

ESCOLA DE COMUNICAÇÃO, ARTES E DESIGN - FAMECOS  
CURSO DE RELAÇÕES PÚBLICAS

BÁRBARA LEDUR DE ARAÚJO

**A APLICAÇÃO DE MÉTODOS ÁGEIS NO PLANEJAMENTO DE EVENTOS:  
ESTUDO DE CASO COM AGÊNCIA GRUPO AUSTRAL**

Porto Alegre  
2023

GRADUAÇÃO



Pontifícia Universidade Católica  
do Rio Grande do Sul

BÁRBARA LEDUR DE ARAÚJO

**A APLICAÇÃO DE MÉTODOS ÁGEIS NO PLANEJAMENTO DE EVENTOS:  
ESTUDO DE CASO COM AGÊNCIA GRUPO AUSTRAL**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito à aprovação no trabalho de conclusão de Curso do de Relações Públicas da Escola de Escola de Comunicação, Artes e Design – FAMECOS da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

Orientador: Prof. Dr<sup>a</sup> Denise Pagnussatt

Porto Alegre

2023

BÁRBARA LEDUR DE ARAÚJO

**A APLICAÇÃO DE MÉTODOS ÁGEIS NO PLANEJAMENTO E PRODUÇÃO DE  
EVENTOS: ESTUDO DE CASO COM AGÊNCIA DE PORTO ALEGRE**

Monografia apresentada como requisito para a obtenção do grau de Bacharel pelo Programa de Graduação em Relações Públicas da Escola de Comunicação, Artes e Design - Famecos da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

Aprovado em: \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_.

**BANCA EXAMINADORA:**

---

Prof. Dr<sup>a</sup>. Denise Pagnussatt

---

Prof. Dr<sup>a</sup>. Silvia Dapper

---

Prof. Dr<sup>a</sup>. Francielle Falavigna

## **AGRADECIMENTOS**

Começo agradecendo a minha mãe, Inês, que incansavelmente estava sempre ao meu lado me apoiando e me aguentando com todo o estresse envolvido, noites mal dormidas e reclamações da vida

Agradeço as minhas amigas Bru Maria e Amanda, que sempre acreditaram no meu potencial, mesmo quando eu já tinha desistido de tudo e todos.

Não posso deixar de falar das melhores amizades que fiz ao longo do curso com a Virgínia, Rafaela, Harumi, Gabriela e Lauren que desde o retorno presencial das aulas deixaram meus dias mais leves e engraçados na FAMECOS, até mesmo na reta final sempre compartilhando dúvidas, risadas e reclamações.

Vitória, ou devo dizer irmã, obrigada por ter dividido os surtos, dúvidas e incertezas ao longo do processo, sempre pensando “vai rolar formatura?” e a família perguntando a cada ligação se compravam passagem ou não, e a gente sem saber o que responder.

Por último e não menos importante, não poderia deixar de agradecer também a minha orientadora, a qual sempre me apoiou e me motivou a seguir o trabalho de um tema que até então ninguém na FAMECOS havia realizado ou até mesmo nos dias que eu não entregava nada do que ela me pedia, ela nunca desistiu e me fez não desistir também.

## RESUMO

O processo de planejamento dos eventos tem possibilidade de inovação a partir da adoção de metodologias contemporâneas que potencializam a gestão otimizada de recursos. Nessa perspectiva, o problema de pesquisa deste estudo é Como as agências de eventos incorporam e adaptam as técnicas de métodos ágeis em seus processos de planejamento, considerando as características específicas do setor e a diversidade de eventos que gerenciam? Para responder essa inquietação, optamos por três objetivos: Descrever os fundamentos dos métodos ágeis; Destacar as fases envolvidas no planejamento de um evento; Analisar como o Grupo Austral utiliza os métodos ágeis no planejamento de eventos. Em relação aos procedimentos metodológicos, elegemos a abordagem exploratória qualitativa, envolvendo técnica de pesquisa bibliográfica e documental (Gil, 2008). Além disso, realizamos estudo de caso (Yin, 2001) com a agência Austral. O resultado revela que a agência Austral agiliza seus processos com a mentalidade ágil, otimizando recursos e oferecendo autonomia para as pessoas.

**Palavras-chave:** Planejamento de eventos; Métodos Ágeis; Grupo Austral; Relações Públicas.

## ABSTRACT

The event planning process has the possibility of innovation through the adoption of contemporary methodologies that enhance optimized resource management. From this perspective, the research problem of this study is How do event agencies incorporate and adapt agile method techniques in their planning processes, considering the specific characteristics of the sector and the diversity of events they manage? To answer this concern, we chose three objectives: Describe the foundations of agile methods; Highlight the phases involved in planning an event; Analyze how Grupo Austral uses agile methods in event planning. Regarding methodological procedures, we chose a qualitative exploratory approach, involving bibliographic and documentary research techniques (Gil, 2008). Furthermore, we carried out a case study (Yin, 2001) with the Austral agency. The result reveals that the Austral agency streamlines its processes with an agile mentality, optimizing resources and offering autonomy to people.

**Keywords:** Event planning; Agile Methods; Austral Group; Public relations.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Os 17 criadores dos Manifesto Ágil.....	11
Figura 2 – Os 12 princípios ágeis do manifesto ágil.....	12
Figura 3 – Jogo de rugby.....	14
Quadro 1 – Termos usados por equipes que aplicam o método Scrum.....	15
Figura 4 – Resumo de como funciona as etapas do Sprint.....	19
Figura 5 – Quadro Kanban com três etapas.....	20
Figura 6 – Quadro Kanban mais completo, com mais etapas.....	20
Figura 7 – Modelo pronto do quadro Kanban do site Trello.....	21
Figura 8 – Festival Planeta Atlântida.....	24
Quadro 2 – 22 passos para planejar um evento.....	25
Figura 9 – Casa de festa Boske em Porto Alegre, RS.....	29
Figura 10 – Exemplo de ativações que a agência realizada.....	30
Figura 11 – Post do evento Na Beira em 2022.....	30
Figura 12 – Post de divulgação do evento Rap In Cena 2023.....	31
Figura 13 – Fluxo dos projetos no Grupo Austral.....	34

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>CONSIDERAÇÕES INICIAIS</b> .....	<b>8</b>
<b>2</b>	<b>MÉTODOS ÁGEIS: DA ENGENHARIA À COMUNICAÇÃO</b> .....	<b>11</b>
2.1	Scrum .....	14
2.2	Kanban .....	19
<b>3</b>	<b>O QUE, PORQUE E COMO PLANEJAR EVENTOS</b> .....	<b>22</b>
3.1	Planejamento De Evento .....	24
<b>4</b>	<b>ESTUDO DE CASO</b> .....	<b>28</b>
4.1	Procedimentos Metodológicos .....	28
4.2	Grupo Austral .....	30
4.3	Análise dos resultados .....	32
<b>5</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	<b>37</b>
	<b>APÊNDICE A – ROTEIRO DE PERGUNTAS REALIZADO NA ENTREVISTA</b> .....	<b>44</b>
	<b>APÊNDICE B – DECUPAGEM DA ENTREVISTA</b> .....	<b>45</b>
	<b>ANEXO A – FLUXOS E CARGOS DA AGÊNCIA GRUPO AUSTRAL</b> .....	<b>57</b>
	<b>ANEXO B – UMA APRESENTAÇÃO COMPLETA SOBRE A AGÊNCIA, INCLUINDO OS PILARES, CULTURA, FUNCIONAMENTO E REGRAS INTERNAS E UM POUCO SOBRE PROJETOS QUE ATUAM ANUALMENTE E OS QUE JÁ ENCERRARAM</b> .....	<b>58</b>
	<b>ANEXO C – PORTFÓLIO DA AGÊNCIA DE 2023, TODOS PROJETOS QUE JÁ ENTREGARAM ATÉ O ANO DE 2023</b> .....	<b>59</b>
	<b>ANEXO D – TERMO DE CESSÃO DE DIREITOS PARA O USO DO NOME DA AGÊNCIA GRUPO AUSTRAL</b> .....	<b>60</b>



## 1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS

As organizações reconhecem a importância estratégica da realização de eventos e ativações, pois essas ocasiões ajudam a fortalecer sua imagem de marca, estabelecer relacionamentos com os públicos, se autopromover e alcançar seus objetivos organizacionais. Nesse contexto, o planejamento e a produção de eventos eficientes e bem-sucedidos tornam-se cruciais.

No entanto, a complexidade do processo de planejamento e produção de eventos impõem desafios significativos. Normalmente esses processos seguem abordagens mais inflexíveis e burocráticas, baseadas em metodologias de gestão tradicional. Essa metodologia pode ser adequada para determinados contextos, mas muitas vezes não consegue lidar com as demandas de agilidade e adaptabilidade necessárias para os eventos atuais.

Diante dessa necessidade de inovação e eficiência, os métodos ágeis têm ganhado destaque como uma abordagem alternativa ao planejamento e à produção de eventos. Os métodos ágeis, originalmente desenvolvidos para a indústria de software e engenharias, são caracterizados por sua flexibilidade, foco na colaboração e entrega de valor. Sua aplicação visa otimizar o processo de trabalho, permitindo a adaptação rápida a mudanças e a melhoria contínua.

Para melhor apoiar o trabalho, foi realizada a pesquisa de materiais teóricos através de buscas no site do Google Acadêmico, sendo filtrado pelos últimos cinco anos (2018 - 2023) e apenas publicações do Brasil. Com o título do trabalho “A Aplicação De Métodos Ágeis No Planejamento E Produção De Eventos: Estudo De Caso Com Agências De Porto Alegre”, aparece mais de 10 páginas com trabalhos e citações, porém, todos destacam os nomes “métodos ágeis”, “*scrum*”, “estudo de caso” e não evento ou métodos ágeis aplicado nos eventos.

Ainda atrás de buscas sobre os métodos ágeis, foram feitas buscas no Google Acadêmico pelo termo “Métodos Ágeis” apenas e foi localizado mais de 10 páginas no filtro de anos de 2018 a 2023 e apenas trabalhos do Brasil, as palavras em mais destaque nesses trabalhos foram “*agile*”, “metodologias”, “ágil”, “*scrum*” e “gerenciamento de projeto”.

Ao realizar pesquisas utilizando o termo "Planejamento e Produção de Eventos" no Google Acadêmico e no SciELO, foram identificadas mais de 10 páginas, contudo, nenhuma delas abordava efetivamente o tema pesquisado.

Ampliando a busca para a área de eventos, ao pesquisar a palavra "Planejamento", os resultados abordavam gestão de empresas, planejamento de estradas, entre outros, mas não se relacionavam a eventos. Posteriormente, ao buscar o termo "Produção de Eventos" no Google Acadêmico, foram encontradas mais de 10 páginas, mas apenas duas delas efetivamente tratavam do assunto pesquisado, se mostrando pouco estudado cientificamente no Brasil.

Considerando esse contexto, o presente estudo traz o problema central que estimula a pesquisa: Como as agências de eventos incorporam e adaptam as técnicas de métodos ágeis em seus processos de planejamento, considerando as características específicas do setor e a diversidade de eventos que gerenciam? Com base no problema apresentado, delineamos os seguintes objetivos com a intenção de aprofundar nossa compreensão:

- a) Descrever os fundamentos dos métodos ágeis;
- b) Destacar as fases envolvidas no planejamento de um evento;
- c) Analisar como o Grupo Austral utiliza os métodos ágeis no planejamento de eventos.

Tendo como foco de pesquisa a agência Grupo Austral localizada na cidade de Porto Alegre. A escolha dessa agência se deu pela relevância dos eventos e ativações produzidas, tempo no mercado, diversidade de projetos e maior proximidade, já a região justifica-se pela relevância do setor de eventos nessa localidade, bem como pela necessidade de compreender como a agência está se adaptando às demandas atuais e utilizando métodos mais flexíveis e ágeis em seus processos.

Para alcançar os objetivos propostos, foram realizadas pesquisas bibliográficas e documentais e pesquisa exploratória qualitativa para o estudo de caso com a agência de eventos de Porto Alegre. Foram considerados aspectos como o uso de práticas ágeis, as vantagens e desafios encontrados na implementação desses métodos, e os resultados obtidos a partir da aplicação dos mesmos.

Espera-se que este estudo contribua para o avanço do conhecimento sobre a aplicação de métodos ágeis na área de eventos e ativações de marca, gerando insights relevantes para profissionais do setor e acadêmicos interessados na área.

Além de poder contribuir com as agências de eventos na busca por abordagens mais eficientes e flexíveis, possibilitando a melhoria dos processos de planejamento e produção e, conseqüentemente, o sucesso na entrega dos eventos.

Com o intuito de responder à pergunta que motiva esta pesquisa e atingir os objetivos delineados, o estudo percorreu uma trajetória ao longo de cinco capítulos. O primeiro capítulo constitui a introdução. O segundo capítulo aborda os métodos ágeis, discutindo sua origem, aplicação e exploração de definições, conceitos e tipos, com destaque para o Scrum, Sprint e Kanban, esclarecendo seus funcionamentos práticos. Autores como Audy (2015) e Schwaber e Sutherland (2020) são referenciados para fundamentar teoricamente essa seção.

O terceiro capítulo explora o universo dos eventos, definindo o que são, identificando seus tipos e descrevendo o processo de planejamento, desde a estruturação até a execução. Como base teórica, recorreremos a autores como Cesca (1997) e Giacaglia (2008).

No quarto capítulo, são abordados os métodos de pesquisa empregados para dar suporte ao trabalho. Apresentamos a agência escolhida para o estudo de caso e discutimos os resultados obtidos na pesquisa realizada com a agência Grupo Austral de Porto Alegre. O objetivo foi investigar se eles usam os métodos ágeis no planejamento de eventos.

No quinto e último capítulo, são apresentadas as considerações finais da pesquisa, refletindo sobre as respostas obtidas na análise e destacando o percurso e as dificuldades enfrentadas para alcançá-las. Este estudo visa incentivar os estudantes acadêmicos a aprofundarem sua compreensão sobre métodos ágeis e sua aplicação no planejamento de eventos. Portanto, é fundamental considerar o uso desses métodos de maneira consciente e atenta.

## 2 MÉTODOS ÁGEIS: DA ENGENHARIA À COMUNICAÇÃO

Neste capítulo, buscamos alcançar o objetivo de descrever os fundamentos dos métodos ágeis. Para isso, abordaremos as contribuições de autores renomados, incluindo Beck (2001), Kniberg e Ivarsson (2012), Prikładnicki, Willi e Milani (2014), Audy (2015), Sutherland e Sutherland (2019), bem como Schwaber e Sutherland (2020).

Os métodos ágeis surgiram na área de engenharia, mais focados na criação de softwares. Durante anos, a Engenharia de Software inspirou-se em processos de manufatura para a consolidação de seus métodos de trabalho (Prikładnicki; Willi; Milani; 2014) e apenas em meados dos anos 90 começaram a pensar no movimento ágil (figura 1).

Figura 1 – Os 17 criadores dos Manifesto Ágil



Fonte: Roberto Brasileiro (2017)

Em fevereiro de 2001, um grupo de 17 pessoas (figura 1) se reuniu nas montanhas Wasatch, em Utah, Estados Unidos. Durante o encontro, chegaram a uma discussão sobre os métodos de desenvolvimento de software, notando que o processo existente era lento e pesado, sem foco adequado no consumidor final. Como resposta a essas preocupações, conceberam o "Manifesto Ágil", que foi assinado pelos presentes, marcando sua criação.

E quem são os 17 criadores do manifesto ágil, eles são Kent Beck e Ron Jeffries, criadores do Extreme Programming (XP) em 1997, Mike Beedle, Ken Schwaber e Jeff Sutherland, criadores do Scrum, Arie van Bennekum, Alistair Cockburn, Ward Cunningham, criador do primeiro 'Wiki', Martin Fowler, chefe cientista da ThoughtWorks, James Grenning, Jim Highsmith, criador do Adaptive Software Development, Andrew Hunt, Jon Kern, Brian Marick, Robert C. Martin, Steve Mellor e Dave Thomas.

O manifesto ágil é um conjunto de princípios e valores que foram formulados por um grupo de desenvolvedores de software (figura 1). Segundo Jim Highsmith (2001), o manifesto foi criado como forma de resposta aos métodos tradicionais de desenvolvimento de software, que eram frequentemente burocráticos, demorados e inflexíveis. A proposta criada visa promover uma abordagem mais flexível, colaborativa e centrada nas necessidades do cliente para o desenvolvimento de software.

Para entender melhor o manifesto, existem quatro valores e premissas e mais 12 princípios. As premissas são: Indivíduos e interações acima de processos e ferramentas; Software funcional em vez de documentação abrangente; Colaboração do cliente sobre negociação de contrato; Responder à mudança em vez de seguir um plano (BECK *et al.*, 2001). Já os princípios (figura 2) criados, são pensados em quem faz o processo acontecer e no cliente final, assim, humanizando o processo, otimizando o trabalho, tempo, equipe envolvida e a burocracia complexa que havia antes.

Figura 2 – Os 12 princípios ágeis do manifesto ágil



Fonte: Manifesto para Desenvolvimento Ágil de Software (2001)

Conforme o Manifesto Ágil (2001) os 12 princípios são: 1) Satisfazer o consumidor através de entregas, agilidade e valor. 2) Mudanças, mesmo que

tardias, podem ser necessárias para enxergar coisas que não estavam claras e assim, melhorar o andamento do processo. 3) Entregas frequentes, um pouco de cada vez até chegar à entrega final, assim, pode ser visto o andamento do projeto com mais foco e clareza. 4) Trabalho conjunto, não existe a primeira e a segunda pessoa do singular, existe a primeira pessoa do plural, o nós, equipe, todos trabalhando juntos em prol de um projeto. 5) Confianças e apoio, para que a equipe consiga trabalhar melhor, unidos e se ajudando com as dúvidas e necessidades. 6) Conversas face a face, é a forma mais eficaz e eficiente de se comunicar e transmitir o andamento do projeto. 7) Software funcionando, pois esse é o objetivo do projeto, que o produto final funcione e seja acessível e compreendido por quem solicitou a criação dele. 8) Desenvolvimento sustentável, para que a equipe mantenha a constância nas entregas, visando a rentabilidade do projeto. 9) Atenção contínua, aumentando a agilidade, excelência e mantendo um bom design. 10) Simplicidade, valorizando a arte de maximizar a quantidade de trabalho que não precisa ser feito no momento, assim, evitando a complexidade desnecessária. 11) Times auto-organizados, permitindo que cada equipe tenha autonomia de se dividir da melhor forma, desde que entregue as demandas. 12) Refletir e ajustar com constantes reuniões, debatendo o que está funcionando e o que pode ser ajustado para facilitar o processo da equipe, assim, reformulando.

A partir desses 12 princípios e dos quatro valores, várias metodologias ágeis basearam-se neles como *Scrum*, *Agile*, *Lean*, *Extreme Programming (XP)* entre outros, todos baseados no movimento ágil. Essas abordagens ágeis têm sido amplamente adotadas por várias empresas ao redor do mundo para melhorar e agilizar os processos, como o *Spotify* que criou sua própria metodologia ágil, o modelo foi apresentado ao mundo pela primeira vez em 2012, quando Henrik Kniberg e Anders Ivarsson publicaram o *whitepaper Scaling Agile @ Spotify* (KNIBERG; IVARSSON, 2012). O método *Scaling Agile Spotify* é baseado na ideia dos métodos “*scrum*, *kanban* e *lean*, e sendo um exemplo de organização de várias equipes em uma organização de desenvolvimento de produtos que enfatiza a necessidade de cultura e redes” (Virtú Pessoas e Conexões, 2022).

Os métodos ágeis ajudam a agilizar e deixar de maneira mais prática o trabalho de toda equipe envolvida em um projeto, definindo o que cada um vai fazer, dividindo tarefas, ajudando a visualizar o que já foi e o que ainda falta ser feito e analisar o projeto de fato para atender a todas as expectativas desejadas.

Entre os métodos mencionados anteriormente, como Scrum, Agile, Lean, Extreme Programming (XP), SMART, entre outros, destaca-se o Scrum, amplamente utilizado hoje. Trata-se de um framework composto por diversos processos e etapas, incorporando também outro método denominado Sprint.

## 2.1 Scrum

O termo *Scrum* “vem do jogo de *rugby* (figura 3), é a jogada em que ficam todos juntos, cada um apoiando os demais, frente a frente com time adversário” (Audy, 2015, p. 40) e em 1995 Mike Beedle, Ken Schwaber e Jeff Sutherland oficializaram o nome da ferramenta, apesar de se basear nos princípios e valores do manifesto ágil. Esse método é utilizado em gerenciamento de projetos e que pode ser aplicada em outras áreas para ajudar na eficiência, produção e entrega de equipes.

Figura 3 – Jogo de *rugby*



Fonte: Unsplash, Chuttersnap (2017)

O Scrum encontra aplicação em diversas áreas e projetos, proporcionando uma estrutura organizacional que aprimora a eficácia na conclusão dos projetos empreendidos por equipes ou organizações, conforme destacado por Schwaber e Sutherland (2017, p. 4):

Scrum tem sido usado para desenvolver software, hardware, software embarcado, redes de funções interativas, veículos autônomos, escolas, governo, marketing, gerenciar a operação da organização e quase tudo que usamos em nosso dia-dia nas nossas vidas, como indivíduos e sociedades. [...] Scrum demonstra efetividade especialmente na transferência de conhecimento interativo e incremental. Scrum é agora amplamente usado para produtos, serviços e no gerenciamento da própria empresa.

Para que este método alcance eficácia e sucesso, Audy (2015) destaca a importância da formação de equipes autônomas, organizadas, sem hierarquias rígidas, priorizando o foco no trabalho e no valor. Elementos-chave incluem ciclos curtos, liberdade com responsabilidade, adoção de gestão visual e o estabelecimento de uma linguagem comum. Isso assegura que todos os membros da equipe e os envolvidos no projeto compreendam o processo de maneira clara, promovendo uma comunicação sem ruídos.

Para uma compreensão aprofundada da metodologia Scrum, é fundamental familiarizarmos-nos com alguns termos essenciais (quadro 1), frequentemente empregados nesse método, especialmente em contextos tecnológicos e de gestão de projetos. Expressões como daily meeting, release, review e sprint são alguns dos termos mais comuns, utilizados diariamente pelas equipes. Contudo, é importante salientar que ao longo do processo de criação do projeto, uma variedade de outros termos também desempenham papéis significativos.

Quadro 1 – Termos usados por equipes que aplicam o método Scrum

<b>DAILY MEETING</b>	Reunião no mesmo local e horário, todos os dias, com a presença de todos do time. Cada integrante deve exercer os 3 pilares, relatando a sua condição e inspecionando as demais;
<b>RELEASE</b>	Vejam a Release como sendo um projeto ou fase; há técnicas ágeis para a organização e planejamento de expectativas sobre as principais necessidades contidas no Product backlog;
<b>REVIEW</b>	No início do último dia temos a reunião de <i>Review</i> , com todos os envolvidos convidados para que todo o time apresente o que construiu e como foi o Sprint, a seguir alinhando os próximos passos;
<b>SPRINT</b>	Cada <i>Release</i> é dividida em um ou mais <i>Sprints</i> , que existem para garantir frequência na entrega de valor ao negócio no máximo a cada 2 a 4 semanas, de forma a manter um fluxo de melhoria contínua;

Fonte: Audy (2015, p. 44-45)

De acordo com Schwaber e Sutherland (2020), para iniciar um projeto usando o método Scrum, é essencial formar um Scrum Team. Esse time é composto por um Scrum Master, encarregado de implementar o Scrum e manter a ordem no projeto, um Product Owner, responsável por agregar valor ao projeto, e Developers,



encarregados de implementar e atender às necessidades do projeto. No Scrum, não há hierarquias e sim pessoas de diversas áreas que se unem em prol de um único propósito.

Schwaber e Sutherland (2020, p. 5) definem Scrum Team como:

[...] responsável por todas as atividades relacionadas com os produtos, desde a colaboração dos stakeholders, verificação, manutenção, operação, experimentação, investigação e desenvolvimento, assim como tudo o mais que possa ser necessário. São estruturadas e capacitadas pela organização para gerir o seu próprio trabalho. Trabalhar em Sprints a um ritmo sustentável melhora o foco e a consistência da Scrum Team.

Schwaber e Sutherland (2020, p. 6) definem o Scrum Master como “responsável pela implementação do Scrum tal como definido no Guia do Scrum. Fá-lo ajudando todos a compreender a teoria e a prática do Scrum, tanto dentro da Scrum Team como dentro da organização.” Schwaber e Sutherland (2020, p. 6) também definem os Developers como:

[...] são sempre responsáveis por: Criar um plano para o Sprint, o Sprint Backlog; Incutir qualidade, aderindo a uma Definition of Done; Adaptar o seu plano todos os dias na direção do Sprint Goal; e, Responsabilizarem-se uns aos outros como profissionais.

Concluindo a compreensão das responsabilidades de cada membro do Scrum Team, encerramos com a definição de Product Owner por Schwaber e Sutherland (2020, p. 6):

[...] responsável pela gestão eficaz do Product Backlog, que inclui: Desenvolver e comunicar explicitamente o Product Goal; Criar e comunicar claramente os itens do Product Backlog; Ordenar os itens do Product Backlog; e, Assegurar que o Product Backlog é transparente, visível e compreendido.

A compreensão do Scrum requer uma familiaridade com o conceito de Sprint, um processo crucial dentro dessa ferramenta. O Sprint orienta reuniões e estabelece um "padrão" a ser seguido, sendo fundamental para o funcionamento eficaz do framework e necessário a compreensão dos termos utilizados durante a construção do projeto.

O Sprint (figura 4) é descrito como "o bater de coração do Scrum, onde as ideias são transformadas em valor" (Schwaber; Sutherland, 2020, p. 6). É

responsável por desenhar o caminho para cada entrega, definindo o planejamento do projeto, as reuniões diárias e a ordem de prioridades a serem seguidas no projeto. Segundo Audy (2015, p. 42) “Sprints é trabalhar em pequenas porções e exercitar entregas frequentes, com valor e qualidade, daqueles fragmentos mais importantes”.

Figura 4 – Resumo de como funciona as etapas do Sprint



Fonte: Roberto Gil Espinha (2020)

Ainda de acordo com as definições de Audy (2015, p. 42), ele ressalta que:

[...] chamamos de Sprint o ciclo composto desde o Sprint planning até a entrega do resultado de 2 a 4 semanas de trabalho. A cada 24 horas através da Daily scrum meeting, nossas reuniões em pé, cada integrante do time se posiciona quanto ao seu trabalho para o sucesso daquilo que estamos construindo.

No decorrer do Sprint, ocorrem o Sprint Planning, as Daily Scrums, a Sprint Review e a Sprint Retrospective. A fim de uma compreensão mais aprofundada de cada etapa, exploraremos as teorias de Schwaber e Sutherland (2020), os criadores do método Scrum e de Audy (2015), autor do livro “Scrum 360: Um guia completo e prático de agilidade” baseado no O Guia Definitivo para o Scrum: As Regras do Jogo, escrito por Schwaber e Sutherland (2013). Segundo Schwaber e Sutherland (2020, p.8) o “Sprint Planning inicia o Sprint, determinando o trabalho a ser realizado

para o mesmo. Este plano resultante é criado pelo trabalho colaborativo de toda a Scrum Team.”

A finalidade da Sprint Planning é, a partir das informações e prioridades listadas no Product Backlog, responder a duas perguntas essenciais: o que será realizado e como será realizado. O desdobramento dessas questões é o que da continuação na elaboração da próxima etapa, o Sprint Backlog.

De acordo com Audy (2015, p. 44), o Sprint Backlog é definido como "aquela porção do Product Backlog que o Product Owner elegeu como mais importante neste momento e que apresentará ao time para construção e entrega ao negócio no próximo Sprint". Essa explicação nos conduz a compreender de que o Sprint Backlog serve como guia para os próximos passos da equipe, delineando as etapas mais emergenciais que devem ser concluídas no momento para progredir no projeto.

É necessário também compreendermos o que são as Daily Scrum, de acordo com Audy (2015, p. 44) a Daily é uma “reunião no mesmo local e horário, todos os dias, com a presença de todos do time”. Já na definição de Schwaber e Sutherland (2020, p. 9) podemos ampliar que “o objetivo da Daily Scrum é inspecionar o progresso rumo ao Sprint Goal e adaptar o Sprint Backlog conforme necessário”, também mencionam que é uma reunião de 15 minutos e que as Daily Scrums “melhoram as comunicações, identificam impedimentos, promovem a tomada de decisões rápidas e, conseqüentemente, eliminam a necessidade de outras reuniões” (Schwaber; Sutherland, 2020, p. 9).

A Sprint Review tem o objetivo de “inspecionar o resultado do Sprint e determinar adaptações futuras. A Scrum Team apresenta os resultados do seu trabalho aos principais stakeholders e são discutidos os progressos rumo ao Product Goal” (Schwaber; Sutherland, 2020, p. 10). Durante essa revisão, a equipe Scrum demonstra o trabalho concluído durante a Sprint, apresenta as funcionalidades desenvolvidas e obtém feedback. Esse momento proporciona uma oportunidade de avaliação e ajuste do produto em desenvolvimento, assegurando que este esteja alinhado às expectativas e necessidades do cliente.

Para concluir o ciclo do Sprint, é necessário realizar a última etapa, conhecida como Sprint Retrospective. Essa fase envolve "inspecionar como ocorreu o último Sprint, no que diz respeito a indivíduos, interações, processos, ferramentas e à sua Definition of Done" (Schwaber; Sutherland, 2020, p. 10). Na Sprint Retrospective, a

Scrum Team analisa o que funcionou bem e identifica áreas que precisam ser aprimoradas para o próximo ciclo que está prestes a iniciar.

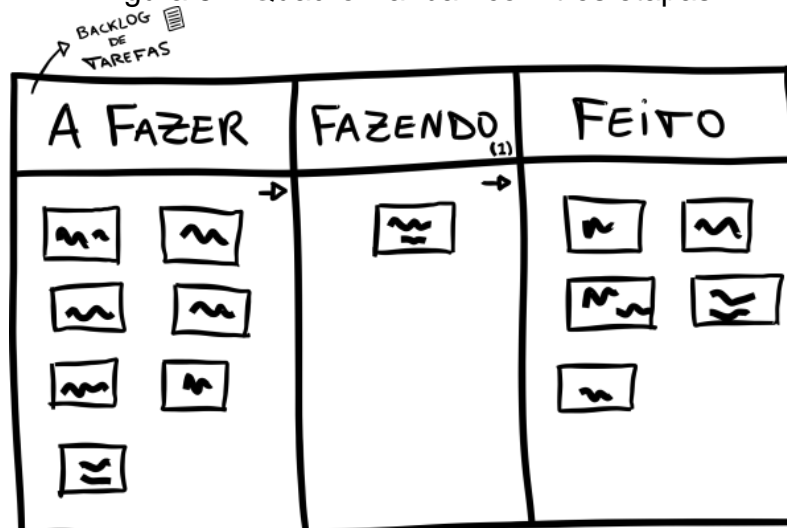
## 2.2 Kanban

O método *Kanban* tem origem na indústria japonesa e foi desenvolvido na Toyota, final da década de 40 e início década de 50. A palavra "*Kanban*" em japonês significa "cartão visual" ou "sinal", e o sistema foi originalmente criado como uma forma de gerenciar a produção de veículos de forma mais eficiente. Foi projetado para ter o controle de fluxo dos materiais e informações, evitando assim o excesso de produção e diminuindo o desperdício.

Essa ferramenta nos oferece uma visão mais clara do andamento ao todo do projeto. Como cada etapa deve ser concluída antes de avançarmos para a próxima, o quadro proporciona uma visualização precisa de onde cada fase se encontra e quais ações podem ser tomadas em cada momento. Esse esquema visual pode ser implementado em uma folha, em um quadro fixado na parede ou por meio de aplicativos que seguem o mesmo conceito.

Como apresentado nas representações gráficas abaixo, o primeiro quadro Kanban (Figura 5) é mais simplificado, abrangendo apenas três etapas do processo: a fazer, fazendo e feito. Essa configuração é caracterizada por sua praticidade e facilidade de compreensão, sendo adequada às necessidades específicas do projeto em questão.

Figura 5 – Quadro Kanban com três etapas



Fonte: Dionatan Moura (2023)

Por outro lado, o segundo quadro (Figura 6) é mais abrangente, integrando um maior número de fases ao longo do desenvolvimento do projeto. Essa configuração é especialmente indicada para projetos mais extensos, demandando maior atenção, tempo, processos e validações.

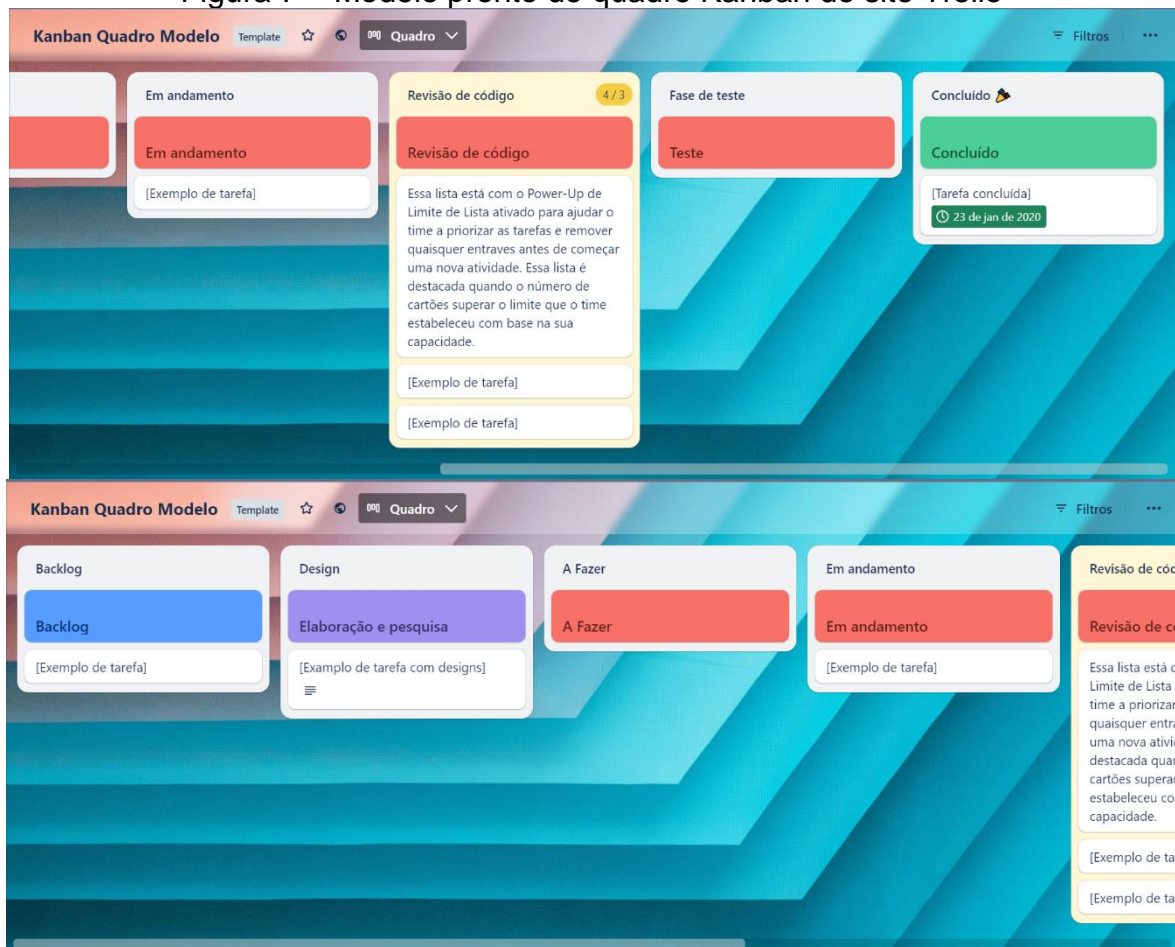
Figura 6 – Quadro Kanban mais completo, com mais etapas



Fonte: Mafra (2023)

Nas figuras (Figura 7), ilustramos um exemplo da aplicação da ferramenta Kanban no site/aplicativo Trello. Esse ambiente online proporciona a flexibilidade de criar fases personalizadas de acordo com as exigências específicas do projeto e oferece quadros prontos, com as etapas já necessárias para um método Kanban. Essa adaptabilidade é uma característica compartilhada por outras plataformas que oferecem essa ferramenta, como Monday.com, Asana, Click-Up, entre outras.

Figura 7 – Modelo pronto do quadro Kanban do site Trello



Fonte: Trello (2023)

Após a exposição dos métodos ágeis, com ênfase especial nas técnicas de Scrum e Kanban, o próximo capítulo nos conduzirá a uma compreensão mais aprofundada sobre a concepção de eventos e as etapas envolvidas no planejamento destes. Esta exploração será essencial para posteriormente analisarmos a aplicação prática das ferramentas discutidas ao longo deste trabalho, moldando-as de acordo com as necessidades específicas e adaptabilidades exigidas por cada caso no contexto do planejamento de eventos.

### 3 O QUE, PORQUE E COMO PLANEJAR EVENTOS

Neste capítulo o objetivo é destacar as fases envolvidas no planejamento de um evento, baseado nas propostas de Cesca (1997), Melo Neto (2007), Giacaglia (2008), Zanella (2012), Allen *et al.* (2017) e Barbosa (2021).

Ao abordar a ideia de "evento", muitas vezes associamos à presença de um grande público e cobertura midiática. Contudo, isso pode variar, podendo ser um churrasco familiar ou um aniversário simples, embora envolvam poucos convidados e não chamem a atenção da mídia, ainda são considerados eventos. Conforme Melo Neto (2007), o sucesso de um evento não é determinado pelo tamanho ou importância, mas sim pelas sensações que gera no público antes, durante e após o acontecimento.

Os eventos têm uma longa história, e é difícil identificar qual foi o primeiro, pois não existem registros precisos, apenas relatos e histórias que circulam. Muitos eventos podem ter ocorrido simultaneamente sem que tenhamos conhecimento, devido à limitação na comunicação e disponibilidade de informações no passado. Como destaca Barbosa (2021), as redes sociais atuais são excelentes canais de comunicação em massa, facilitando a interação com o público e proporcionando acesso em tempo real aos eventos que estão ocorrendo.

Evento não é apenas uma forma de comemoração ou de juntar pessoas para viver aquele momento e a experiência oferecida, Zanella (2012, p. 1) diz que:

[...] é uma concentração ou reunião formal e solene de pessoas e/ou entidades realizada em data e local especial, com o objetivo de celebrar acontecimentos importantes e significativos e estabelecer contatos comerciais, culturais, esportivos, sociais, familiares, religiosos e científicos.

Durante um evento, é possível realizar ativações ou experiências com o objetivo de atrair e cativar clientes, no caso de uma organização, ou simplesmente envolver as pessoas para desfrutarem do momento em festas pessoais com amigos e outras pessoas presentes no local. Como salienta Allen *et al.* (2017), os ambientes em que os eventos ocorrem tornaram-se mais complexos e exigentes, refletindo as crescentes expectativas dos participantes.

A profissão do Relações Públicas (RP) vem para ajudar no processo da ideia, do planejamento e da execução desse momento tão importante e muitas vezes

especial para as pessoas envolvidas no projeto. “Embora a atividade ‘organizador de eventos’ não seja prerrogativa de nenhuma profissão, é necessário observar que esse profissional deve ter uma formação que venha a facilitar sua introdução nessa função” (CESCA, 1997, p. 9), já o RP, em seu currículo acadêmico, estuda os pilares necessários para criar um evento ou ativação de impacto, pensando em toda estratégia da organização envolvida, os valores e quem é o público-alvo a ser atingido com essa promoção.

Segundo Cesca (1997), na década dos anos 90, os eventos podiam ser definidos como institucionais ou promocionais/comerciais, sendo eles programa de visitas, concursos, exposições, feiras, salões e mostras e encontros de conferência, palestra, simpósios, painel, mesa-redonda, convenção, congresso, seminário, fórum, debate, brainstorming, conclave, semana, entrevista coletiva, jornada, workshop, oficina, colóquio, lançamento de pedra fundamental, inauguração de espaço físico, inauguração de retratos, bustos e estátuas, posses, outorga de títulos, eventos esportivos, lançamento de livro, lançamento de produto, lançamento de maquete, leilões, desfiles, dias específicos, rodadas de negócios e encontros de convivência como coquetel, almoço, jantar, banquete, churrasco, happy-hour, brunch, coffee-break, almoço network e café da manhã.

Já nos dias atuais, podemos dizer que alguns dos eventos citados por Cesca (1997) não são mais executados ou apenas não existem mais, como o caso de lançamento de pedra fundamental, não existe mais esse tipo de evento, lançamento de maquete são raros os casos, pois os tempos são outros e a necessidade do cliente e do público-alvo não são mais as mesmas da década de 90 onde muitas das cerimônias eram apenas por formalidade que a época exigia e que hoje não há mais essa exigência para alguns eventos, como o caso de hinos, nem todos os eventos é tocado, porém, antigamente, era uma formalidade tocar o hino antes de iniciar o evento.

A execução desses eventos varia conforme o formato e o tipo específico. Algumas atividades são produzidas por agências de eventos ou comunicação, como exemplificado no caso do Rap In Cena, organizado pela agência Grupo Austral de Porto Alegre (Grupo Austral, 2023). Em eventos de caráter institucional, as próprias organizações podem contar com um departamento de eventos e marketing, ou optar por contratar uma agência ou profissional qualificado. Por exemplo, uma palestra em uma universidade, um workshop para os funcionários de uma empresa, ou até



mesmo o evento Planeta Atlântida (figura 8), produzido internamente pela Rádio Atlântida, integrante do Grupo RBS (GZH, 2023). Para eventos pessoais, como casamentos, festas de 15 anos, formaturas, celebrações de primeiro aniversário, batizados, entre outras, é possível contratar profissionais ou agências, dependendo da natureza e da abrangência da celebração desejada.

Figura 8 – Festival Planeta Atlântida



Fonte: RBS (2022)

Após abordar os eventos, definindo o que são e apresentando exemplos, direcionaremos nosso foco para as fases do planejamento de eventos. Com o intuito de destacar as fases envolvidas no planejamento de um evento, utilizaremos as perspectivas teóricas de Cesca (1997) e Giacaglia (2008) para delinear a estrutura envolvida no planejamento de eventos.

### 3.1 Planejamento De Evento

Iniciar um evento demanda uma compreensão aprofundada do projeto, incluindo seus propósitos e os detalhes essenciais, como o que será realizado, por que, e quando. Este entendimento é crucial para começarmos o processo de

concepção e desenvolvimento, colaborando com o cliente para transformar as ideias em uma realização que corresponda às suas expectativas, ou que se aproxime o máximo possível. De acordo com Giacaglia (2008), o planejamento de eventos pode ser orientado por 22 passos, conforme apresentado no quadro 2, fornecendo uma estrutura abrangente para garantir que nenhum aspecto relevante seja esquecido.

Quadro 2 – 22 passos para planejar um evento

1	Definir objetivos do evento.
2	Verificar e analisar o orçamento disponível.
3	Definir estratégias para o evento e apresentar o plano.
4	Definir o tema do evento.
5	Definir o público-alvo do evento.
6	Definir a data do evento.
7	Escolher horário(s) para o evento.
8	Definir o local do evento.
9	Escolher à disposição das salas ou dos ambientes.
10	“Vender” quotas do evento.
11	Reunir os envolvidos.
12	Contratar os serviços de terceiros.
13	Elaborar o programa e o conteúdo das palestras.
14	Elaborar e enviar convites.
15	Desenvolver material promocional.
16	Definir promoções e atrações.
17	Definir mecanismos para a divulgação do evento.
18	Contratar assessoria de imprensa.
19	Preparar o sistema de cadastro dos visitantes.
20	Verificar o investimento total previsto para o evento.
21	Preparar formulários de controle.
22	Preparar formulários e questionários de avaliação.

Fonte: Giacaglia (2008, p. 69)

Já no olhar da Cesca (1997), a organização de um evento dá muito trabalho e gera muitas responsabilidades, pois qualquer falha pode comprometer a imagem/conceito da organização que está promovendo essa experiência. Para evitar falhas, a autora traz os pontos cruciais para iniciar o planejamento, sendo eles, os objetivos, público(s), estratégias, recursos, implementação, fatores condicionantes, acompanhamento e controle, avaliação e orçamento previsto.

Diferente dos 22 passos da Giancaglia (2008), Cesca (1997) traz apenas nove passos, resumindo e enxugando algumas etapas que não são necessárias e básicas de todo evento. Mesmo os conceitos de Cesca (1997) serem da década de 90, ainda nos dias de hoje é mais praticado em comparação com as ideias apresentadas por Giancaglia (2008) na maior parte dos eventos.

Conforme apresentado no quadro 1, as etapas 10 ("vender" quotas do evento), 14 (elaborar e enviar convites), 18 (contratar assessoria de imprensa), 19 (preparar o sistema de cadastro dos visitantes) e 22 (preparar formulários e questionários de avaliação) não são necessariamente aplicadas no ano de 2023. Essas etapas específicas são utilizadas apenas em eventos muito particulares. Por exemplo, ao organizar um aniversário, pode ser relevante empregar a etapa 14 para criar e enviar convites aos convidados. Entretanto, em eventos que envolvem a venda de ingressos, como festas com essa característica, a etapa 14 torna-se dispensável. Nesse contexto, a ênfase recai na criação de materiais de divulgação para comunicar efetivamente o evento ao público-alvo definido, possibilitando que adquiram os ingressos. Nesse cenário, a etapa 19 ganha destaque, pois envolve a criação de um sistema ou plataforma para a venda dos ingressos.

Na etapa 10, a venda de quotas não é uma prática comum em todos os eventos. Por exemplo, em casamentos convencionais, essa abordagem não é adotada. No entanto, em eventos mais sofisticados, como casamentos de luxo envolvendo personalidades influentes ou membros da alta sociedade, pode-se considerar a possibilidade de comercializar quotas.

Nesse contexto, empresas parceiras interessadas em divulgar seus produtos ou serviços podem adquirir parte dessas quotas, proporcionando visibilidade através da inclusão de suas logos nos materiais do evento. Essa parceria pode se dar mediante o fornecimento de materiais ou insumos, ou mesmo por meio de acordos não monetários, como a troca de produtos para os noivos utilizarem ou disponibilizarem durante a comemoração, em vez de comprar uma quota apenas para exibir a logo. De acordo com Giacaglia (2008), empresas frequentemente organizam eventos e criam quotas de patrocínio para parceiros que desejam participar diretamente e buscam uma maior visibilidade no mercado e junto ao público-alvo.

As etapas 18 e 22 também se tornaram obsoletas, uma vez que a imprensa e a mídia estão cada vez mais ativas e em busca de conteúdo, eliminando a

necessidade de contratar alguém para essa função, a menos que seja imprescindível a presença de um colunista específico na cobertura do evento. Quanto aos questionários de satisfação, não são aplicáveis durante o evento, uma vez que as pessoas estão presentes para vivenciar o momento e a experiência proposta pela promoção do evento, não para avaliar seus aspectos. Contudo, a internet, por meio de plataformas como "x", oferece a oportunidade de encontrar comentários em tempo real sobre o evento, inclusive de participantes, proporcionando uma abordagem netnográfica para entender as percepções do público.

Cada evento demanda um planejamento único, não existindo uma fórmula padrão para garantir o sucesso desejado. É essencial compreender as particularidades do evento, os objetivos a serem alcançados e a mensagem que se deseja transmitir ao realizar esse momento. Dessa forma, é possível elaborar um planejamento que atenda às necessidades específicas do evento, embasado em experiências prévias e em metodologias destacadas por Cesca (1997) e Giancaglia (2008).

Para aprofundarmos nossa compreensão prática, conduziremos uma pesquisa exploratória qualitativa junto à agência Grupo Austral. Nosso objetivo é examinar como a agência planeja eventos e ativações, além de investigar se fazem uso de métodos ágeis nesse processo.

## 4 ESTUDO DE CASO

Após a compreensão aprofundada do movimento ágil, das ferramentas Scrum e Kanban, e das abordagens para o planejamento de eventos, este capítulo concentra-se em alcançar o objetivo de analisar como a agência Grupo Austral gerencia os seus projetos. Para esta análise, conduzimos uma entrevista com a referida agência, com sede no bairro Moinhos de Vento em Porto Alegre, RS.

Buscamos observar na prática como as revisões teóricas previamente estudadas se conversam, visando determinar se sua aplicação corresponde às teorias apresentadas. Almejamos identificar quais métodos são efetivamente empregados na produção de eventos pela agência.

### 4.1 Procedimentos Metodológicos

Para iniciar este trabalho, foram conduzidas pesquisas bibliográficas e documentais, considerando que, conforme Gil (2017, p. 35), a distinção reside na natureza das fontes. No entendimento de Andrade (2010, p. 25), a pesquisa bibliográfica:

[...] é habilidade fundamental nos cursos de graduação, uma vez que constitui o primeiro passo para todas as atividades acadêmicas. Uma pesquisa de laboratório ou de campo implica, necessariamente, a pesquisa bibliográfica preliminar. Seminários, painéis, debates, resumos críticos, monográficas não dispensam a pesquisa bibliográfica. Ela é obrigatória nas pesquisas exploratórias, na delimitação do tema de um trabalho ou pesquisa, no desenvolvimento do assunto, nas citações, na apresentação das conclusões.

Segundo Fonseca (2002, p. 32), a pesquisa bibliográfica é realizada:

[...] a partir do levantamento de referências teóricas já analisadas, e publicadas por meios escritos e eletrônicos, como livros, artigos científicos, páginas de web sites. Qualquer trabalho científico inicia-se com uma pesquisa bibliográfica, que permite ao pesquisador conhecer o que já se estudou sobre o assunto. Existem, porém, pesquisas científicas que se baseiam unicamente na pesquisa bibliográfica, procurando referências teóricas publicadas com o objetivo de recolher informações ou conhecimentos prévios sobre o problema a respeito do qual se procura a resposta.

Já a pesquisa documental, para Gil (2008, p. 51) “[...] vale-se de materiais que não receberam ainda um tratamento analítico, ou que ainda podem ser reelaborados de acordo com os objetivos da pesquisa”. Para além das pesquisas bibliográficas e documentais, utilizaremos a pesquisa exploratória qualitativa com a agência, a qual “não se preocupa com representatividade numérica, mas, sim, com o aprofundamento da compreensão de um grupo social, de uma organização” (Gerhardt; Silveira, 2009, p. 31).

Para a pesquisa de estudo de caso, onde Yin (2001), afirmar que “em geral, os estudos de caso representam a estratégia preferida quando se colocam questões do tipo ‘como’ e ‘por que’”, conduziu-se uma entrevista em profundidade com perguntas semiestruturadas, as quais, segundo Richardson (2017, p. 223), assemelham-se mais a uma conversação direcionada a tópicos específicos do que a uma entrevista formal. Esse roteiro teve como objetivo perguntas essenciais para responder o problema do presente trabalho, sendo ele “como as agências de eventos incorpora e adapta as técnicas de métodos ágeis em seus processos de planejamento, considerando as características específicas do setor e a diversidade de eventos que gerenciam?”.

Na tentativa de entrar em contato com a agência escolhida, inicialmente procuramos por um e-mail oficial no site, sem sucesso, localizamos apenas a aba de “contato” disponível no site. Diante da necessidade, buscamos uma alternativa, contatando uma colega da faculdade que trabalha na agência para obter um e-mail direto. Conseguimos obter o WhatsApp de um membro gestor pré-selecionado, adequado para esclarecer dúvidas sobre o funcionamento da agência e entender melhor se existe a aplicação de métodos ágeis no gerenciamento de projetos da mesma.

Após a realização do contato, o membro gestor pré-selecionado concordou em participar da pesquisa, demonstrando disposição em contribuir e interessado no tema do trabalho. Realizamos uma entrevista online através da plataforma Zoom, com duração média de 25 a 30 minutos, a fim de gravar e posteriormente analisar os insights obtidos.

## 4.2 Grupo Austral

A agência escolhida para o estudo de caso é o Grupo Austral, localizada no bairro Moinhos de Vento de Porto Alegre, RS, no mercado desde 2002, trabalham com demandas de agência, operações, live marketing e eventos e entretenimento. Segundo o Grupo Austral (2023), a agência tem operação (figura 9) na Coolture, Urb Stage, Boske, Nuy, Mercado Paralelo e Bar 1, são negócios que a Austral faz parte, porém, cada um com sua própria operação, gerenciados por equipes internas. Tem como clientes da agência grandes marcas como Brahma, Red Bull, Corona, Cervejaria Ambev, Ipanema, Melnick Even, entre outras diversas.

Figura 9 – Casa de festa Boske em Porto Alegre, RS



Fonte: Autoral inspirada nos materiais da empresa (2023)

O Grupo Austral também tem projetos de entretenimento como o Na Beira e a Arena do Torcedor Brahma, realizados em Porto Alegre durante a copa do mundo de 2022, o festival musical Rap In Cena, Budweiser Basement e Villa Stella Artois. Também atendem as necessidades das marcas se adaptando aos formatos como ativação de marca (figura 10), incentivo fiscal, ação com influenciadores, press kits, eventos proprietários, patrocínio e o que mais precisar, hoje, a “Ambev é uma das nossas parceiras e traz muitos projetos de marcas para serem executados e desdobrados pela austral.” (Grupo Austral, 2023).

Figura 10 – Exemplo de ativações que a agência realizada



Fonte: Grupo Austral (2023)

A seleção da agência para este estudo foi motivada principalmente pela sua consolidação e relevância no campo da comunicação, bem como pela variedade de serviços oferecidos, destacando-se os eventos por ela promovidos, a exemplo de "Na Beira" (Figura 11) e "Rap In Cena" (Figura 12).

O festival "Na Beira" (figura 11), criado em 2022, durante a copa do mundo foi realizado na Orla do Guaíba "recebendo 39 mil pessoas em 13 eventos, mais de 20 artistas passaram pelo nosso palco, entre eles Armandinho, Lagum, Luísa Sonza, Dubdogz, Kevin o Chris." (Grupo Austral, 2023) e tendo sua segunda edição em novembro de 2023.

Figura 11 – Post do evento Na Beira em 2022



Fonte: Instagram @nabeira.poa (2022)



Já o Rap In Cena (figura 12), é uma sociedade entre Grupo Austral e Rap In Cena. “A primeira edição com 3 palcos, em formato festival, rolou em 2022 e executamos toda comunicação visual e atendimento aos patrocinadores, além de toda a produção do evento” (Grupo Austral, 2023). Conforme a “organização do evento aponta que 25 mil pessoas compareceram ao festival no sábado, e a expectativa era repetir o número no domingo - totalizando 50 mil pessoas em dois dias de Rap in Cena.” (GZH, 2023) e em entrevista com o Grupo Austral (2023) o festival gerou quase 6.000 empregos indiretos ao longo do ano para planejar e executar o evento.

Figura 12 – Post de divulgação do evento Rap In Cena 2023



Fonte: Instagram @rapincenafestival (2023)

### 4.3 Análise dos resultados

Este subcapítulo se propõe a analisar como o Grupo Austral utiliza os métodos ágeis no planejamento de eventos. Para alcançar esse objetivo, conduzimos uma entrevista exploratória qualitativa com um membro gestor previamente selecionado da equipe do Grupo Austral, a Camila Frantz. A entrevista,

realizada por meio do aplicativo Zoom, envolveu perguntas semiestruturadas e teve uma duração média de 25 a 30 minutos.

O roteiro da pesquisa (apêndice A) foi montado para responder as inquietações sobre o entendimento do que é métodos ágeis, scrum e kanban, qual o entendimento sobre o planejamento de eventos e analisar se é usado métodos ágeis no planejamento de eventos da agência mesmo que não usado esse nome.

A entrevistada, Camila, é da área de administração, não sendo formada ainda, porém quase, com o TCC já apresentado e aprovado, faltando apenas 7 cadeiras para conclusão do curso, já teve experiências em eventos antes do Grupo Austral, porém, mencionou serem eventos menores, sendo mais focado em eventos internos/endomarketing e que depois de entrar no Grupo Austral atuou de fato com eventos maiores, tendo já 5 anos de experiência na agência. A agência conta hoje com 15 funcionários, se enquadrando como uma empresa de pequeno porte, segundo o Sebrae (2013, p. 17).

Antes de abordar as perguntas específicas destinadas a responder à indagação principal deste trabalho, foram realizadas algumas perguntas introdutórias para nivelamento. O objetivo era compreender o conhecimento prévio da Camila sobre o tema em questão. Iniciamos com a pergunta **Conhece Métodos Ágeis, como enxerga eles**, tendo como resposta *“olha, talvez eu saiba, mas não saiba por esse nome, então não sei te dizer. Só por métodos ágeis, eu te diria que não.”* (Camila). Depois de explicado o conceito de métodos ágeis e exemplificando alguns deles, Camila respondeu que inicialmente a agência usava o aplicativo Trello para a gestão de projetos, mas que hoje eles utilizavam o Asana.

A entrevistada, Camila, explicou que a agência assina a ferramenta Asana e que hoje ela funciona melhor para a equipe, é mais completo conforme as necessidades específicas deles e dos projetos gerenciados. Eles fazem toda gestão dos projetos e toda gestão de pautas da agência, conseguindo englobar todos da equipe em uma única ferramenta. Além do Asana, o Grupo Austral usa o Google Drive para compartilhar seus arquivos e todos terem acesso para qualquer necessidade, o WhatsApp para se comunicarem tanto entre colegas quanto com os clientes e não menos importante o Gmail.

Cada projeto conta com um responsável designado, geralmente escolhido com base em afinidade, tendo gosto e interesse, embora isso não seja uma regra, como destaca Camila. A agência prioriza aqueles que demonstram maior interesse e

conhecimento no projeto, embora existam situações em que essa escolha não seja possível. O responsável pelo projeto assume a responsabilidade de abordar as necessidades, formar a equipe de acordo com as demandas e gerenciar aspectos como orçamentos, coordenação no dia do evento, solicitações de artes e produção, divulgações nas redes sociais, entre outras exigências, e acompanhar as entregas do projeto.

Essa equipe que o responsável do projeto precisa formar, já podemos ver fragmentos da teoria do método Scrum, criando um Scrum Team para poder se dividir as tarefas e processos, em que Schwaber e Sutherland (2020, p.5) definem Scrum Team:

[...] responsável por todas as atividades relacionadas com os produtos, desde a colaboração dos stakeholders, verificação, manutenção, operação, experimentação, investigação e desenvolvimento, assim como tudo o mais que possa ser necessário.

Hoje a empresa conta com uma executiva de projetos, tendo a visão 360° dos projetos realizados pela agência e duas gerentes de projetos, sendo uma sênior e outra júnior. Podemos observar que conforme Schwaber e Sutherland (2020) o Scrum Master é encarregado de implementar o Scrum e manter a ordem no projeto, que seria o papel da executiva de projetos, ela está por dentro de todos os projetos que ocorrem na agência, tendo essa visão completa, mas que um Scrum Team lidera os processos a serem resolvidos.

Durante a entrevista, Camila compartilhou um material que apresenta o fluxo (figura 13) da agência, desde a chegada do projeto até sua concepção e entrega.

Figura 13 – Fluxo dos projetos no Grupo Austral



Fonte: Grupo Austral (2023)

Com base no fluxo (figura 13) de gerenciamento dos projetos do Grupo Austral e da plataforma Asana que utilizam para esse gerenciamento, podemos ver que mesmo que indiretamente, a agência usa dos princípios e algumas técnicas de métodos ágeis para se organizar. Como Audy (2015, p. 42) nos traz, “Sprints é trabalhar em pequenas porções e exercitar entregas frequentes, com valor e qualidade, daqueles fragmentos mais importantes”, e podemos observar isso dentro do fluxo, onde a cada etapa há uma validação com o cliente e a equipe interna do projeto.

Ainda sobre as ferramentas que a agência usa, Camila detalhou para que serve cada uma, sendo o Asana para toda gestão de projetos, o drive para organização e o WhatsApp para comunicação, pois é por meio dele que eles criam os diversos grupos necessários para cada aprovação e alinhamentos, como exemplo, trouxe “Rap In Cena – Financeiro”, “Rap In Cena - Produção”, “Rap In Cena – Marketing”.

Em cada um dos grupos, só é incluso as pessoas relacionadas ao assunto para não gerar muitas trocas de mensagem sobre assuntos aleatório e ser mais focado no tema do grupo de fato, como no “Rap In Cena – Marketing”, só entra lá quem é do marketing do Grupo Austral, marketing do Rap In Cena e quem aprova as peças.

Quando perguntamos se ocorriam as reuniões diárias, também conhecidas como daily no Scrum, Camila respondeu que toda segunda-feira às 14h ocorre uma reunião com dois sócios, a executiva de projetos e as gerentes de projeto e na última segunda-feira do mês é uma reunião geral para apresentarem os números, projetos e o que foi feito no mês.

Podemos perceber que não ocorrem de fato as dailys da forma que no Scrum ocorre, conforme Audy (2015, p. 44) nos apresenta, a dailay é uma “reunião no mesmo local e horário, todos os dias, com a presença de todos do time” e não é o que ocorre de fato, mas há um alinhamento semanal com a equipe sobre como andam os projetos e com o mesmo intuito das dailys.

Se encaminhando ao fim da entrevista, questionamos como a Camila enxergava a aplicação dos métodos ágeis no planejamento e produção de eventos, como ela vê essa ferramenta, se para eles é eficaz, e como resposta, obtivemos resultados positivos, Camila disse “vou ser bem sincera, assim, independente de eu saber ou não os nomes, agora descobri contigo e que eu uso, a minha empresa usa, eu considero 100% eficiente”.

Ainda ao final da entrevista, Camila compartilhou que, ao ingressar no Grupo Austral, a agência contava com 40 funcionários. Contudo, devido à pandemia, enfrentaram dificuldades e precisaram demitir quase toda a equipe, dado que o setor de eventos foi gravemente afetado, sendo o primeiro a parar e o último a retomar. Nesse período, a agência reduziu sua equipe para apenas 3 funcionários, buscando estratégias para revitalizar as atividades e planejando os próximos passos para a recuperação.

A entrevistada Camila disse que “não vamos inflar a nossa empresa e vamos organizar ela conforme as demandas”. Conforme a agência se reerguia, conseguiram formar um novo time, totalizando 15 funcionários atualmente. Ela reiterou a importância do Asana para a agência, pois é nessa plataforma que o andamento dos projetos é gerenciado. O Asana é fundamental para indicar aprovações, garantir a continuidade das etapas e manter o controle sobre as tarefas concluídas, em andamento e pendentes, seguindo a dinâmica do método Kanban (Figura 5).

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho permitiu discutir as aproximações entre o planejamento de eventos e os métodos ágeis. Para isso, foi necessário esclarecer os conceitos e as perspectivas dos métodos ágeis, além de estudar o processo para planejar um evento e vislumbrar as características dos processos, visto que cada evento possui um planejamento diferente.

Com a intenção de responder “Como as agências de eventos incorporam e adaptam as técnicas de métodos ágeis em seus processos de planejamento, considerando as características específicas do setor e a diversidade de eventos que gerenciam?” e delineado três objetivos com a intenção de aprofundar essa compreensão, o segundo capítulo do trabalho, com objetivo de descrever os fundamentos dos métodos ágeis, conseguiu expor e explicar o que são, descrevendo dois dos vários métodos da área.

Através das teorias descritas nos métodos ágeis, podemos compreender melhor como funciona as ferramentas de Scrum e Kanban, assim, tendo insights para poder implementar os métodos dentro da comunicação, focando no planejamento de eventos.

A fim de responder o segundo objetivo proposto de destacar as fases envolvidas no planejamento de um evento, no terceiro capítulo do presente trabalho foi possível, através das teorias de Cesca (1997) e Giancaglia (2008), termos um comparativo de como cada uma sugere que seja feito o planejamento, a base dos passos a serem usados para montar o próprio planejamento conforme cada evento e suas necessidades específicas.

Pensando em planejamento de eventos, podemos usar o Sprint e o Kanban para que a cada etapa ocorra a validação da equipe envolvida com o contratante do evento, para assim, dar continuidade nas demais entregas, evitando retrabalhos futuros ou mudança de ideia do contratante depois de já aprovado e tudo isso exposto em um site ou quadro físico com um modelo Kanban como visto na figura 5, com três etapas simples, sendo elas a fazer, fazendo e feito.

No terceiro capítulo conseguimos perceber que mesmo a teoria de Cesca (1997) sendo de quase 30 anos já, ainda é adaptável e mais usada e que a teoria de Giancaglia (2008), que possui muitos pontos passados que já são obsoletos ou atípicos de se usar nos planejamentos atuais de eventos.

Hoje a área de eventos conta com pessoas das mais diversificadas áreas, pois como Cesca (1997) reforça que “Embora a atividade ‘organizador de eventos’ não seja prerrogativa de nenhuma profissão, é necessário observar que esse profissional deve ter uma formação que venha a facilitar sua introdução nessa função” (CESCA, 1997, p. 9), com isso, cada organizador de eventos planeja de uma forma diferente, mas baseada nos princípios de Cesca (1997) e Giancaglia (2008).

A teoria vem para nos basearmos e termos uma noção sobre o planejamento de eventos, porém, na prática se sabe que cada evento possui uma necessidade diferente, assim, tendo que ter um planejamento adaptado para cada caso. A base teórica de Cesca (1997) traz os 9 pontos primordiais para iniciar esse planejamento, sendo eles os objetivos, público(s), estratégias, recursos, implementação, fatores condicionantes, acompanhamento e controle, avaliação e orçamento previsto, no entanto ele vai muito além disso.

É necessário prever a programação do evento, os palestrantes, autoridade e convidados, hospedagem, passagens e alimentação se houver, cerimonial, montagem e desmontagem do evento, organização de equipe no dia do evento e fornecedores. O planejamento vai muito além dos 9 passos citados por Cesca (1997) e dos 22 passos citados por Giancaglia (2008), é importante avaliar cada evento e ver qual das teorias melhor se encaixa no momento e adaptar conforme as solicitações do contratante.

Já no quarto capítulo, podemos responder melhor o problema central do trabalho, através do objetivo de analisar como o Grupo Austral utiliza os métodos ágeis no planejamento de eventos. Para isso, realizamos uma pesquisa de profundidade, a entrevista qualitativa semiestruturada para responder as dúvidas que inquietavam o trabalho.

Nessa entrevista, foi possível analisar que sim, o Grupo Austral utiliza de algumas ferramentas dos métodos ágeis, mesmo que não totalmente, mas uma parte e sem a empresa saber até o momento da conversa. Se mostraram bem abertos a conhecer mais sobre o assunto e os métodos, pois o que usam hoje, uma mistura de Scrum e Kanban, ajuda muito na organização dos projetos da agência, então imagina se aplicado totalmente de fato os métodos, poderia ajudar ainda mais.

Através desse trabalho, podemos dizer que os métodos ágeis que surgiram das áreas de TI e engenharia estão cada vez mais ganhando espaços em outras

áreas, principalmente na comunicação, não apenas para eventos, mas para projetos em um todo, eles ajudam muito no quesito de organização e fluxos, para que ninguém tenha que fazer o trabalho do outro, podendo cada um focar na sua parte de fato e juntando com as demais etapas para construir o “todo” do projeto a ser entregue.

As agências de comunicação e eventos, focando na agência do Grupo Austral, já está se reinventando e adaptando os processos, tornando-os menos maçantes e burocráticos, afim de agilizar os projetos e entregar o quanto antes, dentro do prazo estabelecido e com uma entrega de valor, fazendo com que os clientes voltem a fazer novos projetos com a agência e recebendo sempre o melhor atendimento, conforme cada necessidade dentro do possível.

Diminuindo a quantidade de sistemas utilizados e pessoas para aprovações já agiliza o projeto. A ferramenta de WhatsApp para aprovações entre agência, fornecedores e cliente já gera uma maior rapidez no processo, uma vez que a maior parte da população utiliza diariamente o aplicativo para conversas rápidas e a qualquer momento. Já a ferramenta do Asana para melhor visualizar os projetos, deixa toda equipe alinhada sobre como está o andamento do projeto, que etapas faltam, o que já foi feito e o que ainda está sendo realizado para saber onde pode ajudar, a fim de concluir mais uma etapa.

Depois de passar por todos os capítulos, atingindo os objetivos propostos, pode se perceber que atualmente, há uma carência de estudos sobre a aplicação de métodos ágeis além dos campos tradicionais de engenharia e TI, destacando a necessidade de expansão para diversas áreas e ressaltando a importância e eficácia desses métodos em contextos variados. Pois há muito literatura e teoria sobre gestão de projetos e métodos ágeis, mas nenhum traz a visão além da engenharia e de empresas de TI, criadoras de software, onde nasceu os frameworks.

Já na área de eventos, carece em aporte teórico e reflexivo, não tendo muitos autores sobre eventos, planejamento e organização, porém, há vários artigos sobre o assunto, sempre com citações dos mesmos autores e bibliografias datadas, sendo interessante haver uma atualização para os dias de hoje, onde muita coisa mudou, os interesses das organizações são outros e cada vez mais está sendo investido em ativações e experiências, como podemos ver nos materiais disponibilizados pelo Grupo Austral dos trabalhos realizados em 2023.



Este estudo torna-se relevante ao considerar a ampla pesquisa bibliográfica realizada antes da elaboração do trabalho, concentrando-se especificamente na área de eventos dentro da comunicação. No entanto, seus insights e aplicações podem ser estendidos a diversas áreas da comunicação. Dessa forma, a compreensão dos conceitos mais focados em Scrum e Kanban proporciona uma visão sobre como aplicá-los nos projetos gerenciados por agências de comunicação.

## REFERÊNCIAS

- ALLEN, J. *et al.* **Organização e planejamento de eventos**. São Paulo: Atlas, 2007.
- ANDRADE, M. M. **Introdução à metodologia do trabalho científico**: elaboração de trabalhos na graduação. São Paulo, SP: Atlas, 2010.
- AUDY, Jorge. **Scrum 360**: Um guia completo e prático de agilidade. São Paulo: Casa do Código, 2015.
- BALDISSERA, Olívia. **Os 5 principais métodos ágeis que você deve usar em projetos**. Curitiba: PUCPR, 2021. Disponível em: <https://posdigital.pucpr.br/blog/metodos-ageis>. Acesso em: 28 ago. 2023.
- BARBOSA, C. **Redes sociais para eventos**: saiba quais são as melhores. [S. l.: s. n.], 2021. Disponível em: <https://blog.even3.com.br/redes-sociais-para-eventos-porque-sao-tao-importantes/>. Acesso em: 10 out. 2023.
- BECK, K. *et al.* **Manifesto for agile software development**. [S. l.: s. n.], 2001. Disponível em: <http://Agilemanifesto.org>. Acesso em: 10 out. 2023.
- CESCA, Cleusa G. Gimenes. **Organização de eventos**: manual para planejamento e execução. São Paulo: Summus, 1997.
- COUTINHO, Helen Rita Menezes. **Organização de eventos curso técnico em hospedagem**. Manaus: Ministério da Educação, 2010. Disponível em: [http://redeetec.mec.gov.br/images/stories/pdf/eixo\\_hosp\\_lazer/061112\\_org\\_eventos.pdf](http://redeetec.mec.gov.br/images/stories/pdf/eixo_hosp_lazer/061112_org_eventos.pdf). Acesso em: 18 nov. 2023.
- FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002.
- FRANCO, Eduardo Ferreira. **Um modelo de gerenciamento de projetos baseado nas metodologias ágeis de desenvolvimento de software e nos princípios da produção enxuta**. 2007. 120 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia Elétrica) – Curso de Engenharia Elétrica, Escola Politécnica, Universidade de São Paulo - USP, São Paulo, 2007. Disponível em: [https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/3/3141/tde-09012008-155823/publico/MS\\_Documento.pdf](https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/3/3141/tde-09012008-155823/publico/MS_Documento.pdf). Acesso em: 01 jun. 2023.
- GERHARDT, T. E.; SILVEIRA, D. T. Métodos de pesquisa. Porto Alegre: Universidade Aberta do Brasil – UAB/UFRGS. Editora da UFRGS, 2009. Disponível em < <http://www.ufrgs.br/cursopgdr/downloadsSerie/derad005.pdf>>
- GIACAGLIA, Maria Cecília. **Organização de Eventos**: Teoria e Prática. São Paulo: Cengage Learning, 2008.
- GIACÓNO, Cristina. **Tudo acaba em festa**. São Paulo: Página Aberta, 1993.
- GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas 2008.

HIGHSMITH, Jim. **History: the agile manifesto**. [S. l.: s. n.], 2023. Disponível em: <https://agilemanifesto.org/history.html>. Acesso em: 4 set. 2023.

KNIBERG, H.; IVARSSON, A. **Scaling agile @ spotify with tribes, squads, chapters & guilds**. [S. l.: s. n.], 2012. Disponível em: <https://blog.crisp.se/wp-content/uploads/2012/11/SpotifyScaling.pdf>. Acesso em: 13 nov. 2023.

MELO NETO, Francisco Paulo de. **Marketing de Eventos**. 5. ed. Rio de Janeiro: Sprint, 2007.

MOURA, Dionatan. **Gestão visual com o quadro de Kanban**. [S. l.: s. n.], 2023. Disponível em: <https://dionatanmoura.com/o-mantra-da-productividade/gestao-de-tarefas/gestao-visual-com-quadro-de-kanban/>. Acesso em: 13 nov. 2023.

PLANETA ATLÂNTIDA divulga as datas da edição de 2024. **GZH**, Porto Alegre, 16 out. 2023. Disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/cultura-e-lazer/musica/noticia/2023/10/planeta-atlantida-divulga-as-datas-da-edicao-de-2024-clnt3gzny006u016s2gj6xo6s.html>. Acesso em: 16 out. 2023.

PRIKLADNICKI, Rafael; WILLI, Renato; MILANI, Fabiano. **Métodos ágeis para desenvolvimento de software**. Porto Alegre: Grupo A, 2014. *E-book*. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788582602089/>. Acesso em: 27 ago. 2023.

QUEM somos. **Grupo Austral**, Porto Alegre, 2023. Disponível em: <https://www.grupoaustral.com.br/>. Acesso em: 18 out. 2023.

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

SCHWABER, K.; SUTHERLAND, J. **Guia do Scrum um guia definitivo para o Scrum: as regras do jogo**. [s. l.: s. n.], 2013. Disponível em: <https://scrumguides.org/docs/scrumguide/v1/Scrum-Guide-Portuguese-BR.pdf>. Acesso em: 18 nov. 2023.

SEBRAE. **Anuário do trabalho 2013 na micro e pequena empresa**. Brasília, DF; DIEESE, 2013. Disponível em: [https://sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Anuario%20do%20Trabalho%20Na%20Micro%20e%20Pequena%20Empresa\\_2013.pdf](https://sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Anuario%20do%20Trabalho%20Na%20Micro%20e%20Pequena%20Empresa_2013.pdf). Acesso em: 13 nov. 2023.

SUTHERLAND, J.; SUTHERLAND, J. J. **Scrum: a arte de fazer o dobro do trabalho na metade do tempo**. São Paulo: Editora Sextante, 2019.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

ZANELLA, Luiz Carlos. **Manual de organização de eventos**: planejamento e operacionalização. São Paulo: Atlas, 2012.

## APÊNDICE A – ROTEIRO DE PERGUNTAS REALIZADO NA ENTREVISTA

### **BLOCO AQUECIMENTO** (questões genéricas)

1. Qual a sua formação?
2. Quanto tempo de experiência em eventos já tem?
3. Quais experiências já teve antes do grupo austral?
4. Cargo atual na agência? Tem time? Quantos são?

### **BLOCO NIVELAMENTO** (questões sobre o tema)

1. Conhece métodos ágeis, como percebe eles?
2. Na gestão/produção de eventos, como você vê o Scrum no apoio da produção de evento?
3. Na gestão/produção de eventos, como você vê o Kanban no apoio da produção de evento?
4. Quais são as macros etapas da produção de eventos na agência?

### **BLOCO FOCADO** (questões que objetivam responder as inquietações do estudo na prática)

1. Quantos funcionários tem hoje na agência?
2. Como hoje é a organização estrutural da agência? É dividido por setores?
3. Os projetos são realizados por equipes ou cada pessoa assume um?
4. Pensando em um evento mais específico como o Rap In Cena, quantas pessoas são envolvidas no planejamento e depois na produção do evento?
5. Como vocês planejam os eventos? Qual a estratégia adotada para essa organização?
6. Como as ferramentas digitais são usadas hoje na empresa?
7. São realizadas reuniões diárias/sprints? Como funciona essa metodologia?
8. Falando em método ágil ainda, você enxerga que essas ferramentas ajudam no planejamento/produção de eventos ou ainda não é muito eficaz para essa área específica?

## APÊNDICE B – DECUPAGEM DA ENTREVISTA

### **[00:00:00.000] - Orador 1**

Eu tenho praticamente uma formação em administração, mas assim, eu sempre digo que a vida acaba ensinando bastante assim, né? Então, não tenho nenhuma formação oficialmente.

### **[00:00:14.770] - Orador 2**

Sim, mas pretende se formar logo mais, então falta um pouquinho as cadeiras.

### **[00:00:18.880] - Orador 1**

Então, no semestre que vem eu vou voltar, amém. Mas assim, vai ser uma cadeira, duas cadeiras, porque essa vida de evento é uma loucura, né?

### **[00:00:26.450] - Orador 2**

Sim, eu entendo. Eu também trabalho com eventos, né? Eu trabalho com eventos da PUC institucionais, então é uma loucura. Agora é só o TCC e o trabalho, então pelo menos é menos um problema.

### **[00:00:35.560] - Orador 1**

É, e eu já fiz TCC, né? Não sei essa função toda aí de terminar.

### **[00:00:39.810] - Orador 2**

Eu acho que o TCC é a pior parte, né, o resto era só se liberar.

### **[00:00:42.390] - Orador 1**

Todo mundo que fala isso pra mim, "Porra, tu já fez o TCC e não terminou a faculdade". Sim, não terminei, porque é que o problema é o quê? É ter que demandar ir na aula, né? O TCC tu faz em casa, tu não dorme, tu não sei o quê, às vezes eu tipo, "ah tá, hoje tem aula, mas puta, vou ter que resolver um não sei o quê, tem uma reunião até a tarde, tem um evento, mas enfim, uma hora vai.

**[00:01:03.230] - Orador 2**

Que bom, mas claro. E experiência em eventos? Tu só esteve no Grupo Austral esses cinco anos ou já teve em algum outro lugar antes?

**[00:01:10.830] - Orador 1**

Quando eu trabalhei em outras empresas, que foi na DELL, na SLC Agrícola, eu trabalhava com os eventos internos, tipo Endomarketing, festa de final de ano, sempre fui meio metida, mas eventos, eventos mesmo, não desqualificando os que eu fazia antes, é com o Grupo Austral.

**[00:01:27.740] - Orador 2**

Com o Grupo Austral, ah, legal. E aí hoje, então, como tu é sócia na empresa, o teu cargo é sócio? Tem mais alguma outra função além disso?

**[00:01:38.120] - Orador 1**

Eu sou diretora, atualmente eu exerço o cargo de diretora, a gente não tem distinção, é como se fosse uma diretoria geral, mas por exemplo, o meu sócio, o Eduardo, ele é o diretor financeiro, então todas as outras questões ficam comigo, ele cuida mais das operações externas que a gente tem, casas noturnas, estratégico, e eu cuido da agência e de todas as pessoas, enfim, acaba sendo mais uma diretoria geral mesmo, dos eventos, a gente se divide bastante de qual evento cada um vai liderar então eu considero uma diretoria geral.

**[00:02:18.980] - Orador 2**

Legal e aí tu nesse momento como diretor geral tu atuas só tu? Tu não tem uma equipe te ajudando nesse não.

**[00:02:25.410] - Orador 1**

Tenho tenho cinco pessoas se tu quiser depois eu posso desculpa cinco não, quinze daí eu contemplo a todo mundo, né? A galera que desde a Adri que trabalha com a gente cuidando do escritório até a nossa executiva de projetos. Se tu quiser depois eu posso te mandar o meu material interno de como a gente se divide, organograma, relações de cargos.

**[00:02:48.470] - Orador 2**

O que cada um faz. Ah, legal, perfeito.

**[00:02:50.660] - Orador 1**

Isso vai ser bem interessante pra tu entender como.

**[00:02:53.040] - Orador 2**

A gente funciona. Isso, pra entender como a gente organiza a gente de você. Vai não, perfeito.

**[00:02:57.250] - Orador 1**

Te mando sim.

**[00:02:58.390] - Orador 2**

Obrigada. Eu já vou.

**[00:03:00.690] - Orador 1**

Pegar aqui e já vou te mandar, que daí depois eu não esqueço. Eu tenho o PP, a apresentação interna e o fluxo de cargos. Te mandei aí.

**[00:03:16.270] - Orador 2**

O.

**[00:03:17.770] - Orador 1**

Fluxo não, o fluxo de projetos, né?

**[00:03:20.610] - Orador 2**

Sim. E sobre os métodos de usagens, né, que o foco do trabalho era isso. Você chega a conhecer os métodos de usagens, como você enxerga eles?

**[00:03:30.410] - Orador 1**

Isso tu tá me perguntando se a gente aplica alguma coisa?

**[00:03:34.280] - Orador 2**

Não, agora eu pergunto na questão de ti, assim, se tu conhece a opção de métodos de usagens, como é que funciona esse framework.

**[00:03:42.020] - Orador 1**

- Olha, talvez eu saiba, mas não saiba por esse nome, então não sei te dizer. Só por métodos de usagens eu diria não.

**[00:03:48.440] - Orador 2**



- Não, claro. Claro. Então, os métodos de usagens são alguns métodos usados na na de projetos. Temos hoje várias ferramentas que ajudam, né, como o Kanban, o Lean, Scrum, Scrum, Business to e tem vários outros, né? Tem outros que são muito mais focados na parte da TI e da engenharia, porque foi nessa área que surgiu esse método método dos Ele foi criado recentemente, agora em 2001.

**[00:04:13.210] - Orador 1**

O que a gente usa aqui pra pra nós, tu vai ver ali na na apresentação, a gente quando eu entrei na Austral, Austral, a usava Trello pra gestão de projetos, né? A gente hoje usa o Asana, que eu acho que ele é bem bem mais a gente assina ele, ele, enfim, ele é bem completo. Então ali a gente cuida, faz toda a gestão dos projetos, como também toda a gestão de pauta da criação da agência, né? Que é onde estão os nossos designers, enfim. Então ele é bem usado pra isso, a gente é bem Cricri, bem organizadinho, a gente usa bastante também pra organização interna, o drive do Google também, mas aí é muito mais pra gente conseguir, tipo, se alguém ficar doente, a gente sabe onde é que tá tudo, onde é que tu acha tudo, onde é que tudo é separadinho por cliente, por pasta. E no Asana é a mesma coisa, né? Toda vez que entra um projeto novo, a gente cria ele. A gente tem duas gestoras de projeto hoje dentro da empresa. E aí a gente tenta sempre por afinidade e complexidade, né? Porque tem uma menina que tem mais tempo, é mais velha, enfim.

**[00:05:20.180] - Orador 1**

E tem uma outra que é mais novinha, mas ela é um gênio, que é a Pietra. Mas, por exemplo, a gente vai fazer agora os 10 anos da Cucko. Não sei se tu conhece a a Cucko, que é uma balada da CB. Eles nos contrataram para fazer toda a gestão de redes sociais, criar logo, o evento em si. Si. Esse, por exemplo, é um projeto que ficou com a Nath, porque a Nath tem 31 anos e já ia na Cucko quando ela era jovem. A Pietra já não conhecia a a Cucko. Eu tento sempre destinar o projeto conforme conforme a afinidade. Porque, que nem a gente tem um projeto do do Grêmio Por que eu vou botar esse projeto para uma pessoa que é colorada? Colorada? Que daí é uma é uma coisa muito mais interna. Por sermos uma equipe pequena, eu tento fazer... Às vezes não dá certo. Às vezes eu não tenho... A pessoa não tem pauta e eu vou ter que dar dar outra pessoa. Mas eu tento sempre fazer com que todo mundo, tipo, tenha gosto e prazer de trabalhar naquele projeto.

**[00:06:13.980] - Orador 2**

Legal. Legal. Essa era uma das minhas perguntas, mas você acabou respondendo, né? Que era se os projetos tivessem sido realizados por equipe ou se tem uma pessoa específica responsável pelo projeto. Eu imagino que, claro, a gestora pietra assumiu um projeto, deve ter uma equipe ajudando ela também, mas se tem qualquer dúvida com a a que tem que resolver. Resolver.

**[00:06:31.910] - Orador 1**

Isso, ela é a gestora do projeto e aí entra quando entra a parte de produção de eventos, aí tem os nossos produtores, aí tem a parte de criação, tem a nossa área de criação, os designers, enfim. O que que acontece? É responsável por entregar o projeto. Os braços que ela vai pegar dentro da equipe, ela vai "ah, preciso de um orçamento de um brinde, preciso da arte X". Ela vai demandar, a galera vai toda trabalhar, mas ela é responsável. "Ah, não entregou o orçamento, ela tem que cobrar o pessoal ali da produção para ter a entrega", E acima das gestoras de de a gente tem a a que é a executiva de de projetos, que daí ela Sócios ela, depois quando tu abrir o organograma tu vai ver, ela tem que garantir que as gestoras também vão entregar tudo. Só que ela tem um 360 maior. Então ela sabe da parte de produção, ela sabe da parte de criação, ela sabe da parte do projeto como um todo. E aí ela demanda... "Nath, e aquela coisa X do projeto tal?" "Ah, tá, tem regras, tem um projeto, tem um projeto..." "A gente faltou, então, tipo, existe a pessoa que cuida de todo mundo também abaixo de mim, né?" "Que é a Lu."

**[00:07:36.440] - Orador 2**

"ah, legal." "Tá, e aí pensando em evento mais específico, que no caso eu teria que escolher um evento maior e detalhar o porquê, porquê, né? Que ter um motivo do porquê escolher o Grupo Austral." "A minha escolha foi porque eu acho muito legal a empresa, já tinha visto outras vezes, acompanho ela e tem vários eventos eventos legais. Como como muito em alta, consegui acompanhar mais de perto agora, né, esse.

**[00:07:58.610] - Orador 1**

Esse ano. Já sei o que tu vai falar, rap em cena.

**[00:08:01.280] - Orador 2**

Agora essa época, né, pegou bem a época certinha do do em em cena. Uma das perguntas era quantas pessoas você tem envolvidas praticamente nesse nesse evento para produção e planejamento deles?" "Você tem uma noção de quantidade de pessoas?"

**[00:08:14.700] - Orador 1**

"tu quer saber produção e planejamento?"

**[00:08:18.600] - Orador 2**

"é, ou só produção, só planejamento, porque porque em cada são etapas etapas diferentes.

**[00:08:25.270] - Orador 1**

Mais ou menos umas 45 45 pessoas.

**[00:08:30.720] - Orador 1**

Empregos diretos, não sei se essa informação é importante importante ti, no dia do evento foram 1.500 pessoas por dia e indiretamente no todo, desde o início do do evento. Início evento, quando eu falo lá atrás na concepção pós o Rap In Cena do ano passado, foram mais ou menos umas 6 mil pessoas. Pessoas.

**[00:08:55.260] - Orador 2**

Bastante pessoas envolvidas, né? É um evento enorme, é outra uma festa de 10 anos da da por exemplo, que é um evento mais específico, mas são bastante pessoas. E vocês planejam os eventos como? Você tem alguma estratégia, alguma organização adotada já, ou é o o e ali tem as etapas que vocês usam?

**[00:09:17.070] - Orador 1**

Desculpa, eu tive que responder o WhatsApp, peraí. Enquanto tu tá falando comigo já subiu 500 500 mensagens. Vamos lá. Tu pode repetir por gentileza?

**[00:09:28.560] - Orador 2**

Na questão do planejamento de eventos, né? Como é que vocês costumam planejar? Vocês têm alguma estratégia dessa organização? Por exemplo, um checklist nesse Asana? Ou cada um organiza como achar melhor... Assim, como é que.

**[00:09:40.790] - Orador 1**

A gente tem métodos, a gente tem métodos de fluxo, chegou um evento, vamos supor, a Cucko, vou te dar um exemplo. Chegou ela... A Cucko é um caso que a gente é cliente, a Cucko é nosso cliente, o Rap In Cena, a Austral é sócia. Então depende muito de como é a organização, de como é o da Austral no evento. No caso da da uma das sócias da da me chamou, disse que tinha interesse em conversar, foi indicação, ela gostava da Austral também. Eu fiz uma reunião, eu sempre... Se eu não posso participar, a Luciana participa, mas geralmente eu participo de todas essas primeiras reuniões, gente recebe a informação, coloca dentro entender se faz sentido ou não faz sentido, porque às vezes não faz sentido, hoje a a já já muito consolidada, então às vezes não vale muito a pena a gente andar em projetos muito pequenos que vão demandar muito da equipe e não vão ter um retorno, porque querendo ou não a gente precisa de retorno, né? Aí a gente fez a primeira reunião, entendeu, a gente destinou o projeto para a e aí a Nath fez, a gente faz toda apresentação comercial explicando qual é o nosso, aonde a gente quer chegar, qual é o nosso objetivo, o que a gente vai fazer e nosso planejamento de trabalho e cronograma.

**[00:10:54.250] - Orador 1**

Aí a gente gente apresenta a prova, gostou, não gostou, quer mudar isso, quer mudar aquilo, vai ser diferente, diferente, enfim. E depois de toda toda essa, ok, contrato e forma de pagamento, como a gente vai vai e aí segue o baile, o cronograma que a gente planejou, às vezes tem algumas alterações, mas sempre,

nesse caso da Cuco, com o cliente nos dando ok para para tudo, No caso do Rap In Cena, a gente tem a equipe do Rap In Cena e aí é uma troca muito muito porque o escritório deles é aqui atrás do nosso, então é bem variado, mas geralmente é assim o processo. Processo. Chega, a gente entende, conversa sobre, queremos, não queremos, destina para a gestora de projetos e aí ela começa a usar o método de trabalho dela. Dentro do Asana? Dentro do Asana a gente tem esse processo, mas, por exemplo, elas têm liberdade no seu melhor formato de trabalho, não é uma coisa.

**[00:11:50.280] - Orador 2**

Então, eu sei de comentar que cada vez que vocês fazem alguma aprovação, tudo tem passado a aprovação do cliente, então eu estou comentando, claro, porque ele é o cliente que está contratando. Então, vocês praticamente usam uma das ferramentas que vocês também estão trabalhando, que é o Scrum. E dentro do Scrum, você tem os sprints, que é, tu faz, tu entrega, a prova passa para a próxima etapa. Não fica trancando e não pega todas ao mesmo tempo também.

**[00:12:14.410] - Orador 1**

Ah, então, olha aí. Então, a gente faz e eu nem sabia.

**[00:12:16.740] - Orador 2**

Vocês fazem, vocês trabalham também. E, então, as ferramentas digitais, hoje hoje é o como tu comentou, vocês já usaram o Velo, mas hoje não usa mais.

**[00:12:29.920] - Orador 1**

Desculpa, eu acho que cortou. Além do Asana, tu quer saber outra ferramenta?

**[00:12:34.460] - Orador 2**

Não, não. Eu comentei que que vocês, comentou que hoje é o Asana que vocês usam e vocês já usaram o Trello, mas que agora não usam mais, mais, é o Asana, né?

**[00:12:42.160] - Orador 1**

Isso. O Asana pra toda gestão de projetos, aí o Drive pra organização e o WhatsApp pra comunicação. Querendo ou não, a gente sempre cria os grupos... A gente tem os grupos proprietários, tipo o grupo do escritório, o grupo de marido, o marketing, o grupo de produção, o grupo do financeiro, mas sempre que um projeto novo entra, a gente cria os grupos, tipo, "Rap In cena, produção", "Rap In cena, financeiro", "Rap In cena, marketing", "Rap In cena, Então, a gente também usa o WhatsApp para essa organização de comunicação, porque não adianta eu criar um grupo do Rap In Cena com as 500 pessoas que participam, vira uma loucurada, né? Então, quem tem que estar no grupo do financeiro? Os sócios, o nosso gerente financeiro e os gerentes de produção. Grupo de marketing, o marketing da Austral, o marketing do Rap In Cena e quem aprova. Aprova. A gente tem tem essa também. Só para ter

noção, eu tenho mais ou menos uns, com a Luciana, que é a nossa executiva de projetos, eu tenho mais de 500 grupos com ela nessa história aí de 5 anos da Austral.

**[00:13:46.700] - Orador 2**

Mas aquela informação mais importante, pai, aprovou, vocês formalizam por e-mail ou deixam só pelo WhatsApp?

**[00:13:53.030] - Orador 1**

A gente, não, recebeu aprovação, o cliente aprovou a arte X do do evento. Nos comunica comunica WhatsApp, mas a gestora aprova no no ou pede alteração no no entendeu? Ali é pra...

**[00:14:06.130] - Orador 2**

Ali é a confirmação de vocês, é ali.

**[00:14:08.670] - Orador 1**

É no no Azana, o é o que diz sim ou não pra tudo, é se tá atrasado, se não tá atrasado, enfim. E aí, mesmo que o cliente dê ok pelo WhatsApp, que é por onde a gente, dependendo do cliente ou da situação, a gente usa o e-mail, né? Mas hoje em dia esse mundo do entretenimento tá muito muito assim, mas, por exemplo, exemplo, Farropilha, que a gente tava atendendo atendendo o Bradesco, Bradesco é uma empresa que não aceita o o WhatsApp, nem conseguem acessar o WhatsApp no sistema do computador computador deles, é tudo por por e-mail. Manda as artes e-mail, a Amanda Zazarte por e-mail aprova A Natália vai lá e dá o ok ok na ou pede ajuste E aí o Azana, ele é o gestor realmente do projeto, é a ferramenta principal Mesmo que a gente use o WhatsApp pra comunicação.

**[00:14:52.680] - Orador 2**

Ah, legal E as reuniões a gente já comentou, vocês não chegam a fazer reuniões diárias? Vocês fazem o projeto, aprovam?

**[00:15:05.930] - Orador 1**

Aprovam? Para a gente apresentar os números, os projetos e o que foi feito no.

**[00:15:18.960] - Orador 2**

Ai, que que legal.

**[00:15:20.350] - Orador 1**

Então, a gente usa assim... A gente não conseguiu fazer no mês passado porque a gente estava na loucura do Rap In Cena, mas é assim que a gente trabalha. Porque daí a Luciana pega e faz todo um relatório do tipo, quais projetos a gente mais trabalhou, quantas mil horas a gente demandou isso, enfim. E toda a última segunda-feira do a gente faz uma reunião geral com toda a equipe e toda segunda

uma... Não seria porque daily é todo dia, né, mas seria uma semanal, assim, pra botar todo mundo na mesma página, o que que tá acontecendo, o que que não tá acontecendo, enfim, vai pra onde, não vai, não faz, faz, enfim...

**[00:15:55.330] - Orador 2**

Ah, pelo jeito. Bem legal. É que não funciona muito bem isso. É uma vez por semana, mas tem muito evento, a gente pula e acaba não fazendo.

**[00:16:04.000] - Orador 1**

É, gente pula às vezes também, tá? Não vou te mentir, mas pelo menos a gente...

**[00:16:06.990] - Orador 2**

Mas eu legal é essa de todo final de mês vocês conversam e comentam, é que a gente aqui na na só faz a cada três meses, por exemplo. A gente não consegue parar a nossa equipe toda. Mesmo a equipe sendo grande, a equipe não consegue parar, sempre tem um evento. Agora, por exemplo, a gente está demandando a equipe quase toda para o evento de robótica do Marista. Está usando todo o nosso centro de eventos. É muita correria. E falando em em ágeis, então ainda, só para finalizar, como é que tu enxerga que essas ferramentas ajudam vocês no planejamento, na produção dos eventos? Ou tu vê que elas não funcionam? Seria outras? Tu acha que outros métodos talvez nos ajudariam ajudariam mais do que métodos ágeis?

**[00:16:51.300] - Orador 1**

Quais são os métodos ágeis mesmo que tu me falou?

**[00:16:54.090] - Orador 2**

Tem o Lean, tem o Kanban, que é o que vocês praticamente usam, que é o Asana. Tem o Scrum, Scrum, que é que faz os sprints, as reuniões, sempre aprova tudo com o cliente antes de continuar. Tem o Business to Cover, que é aquele modelinho de sete passos.

**[00:17:11.770] - Orador 1**

Tenho que ser bem sincera, assim, independente de saber ou não saber os nomes e agora descobrir contigo que eu uso, que a minha empresa usa, eu considero 100% eficiente, A gente, a Austral mesmo, tendo 21 anos, a gente tá aí... Essa organização, inclusive, que eu te mandei os links ali, vem do ano passado pra cá, porque isso teve que ser uma coisa que a gente teve que se reinventar após a pandemia, porque quando eu entrei na Austral, a Austral tinha 40 funcionários. Então a gente acabou que teve que demitir todo mundo na pandemia, pandemia, quando viu que a coisa não ia engrenar. Como tu sabe, o entretenimento foi o primeiro a parar e o último a voltar. A gente chegou a ficar somente com três funcionários. Então a gente pensou, não vamos inflar a nossa empresa e vamos organizar ela conforme as demandas. Crescendo, a gente foi contratando, hoje a

gente com 15 funcionários no no total. Eu considero que é essencial para as informações não se se perderem. Principalmente, querendo ou não, até tu comentou do WhatsApp, ele é importante para registro de tipo, já aconteceu algumas vezes, tá, mas e aquela arte que não saiu ou aquele negócio que não foi foi feito?

**[00:18:19.600] - Orador 1**

Mas já foi dado o ok, daí tu volta lá e tá lá o ok, mas a pessoa que não deu o ok e não levou pra frente, entendeu? Então eu acho que o WhatsApp pra registro e o Asana Asana para gente ter essa organização e saber o quanto que cada um trabalha em relação a um projeto, se valeu a pena ou não valeu a pena, quanto demandou de cada cada gestor. Eu considero assim essencial, acho que a Austral tá cada vez mais crescendo nessa parte parte interna, desenvolvimento da empresa, porque enfim, mesmo tendo 20 anos aí todo mundo quer o melhor sempre, né? Então eu acho que é essencial até, depois se tu quiser me mandar o teu TCC pra eu dar uma olhada e aprender sobre os outros métodos ágeis, a gente tá sempre aí em constante aprendizado.

**[00:19:01.660] - Orador 2**

Claro. Não, manda As minhas perguntas que eu tinha eram mesmo essas. Só depois eu vou te pedir ali no no se tem como mandar, não sei se você tem algum e-mail específico do Grupo Austral, ou se eu mando ti, só fim de vocês aprovarem eu poder utilizar, mencionar o nome Grupo Austral, no caso. E se qualquer coisa, eu vou ver ele, eu vou ordenar o de vocês, se eu tiver alguma dúvida eu te mando, mas eu acho que foi tudo respondido mesmo.

**[00:19:27.670] - Orador 1**

Tá bom, ali tem qualquer dúvida tu pode me mandar. Mandar. Tu tem meu e-mail? Não, pode me Eu vou te mandar o meu e-mail ali, daí tu pode me mandar, eu te dou o ok. @gulopostra Te mandei meu e-mail, pode me mandar que eu te dou o ok. E ali tem os dois materiais principais, eu vou te mandar o portfólio também se tu quiser dar uma olhada. Porque a Austral é bem grande assim, nem a gente tem noção de quanta coisa tem.

**[00:19:57.790] - Orador 2**

É, baseando o que tinha no site, né? Mas tem.

**[00:20:02.100] - Orador 1**

Bastante, é porque assim, a gente trabalha muito também, acho que talvez isso pode ser interessante pra ti. O Grupo Austral é uma holding, né? A gente tem a agência e os eventos próprios, mas a gente também tem casas noturnas e outras coisas dentro do negócio. Mas a gente não trabalha... Trabalha... É, eu.

**[00:20:18.630] - Orador 2**

Não sabia que vocês.

**[00:20:19.660] - Orador 1**

A gente não trabalha diretamente. Toda vez que a Austral tem uma concepção de um projeto, principalmente quando ele é fixo, assim, bosque, bosque, agora que a gente acabou de comprar o Barum, não é a gente, eu, meu sócio ou a minha equipe, às vezes a gente usa a equipe sim, que vão trabalhar nisso. A gente sempre tem sócios administradores em cada negócio, que foi isso que eu até te comentei, que o Duda se envolve mais. Ele tem reuniões semanais com a galera da ele tem reuniões semanais com a galera do Bosta, ele tem reuniões semanais... Então, ele cuida das operações externas, mas dando a opinião e o conhecimento dele, mas não é a gente que gere esses negócios. Negócios. Acaba sendo que a Austral tem muitos braços. Braços. Eu acho que isso também é um jeito legal de a gente trabalhar. E uma outra coisa que é, a Austral, os sócios da Austral, que são os quatro que eu te comentei, quando a gente entra num negócio novo, a gente sempre tem que entrar junto. É tipo, "ah, vamos comprar o Barum junto com os meninos do Bosque?" Vamos, mas é a Austral. A gente tem um CNPJ, que é a E aí, se a a não entra, eu não entro sozinha, o Duda não entra sozinha, o Vini não entra sozinho, o Márcio não entra sozinho.

**[00:21:25.460] - Orador 1**

Porque a gente tem na nossa concepção que quando tu começa a ter negócios separados entre entre tu talvez comece a dar prioridade para aquele teu teu negócio. Aí tu não foca na na que é o que a gente é, entendeu? Então vamos fazer... Vamos vamos entrar? Vamos entrar." vai todo mundo ou não vai ninguém. Sempre tendo uma pessoa que vai ser o sócio-administrador que vai se reportar a gente também, obviamente, mas não é a nossa responsabilidade que a casa noturna, noturna aconteça. A gente se organiza assim também, mas isso eu acho que tem ali no material que tu vai conseguir dar uma uma Nossa.

**[00:22:00.500] - Orador 2**

Nossa, Então o dia de hoje deve ser lotado, né? Reunião toda hora.

**[00:22:05.600] - Orador 1**

Toda hora. E às vezes surge do do e aí não dá, enfim.

**[00:22:09.230] - Orador 2**

Claro. Mas eu te agradeço muito pelo tempo e disponibilidade, né? Né? Muito disponível pra mim, pra gente poder também ter esse momento. Então, muito obrigada. E eu fiz as coisas. E qual coisa eu te mando as dúvidas, se tiver mais alguma. Mas, como eu disse, acho que foi tudo respondido mesmo, da ideia que era pra ser respondida.

**[00:22:27.870] - Orador 1**



Então, até foi bem rapidinho, rapidinho, mas se tiver mais alguma dúvida, estou disponível.

**[00:22:32.160] - Orador 2**

Pode deixar, então. Muito obrigada e bom trabalho.

**[00:22:34.920] - Orador 1**

Valeu, pra ti também. Tchau, tchau.

**[00:22:36.760] - Orador 2**

Tchau.

## ANEXO A – FLUXOS E CARGOS DA AGÊNCIA GRUPO AUSTRAL



**ANEXO B – UMA APRESENTAÇÃO COMPLETA SOBRE A AGÊNCIA,  
INCLUINDO OS PILARES, CULTURA, FUNCIONAMENTO E REGRAS INTERNAS  
E UM POUCO SOBRE PROJETOS QUE ATUAM ANUALMENTE E OS QUE JÁ  
ENCERRARAM**



**ANEXO C – PORTFÓLIO DA AGÊNCIA DE 2023, TODOS PROJETOS QUE JÁ  
ENTREGARAM ATÉ O ANO DE 2023**



## ANEXO D – TERMO DE CESSÃO DE DIREITOS PARA O USO DO NOME DA AGÊNCIA GRUPO AUSTRAL



### TERMO DE CESSÃO DE DIREITOS

Eu, Camila Fernanda Frantz, brasileira, solteira, inscrito(a) no Registro Geral sob o nº 2116735751 e no CPF sob o nº 84845767015, residente e domiciliado (a) na Rua/Av. Dinarte Ribeiro, nº107, cidade de Porto Alegre, RS, cedo, total e definitivamente, por meio desta, a utilização de minha imagem e som aos Cursos de Design, Jornalismo, Produção em Audiovisual, Relações Públicas, Publicidade e Propaganda da Escola de Comunicação, Artes e Design – Famecos da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

Autorizo que estas sejam objeto de toda e qualquer forma de utilização, assim como edição, sem limitação de qualquer espécie, inclusive territorial, seja qual for a forma ou processo de transporte de sinal e suporte material utilizado para a comunicação audiovisual ao público, estes existentes ou que venham a ser criados.

Declaro que a cessão de direitos de uso de imagem e som de voz aqui ajustada tem caráter definitivo, autorizando a sua reprodução e transmissão em número indeterminado de vezes, por qualquer meio de comunicação existente e também por tempo indeterminado, bem como, a transmissão, gratuita ou onerosa, a terceiros, dos direitos aqui havidos.

A utilização de imagem e som de voz gravados em programas e chamadas, não ensejará ao cedente – signatário qualquer direito ou remuneração.

Declaro, ainda, que o faço sem qualquer onerosidade.

Porto Alegre, 20 de Novembro de 2023.

Assinatura: CAMILA FERNANDA FRANTZ:84845767015 Assinado de forma digital por  
CAMILA FERNANDA  
FRANTZ:84845767015  
Dados: 2023.11.20 10:33:35 -03'00'

**PUCRS** Campus Central  
Av. Ipiranga, 6681 – CEP 90619-900  
Porto Alegre – RS – Brasil  
Fone: (51) 3320-3569 – Fax: (51) 3320-3619  
E-mail: famecos@pucrs.br



Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul  
Pró-Reitoria de Graduação e Educação Continuada  
Av. Ipiranga, 6681 - Prédio 1 - 3º. andar  
Porto Alegre - RS - Brasil  
Fone: (51) 3320-3500 - Fax: (51) 3339-1564  
E-mail: [prograd@pucrs.br](mailto:prograd@pucrs.br)  
Site: [www.pucrs.br](http://www.pucrs.br)