) recepcionistas

- entregar de crachás, brindes, certificados
- esclarecer dúvidas
- realizar inscrições
- auxiliar o auditório

( ) monitores

- acompanhar e solucionar demandas da mesa;
- controlar os microfones durante as sessões
- assessorar o mestre de cerimônias na abertura/encerramento do evento
- recepcionar e acompanhar autoridades convidadas
- conduzir convidados à sala de preparação/local das sessões



- |                              |  |
|------------------------------|--|
| ( ) mestre de cerimônias     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• conduzir a cerimônia/sessão</li> <li>• discursar imponente</li> <li>• falar em nome da comissão organizadora</li> <li>• não se identificar, apenas conduzir os trabalhos</li> </ul> |
| ( ) serviço de copa          | <ul style="list-style-type: none"> <li>• servir o público nas ocasiões pertinentes (<i>coffeebreaks</i>, coquetéis, etc)</li> <li>• repor comida das mesas</li> <li>• manter mesas limpas</li> </ul>                         |
| ( ) tradutores e intérpretes | <i>(normalmente terceirizado)</i>  |
| ( ) técnico de audiovisual   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• ligar todos os equipamentos eletrônicos</li> <li>• comandar a música ambiente</li> <li>• organizar as apresentações</li> </ul>  |

Todo o staff deve vestir algo que os identifique como tal. Se o staff já não possuir uma camiseta própria do evento, pode ser usado um crachá e camiseta branca/preta.

## 2.3. Divulgação

Concretizando o que foi exposto nos itens **1.10** e **1.11** da 1ª fase, segue *checklist* de material de divulgação e outros itens impressos que podem ser necessários para o evento:

### ITENS DE GRÁFICA

- ( ) cartazes A3
- ( ) panfletos
- ( ) cronograma oficial
- ( ) banners
- ( ) faixas
- ( ) Outros: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

### ITENS TIMBRADOS

- ( ) canetas
- ( ) broches
- ( ) crachás
- ( ) certificados
- ( ) blocos de papel
- ( ) bolsa
- ( ) pen drive
- ( ) squeeze
- ( ) pasta
- ( ) etiquetas adesivas
- ( ) atestados de participação
- ( ) Outros?: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

- Os itens timbrados farão parte dos kits de inscritos e convidados. O timbre será elaborado junto com toda a identidade visual do evento, planejada anteriormente.
- Os itens de gráfica abrangem basicamente material de divulgação. Alguns itens timbrados serão pedidos na gráfica. Há gráficas que imprimem logomarcas em itens não-impressos.

No cartaz de divulgação do evento deve constar:

\* Nome do evento  
\* Principais atrações

\* Data  
\* Organização

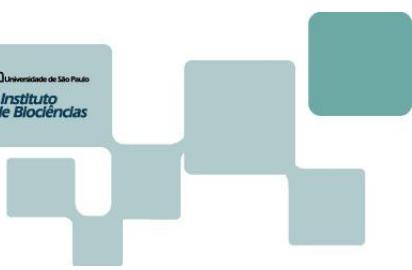
\* Local  
\* Patrocínio

\* Horário  
\* Apoio

## 2.4. Checklist de véspera

O que deve estar pronto na véspera do evento:

- inscrições realizadas
- nº de participantes definido
- convidados confirmados
- convidados de fora hospedados
- kits de material de divulgação prontos
- lista de participantes pronta e em ordem alfabética (com nome e espaço para rubrica)
- local organizado para receber o evento
- equipes de trabalho designadas e devidamente instruídas
- mini-currículos dos convidados prontos



## 3ª FASE: O DIA DO EVENTO

Toda a equipe técnica – ou *staff* – do evento deverá estar no local do evento com pelo menos 1h30 de antecedência do início oficial. A ideia é organizar os últimos detalhes que não puderam ser resolvidos na véspera. Possíveis itens a serem providenciados no dia do evento:

- |  |  |
|--|--|
| ( ) receber convidados no local;   | ( ) organizar kits de material de divulgação na recepção |
| ( ) organizar a mesa de recepção;  | ( ) receber credenciamentos;                             |
| ( ) receber inscrições na hora;  |  |
| ( ) organizar espaços que não puderam ser organizados nas vésperas do evento;      |  |
| ( ) organizar equipamentos que não puderam ser organizados nas vésperas do evento; |  |

### 3.1. Mesa de recepção

Deve estar na entrada do prédio do evento ou na porta da sala onde o evento será realizado. A mesa será utilizada para credenciamento, inscrições na hora e/ou informações a participantes. O que deve se ter à mesa:

- |                              |   |                     |
|------------------------------|---|---------------------|
| ( ) toalha                   | ( ) kits para os participantes/convidados | ( ) pincel atômico  |
| ( ) prismas de identificação | ( ) etiquetas identificadas               | ( ) fita dupla-face |
| ( ) canetas                  | ( ) crachás                               | ( ) folhas sulfite  |
| ( ) tesouras                 | ( ) lista de inscritos                    | ( ) fita adesiva    |
| ( ) cola                     | ( ) lista de convidados                   |                     |

Caso seja necessário, pode haver um ou mais *notebooks* com impressora. Dependendo do tamanho da mesa e do evento, pode-se dividir o credenciamento por letras do alfabeto, diminuindo as filas. As inscrições feitas na hora devem ter um lugar reservado na mesa.

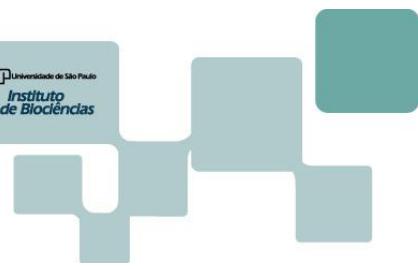
### 3.2. Protocolos e ceremonial para ocasiões

O seu evento pode conter certas ocasiões que requerem um tratar específico aos convidados, bem como uma dinâmica própria, que vai desde a ordem dos convidados na mesa até o revezamento de falas. Aqui vão alguns exemplos dos mais comuns.

Na abertura de um evento de médio e grande porte, há o mestre de cerimônias e o ceremonialista.

**MESTRE DE CERIMÔNIAS:** é a pessoa responsável por dar boas-vindas aos convidados na abertura do evento. É ele que fala ao público no início das atividades, chama as autoridades ao microfone e comanda a dinâmica das falas. Ele também é o mediador de mesas-redondas e debates. Deve ter conhecimento sobre o que tratará o evento. O mestre de cerimônias pode compor a mesa ou estar num lugar reservado.

**CERIMONIALISTA:** é o responsável operacional pelo evento durante a sua realização. É a pessoa que no dia do evento estará nos bastidores providenciando tudo para que ele aconteça com perfeição e de acordo com o planejado.



### 3.2.1. Precedência

A precedência define quem se senta onde, ao lado de quem, qual a bandeira que tem mais destaque, quem fala primeiro ou por último.

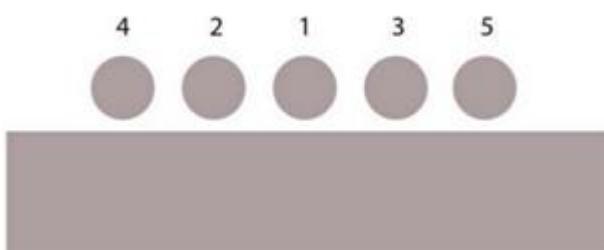
#### 3.2.1.1. Ordem por estado

- Caso seja uma reunião de entidades por estado do país, a ordem na mesa deve seguir a ordem de constituição dos estados: *Bahia, Rio de Janeiro, Maranhão, Pará, Pernambuco, São Paulo, Minas Gerais, Goiás, Mato Grosso, Rio Grande do Sul, Ceará, Paraíba, Espírito Santo, Piauí, Rio Grande do Norte, Santa Catarina, Alagoas, Sergipe, Amazonas, Paraná, Acre, Distrito Federal, Amapá, Mato Grosso do Sul, Rondônia, Roraima, Tocantins*. O estado anfitrião preside a cerimônia.

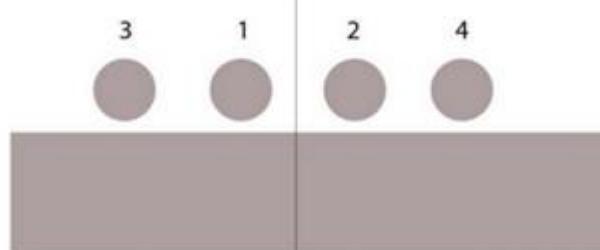
#### 3.2.1.2. Ordem na mesa

- Para distribuir os convidados no caso de debates, mesas-redondas, simpósios, etc, há uma ordem a ser seguida para a distribuição dos convidados. Ela segue a ordem de importância dos convidados para a ocasião.

- Mesa ímpar



- Mesa par



[pt.slideshare.net/leteomas/aula-2-cerimonial-precedencia](http://pt.slideshare.net/leteomas/aula-2-cerimonial-precedencia)

Fig. 2. Ordem de distribuição dos convidados em uma mesa de evento. Os números distinguem a ordem de importância dos convidados frente à ocasião (1 – mais importante).

#### 3.2.1.3. Ordem de fala

Do menos importante para o mais importante. O presidente da cerimônia fecha o evento e dá a última palavra.

#### 3.2.1.4. Ordem de bandeiras

Em eventos internacionais, as bandeiras dos países participantes são postadas lado a lado seguindo uma ordem de importância que segue:

- 1º – bandeira do país sede
- 2º em diante – ordem alfabética

Estabelecida a ordem das bandeiras, elas devem ser distribuídas na ordem da Fig. 2. Bandeiras oficiais (de municípios, estados e países) sempre prevalecem sobre bandeiras de instituições e entidades.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Raszl, Vinícius - **Cerimonial e protocolo.** Em <http://pt.slideshare.net/etecmas/aula-2-cerimonial-precedencia>, acessado em 21/05/14.

UNICAMP – **Manual de Eventos.** Editora da UNICAMP. Campinas, SP. 2006.

Congresso Nacional. Senado Federal. Coordenação de Relações Públicas. **Manual de organização de eventos do Senado Federal.** 1ª ed. – Brasília-DF, 2013.

[www.ib.usp.br](http://www.ib.usp.br)



Gestão de Comunicação & Qualidade  
Rua do Matão • Travessa 14 • nº 321  
Cidade Universitária • São Paulo • SP  
CEP 05508-090