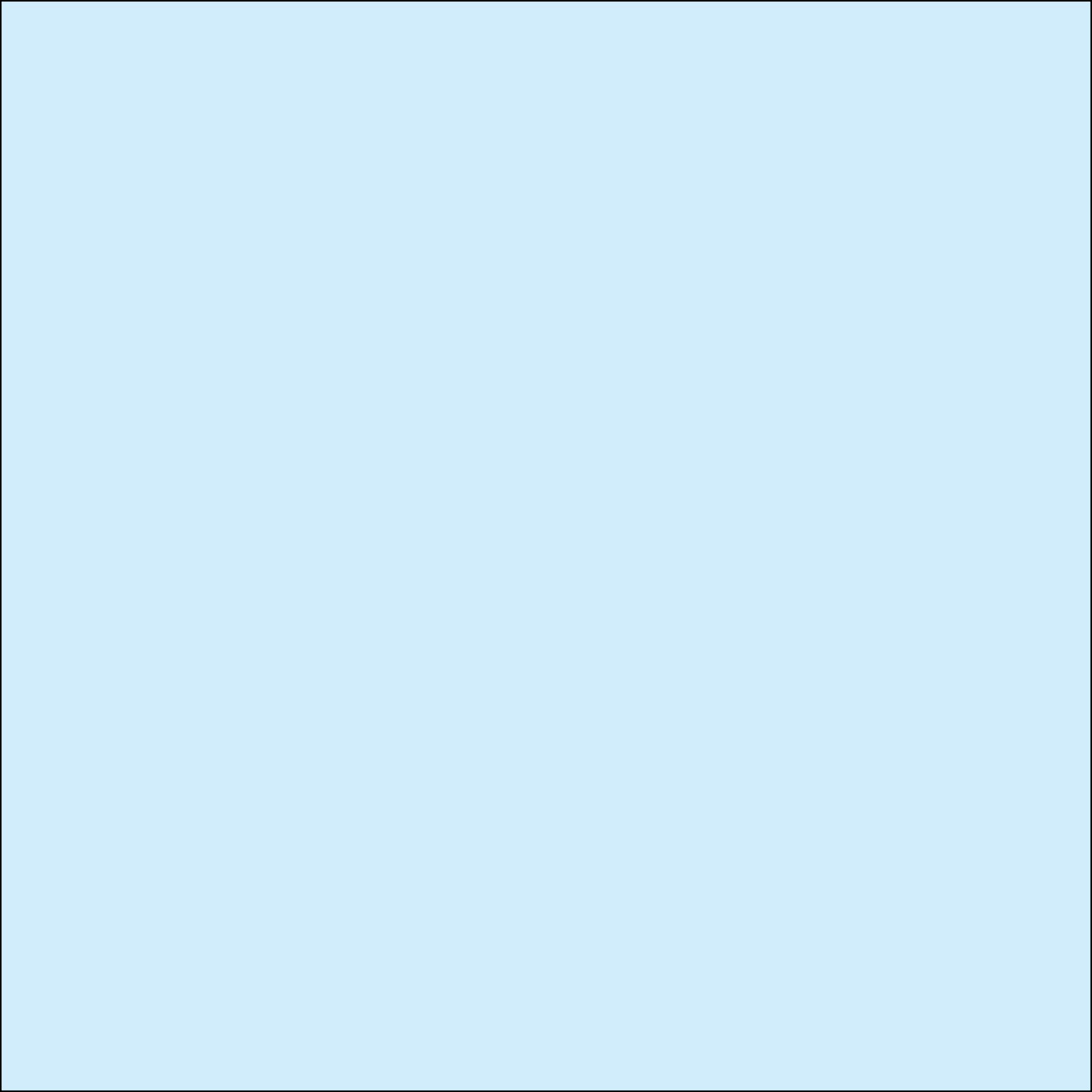


**Brunch**  
**3ª edição**





# *Manual de Eventos*

**Chefe da Secretaria de Comunicação (Secom)**

Gilceana Galerani

**Coordenadora de Comunicação Institucional (CCI)**

Heloiza Dias da Silva

**Autora**

Luzmair de Siqueira Santos

**Agradecimento pela 2ª edição**

Cristiane Peres

Débora Hanashiro

Gilda Fleury Meirelles

Henrique Vilches

Lilian Silva

Luiza Matsuo

Rosa Maria Alcebíades Ribeiro

Verena Ferreira

**Responsáveis pela Revisão de Conteúdo da 3ª edição**

Dayanna Bezerra

Luzmair de Siqueira Santos

**Grupo de Trabalho constituído para a revisão de conteúdo – Versão**

**Atualizada 2016**

Arthur da Silva Mariante

Embrapa Recursos Genéticos e Biotecnologia

Cristiane Vasconcelos Cruz

Embrapa Cerrados

Maria do Socorro Cordeiro de Moraes

Secretaria de Relações Internacionais (SRI)

Michell Costa

Departamento de Transferência de Tecnologia

Patrícia de Andrade Oliveira Sales

Departamento de Gestão de Pessoas (DGP)

Patrícia Barbosa

Embrapa Agroenergia

**Projeto Gráfico**

Bruno Imbroisi

**Ilustração**

Bruno Imbroisi / Istock

Publicação para uso interno

**EMBRAPA – Secretaria de Comunicação (Secom)**

Coordenadoria de Comunicação Institucional (CCI)

Parque Estação Biológica – PqEB, final da Av. W/3 Norte

Edifício Sede da Embrapa

2º andar, Sala 212

70770-901 Brasília DF

Fone: (61) 3448-4003

Manual de Eventos da Embrapa / Luzmair de Siqueira Santos.  
Brasília: Embrapa (Secom) 2016.

## APRESENTAÇÃO

O mundo se transforma a cada minuto. Hoje as mídias digitais nos mostram a necessidade de encaminharmos o conhecimento de maneira rápida e consistente. Diante de um contexto com tantas mudanças, a informação pode ser divulgada de várias formas e uma delas é por meio da realização de feiras e eventos nos quais a interação com a sociedade se dá fortemente.

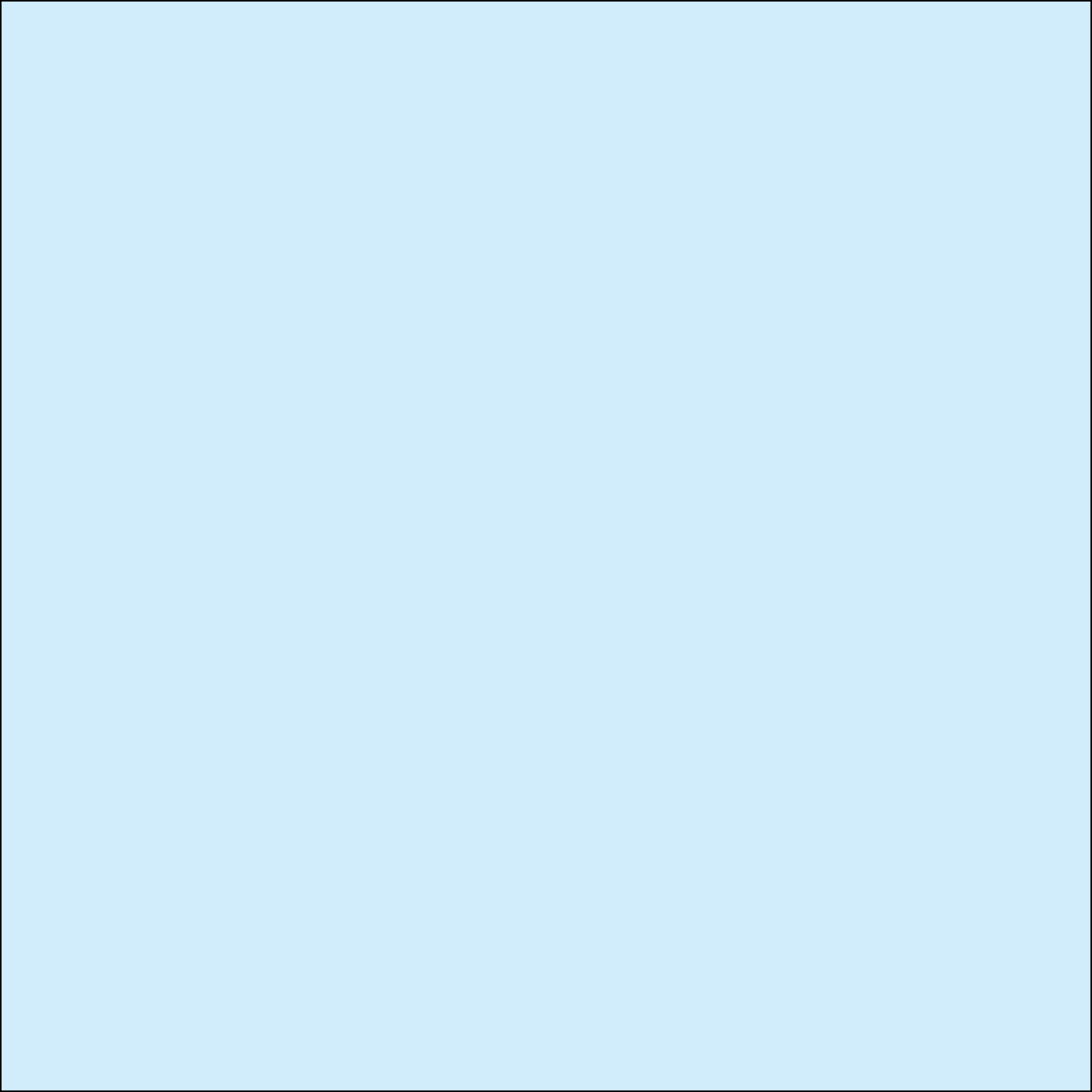
Essa interação não pode ocorrer aleatoriamente, mas sim estar aliada às questões estratégicas da Embrapa. Ela se insere na divulgação dos resultados de pesquisa e desenvolvimento, no âmbito da inovação, dos negócios, e como ferramenta importante no processo de Comunicação.

A premência dessa interação com diferentes públicos e clientes, a concretização de oportunidades de negócio, o fortalecimento da marca e da identidade organizacional, e demandas emergentes nortearam a disponibilização de uma nova edição do Manual de Eventos, e desta vez somente na versão digital. Não queremos inibir a criatividade dos empregados, mas sim oferecer um instrumento orientador para que nossa participação seja sempre estratégica e efetiva, não em quantidade, mas em qualidade.

Dê conhecimento aos seus colegas envolvidos nos eventos, ajude-nos a propagar essas valiosas informações. Leia, compartilhe, comente.

*Gilceana Galerani*

Chefe da Secretaria de Comunicação



<b>SUMÁRIO</b>		<b>2.2.2.6 INAUGURAÇÃO</b>	<b>31</b>
<b>APRESENTAÇÃO</b>	<b>05</b>	<b>2.2.2.7 LANÇAMENTO DE PRODUTOS E OUTROS</b>	<b>32</b>
<b>INTRODUÇÃO</b>	<b>13</b>	<b>2.2.2.8 MOSTRA</b>	<b>32</b>
<b>1 ATRIBUIÇÕES</b>	<b>15</b>	<b>2.2.2.9 PEDRA FUNDAMENTAL</b>	<b>33</b>
<b>1.1 DA SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO (SECOM)</b>	<b>17</b>	<b>2.2.2.10 REUNIÃO</b>	<b>34</b>
<b>1.2 DO DEPARTAMENTO DE GESTÃO DE PESSOAS (DGP)</b>	<b>17</b>	<b>2.2.2.11 SEMANA</b>	<b>34</b>
<b>1.3 DO DEPARTAMENTO DE TRANSFERÊNCIA DE TECNOLOGIA (DTT)</b>	<b>18</b>	<b>2.2.2.12 TRANSMISSÃO DE CARGOS</b>	<b>35</b>
<b>1.4 DAS UNIDADES CENTRAIS E DESCENTRALIZADAS (UCs E UDs)</b>	<b>18</b>	<b>2.2.2.13 VISITA</b>	<b>35</b>
<b>2. EVENTOS</b>	<b>21</b>	<b>2.2.2.14 VISITA OFICIAL</b>	<b>36</b>
<b>2.1 CONCEITO NO ÂMBITO DA EMBRAPA</b>	<b>23</b>	<b>2.2.3 PROMOCIONAL</b>	<b>36</b>
<b>2.2 CATEGORIA DOS EVENTOS</b>	<b>23</b>	<b>2.2.3.1 DIA DE CAMPO</b>	<b>37</b>
<b>2.2.1 CAPACITAÇÃO</b>	<b>23</b>	<b>2.2.3.2 FEIRA</b>	<b>37</b>
<b>2.2.1.1 TREINAMENTO E DESENVOLVIMENTO</b>	<b>24</b>	<b>2.2.3.3 LEILÃO</b>	<b>38</b>
<b>2.2.1.1.1 CURSO</b>	<b>24</b>	<b>2.2.3.4 RODADA DE NEGÓCIOS</b>	<b>39</b>
<b>2.2.1.1.2 ENCONTRO</b>	<b>25</b>	<b>2.2.4 SOCIAL</b>	<b>40</b>
<b>2.2.1.1.3 PALESTRA</b>	<b>25</b>	<b>2.2.4.1 ALMOÇO E JANTAR</b>	<b>40</b>
<b>2.2.1.1.4 WORKSHOP</b>	<b>26</b>	<b>2.2.4.1.1 ETIQUETA PARA SERVIÇO À FRANCESA E À INGLESA</b>	<b>40</b>
<b>2.2.2 POLÍTICO-INSTITUCIONAL</b>	<b>26</b>	<b>2.2.4.1.2 SERVIÇO BUFFET AMERICANO</b>	<b>41</b>
<b>2.2.2.1 ASSINATURAS DE ATOS, CONVÊNIOS E CONTRATOS</b>	<b>27</b>	<b>2.2.4.1.3 SERVIÇO À FRANCESA</b>	<b>41</b>
<b>2.2.2.2 DESCERRAMENTO DE RETRATOS E BUSTOS</b>	<b>27</b>	<b>2.2.4.1.4 SERVIÇO À INGLESA</b>	<b>42</b>
<b>2.2.2.3 COLETIVA DE IMPRENSA</b>	<b>28</b>	<b>2.2.4.2 BRUNCH</b>	<b>42</b>
<b>2.2.2.4 CONCURSO</b>	<b>29</b>	<b>2.2.4.3 CAFÉ DA MANHÃ</b>	<b>42</b>
<b>2.2.2.5 EXPOSIÇÃO</b>	<b>29</b>	<b>2.2.4.4 COQUETEL</b>	<b>43</b>
		<b>2.2.4.5 LANCHE “COFFEE BREAK”</b>	<b>43</b>
		<b>2.2.5 TÉCNICO-CIENTÍFICO</b>	<b>44</b>
		<b>2.2.5.1 CONFERÊNCIA</b>	<b>44</b>
		<b>2.2.5.2 CONGRESSO</b>	<b>45</b>
		<b>2.2.5.3 MESA-REDONDA</b>	<b>46</b>

2.2.5.4 PAINEL	46	3.2.3.1 APOIO LOGÍSTICO	61
2.2.5.5 SEMINÁRIO	47	3.2.3.1.1 CABINE PARA TRADUÇÃO	61
2.2.5.6 SIMPÓSIO	48	3.2.3.1.2 CABINE DE SOM E LUZ	62
		3.2.3.1.3 PLENÁRIO	62
3. ORGANIZAÇÃO DOS EVENTOS	49	3.2.3.1.4 SALA DE COMISSÕES TÉCNICAS	62
3.1 CLASSIFICAÇÃO DA ATUAÇÃO DA EMBRAPA EM EVENTOS	51	3.2.3.1.5. SALA DE IMPRENSA	62
3.1.1 APOIO/PATROCÍNIO DA EMBRAPA A EVENTOS DE TERCEIROS	51	3.2.3.1.6 SALA MÉDICA OU AMBULATÓRIO	62
3.1.2 APOIO/PATROCÍNIO DE TERCEIROS A EVENTOS DA EMBRAPA	51	3.2.3.1.7 SALA DE SEGURANÇA	63
3.1.3 CONVÊNIO	52	3.2.3.1.8 SALA VIP	63
3.1.4 ORGANIZAÇÃO	53	3.2.3.1.9 SECRETARIA DE EVENTOS	63
3.1.5 PROMOÇÃO / REALIZAÇÃO	53	3.2.4 APOIO MATERIAL	64
3.2 ETAPAS DA ORGANIZAÇÃO DE UM EVENTO	53	3.2.4.1 EQUIPAMENTOS AUDIOVISUAIS, VISUAIS, ELÉTRICOS E ELETRÔNICOS	64
3.2.1 ANÁLISE DA DEMANDA	53	3.2.4.2 MATERIAIS DIVERSOS	65
3.2.2. PLANEJAMENTO	54	3.2.4.3. MATERIAL DE SECRETARIA	65
3.2.2.1 DEFINIÇÃO DE DATA E HORÁRIO	55	3.2.5 APOIO DE PESSOAL	66
3.2.2.2 DEFINIÇÃO DA EQUIPE ORGANIZADORA	55	3.2.5.1 MESTRE DE CERIMÔNIAS	67
3.2.2.3 DEFINIÇÃO DE LOCAL	56	3.2.5.2 MANOBRISTA	67
3.2.2.4 DELIMITAÇÃO DOS OBJETIVOS	56	3.2.5.3 MAÎTRE, GARÇOM E COMIN	67
3.2.2.5 DEFINIÇÃO DA PROGRAMAÇÃO VISUAL	56	3.2.5.4 RECEPCIONISTAS	67
3.2.2.6 DEFINIÇÃO DE PÚBLICO	57	3.2.5.5 SEGURANÇA	68
3.2.2.7 ELABORAÇÃO DO CONTEÚDO TÉCNICO E PROMOCIONAL	57	3.2.5.6 SEGURANÇA CONTRA FOGO	68
3.2.2.8 ELABORAÇÃO DO ORÇAMENTO	58	3.2.5.7 SEGURANÇA DE ESTACIONAMENTO	68
3.2.2.9 ESCOLHA DA ESTRATÉGIA DE DIVULGAÇÃO	58	3.2.5.8 SEGURANÇA DO EVENTO	68
3.2.2.10 ESCOLHA DAS ESTRATÉGIAS DE ENSINO-APRENDIZAGEM	59	3.2.5.9 SEGURANÇA DE GALA	68
3.2.3 ORGANIZAÇÃO E EXECUÇÃO	60	3.2.5.10 SEGURANÇA INDIVIDUAL	68
		3.2.5.11 SEGURANÇA DE TRÂNSITO:	69
		3.2.5.12 TRADUÇÃO / INTERPRETAÇÃO	69
		3.2.6 APOIO EXTERNO	69
		3.2.6.1 AEROPORTO E PONTOS DE DESEMBARQUE	69

3.2.6.2 HOTEL	70	5 FORMAS DE TRATAMENTO	93
3.2.6.3 PROGRAMAÇÃO SOCIAL	70	5.1 TRATAMENTO VOSSA EXCELÊNCIA	95
3.2.6.4 TRANSPORTE	70	5.2 TRATAMENTO VOSSA SENHORIA	96
3.3 AVALIAÇÃO E CERTIFICAÇÃO	71	5.3 TÍTULOS DE CARGO DE CONFIANÇA	97
3.3.1 AVALIAÇÃO	71	5.4 TÍTULOS DE CARGO DE CONFIANÇA	97
3.3.2. CERTIFICAÇÃO	72	5.5 TRATAMENTOS FEMININO E MASCULINO	97
4 PROTOCOLO E CERIMONIAL	75	6 BANDEIRA E HINO NACIONAL	107
4.1 CONCEITOS E UTILIZAÇÃO	77	6.1. USO DA BANDEIRA NACIONAL	109
4.2. CONVITES	77	6.1.1 HASTEAMENTO	109
4.3 DISCURSOS E PRONUNCIAMENTOS	79	6.1.2 POSIÇÃO DA BANDEIRA NACIONAL	109
4.4 LUGARES	79	6.1.3 UTILIZAÇÃO	112
4.5 NOMINATA	80	6.2. HINO NACIONAL	113
4.6 PRECEDÊNCIA	81		
4.6.1 EMBAIXADORES	82	7 PROTOCOLO INTERNACIONAL	115
4.6.1.1 CÔNSULES	82		
4.6.2 PRECEDÊNCIA NA EMBRAPA	82	8 REFERÊNCIAS	119
4.6.3 ESTADOS E GOVERNADORES	83		
4.6.4 MINISTÉRIOS E MINISTROS DE ESTADO	87		
4.6.5 PREFEITOS	89		
4.6.6 REITORES	89		
4.2.6. SECRETÁRIOS DE ESTADO	89		
4.7 PRESENTES	89		
4.8 PROGRAMAÇÃO	89		
4.9 REPRESENTAÇÃO	90		
4.10 ROTEIRO (SCRIPT)	90		
4.11 TRAJES	90		



# *Introdução*





A Embrapa promove e participa de inúmeros eventos: feiras e exposições, congressos, seminários, reuniões, visitas, lançamentos de tecnologia, dias de campo, painéis, fóruns nacionais e internacionais, entre outros, que permitem que a Empresa divulgue seu trabalho para a sociedade, além de criar oportunidades de negócios.

A qualidade da apresentação da Embrapa, nessas ocasiões, influencia na formação e consolidação do seu conceito, perante todos os públicos aos quais está ligada direta (empregados) ou indiretamente (parceiros, fornecedores, produtores, políticos, comunidade). Além disso, a qualidade da operacionalização de todas as fases do evento influenciará na efetividade dele, ou seja, no alcance dos reais objetivos daquela ação.

Este manual é fruto da revisão de uma segunda versão, editada em 2006, e traz o estudo e amadurecimento da prática profissional na realização de eventos dentro da realidade atual da Embrapa.

O Manual de Eventos orienta a programação e participação das Unidades Centrais e Descentralizadas em eventos de qualquer natureza, definindo critérios e procedimentos básicos, bem como normas protocolares e de cerimonial que devem ser seguidas. É um dos instrumentos operacionais da Gestão de Eventos da Empresa, sendo uma das prioridades da Diretoria-Executiva. Para utilizar o Manual, os técnicos devem seguir passos bem definidos.

O primeiro é verificar as atribuições de sua Unidade no evento.

Em seguida, deve-se classificar o evento quanto à categoria e ao tipo (reunião, seminário, simpósio, feira etc.).

Após essas definições, ocorre a operacionalização do evento, dividida em quatro etapas: análise da demanda, planejamento, execução e avaliação e certificação. Cada evento possui uma especificidade que deve ser observada por meio das atividades descritas. Convém destacar que existem eventos que dispensam certos procedimentos. Assim, recomenda-se análise cuidadosa de cada atividade antes de se decidir pela necessidade de sua inclusão.



# *Atribuições*





A realização de eventos pela Embrapa poderá estar sob a coordenação da Secretaria de Comunicação (Secom), do Departamento de Gestão de Pessoas (DGP), do Departamento de Transferência de Tecnologia (DTT) ou das Unidades Centrais e Descentralizadas (UC e UD).

### 1.1 DA SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO (SECOM)

- Elaborar e divulgar, anualmente, o Calendário de Feiras e Exposições da Embrapa, aprovado pela Diretoria-Executiva;
- Organizar e acompanhar eventos coordenados pela Secom ou que tenham a sua participação;
- Informar às Unidades Centrais e Descentralizadas sobre outros eventos promovidos pela Embrapa, ou que tenham sua participação, tornando comuns dados que possam ser úteis no relacionamento com o público de interesse;
- Coordenar eventos político-institucionais, técnico-científicos (para público externo) e cerimônias públicas que tenham participação de mais de uma Unidade da Empresa ou designar uma Unidade Central ou Descentralizada para coordenar os eventos;
- Promover, em conjunto com as Unidades Centrais e Descentralizadas, a infra-estrutura necessária para participação da Embrapa em eventos, sob sua responsabilidade, que tenham a presença de várias Unidades;
- Orientar as Unidades Centrais e Descentralizadas quanto às providências ou procedimentos a serem

seguidos em eventos que tenham participação de autoridades e personalidades de expressão;

- Zelar pelo uso adequado da marca Embrapa, conforme preconiza o Manual da Marca Embrapa (MME);
- Orientar os profissionais que trabalham com eventos nas Unidades Centrais e Descentralizadas;
- Avaliar os eventos realizados sob a responsabilidade da Secom, a fim de aprimorar as próximas atividades;
- Orientar as Unidades Centrais e Descentralizadas a registrar os eventos em sistema de eventos vigente na Embrapa;
- Em feiras e exposições coordenadas pela Secom, emitir declaração de participação mediante o recebimento de relatórios enviados pelas Unidades participantes;
- Convidar autoridades do primeiro escalão (deputados federais, senadores, governadores, ministros e presidente da República) para todo e qualquer evento.

### 1.2 DO DEPARTAMENTO DE GESTÃO DE PESSOAS (DGP)

- Orientar as Unidades Centrais e Descentralizadas quanto a realização da Identificação de Necessidades de Capacitação (INC) de empregados;
- Organizar e apoiar eventos de capacitação corporativa de empregados, preferencialmente utilizando-se o Sistema de Gestão de Eventos vigente;
- Organizar e apoiar eventos de capacitação coletiva de

- empregados e da área de Bem-estar promovidos pelas Unidades Centrais, preferencialmente utilizando-se o Sistema de Gestão de Eventos vigente;
- Avaliar todos os eventos organizados ou apoiados pelo DGP nas Unidades Centrais;
  - Avaliar o pedido e solicitar a contratação, quando for o caso, de capacitação individual de empregados das Unidades Centrais, preferencialmente utilizando-se o Sistema de Gestão de Eventos vigente;
  - Orientar os profissionais que trabalham com capacitação de empregados e eventos da área de Bem-estar das Unidades Descentralizadas;
  - Registrar e fazer a gestão dos eventos em Sistema de Gestão de Eventos vigente na Embrapa;
  - Orientar as Unidades Descentralizadas a registrar os eventos de capacitação de empregados e de Clima Organizacional e Qualidade de Vida no Trabalho (QVT) em Sistemas de Gestão de Eventos vigente na Embrapa;
  - Orientar as Unidades Centrais e Descentralizadas a avaliar eventos de capacitação de empregados e de Clima Organizacional e Qualidade de Vida no Trabalho (QVT);
  - Conceder orientação e suporte às Unidades Centrais e Descentralizadas no desenvolvimento de eventos de capacitação para empregados que utilizem a plataforma de educação a distância;
  - Elaborar, no máximo até 30 dias após o término do evento de capacitação para empregados da Embrapa sob responsabilidade do DGP, o relatório de avaliação;

- Emitir e entregar aos empregados participantes de capacitação e de demais eventos da área de Bem-estar sob coordenação do DGP, no máximo até 30 dias após o evento, certificado de participação, seguindo os critérios adotados pela Embrapa.

### 1.3 DO DEPARTAMENTO DE TRANSFERÊNCIA DE TECNOLOGIA (DTT)

- Articular/promover, eem conjunto com as Unidades Centrais e Descentralizadas, eventos voltados à prospecção de demandas, promoção das soluções tecnológicas, intercâmbio de conhecimentos e capacitação dos públicos externos de interesse da Embrapa;
- Articular e apoiar as Unidades Centrais e Descentralizadas na instalação e manutenção das áreas de dinâmica (vitrine de tecnologias) que estarão presentes nas feiras e exposições previstas no calendário institucional;
- Orientar e dar suporte às Unidades Centrais e Descentralizadas no desenvolvimento de eventos de capacitação para público externo que utilizem a plataforma de educação a distância;
- Organizar e acompanhar os eventos coordenados pelo DTT ou que tenham a sua participação;
- Avaliar eventos realizados sob a responsabilidade do DTT, a fim de aprimorar as próximas atividades.

## 1.4 DAS UNIDADES CENTRAIS E DESCENTRALIZADAS (UCs E UDs)

- Organizar e acompanhar os eventos sob sua coordenação, providenciando recursos materiais, humanos e financeiros para a adequada realização do evento, preferencialmente utilizando-se do Sistema de Gestão de Eventos vigente;
- Informar à Secom a previsão de realização ou participação em eventos, com exceção de capacitação de empregados, solicitando, sempre que necessário, informações e, eventualmente, recursos humanos e/ou materiais;
- Antes de a Unidade aceitar sediar ou assumir a realização do evento de grande porte (ver item 2.1. CONCEITO NO ÂMBITO DA EMBRAPA), deve consultar e/ou informar à Secom a sua realização, pois poderá precisar do apoio da Secretaria. Para estabelecer uma parceria com a Secom, a interação se dará do planejamento à emissão do relatório final
- Em feiras e exposições coordenadas pela Unidade, emitir declaração de participação mediante o recebimento de relatórios enviados pelas Unidades participantes;
- Elaborar, no máximo até 30 dias após o término do evento de capacitação para empregados da Embrapa (sob a coordenação da Unidade), o relatório de avaliação;
- Emitir e entregar aos empregados participantes de capacitação (sob a coordenação da Unidade, no máximo até 30 dias após o término), certificado de participação, seguindo os critérios adotados pela Embrapa para certificação;
- Designar profissionais treinados e preparados para a organização de eventos, garantindo sua qualidade;
- Informar ao DGP, quando solicitado, sobre os eventos de capacitação de empregados realizados na Unidade;
- Comunicar à Secom a necessidade de convidar autoridades do primeiro escalão (deputados federais, senadores, governadores, ministros e Presidente da República) e Diretoria-Executiva em eventos promovidos pela Unidade;
- Priorizar eventos que possam ser realizados em parceria, potencializando recursos financeiros e valorizando o trabalho em conjunto;
- Zelar pelo uso adequado da marca Embrapa, conforme preconiza o Manual da Marca Embrapa (MME);
- Manter os empregados da Unidade informados sobre os eventos promovidos pela própria Unidade ou que tenham sua participação;
- Registrar e fazer a gestão dos eventos em Sistema de Gestão de Eventos vigente na Embrapa;
- Definir um coordenador para organizar o evento programado pela Unidade;
- Avaliar todos os eventos realizados a fim de aprimorar as próximas atividades.
- Definir um coordenador para organizar o evento programado pela Unidade.



# Eventos





## 2.1 CONCEITO DE EVENTOS NO ÂMBITO DA EMBRAPA

Caracteriza-se como evento um conjunto de atividades, previamente planejadas, com o objetivo de projetar técnica e institucionalmente a Empresa e de promover a capacitação, a aproximação e a integração com seus públicos.

Não existe legislação que determine o descritivo e a dimensão de um evento, seja nacional, seja internacional. O que há são normas ou regras que seguimos para a otimização do evento. No mundo diplomático, o idioma oficial é sempre o idioma-mãe, para nós, brasileiros, o português, baseado no princípio da soberania nacional, que tem como base IDIOMA, MOEDA e SÍMBOLOS NACIONAIS.

Assim, partimos desse princípio para organização de nossos eventos. No Brasil fala-se o português e assim também os fôlderes devem ser escritos em português e as palestras proferidas também em língua portuguesa. Com estrangeiros, é preciso usar o recurso da tradução simultânea.

Para um evento ser classificado como internacional, é preciso a presença de entre 35 e 40 % de participantes estrangeiros. O mesmo princípio se aplica a palestrantes: entre 35 e 40%. Mas essa é uma técnica de organização de evento e não lei.

Em virtude disso, foi elaborado este Manual de Eventos que classifica e define essas ações e seus públicos específicos, de acordo com a literatura atual, resultado de discussão de grupos específicos da área e da realidade na Embrapa. Quanto à dimensão, a Embrapa considera:

Quanto à dimensão, a Embrapa considera:

- Até 100 participantes - evento de pequeno porte
- De 101 até 500 participantes - evento de médio porte
- Acima de 500 participantes - evento de grande porte

Antes de definir o evento que a Unidade utilizará, sugere-se uma análise de todos os eventos constantes neste Manual.

### Observação:

- Instituições estrangeiras são aquelas que pertencem a um determinado país (Agricultural Research Service - ARS, dos Estados Unidos).
- Instituições internacionais são aquelas que não pertencem apenas a um país e podem ter atuação regional (Instituto Interamericano de Cooperação para a Agricultura - IICA) ou mundial (Food and Agricultural Organization of the United Nations - FAO).

## 2.2 CATEGORIA DOS EVENTOS

Como empresa pública comprometida com a busca de soluções para o agronegócio brasileiro e em benefício da sociedade, a Embrapa promove, organiza e participa de diversos eventos.

Os eventos que a Embrapa promove, organiza e participa são classificados nas seguintes categorias: capacitação; político-institucional; promocional e social.

### 2.2.1 CAPACITAÇÃO

eventos de aprendizagem induzida que resultam no aprimoramento e desenvolvimento de competências de

seus empregados e/ou convidados, visando a melhoria do desempenho profissional.

### 2.2.1.1 TREINAMENTO E DESENVOLVIMENTO

Ações estruturadas de capacitação para o público interno e externo, baseadas em tecnologia instrucional e demandas previamente identificadas, com a finalidade de aprimoramento e desenvolvimento de competências, visando:

- Suprir lacunas de desempenho de empregados;
- Preparar empregados para novas funções;
- Superar problemas do segmento produtivo;
- Disseminar novas tecnologias geradas pela Embrapa, entre outros.

#### 2.2.1.1.1 CURSO

**Definição** Evento realizado de forma presencial, mista ou a distância estruturado a partir de objetivos de aprendizagem (objetivos instrucionais), que embasaram a definição de seus conteúdos, carga-horária e metodologias de ensino. Estas devem levar em consideração também as condições de aprendizagem dos participantes.

**Objetivo** Desenvolver ou aprimorar competências dos participantes no planejamento, organização e execução de atividades específicas, por meio do compartilhamento

e intercâmbio de conteúdos.

**Duração** No mínimo quatro horas e no máximo 360 horas.

**Público-alvo** Interno e/ou externo.

#### Regras

- Identificar demandas.
- Levantar o perfil dos participantes selecionados.
- Contatar instrutor ou conteudista interno ou externo que atenda às necessidades:
  - Formação;
  - Experiência profissional;
  - Habilidade didática.
- Fornecer *briefing* para instrutor ou conteudista.
- Quando necessário, programar reunião de alinhamento sobre a demanda com informações sobre a Empresa com instrutor ou conteudista.
- Definir plano de ensino:
  - Conteúdo programático e metodologia;
  - Carga horária;
  - Investimento;
  - Relação custo-benefício entre os cursos abertos e *in company*.
- Gravações e filmagens somente com autorização do(s) instrutor(es).
- Avaliação o curso com os participantes.
- Emissão de certificado de participação e declaração para instrutor.

- Cursos na modalidade a distância deverão atender as diretrizes e procedimentos estabelecidos no documento orientador de Uso da Plataforma de Ensino a Distância.

**Obs.:** Para a realização do curso será necessária a adoção de providências logísticas e operacionais.

#### 2.2.1.1.2 ENCONTRO

**Definição** Ato de reunir pessoas, de âmbito interno, de uma mesma categoria profissional para atualização e troca de experiências bem como para orientação de novas diretrizes desenvolvidas pela Empresa.

**Objetivo** Informar, analisar, debater e estabelecer linguagem única sobre temas específicos.

**Duração** No mínimo quatro horas e no máximo 40 horas.

**Público-alvo** Empregados de uma mesma categoria profissional e colaboradores.

##### Regras

- Comporta outros tipos de eventos como workshops, palestras, mesa-redonda e cursos.
- Definir a abrangência: regional e nacional.
- Definir e contratar os serviços para a realização do evento: local, hospedagem, equipamentos, alimentação, transporte, tradução simultânea e material a ser distribuído aos participantes.
- Avaliação do evento pelos participantes.

- Emissão de certificado de participação e declaração para instrutor.

#### 2.2.1.1.3 PALESTRA

**Definição** Apresentação de um tema, por um especialista, a um grupo de pessoas com interesses comuns que pode ser presencial ou a distância.

**Objetivo** Provocar reflexões, informar e atualizar o público sobre um determinado assunto.

**Duração** Em torno de uma hora, sendo cerca de 45 minutos para a apresentação e 15 minutos para perguntas e respostas.

**Público-alvo** Interno e/ou externo, dependendo do tema escolhido.

##### Regras

- A palestra pode ser proferida por especialista da própria Empresa ou convidado.
- A presença de um moderador para apresentação do palestrante, a triagem de perguntas e a medição de tempo, são aconselhadas.
- Perguntas podem ser feitas diretamente pelos participantes, ou por escrito, com o questionador identificando-se.
- Fotos, gravações e filmagens somente com a concordância do palestrante.
- O palestrante poderá operar os equipamentos ou

utilizar-se dos serviços de um operador técnico.

- A palestra poderá ser um evento isolado ou estar inserida em um evento maior, como por exemplo um seminário.
- Emissão de certificado de participação (palestra mínimo duas horas) e declaração para palestrante.
- A decisão sobre a necessidade de uma avaliação da palestra pelos participantes fica a critério da Unidade.

**Obs.:** Na realização da palestra, será necessária a adoção de providências logísticas e operacionais

#### 2.2.1.1.4 WORKSHOP

**Definição** Oficina de trabalho que utiliza estratégias que promovam a aplicação prática dos conteúdos. O workshop deve-se constituir, basicamente, de uma ou mais palestras e será dividido em duas partes: teórica e prática. A primeira é a exposição teórica sobre o tema proposto, e a segunda é a prática, na qual os participantes discutem e realizam atividades visando ao seu aperfeiçoamento.

**Objetivo** Aprofundar conhecimentos e habilidades sobre um determinado assunto aliando a teoria com a prática.

**Duração** No mínimo quatro horas e no máximo 40 horas.

**Público-alvo** Interno ou externo.

#### Regras

- Os profissionais que conduzirão o workshop deverão ter competência técnica reconhecida e habilidade para moderar/mediar e interagir com os participantes.
- Parte teórica segue o mesmo planejamento indicado para o curso.
- Infraestrutura, material e equipamentos para utilização na parte prática devem ser escolhidos de acordo com as estratégias propostas.
- Em workshops com grande número de participantes, recomenda-se a divisão em subgrupos para a parte prática.
- Avaliação do workshop pelos participantes.
- Emissão de certificado de participação e declaração para palestrante.

**Obs.:** Na realização do workshop, será necessária a adoção de providências logísticas e operacionais

#### 2.2.2 POLÍTICO-INSTITUCIONAL

Eventos político-institucionais são os pilares da comunicação estratégica para prestar contas à sociedade sobre as ações da Empresa, atuar em cooperação mútua e permanente com seus públicos, ampliar e manter o conceito de que desfruta e criar oportunidades para a obtenção de espaço na mídia, transformando-a numa aliada indispensável.

### 2.2.2.1 ASSINATURAS DE ATOS, CONVÊNIOS E CONTRATOS

**Definição** Sessão solene que envolve a assinatura oficial de acordos entre partes.

**Objetivo** Estabelecer e fortalecer parcerias.

**Duração** No máximo uma hora.

**Público-alvo** Governo, produtores, iniciativa privada e instituições estrangeiras e internacionais.

#### Regras

- Quando da assinatura de convênios, contratos e outros atos nas Unidades Centrais e Descentralizadas, estas devem comunicar previamente à Diretoria-Executiva, bem como enviar uma cópia do(s) documento(s) a ser(em) assinado(s) à Assessoria Jurídica para aprovação. A cerimônia nesses eventos deverá obedecer à seguinte ordem:
  - Composição da mesa diretora.
  - Leitura, pelo mestre de cerimônias, do objeto do ato a ser assinado.
  - Assinaturas dos signatários.
  - Pronunciamento das autoridades principais em ordem crescente de precedência (do menor ao maior).
  - Encerramento, feito pela principal autoridade presente ao ato.
- Com a presença de autoridades governamentais de

primeiro escalão, o cerimonial passa a ser de responsabilidade da Secom, com apoio da Unidade Central ou Descentralizada.

### 2.2.2.2 DESCERRAMENTO DE RETRATOS E BUSTOS

**Definição** Sessão solene que envolve a apresentação oficial de retratos e bustos de autoridades a um público-alvo.

**Objetivo** Registrar a história e vida dessa autoridade junto à Embrapa.

**Duração** No máximo uma hora.

**Público-alvo** Governo, imprensa, diretoria da Embrapa, empregados e familiares da pessoa homenageada.

#### Regras

- Este tipo de evento deve ser comunicado à Diretoria-Executiva e à Secom, com justificativa do tipo de evento e currículo de quem terá o seu retrato ou busto descerrado.
- O evento segue as etapas:
  - Retratos e bustos devem ser cobertos por um pano inaugural, fixado na parte superior por fita dupla face.
  - Recomenda-se o uso de cetim nas cores verde ou azul; por lei, a Bandeira Nacional jamais poderá ser utilizada como cobertura de placa ou retrato.
  - O descerramento sempre será realizado pela

autoridade máxima presente ao evento, ficando a seu critério convidar familiares da pessoa homenageada e autoridades, que deverão estar postados a seu lado para fazê-lo conjuntamente.

- Em solenidades diurnas e ao ar livre, o cordão de descerramento deverá estar no lado oposto à posição do sol com a finalidade de facilitar o registro de fotografias.

### 2.2.2.3 COLETIVA DE IMPRENSA

**Definição** Convocação dos profissionais da imprensa para apresentação de fato relevante ou de interesse público com repercussão na mídia, seguida de questionamentos por parte da imprensa.

**Objetivo** Comunicar fato inédito de forma transparente e objetiva.

**Duração** No máximo uma hora, considerando-se a comunicação do entrevistado e o questionamento dos entrevistadores.

**Público-alvo** Os meios de comunicação, representados por editores, repórteres setoriais e produtores de rádio e TV.

#### Regras

- A coletiva de imprensa é um instrumento estratégico que não deve ser banalizada. A sua convocação deverá ser analisada levando em consideração a real relevância e interesse do que se tem a divulgar.
- A sua realização deverá ser decidida pela Chefia da Unidade com a anuência da Secom.

- O planejamento de uma coletiva é complexo, com três fases distintas:
  - A primeira fase, a **preparação**, é a que requer maior risco e responsabilidade:
    - O que divulgar;
    - Levantamento das informações e dados disponíveis;
    - Seleção dos meios e veículos;
    - Quando divulgar.
    - Definição do local da coletiva e equipamentos necessários.
    - Preparação do *press kit* (fotos, gráficos, vídeos, relação de fontes da Empresa).
    - O material apresentado deve ser eletrônico e impresso.
    - Preparação do entrevistado.
    - Convocação.
  - A segunda fase, a própria coletiva (**realização**), é a parte operacional do evento:
    - A coletiva será conduzida por um jornalista da Secom ou um jornalista da Unidade indicado pela Secretaria. Ele fará a apresentação do entrevistado e a condução das perguntas e respostas.
    - As perguntas poderão ser formalizadas de forma escrita ou oral; mediante inscrição.
    - O entrevistado deverá estar devidamente preparado para apresentar e responder as perguntas com objetividade e clareza, mantendo o foco do assunto. Deve ter conhecimento técnico e profundo sobre o assunto, inclusive apresentando habilidade para enfrentar situações

constrangedoras e polêmicas.

- Última fase, **avaliação**, é o *day after* no qual a equipe de comunicação fará o levantamento da repercussão da coletiva nos veículos de comunicação, incluindo redes sociais, por meio de serviços de clipping terceirizado e/ou realizado pelos próprios profissionais da Secom ou da Unidade.

#### 2.2.3.4 CONCURSO

**Definição** Caracteriza-se por ser uma modalidade de licitação entre quaisquer interessados para escolha de trabalho técnico, científico ou artístico, mediante a instituição de prêmios ou remuneração aos vencedores, conforme critérios constantes de edital publicado na imprensa oficial com antecedência mínima de 45 dias, não havendo a necessidade de publicação no jornal. Nesta modalidade de evento, é imprescindível que, além do edital, também haja o regulamento próprio para detalhar as qualificações dos participantes, definição da comissão de julgamento e forma de apresentação do trabalho (Lei 8.666, artigo 22, inciso 4º).

**Objetivo** Integrar, desenvolver a criatividade e estimular um clima participativo na Empresa.

**Duração** Predeterminado.

**Público-alvo** Direcionado para o público interno e externo.

#### Regras

- O regulamento deve conter:
  - Tema e objetivo;
  - Público-alvo;
  - Registro em órgão competente (se necessário);
  - Data de início e de término;
  - Área de abrangência;
  - Critérios de participação e julgamento;
  - Proibições e sanções;
  - Definição de júri, que deve ser soberano e isento quanto à relação com os participantes;
  - Premiação.
- Pode abranger uma série de temas, como: fotografias, slogans, reportagens, monografias, símbolos, dentre outros.
- Os resultados devem ser amplamente divulgados, demonstrando transparência no processo.

#### 2.2.2.5 EXPOSIÇÃO

**Definição** Evento demonstrativo por meio do qual a Empresa apresenta os resultados de seu trabalho ao público. Pode ser agropecuária, industrial, de informática, entre outros.

**Objetivo** Projetar técnica e institucionalmente a Empresa, criando oportunidades de negócios e troca de informações.

**Duração** Em média entre cinco e nove dias.

**Público-alvo** Comunidade em geral e pessoas ligadas ao tema principal do evento.

## Regras

O planejamento deve incluir as seguintes etapas:

### • Divulgação:

- convites para autoridades, lideranças e públicos estratégicos da Embrapa.
- Os empregados das Unidades participantes devem ser previamente informados sobre a presença da Embrapa nos eventos, por meio dos canais de comunicação interna.
- Peças de divulgação (fôlderes, folhetos, releases) distribuídas nos estandes devem ser produzidas para a ocasião, sendo recentes e atrativas.
- Produtos expostos no mostruário, devem ser de qualidade, estar em perfeito estado de conservação e com identificação padronizada, seguindo o Manual da Marca Embrapa (MME).
- Produtos para degustação têm que estar em perfeito estado de conservação, com identificação de composição, de preferência, embalados individualmente.

### • Programação visual:

- a participação da Empresa com estandes deve ser acompanhada de painéis fotográficos, apresentando e/ou complementando informações sobre as tecnologias expostas in loco, elaborados de acordo com as orientações da Secom.

- O estande deve ter uma identificação externa (testeira), onde deve constar a assinatura da Embrapa, seguida pelas assinaturas do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento e Governo Federal. Quando a organização do espaço for de responsabilidade do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, somente este assinará a testeira. Nesse caso, as assinaturas da Embrapa e da(s) Unidade(s) participante(s) deverão ser exibidas em painel interno do estande
- a Empresa deve apresentar-se de maneira uniforme. Deve sempre haver uniformidade no discurso, na ação, no atendimento e na atuação, especialmente quando mais de uma Unidade Descentralizada estiver participando. Os empregados participantes devem usar peças (crachás, bonés, camisetas) que facilitem a sua identificação.
- A infraestrutura deve ser adequada ao tipo do evento: estandes, painéis, salas especiais (VIP, imprensa), linha telefônica, equipamentos audiovisuais, computador com internet e impressora etc.
- Material exposto a ser degustado ou a ser distribuído deve estar de acordo com a expectativa do número de visitantes.
- Recepcionistas e técnicos treinados e aptos a fornecer informações devem manter postura empresarial adequada.
- As Chefias das Unidades Descentralizadas participantes devem comparecer ou estarem representadas na abertura do evento.
- Caso, na abertura, esteja confirmada a presença de autoridades – ministro, governador e Presidente da

República – ou de diretores da Embrapa, chefes-gerais que não puderem estar presentes não poderão enviar representantes.

### 2.2.2.6 INAUGURAÇÃO

**Definição** Evento caracterizado pela apresentação de novas instalações da Empresa a um público de interesse.

**Objetivo** Divulgar institucionalmente a Empresa.

**Duração** No máximo quatro horas.

**Público-alvo** Autoridades, imprensa, empregados e demais convidados.

#### Regras

O planejamento deve seguir os seguintes itens:

- Divulgação ampla junto aos meios de comunicação.
- Convites ao público de interesse.
- Definição e balizamento da área a ser visitada após o ato de inauguração, com definição do trajeto.
- Definição de toda infraestrutura necessária: sanitários normais e químicos, salas especiais (VIP, imprensa), estacionamento, local para coquetel, almoço ou jantar, local para um evento paralelo – exposição, apresentação de audiovisual etc.
- Material informativo sobre o que está sendo inaugurado.
- Placa inaugural – a ser confeccionada conforme orientação no Manual da Marca Embrapa (MME). A placa deve ser chumbada na parede, em local de

circulação e de fácil visualização. Será coberta por um pano inaugural, em estilo de cortina, nas cores da Empresa, preso na placa ou na parede por fita adesiva dupla face.

- Fita inaugural (opcional) – com seis centímetros de largura, nas cores da Empresa, presa nas duas extremidades, no acesso ao que se vai inaugurar. Pode ser cortada ou desençada – o mais usual é o desenlace, e para isso a fita será dividida em duas partes iguais, presas nas extremidades e, no centro, deve ser feito um laço com as pontas pendentes. Recomenda-se que do lado interior à fita permaneçam somente os fotógrafos, cinegrafistas e pessoal de apoio – recepcionistas, mestre de cerimônias e operadores de som e de luz.
- O desenlace da fita inaugural e/ou descerramento da placa serão feitos pelo anfitrião da Embrapa e autoridades convidadas.
- Os discursos devem ser em ordem hierárquica crescente – **do menor ao maior** –, iniciando-se por uma explicação técnica sobre a obra.
- Visita às instalações;
- Coquetel, almoço ou jantar – se houver.
- Música ambiente ou apresentações culturais – se houver.
- A denominação de logradouros, obras e serviços e monumentos públicos encontra regulamentação na Lei Federal nº 6.454, de 24/10/77, que entre outras providências, dispõe sobre a proibição, em todo o território nacional, de que seja atribuído nome de pessoa viva a bem público, de qualquer natureza, pertencente à União ou às pessoas

jurídicas da Administração Indireta. É igualmente vedada a inscrição dos nomes de autoridades ou administradores em placas indicadoras de obras ou em veículo de propriedade ou a serviço da Administração Pública direta ou indireta.

### 2.2.2.7 LANÇAMENTO DE PRODUTOS E OUTROS

**Definição** O lançamento de um produto e apresentação de processos e/ou serviços necessita estar apoiado em outro evento como feira, exposição, dia de campo, entre outros. A apresentação e o lançamento de novos produtos, serviços e tecnologias que tragam efetiva contribuição aos diferentes setores da sociedade constitui-se em oportunidade para a Empresa mostrar os resultados alcançados.

**Objetivo** Divulgar produtos, processos e/ou serviços.

**Duração** No máximo quatro horas.

**Público-alvo** Autoridades, imprensa, empregados e demais convidados.

#### Regras

- Os eventos deverão ser previamente comunicados ao Departamento de Transferência de Tecnologia (DTT) e à Secom.
- Obrigatoriamente, os lançamentos deverão estar

registrados no Sistema de Gestão de Soluções Tecnológicas (Gestec), atender aos critérios do processo corporativo de qualificação das soluções tecnológicas e estar acompanhados de estratégias de comunicação para a sua divulgação.

- Preferencialmente, os lançamentos deverão acontecer quando da participação da Embrapa em feiras e exposições – observando-se o planejamento destes tipos de eventos.
- Podem ser acompanhados por um *kit* de demonstração.
- O responsável pela tecnologia deverá estar presente no local para prestar informações técnicas a respeito do produto.
- No caso de obra literária, o(s) autor(es) deve(m) estar presente(s) para a Sessão de Autógrafos.

### 2.2.2.8 MOSTRA

**Definição** Evento demonstrativo que apresenta a história, filosofia e/ou resultados da Empresa, por meio de vídeos, painéis fotográficos ou documentos. Os produtos só devem fazer parte da Mostra quando contribuírem para a apresentação do tema em questão. As Mostras podem também ser itinerantes.

**Objetivo** Divulgar institucionalmente a Empresa.

**Duração** Em média cinco dias. Quando itinerante, terá a duração de acordo com a dinâmica do local escolhido.

**Público-alvo** Comunidade em geral, imprensa, pessoas ligadas ao tema e empregados.

### Regras

O planejamento deve seguir os itens:

- Escolha criteriosa dos documentos e produtos que melhor retratem a história, filosofia e/ou resultados da Empresa.
- Infraestrutura adequada para a demonstração com visualização e sem danificar os produtos expostos: vitrines, painéis, climatização, segurança etc.
- Material informativo sobre a Empresa para ser distribuído aos visitantes.
- Recepcionistas e técnicos treinados e aptos a fornecer as informações necessárias.

#### 2.2.2.9 PEDRA FUNDAMENTAL

**Definição** Registra, para a posteridade, o início de uma obra ou de instalações técnicas previstas no programa de trabalho da Empresa.

**Objetivo** Mostrar o crescimento da Empresa, com a construção de edificações ou de novas instalações para atender suas necessidades no desenvolvimento de suas atividades.

**Duração** No máximo duas horas.

**Público-alvo** Autoridades, imprensa, empregados e demais convidados.

### Regras

O planejamento contempla duas fases: preparação e lançamento.

- Preparação:
  - A escolha do local onde será instalada a Pedra Fundamental deverá integrar o projeto arquitetônico da obra.
  - Seleção, adequação e preparo do local para a solenidade que deverá ocorrer próximo ao local da Pedra Fundamental.
  - cconstrução de uma cova com, no mínimo, meio metro de profundidade, para colocação da urna com as informações sobre a obra e documentos relativos ao dia do evento.
  - Confecção da urna, medindo 0,50 x 0,25m, em PVC ou acrílico, para evitar corrosão.
  - Na urna poderão ser colocados documentos sobre a Empresa e a obra, como: fôlderes, cópias do convite, atas, planta baixa, recortes alusivos ao ato, jornais do dia, fotos e fitas, moedas e notas do Brasil.
  - Construção de uma base para aposição da placa fundamental.
- Lançamento:
  - Abertura do evento fornecendo os dados técnicos da obra.
  - Nominata dos objetos que estão sendo colocados na urna.
  - Colocação da urna na cova.

- Descerramento da placa fundamental alusiva ao evento.
- Pronunciamento do anfitrião.
- Coquetel ou almoço, se houver.

Neste tipo de evento, caso seja impossível, operacionalmente, fazer a cerimônia de “enterro” da urna, pode-se substituir o ato por:

- Utilização de uma pedra, tipo rocha, para o lançamento simbólico; nela deve ser afixada a placa fundamental.
- Retirada de uma pá de terra no local, por retroescavadeira operada pelo anfitrião da Embrapa, que simbolizará o início das obras. A placa fundamental será afixada em local de boa visibilidade, considerando o projeto.

#### 2.2.2.10 REUNIÃO

**Definição** Ato de reunir pessoas, da própria Embrapa e de outras organizações, com a finalidade de analisar e debater determinado assunto, em direção a um consenso e/ou nivelar informações.

**Objetivo** Informar, analisar e/ou discutir um assunto predeterminado.

**Duração** De acordo com o tema a ser tratado.

**Público-alvo** Apenas empregados ou empregados com público externo, dependendo do tema.

#### Regras

- Os participantes devem ter relação com a pauta da reunião, que deverá ser distribuída previamente.
- A dinâmica da Reunião deverá prever falas ou manifestações da maioria dos participantes, visando alcançar o objetivo do evento.
- Objetividade e síntese devem ser solicitadas a todos.
- Quando a reunião envolver representantes de outras instituições, os empregados da Embrapa devem expressar a posição oficial da Empresa, jamais a posição pessoal.
- Providenciar e/ ou solicitar aos responsáveis o Relatório final ou Ata da Reunião, com prazos e obrigações definidas.
- O apoio operacional e de pessoal deverá estar de acordo com o local da reunião.
- Toda reunião deverá ter um moderador para manter o foco e obter maior produtividade.

#### 2.2.2.11 SEMANA

**Definição** Evento que se caracteriza pela disponibilização de informações e ideias, para determinado segmento de público, ocorrendo no período de uma semana.

**Objetivo** Informar e promover o diálogo com o público-alvo sobre temas determinados buscando o seu engajamento.

**Duração** Até 40 horas, devendo o evento ocorrer ao longo de uma semana.

**Público-alvo** Apenas empregados ou empregados com público externo, dependendo do tema.

#### Regras

- Preparação de *briefing* completo e detalhado.
- Planejamento compatível com os objetivos e resultados esperados.

### 2.2.2.12 TRANSMISSÃO DE CARGOS

**Definição** Sessão solene que envolve a transmissão de cargo de autoridade da Embrapa que deixa o cargo para quem o assume.

**Objetivo** Apresentar e divulgar o fato entre o público-alvo.

**Duração** No máximo uma hora.

**Público-alvo** Governo, imprensa, comunidade, diretoria da Embrapa e empregados.

#### Regras

- Confirmada a data de realização, este evento deve ser comunicado à Secom, que assumirá o cerimonial com o apoio da Unidade Descentralizada.
- Neste tipo de cerimônia não se recomenda o início com a mesa de honra já composta. O mestre de cerimônias deve anunciar a composição da mesa, chamando o anfitrião – quem deixa o cargo – e, em seguida, da menor à maior autoridade presente.
- Lembrar que quem **está deixando o cargo ainda é superior em relação a quem assume** e, portanto,

deve ser chamado primeiro, na condição de anfitrião.

- Em cerimônia que contar com a presença do presidente da Embrapa, ele também será anunciado como anfitrião, em conjunto com o chefe que deixa o cargo, em chamada dupla. Na ausência do presidente, contando com a presença do diretor-executivo, o mesmo procedimento será adotado.
- O Termo de Posse deve ser lido e, a seguir, assinado pelo presidente da Embrapa ou diretor-executivo e pelo empossado (caso a Unidade venha a adotar o termo de posse).
- Será apresentado um resumo das principais ações realizadas durante a gestão finda, seguindo-se a palavra de quem deixa o cargo – **optativa e deve ser analisada a conveniência da Embrapa na cessão desse pronunciamento.**
- Leitura do currículo do empossado, que também fará uso da palavra.
- Encerrando a solenidade, fala o presidente da Embrapa, ou o diretor-executivo.
- No caso da presença de autoridade de escalão superior, será dado a ela o privilégio de encerramento da solenidade e, ao final, o mestre de cerimônias convida para os cumprimentos ou coquetel.

### 2.2.2.13 VISITA

**Definição** Evento em que uma pessoa ou um grupo de pessoas comparecem à Embrapa ou instalações de parceiros para conhecer o seu trabalho, sua atividade e/ou seus processos, com intenções de promover o intercâmbio de conhecimentos.

**Objetivo** Promover o intercâmbio de conhecimentos e troca de experiências.

**Duração** Entre quatro e oito horas.

**Público-alvo** Externo e interno.

**Regras:**

- Os participantes devem ter relação com a pauta da visita, que deverá ser distribuída previamente.
- Objetividade e síntese devem ser solicitadas a todos.
- Os empregados da Embrapa devem expressar a posição oficial da Empresa, jamais a posição pessoal.
- O apoio operacional e de pessoal deverá estar de acordo com o local da visita.

#### 2.2.2.14 VISITA OFICIAL

**Definição** Visitas que contam com a presença de autoridades dos Poderes Executivo, Legislativo e Judiciário que comparecem à Empresa para conhecer o seu trabalho, suas atividades e instalações.

**Objetivo** Divulgar institucional e promocionalmente a Empresa.

**Duração** De acordo com a compatibilização de

agenda entre as partes ou conforme programa preestabelecido.

**Público-alvo** Autoridades dos Poderes Executivo, Legislativo, Judiciário e autoridades estrangeiras.

**Regras**

- Visitas oficiais nacionais devem ser informadas, com a maior antecedência possível, à Secom.
- A Secom poderá solicitar o apoio de um profissional de Comunicação Social da(s) Unidade(s) Descentralizada(s) para a organização e acompanhamento das visitas.
- As visitas de parlamentares devem ser informadas, com a maior antecedência possível, à Assessoria Parlamentar da Embrapa (ASP).
- Visitas oficiais estrangeiras deverão ser planejadas em conjunto pela Secretaria de Relações Internacionais (SRI) com os articuladores internacionais das Unidades.
- Toda visita deverá ser recebida de acordo com as regras de protocolo e cerimonial.
- No recebimento de visitas estrangeiras, devem ser levados em conta seus hábitos e costumes. Todas as informações devem estar disponíveis em português, inglês ou espanhol, dependendo do caso.

#### 2.2.3 PROMOCIONAL

São eventos que apresentam e promovem a Empresa, na divulgação ou comercialização de bens, produtos, processos e serviços.

### 2.2.3.1 DIA DE CAMPO

**Definição** Evento direcionado a determinado público, convidado a conhecer as soluções tecnológicas presentes nos campos experimentais, em áreas demonstrativas ou em vitrines tecnológicas da Embrapa ou de parceiros.

**Objetivos** Mostrar e divulgar os resultados de pesquisa e trabalhos desenvolvidos pela Empresa e parceiros, e seus benefícios para a sociedade.

**Duração** Entre quatro e oito horas.

**Público-alvo** Externo e interno.

#### Regras

O planejamento deve contemplar:

- Identidade visual – o material apresentado deve observar rigorosamente as normas do Manual da Marca Embrapa (MME).
- Divulgação do evento, com o fornecimento do endereço do local, de preferência com o mapa.
- A área a ser visitada deverá ser subdividida em estações. Os visitantes deverão ser subdivididos em grupos que serão acompanhados por monitores para possibilitar uma visão mais ampla e permitir que conheçam os diversos aspectos do trabalho de pesquisa e os resultados.

### 2.2.3.2 FEIRA

**Definição** Apresentação de bens, processos, produtos e serviços com fins institucionais e, sobretudo, mercadológicos.

**Objetivo** Apresentar tecnologias, serviços, processos e produtos e promover a venda desses, além de buscar parcerias com as demais organizações que participam do evento.

**Duração** Em média cinco dias.

**Público-alvo** Clientes em potencial, organizações técnicas e científicas, parceiros e sociedade em geral.

#### Regras

- A Embrapa poderá organizar uma feira, sendo dessa forma responsável por todos os estandes, ou participar da feira de terceiros, expondo seus produtos em estandes. Nos dois casos, observar o seguinte:
  - Se os objetivos do evento atendem as expectativas e se os resultados projetados serão alcançados.
  - Verificar a sua periodicidade.
  - Pesquisar se os eventos anteriores – tenha a Embrapa participado ou não – atingiram os objetivos propostos.
  - Verificar se os bens (tecnologia), processos, produtos e serviços da Empresa que serão

disponibilizados para venda têm política de comercialização definida – especificação, validação, padronização, qualidade certificada, capacidade de produção, estoque, logística (embalagem, armazenamento e distribuição) e preço competitivo diante da demanda e da concorrência.

- Definir tamanho do estande conforme o que será exibido.
- Definir a programação visual.
- Definir o material promocional da Empresa, dos bens, processos, produtos e serviços, das pesquisas e novos produtos em desenvolvimento que serão expostos.
- Observar as obrigações contratuais decorrentes da participação.
- Observar a relação investimentos/resultados.
- Estar ciente e cumprir obrigações legais, fiscais e tributárias que incidam sobre o evento (taxas estaduais e municipais e emolumentos), da incidência de impostos e dos tributos na comercialização.
- Definir política de comercialização e vendas, tais como: cadastro atualizado; vendas à vista; vendas a prazo; financiamento direto ou de bancos; descontos (definir percentual); prazo de entrega; local de entrega e transporte.
- Divulgar o evento na mídia, utilizando-se de publicidade e assessoria de imprensa. a Unidade responsável pela parceria deverá realizar a avaliação da participação do parceiro no evento.
- Avaliar (Unidade responsável pela parceria) a participação do parceiro no evento.

### 2.2.3.3 LEILÃO

**Definição** Modalidade de negociação muito difundida em órgãos públicos e empresas privadas, na qual administradores e servidores necessitam solucionar de maneira simples e rápida a venda de bens e produtos a quem oferecer maior lance, efetuada sob pregão de leiloeiro oficial, que recebe uma comissão sobre o produto comercializado.

**Objetivo** Vender bens e produtos pelo maior ou melhor preço.

**Duração** De quatro a 16 horas.

**Público-alvo** Sociedade em geral.

#### Regras

- Bens e produtos deverão estar disponíveis para visitação prévia ao leilão por um período de, no mínimo, oito horas, enquanto o leilão propriamente dito deverá durar de quatro a oito horas.
- Todo leilão é realizado por uma comissão organizadora, nomeada para este fim.
- O leilão é regido por um regulamento rigoroso, assinado pelo presidente da comissão organizadora, baseado na Lei 8.666/1993, em edital próprio, que deve ser publicado na imprensa oficial com pelos menos 15 dias de antecedência de sua realização.
- O regulamento deve conter informações sobre:
  - O objeto do leilão. Por exemplo, no caso de

- animais – nome, registro, linhagem genética, características fenotípicas, dados de produção etc.
- A data-limite para retirada do produto.
- Documentos necessários do comprador – pré-qualificações.
- Condições e forma de pagamento.
- Percentual da taxa de comissão do leiloeiro, a ser paga pelo comprador.
- Operacionalização:
  - Um leiloeiro oficial, credenciado na Junta Comercial do estado, deve ser contratado para conduzir o pregão e solucionar problemas que ocorram durante o leilão.
  - O local deve ser adequado ao tipo de produto a ser leiloado (tendas, quadras cobertas para animais, armazéns ou galpões para grãos etc.).
  - Após o lance final, o arrematante deve informar seu nome, número da identidade, do CPF / CNPJ, para agilizar a emissão da nota fiscal e das faturas/ duplicatas.
  - O setor financeiro da Unidade deve ser acionado, de preferência em conjunto com a agência bancária credenciada – sempre bancos estatais – para agilizar a forma e o procedimento dos pagamentos.
- O público-alvo deve ser definido e a lista de convidados atualizada para elaboração de convites..
- O evento deve ser divulgado na mídia, utilizando-se de publicidade e assessoria de imprensa.

#### 2.2.3.4 RODADA DE NEGÓCIOS

**Definição** Reunião preestabelecida entre

determinado segmento para a venda ou compra de bens, produtos e serviços.

**Objetivo** Promover a venda e a compra direta entre as partes, visando ao estabelecimento de parcerias.

**Duração** De acordo com a necessidade preestabelecida pelos organizadores, comumente ocorrendo de quatro a 40 horas.

**Público-alvo** Parceiros e clientes em potencial de setor econômico específico.

#### Regras

- Por suas características mercadológicas diretas, o planejamento e a organização exigem:
  - Definição do segmento de público em função do que se quer vender e/ou comprar.
  - Produção de material promocional e informativo, contendo:
    - Local; data e horário; descrição do que se quer vender / comprar, inclusive com fotos; amostras (pequenas) e mostruário.
    - Condições gerais – quantidade disponível, preço, desconto, embalagem, frete, prazo, forma de pagamento, certificados de qualidade e de validade, validade da proposta e pedido.
    - Esse tipo de evento poderá ocorrer durante feiras e exposições que a Empresa organize ou participe.
- A organização do evento estabelece horário e local de encontro entre vendedores e compradores para que possam analisar propostas e condições e fechar

negócios.

- O encontro entre a Empresa e seus clientes segue o planejamento de uma reunião.

## 2.2.4 SOCIAL

São eventos que visam a confraternização dos empregados e público externo, realizados em datas significativas para a instituição, comemoração de prêmios e homenagens.

### 2.2.4.1 ALMOÇO E JANTAR

**Definição** Evento utilizado para comemoração, confraternização e consolidação de negócios tendo uma refeição como ponto de apoio ao encontro.

**Objetivo** Confraternizar em celebração a uma data ou momento específico.

**Duração** A ser definida de acordo com o tipo de evento.

**Público-alvo** Direcionado para o público interno e externo.

#### Regras

- O cardápio deve levar em conta o estilo e hábitos culturais dos convidados, não sendo conveniente servir pratos exóticos, a menos que se faça consulta prévia.
- A distribuição dos convidados à mesa merece cuidado especial. A ordem de precedência não

precisa ser rígida, desde que se utilize bom-senso, conveniência política e afinidade entre os convidados. Havendo estrangeiros no evento, deve-se procurar a sua alternância com brasileiros.

- O lugar de honra é sempre à direita do anfitrião.
- Pronunciamentos devem ser feitos com os convidados sentados, antes da entrada ou primeiro prato, servindo-se somente água e o *couvert* (pães, manteiga, patê).
- Os serviços oferecidos em almoços e jantares poderão ser **à francesa, à inglesa ou em estilo buffet americano**.

#### 2.2.4.1.1 ETIQUETA PARA SERVIÇO À FRANCESA E À INGLESA

- **Pratos** à frente de cada convidado, sendo o primeiro o correspondente à primeira refeição. Exemplo: sopa / entrada / 1º prato / 2º prato / sobremesa.
- **Talheres:**
  - **Esquerda** – de fora para dentro: garfo para entrada / garfo para 1º prato / garfo para 2º prato.
  - **Direita** – de fora para dentro: colher de sopa / faca para entrada / faca para 1º prato / faca para 2º prato (as lâminas das facas devem ficar viradas para dentro).
  - Talheres de sobremesa poderão ser colocados na mesma hora em que for servida ou já estarem compondo a mesa.
  - Se já estiverem compondo a mesa, será na frente do prato e na ordem: faca de sobremesa (lâmina virada para o prato) / garfo / colher.

- **Copos:**
  - Do lado direito dos pratos e acima das facas, da direita para a esquerda: água / vinho branco / vinho tinto / champanhe (este pode estar atrás dos três copos).
  - Os copos nunca poderão estar emborcados.
- **O pratinho de pão:** a manteiga e a faca ficam à esquerda e acima dos garfos.
- **O guardanapo:** sempre de tecido, dobrado sobre o prato ou à esquerda deste.
- **Mesa bem arrumada:** toalha fina, centro de mesa, prataria, cristais.

#### 2.2.4.1.2 SERVIÇO BUFFET AMERICANO

Quando o número de garçons for insuficiente, recomenda-se o serviço à americana, ou buffet americano. Estilo informal deve constar de, pelo menos, dois pontos de apoio – buffets –, um próximo à mesa principal e outro mais distante.

##### Regras para serviço americano:

- As mesas devem estar arrumadas ou os convidados podem pegar os pratos e talheres em mesa determinada.
- O serviço americano deve ser composto de vários pratos: saladas diversas, massa, carne, peixe e complementos.
- A sobremesa, em buffet especial, é composta de várias opções – frutas, doces e sorvetes.
- Os convidados se servem.
- Os garçons dão apoio nos buffets e servem as bebidas.

#### 2.2.4.1.3 SERVIÇO À FRANCESA

- Caracteriza-se pelo tipo de serviço em que os convidados estão sentados à mesa, e os garçons oferecem a baixela e os próprios convidados se servem.
- O número de garçons recomendado é de um para bebidas e um para serviço de pratos para cada dez convidados.
- A mesa principal, caso seja linear, terá de preferência número ímpar de lugares marcados, com até 11 convidados. Mesas individuais terão entre 11 e 12 convidados, também com lugares marcados.
- O cardápio do serviço à francesa pode consistir de uma entrada e um prato principal (almoço); ou uma entrada e dois pratos (jantar), seguidos de sobremesa, café, licor e *petit fours*.
- Quanto a bebidas, no serviço à francesa devem ser servidos somente água – com ou sem gás –, vinho e champanhe.

Outras providências necessárias para o serviço à francesa são:

- **Cartão de braço:** é o cartão entregue ao convidado à entrada com a indicação do seu lugar à mesa. Sua função é auxiliar o convidado a encontrar seu lugar no salão, mesmo quando se trate de eventos com mesas individuais.
- **Cartão de mesa:** é o cartão com o nome do convidado, o qual é colocado sobre o guardanapo, em cima do

prato ou na frente do prato, em pé.

- **Cartão de plano:** é o cartão onde é escrito o nome do convidado e que marca seu lugar no plano de mesa.
- **Menu:** é a descrição do que será servido na refeição – cardápio –, da entrada às bebidas. Quando manuscrito, deve ser colocado à direita dos talheres; quando impresso é colocado sobre o guardanapo. O cardápio pode ser escrito no idioma do anfitrião, exceto quando os convidados de honra o desconheçam; neste caso, o idioma a ser adotado pode ser o do convidado ou em duas versões. A exceção é para os vinhos, que terão seus nomes reproduzidos no idioma original.
- Não se coloca brindes à mesa, tais como chaveiros ou outras lembranças. A distribuição desse tipo, se houver, deverá ocorrer na saída do local.

#### 2.2.4.1.4 SERVIÇO À INGLESA

- Semelhante ao serviço à francesa.
- Neste tipo de serviço o garçom serve o convidado, retirando o alimento da baixela (forma direta) ou, uma outra forma (indireta), o prato já vem arrumado da cozinha, geralmente bem desenhado.
- É o estilo de serviço mais prático, embora o à francesa seja o mais requintado e solene.
- Muito utilizado em eventos empresariais, nos quais o fator tempo é determinante de sucesso, pois há mais agilidade nos serviços.

#### 2.2.4.2 BRUNCH

**Definição** Evento caracterizado pela composição de cardápios de café da manhã e de almoço, servido em estilo buffet. O *brunch* serve de base para um acontecimento empresarial ou social, flexível em seu horário, geralmente, lançamento de produtos, serviços e tecnologia.

**Objetivo** Confraternizar em celebração a uma data ou momento específico.

**Duração** Até uma hora de duração podendo ocorrer entre às 11 e às 14 horas.

**Público-alvo** Empregados e público externo.

#### Regras

- Não existe a obrigatoriedade da existência de mesas.
- Definir:
  - Público.
  - Convite.
  - Seleção de local, data e serviço.
  - Produção de material informativo e promocional.
  - pessoal de apoio;
  - brindes (optativo).

#### 2.2.4.3 CAFÉ DA MANHÃ

**Definição** Evento utilizado como apoio de outras ações tais como comunicados internos,

lançamentos de produto ou serviços, confraternizações e coletivas de imprensa.

**Objetivo** Reunir empregados ou públicos estratégicos para apresentação de um determinado tema.

**Duração** Até duas horas de acordo com o tipo de evento e público.

**Público-alvo** Empregados e/ou público externo.

### Regras

Trata-se do tradicional café da manhã, com as seguintes orientações:

- Recomenda-se aguardar a chegada da maioria dos convidados para que o anfitrião faça a abertura do evento. Após esta fala, terá início o serviço de buffet.
- Entre 15 e 20 minutos após a abertura do evento, terão início as apresentações (falas e projeções).
- As mesas podem ser para até dez pessoas, ou única (estilo U ou T), devendo ter em cada uma, um representante institucional.
- Serviço estilo buffet, com mesa de apoio e duração de aproximadamente 45 minutos.
- Os convidados se servem e voltam para seus lugares.
- O serviço de garçons poderá ser usado quando necessário.
- O material informativo deve estar disponível na recepção do evento para retirada pelos

participantes conforme conveniência ou alocado individualmente nos assentos.

### 2.2.4.4 COQUETEL

**Definição** Momento de interação entre os participantes de um evento que pode acontecer em sua abertura ou encerramento. Também ocorre associado a outros eventos, tais como lançamentos, inaugurações etc.

**Objetivo** Interação de participantes.

**Duração** Entre uma e quatro horas.

**Público-alvo** Empregados e público externo.

### Regras

- Oportunidade para se servir produtos resultantes de pesquisa (degustação).
- Pode ter mesas de apoio (descarte de copos, pratos e talheres) e buffet montado para apoiar o serviço volante.
- Ambiente descontraído e agradável, podendo conter *lounges* (espaço com sofás ou poltronas) para acomodar convidados.
- O número de participantes é indeterminado.

### 2.2.4.5 LANCHE (COFFEE BREAK)

**Definição** Momento de pausa e interação entre os

participantes durante a realização de um evento em que são servidas bebidas e alimentos variados.

**Objetivo** Intervalo durante a realização de um evento.

**Duração** Entre 15 a 20 minutos.

**Público-alvo** Participantes do evento.

#### Regras

- Para que o lanche seja custeado pela Embrapa, o evento tem que contar com a participação de convidado(s) externo(s).
- Para eventos internos que contem com a participação exclusiva de empregados, o lanche pode ocorrer custeado pelos participantes ou com apoio de terceiros.
- Orienta-se a realização de lanche com eventos de duração, no mínimo, de quatro horas.
- É uma oportunidade para se servir produtos resultantes de pesquisa (degustação).

## 2.2.5 TÉCNICO-CIENTÍFICO

São eventos que visam transmitir conhecimento técnico, descobertas, resultados de trabalhos e pesquisas, sobre determinada área, a público segmentado, para atualização profissional.

### 2.2.5.1 CONFERÊNCIA

**Definição** Apresentação de determinado tema de

interesse geral, científico ou técnico, por um especialista renomado na área. A conferência deve estar atrelada a um congresso ou a um simpósio.

**Objetivo** Informar e debater sobre os vários enfoques do tema apresentado.

**Duração** Uma hora, sendo 45 minutos para a conferência e 15 minutos para a sessão de perguntas e respostas que poderão ser realizadas por escrito.

**Público-alvo** Interessados no tema.

#### Regras

- Pode ocorrer presencialmente ou a distância.
- Necessária a presença de um moderador.
- Confirmada a presença do conferencista e demais participantes, encaminhar slide modelo para apresentação.
- Ambiente mais formal que comporte um número de participantes elevado.
- As perguntas devem ser feitas por escrito e encaminhadas ao moderador.
- Caso a conferência seja na abertura do evento não se aconselha espaço para perguntas.
- Gravações e filmagens somente com autorização do conferencista.
- Emissão de certificado de participação e declaração para conferencista.

### 2.2.5.2 CONGRESSO

**Definição** Evento formal e periódico de profissionais e especialistas que têm interesse na mesma área, promovido geralmente por entidades associativas, para discutir temas de determinada área, podendo estabelecer conclusões. Comporta vários tipos de eventos para analisar as variáveis da área principal.

**Objetivo** Apresentar e debater assuntos da atualidade e interesse específico de determinada categoria ou ramo profissional sobre temas específicos.

**Duração** No mínimo 24 e no máximo 40 horas obedecendo a carga horária de oito horas diárias.

**Público-alvo** Profissionais, executivos, pesquisadores, professores universitários, estudantes e outros interessados na área.

#### Regras

O planejamento do Congresso é amplo e detalhado, com fases distintas.

- Decisão política sobre a realização do evento.
- Designação da Comissão Organizadora que criará as diferentes subcomissões (científica, financeira, infraestrutura, comunicação, social etc).
- Definição da abrangência: regional, nacional,

internacional ou mundial.

- Pode ser realizado: anual, bienal e até quadrienal de modo a viabilizar um cronograma de atividades e uma divulgação mais ampla e eficiente.
- Confirmada a presença do palestrante e demais participantes, encaminhar slide modelo para apresentação.
- Elaboração de regulamento do evento e de regimento das sessões.
- Pontos de atenção para algumas comissões:
  - 1- Comissão científica:
    - Definição do modelo de resumo ou texto de palestra a ser encaminhado pelos participantes à comissão científica.
    - Definição de data-limite para o envio de textos e palestras.
    - Definição de modelo de pôsteres e apresentações.
    - Compilação, revisão e produção de anais, eletrônicos (CD ou DVD) ou impressos para registro e posterior distribuição.
  - 2- Comissão de comunicação:
    - Utilizar a lista de convidados da edição anterior para divulgação do evento.
  - 3- Comissão financeira:
    - Estabelecer parceria para captação de recursos.
    - Avaliar a necessidade de contratação de uma fundação para administração financeira dos recursos do evento.
  - 4- Comissão de infraestrutura:
    - Definição e contratação dos serviços para a realização do evento: local, hospedagem, equipamentos, alimentação, transporte, tradução simultânea,

material a ser distribuído aos participantes.

- Avaliação do evento pelos participantes.
- Emissão de certificado de participação e declaração para palestrante.

### 2.2.5.3 MESA-REDONDA

**Definição** Evento controlado por um moderador com a apresentação de diversas palestras sobre tema de interesse, após as quais os palestrantes discutirão o tema entre si, podendo ou não ter interação com a plateia.

**Objetivo** Discutir e debater os aspectos do tema, fornecendo à plateia uma visão global sobre o assunto.

**Duração** Em geral duas horas, podendo se prolongar por mais trinta minutos, dependendo do número de palestrantes.

**Público-alvo** Profissionais e estudantes interessados no assunto.

#### Regras

- Deve conter, no mínimo, três palestrantes e um moderador.
- Os palestrantes devem ser especialistas no tema.
- A organização da mesa-redonda segue os seguintes itens:
  - escolha do tema e dos especialistas.
  - Criação, produção e distribuição de convite aos

públicos definidos.

- Escolha e convite ao moderador especializado nas técnicas da moderação, para a condução dos debates.
- Elaboração das regras do evento, estabelecendo forma e tempo de apresentação:
  - Confirmada a presença do palestrante e demais participantes, encaminhar slide modelo para sua apresentação.
  - Até vinte minutos, no máximo, para cada palestrante.
  - Sessão de perguntas e respostas, coordenada pelo moderador, podendo ser feitas por um dos palestrantes ao outro, seguido da participação da plateia.
- Emissão de certificado de participação e declaração para moderador e palestrante

### 2.2.5.4 PAINEL

**Definição** Evento com a apresentação de uma palestra por um especialista sobre um determinado tema, seguida por debate de pelo menos três conhecedores do assunto, que apresentam e discutem, entre si, os pontos de vista sobre a questão em estudo. Pode haver interação com a plateia.

**Objetivo** Explicar, debater e obter conclusões sobre um determinado tema.

**Duração** Até duas horas.

**Público-alvo** Profissionais e estudantes interessados no assunto.

### Regras

- Evento dividido em três partes:
  - Primeira parte: apresentação pelo moderador do tema, objetivo da discussão e a dinâmica das atividades. Em seguida é dada a palavra ao palestrante por 30 minutos e, para cada debatedor, dez minutos para apresentar a sua posição. Confirmada a presença do palestrante e demais participantes, encaminhar slide modelo para apresentação.
  - Segunda parte: o moderador primeiramente conduzirá os debates entre os componentes da mesa e posteriormente abrirá para a participação da plateia.
  - Terceira parte: cada debatedor faz um resumo de sua posição. Por fim o palestrante apresenta suas conclusões.
  - Emissão de certificado de participação e declaração para painelistas.
  - Gravação e filmagem somente com autorização do painalista.

### 2.2.5.5. SEMINÁRIO

**Definição** Evento que se caracteriza pela discussão de um tema proposto, analisado sobre vários aspectos, semeando-se informações, mas não havendo tomada de decisão. Podendo ter dois ou mais expositores. O seminário deve constar de

apresentação de palestras seguidas de discussão. O seminário pode ser utilizado também como uma estratégia de ensino-aprendizagem, inserido em um curso e com a apresentação realizada pelos próprios participantes.

**Objetivo** Conhecer todos os aspectos e variáveis sobre determinado assunto.

**Duração** No mínimo quatro horas e no máximo 16 horas.

**Público-alvo** Interessados no tema.

### Regras

- Confirmada a presença do palestrante e demais participantes, encaminhar slide modelo para apresentação.
- Aconselha-se a presença de um moderador para apresentação dos palestrantes, triagem de perguntas e medição de tempo.
- Emissão de Declaração de participação aos palestrantes.
- A decisão sobre a necessidade de uma avaliação da palestra pelos participantes fica a critério da Unidade.
- Gravação e filmagem somente com autorização do(s) palestrante(s).
- Emissão de certificado de participação e declaração para palestrante

**Obs:** Para a realização do seminário será necessária a adoção de providências logísticas e operacionais.

### 2.2.5.6 SIMPÓSIO

**Definição** Evento técnico ou científico, periódico ou não, de profissionais e especialistas que têm interesse na mesma área para discutir temas de determinada área, podendo estabelecer conclusões. A exemplo de um Congresso, o Simpósio comporta outros tipos de eventos

**Objetivo** Apresentar e discutir determinado tema, havendo troca de conhecimentos e experiências.

**Duração** Até 24 horas.

**Público-alvo** Pessoas que atuam no segmento, interessadas ou envolvidas com o tema.

#### Regras

- Evento similar a um Congresso com tempo e público reduzido.
- O planejamento do simpósio é amplo e detalhado, com fases distintas.
  - Decisão política sobre a realização do evento.
  - Designação da Comissão Organizadora que criará as diferentes subcomissões (científica, financeira, infraestrutura, comunicação, social etc).
  - Definição da abrangência: regional, nacional, internacional ou mundial.
  - Pode ser anual, bienal e até quadrienal de modo a viabilizar um cronograma de atividades e uma divulgação mais ampla e eficiente.
  - Elaboração de regulamento do evento e de regimento das sessões.
  - Pontos de atenção para algumas comissões:

#### 1- Comissão científica:

- Definição do modelo de resumo ou texto de palestra a ser encaminhado pelos participantes à comissão científica.
- Definição de data-limite para o envio de textos e palestras.
- Definição de modelo de pôsteres e apresentações.
- Compilação, revisão e produção de anais, eletrônicos (CD ou DVD) ou impressos para registro e posterior distribuição.

#### 2- Comissão de comunicação:

- Utilizar a lista de convidados da edição anterior para divulgação do evento.

#### 3- Comissão financeira:

- Estabelecer parceria para captação de recursos.
- Avaliar a necessidade de contratação de uma fundação para administração financeira dos recursos do evento.

#### 4- Comissão de infraestrutura:

- Definição e contratação dos serviços para a realização do evento: local, hospedagem, equipamentos, alimentação, transporte, tradução simultânea, material a ser distribuído aos participantes.
- Avaliação do evento pelos participantes
- Emissão de certificado de participação e declaração para palestrante.

# Organização dos Eventos





Na Embrapa, os eventos são essenciais à capacitação, ao aperfeiçoamento e ao permanente desenvolvimento da política de comunicação institucional e promocional da Empresa e, de modo especial, servem como instrumento aglutinador e divulgador de suas ações.

Neste capítulo, serão apresentadas as formas de atuação da Embrapa nos diversos tipos de eventos, bem como, as diferentes etapas de sua organização.

### 3.1 CLASSIFICAÇÃO DA ATUAÇÃO DA EMBRAPA EM EVENTOS

#### 3.1.1 APOIO / PATROCÍNIO DA EMBRAPA A EVENTOS DE TERCEIROS

- Patrocinar consiste em dar contribuição, em dinheiro ou em serviços, com ou sem contrapartidas publicitárias. Trata-se de uma estratégia de investimento que tem ganhado espaço no mundo dos negócios, tanto pelo retorno financeiro como pelo institucional, para as instituições envolvidas. A Embrapa, por ser uma empresa pública, não pode dispor do patrimônio público com essa finalidade, como comprova parecer da Assessoria Jurídica emitido em agosto de 2014: **“Em razão da ausência de previsão legal e orçamentária, sem as quais a Embrapa não pode dispor do patrimônio público, tem-se como juridicamente inviável a patrocínio, por esta empresa pública, ao evento.”**

Nos casos em que se verifique haver expressão institucional para a Empresa, existem duas formas de a Embrapa patrocinar o evento. Uma delas é por meio da participação de sua equipe técnica (proferindo palestras, por exemplo), em que a contrapartida será o custeio, integral ou parcial, de despesas referentes a deslocamento,

hospedagem e diárias. Outra possibilidade é o pagamento por locação de área para montagem de estande institucional, quando se tratar de exposição paralela ao evento

#### 3.1.2 APOIO/PATROCÍNIO DE TERCEIROS A EVENTOS DA EMBRAPA

- A Embrapa, por intermédio de suas Unidades Centrais ou Descentralizadas, é responsável pela promoção e/ou realização de eventos de caráter itinerante, nacional ou internacional, que necessitem de patrocínio. O primeiro passo para captar recursos externos é ter claro o objetivo do evento; o perfil do provável patrocinador; o que se deseja pedir (pode ser feito de diferentes formas); e a contrapartida a oferecer.

Repasse de recursos monetários ou doações específicas são formas de patrocínio a serem recebidas, sendo que no caso de doações específicas, elas podem vir em forma de materiais ou de produtos, bem como de trabalho voluntário. De qualquer forma, deve ser bem explicitado na solicitação o que realmente se espera conseguir com a obtenção do recurso, a importância do patrocínio e como será utilizado.

Cumpridas essas etapas, são duas as formas de solicitação de patrocínio:

- COM INTERMEDIÇÃO DA DIRETORIA DA EMBRAPA (APOIO POLÍTICO / RECURSOS):

o presidente da comissão organizadora do evento deve contatar a diretoria-executiva, com antecedência mínima de um ano, para comunicar a realização do evento e pedir os apoios necessários (financeiro, articulação política, divulgação, patrocínio de instituições públicas federais etc.). Nesse ato, deverá haver a entrega de correspondência (ou envio pelo SEI) oficializando o pedido. Se a direção

da Empresa considerar pertinente, encaminhará o pedido de apoio para o Ministério da Agricultura (ou para outra instituição pública federal). Pedidos a instituições públicas federais somente podem ser feitas pela Presidência da Empresa.

- **ATRAVÉS DE PEDIDO DE PATROCÍNIO:** o primeiro passo a ser definido é quanto se pretende arrecadar com o patrocínio. Após definir o valor, é preciso dividir esse montante em cotas diferenciadas (valores) para facilitar as negociações. Não existem regras para a definição de cotas, especialmente para a primeira edição de um evento, mas existem maneiras de nortear o processo. Normalmente se trabalham com três tipos:

- Cotas mínimas ou de apoio (que precisam de 4 a 5 cotas para alcançar de 20 a 25% do custo do evento).
- Cotas médias ou de ouro (que precisam de 2 a 3 cotas para alcançar de 40 a 50% do custo do evento).
- Cotas máximas ou diamante (que precisam de 1 ou 2 cotas para alcançar de 70 a 100% do custo do evento).

Decididos os níveis de patrocínio (cotas), deve ser elaborado um projeto de captação de patrocínio, assinado pelo presidente da comissão organizadora, no qual deve ficar claro os benefícios oferecidos em cada modalidade de patrocínio, demonstrando que quem doar mais terá maior contrapartida. O documento deverá mostrar ao potencial patrocinador os benefícios que ele terá ao contribuir com o evento. Um bom projeto faz toda a diferença entre ser patrocinado e ser ignorado. É importante que se convide empresas ou pessoas que

façam parte da rede de contatos da Embrapa. Não se deve ignorar microempresas ou aqueles que não têm negócios em expansão. Eles também podem estar dispostos a patrocinar.

Confirmado o interesse das instituições parceiras, para a entrada dos recursos provenientes da venda das cotas de patrocínio no orçamento da Embrapa, deve-se estabelecer o Contrato de Patrocínio, indicando o destino do recurso. Nesse formato, a verba somente poderá ser gasta dentro do descritivo e ao final deverá ser apresentado o relatório com comprovantes dos gastos.

Outro ponto a ser rigorosamente observado é a associação da imagem da Embrapa a possíveis parceiros, tanto para eventos realizados pela Empresa e patrocinados ou apoiados por terceiros, quanto para apoio institucional da Embrapa a eventos de terceiros. É preciso avaliar a idoneidade e a reputação das empresas e/ou instituições a que a Embrapa estará associada em determinado evento.

### 3.1.3 CONVÊNIO

- Contrato estabelecido entre instituições (nacional ou internacional) ou entre pessoas, para prestação de serviços, definindo as responsabilidades das partes, admitindo diversas espécies, conforme a atividade a ser implementada. Todos os convênios são acompanhados, obrigatoriamente, de um Plano de Trabalho, o qual detalha as atividades que serão desenvolvidas.

Os tipos mais comuns de Convênios são: Convênio de Intercâmbio, Convênio de Pesquisa, Convênio de Dupla-Titulação e Convênio de Cotutela. O mais aplicado dentro da Embrapa é o Convênio de

Intercâmbio, que estabelece troca de informações e experiências. Outra modalidade de estabelecimento de parceria dentro da Embrapa é o “Protocolo de Intenção” e a “Carta de Intenção”, ambas tratam de uma declaração formal da intenção de estabelecer uma parceria, sem, entretanto, obrigar nenhuma das partes.

Na implementação de qualquer tipo de patrocínio, deve ser envolvida a área jurídica da Embrapa.

### 3.1.4 ORGANIZAÇÃO

- Responsabilização pela definição de todas as etapas do evento e acompanhamento de sua realização que, em alguns casos, poderá ser entregue à empresa contratada para essa finalidade (realizador).

### 3.1.5 PROMOÇÃO / REALIZAÇÃO

Responsabilização pela idealização do evento. Em muitos casos, a promoção do evento pode ocorrer em conjunto com algum parceiro, observando a credibilidade para não comprometer a imagem da instituição Embrapa.

## 3.2 ETAPAS DA ORGANIZAÇÃO DE UM EVENTO

A organização ou realização de eventos divide-se nas fases: Análise da demanda, Planejamento, Avaliação e certificação.



### 3.2.1 ANÁLISE DA DEMANDA

A demanda deve ser analisada levando-se em consideração as metas que devem ser alcançadas pela Unidade, suas diretrizes estratégicas, os desafios e os objetivos organizacionais, tomando-se como base o foco de atuação e agenda institucional, além de sua ligação com organizações parceiras.

Para capacitações voltadas ao público interno, deve-se levar em consideração as reais lacunas de conhecimento e habilidades de empregados que impactem no desempenho atual ou necessário no futuro. As lacunas devem ser priorizadas para que a Empresa invista em ações de capacitação que são realmente prioritárias e estratégicas.

### 3.2.2. PLANEJAMENTO

O planejamento é o fator fundamental ao desenvolvimento de qualquer atividade e, de modo especial, para a organização de eventos, permitindo a racionalização das atividades, o gerenciamento dos recursos disponíveis e a implantação do projeto. Ainda, o registro fotográfico de todos os momentos e a disponibilização das imagens no Flickr e nas mídias sociais são muito importantes para a memória do evento, bem como para compor e subsidiar a elaboração do Relatório Final.

Com base no objetivo do evento, descrita na demanda, é possível fazer a escolha do tipo de evento mais adequado entre os listados neste Manual. Não se escolhe um seminário com o objetivo único de entretenimento e

lazer aos participantes, e nem um simpósio para a mostra histórica dos cem anos de uma empresa. Cada tipo de evento possui características próprias e serve a determinado fim.

Outro ponto a destacar é com relação a palestrantes e convidados especiais. Não se deve assumir compromissos exorbitantes, principalmente com relação a hospedagem e traslado. Ainda nos primeiros contatos, informar sobre o formato, tempo de apresentação e, se for o caso, solicitar autorização para uso de imagem.

Como muitos dos eventos apresentam características semelhantes, a tabela abaixo pode, antes de decidir o tipo de evento a ser realizado, ser consultada. Nela, os eventos estão listados em ordem crescente de complexidade, de forma que todas as Unidades da Embrapa usem a nomenclatura correta.

EVENTO	NÚMERO DE TEMAS	NÚMERO DE PALESTRANTES / INSTRUTORES	PÚBLICO	DURAÇÃO
Palestra	Um tema	Um palestrante	Interno e/ou externo	Uma hora
Conferência	Um tema	Um palestrante renomado	Interessados no tema	Uma hora
Painel	Um tema	Um palestrante e três debatedores	Profissionais e estudantes interessados no tema	Até duas horas
Seminário	Um tema	Dois ou mais palestrantes	Interessados no tema	Entre quatro e 16 horas
Encontro	Um ou mais temas	Um ou mais palestrantes	Interno	Entre quatro e 40 horas
Dia de Campo	Um ou mais temas	Um ou mais apresentadores	Interno ou externo	No máximo quatro horas
Workshop	Um tema	Um ou mais palestrantes, com sessões teóricas e práticas	Interno e/ou externo	Entre quatro e 40 horas
Curso	Um ou mais temas	Um ou mais instrutores	Interno ou externo	No mínimo quatro horas e no máximo 360 horas

EVENTO	NÚMERO DE TEMAS	NÚMERO DE PALESTRANTES / INSTRUTORES	PÚBLICO	DURAÇÃO
Simpósio	Diferentes temas de uma mesma área	Diversos palestrantes	Interessados no(s) tema(s)	Até 24 horas
Congresso	Diferentes temas de uma mesma área	Diversos palestrantes, distribuídos em sessões	Interessados no(s) tema(s)	Entre 24 e 40 horas
OUTROS EVENTOS				
Lançamento de produto	Não se aplica	Não se aplica	Interno e externo	No máximo quatro horas
Feira	Mais de um tema	Não se aplica	Externo	Em média cinco dias
Exposição	Mais de um tema	Não se aplica	Externo	Em média cinco a nove dias
Visita técnica	Mais de um tema	Um ou mais	Externo	Entre uma e oito horas
Inauguração	não se aplica	não se aplica	interno e externo	No máximo quatro horas

Os elementos necessários ao planejamento de um evento, independentemente de seu formato, conteúdo e tamanho são: objetivos, públicos e estratégias.

### 3.2.2.1 DEFINIÇÃO DE DATA E HORÁRIO

A definição da data, do horário e do dia da semana são fatores preponderantes ao sucesso do evento. Neste caso, o bom senso é decisivo, devendo-se adequar o tipo do evento e a expectativa de público à data e ao horário mais conveniente.

Quanto à definição da data, é necessária uma pesquisa às datas comemorativas (regionais, nacionais e internacionais) e eventos realizados no período, para não coincidir com acontecimentos paralelos do setor. Deve-se evitar datas entre fim de semana e feriado.

O horário deve estar diretamente relacionado ao tipo de evento. Considerar, ainda, hábitos e costumes da região, clima, horário de pico, rush, fuso horário (principalmente em eventos internacionais)

### 3.2.2.2 DEFINIÇÃO DA EQUIPE ORGANIZADORA

A composição da equipe organizadora vai depender do objetivo do evento, podendo conter representantes das áreas de pesquisa, comunicação, transferência de tecnologia e administração.

Caso o evento seja realizado em parceria, essa deverá estar representada.

A equipe organizadora, sob a supervisão de uma Coordenação Geral, terá a função de planejar o evento, delegar as tarefas às subcoordenações envolvidas, agendar reuniões, acompanhar os trabalhos e supervisionar os resultados.

Para eventos de grande porte, sugere-se a criação de subcoordenações como técnico-científica, financeira, divulgação, infraestrutura e logística, recursos humanos e social. Essas subcoordenações devem se reportar à Coordenação Geral, elaborando relatórios periódicos.

### 3.2.2.3 DEFINIÇÃO DE LOCAL

- A definição do local depende diretamente do tipo de evento que será realizado, como, por exemplo:
  - se for um congresso, um centro de convenções;
  - se for uma palestra, um auditório ou uma sala;
  - se for um coquetel, um salão;
  - se for um dia *de campo*, uma área experimental.
- Infra-estrutura necessária ao tipo do evento: tamanho e acesso às salas, climatização, equipamentos, restaurante, estacionamento, condições dos sanitários, higiene, limpeza dos locais e qualidade do atendimento, entre outros. Caso contrário, poderá ser preciso a adaptação de local externo, com a contratação de cobertura – tenda ou toldo, piso e toda a logística que esse tipo de montagem exige.
- Segurança (externa), tanto da redondeza como do próprio local.
- Meios de transporte disponíveis – tanto serviço de táxi, como de veículos coletivos, como ônibus e metrô.
- Serviços de alimentação – alguns espaços possuem serviço próprio de restaurante ou lanchonete; outros não possuem esse serviço e é necessário verificar a relação e a proximidade dos locais existentes; ou, ainda, a contratação de serviços de

buffet para coffee break ou almoços no local.

- Hospedagem dos participantes – listar os hotéis próximos ao local de realização do evento observando a qualidade das instalações e dos serviços prestados.
- Proximidade com locais de serviços essenciais – farmácias, hospitais, shoppings, entre outros.

### 3.2.2.4 DELIMITAÇÃO DOS OBJETIVOS

É o resultado que se deseja alcançar ao se promover um evento. São fatores essenciais ao planejamento, pois orientam a operacionalização das demais fases de sua elaboração, tais como a definição das estratégias e até mesmo da avaliação.

De acordo com o grau de complexidade do evento e resultados esperados, é possível dividir o objetivo geral em objetivos específicos. O objetivo geral é mais abrangente e para atingi-lo é preciso delimitar objetivos específicos, restritos e pontuais. Estabelecidos os objetivos, serão definidos o público-alvo e as estratégias que serão essenciais para a organização do evento.

### 3.2.2.5 DEFINIÇÃO DA PROGRAMAÇÃO VISUAL

A programação visual, como um todo, tem por função captar a atenção do público-alvo por meio de sua mensagem clara, direta, limpa, bonita e agradável. Deve ser analisada sob o ponto de vista da estética, criatividade, originalidade, forma, beleza, harmonia, equilíbrio e memorização sem esquecer de levar em consideração o Manual da Marca Embrapa (MME).

Caso a organização tenha optado por uma programação visual exclusiva para aquele acontecimento, a marca

da Embrapa deve estar presente em toda comunicação visual do evento como:

- Adesivo para veículo.
- Anais impressos e eletrônicos.
- Banner.
- Bloco para anotações;
- Brinde patrocinado por terceiros;
- Baneta;
- Cartão de agradecimento;
- Cartão de boas-vindas;
- Certificado;
- Convite;
- Crachá;
- Envelope;
- Faixas;
- Ficha de inscrição;
- Folheto informativo (fôlder).
- Mapa de acesso.
- Material para imprensa.
- Material publicitário e visual.
- Nominata.
- Painel.
- Papel de carta.
- Pasta.
- Pré-convite (reserve a data).
- Prisma ou identificador para mesa.
- Identificador de lugar no chão.
- Programação.
- Quadro de avisos.
- Recibo.
- Sinalização de estrada.
- Sinalização interna e externa do local.
- Tarjeta de mala.

- Tíquete de almoço.
- Tíquete de estacionamento.

### 3.2.2.6 DEFINIÇÃO DE PÚBLICO

É o segmento que se pretende atingir com a realização do evento, devendo corresponder às expectativas traçadas nos objetivos. Conforme sugerido neste Manual, cada tipo de evento possui um público definido. Entre os possíveis públicos, estão:

- Comunidade financeira.
- Consumidores.
- Empregados.
- Entidades de classe.
- Familiares.
- Fornecedores de bens e serviços.
- Governo nacional ou estrangeiro.
- Imprensa.
- Instituições de pesquisa nacionais e estrangeiras.
- Membros da Diretoria-Executiva da Embrapa.
- Parceiros.
- Produtores rurais.
- Organizações de ensino e pesquisa.
- Segmento acadêmico.
- Sindicatos.

### 3.2.2.7 ELABORAÇÃO DO CONTEÚDO TÉCNICO E PROMOCIONAL

O conteúdo técnico do evento e seu material promocional devem seguir regras básicas:

- Estar alinhados com o objetivo proposto.
- Estar de acordo com a filosofia e as linhas de pesquisa da Embrapa.
- Identificar conferencistas e palestrantes de

acordo com seu currículo, conceito e experiência de mercado, que devem estar alinhados ao tema do evento.

### 3.2.2.8 ELABORAÇÃO DO ORÇAMENTO

Alocação adequada de recursos financeiros de acordo com as necessidades do orçamento previamente elaborado é fundamental. Para se chegar a um orçamento final, devem ser levados em conta os componentes da despesa do evento, tais como:

- Infraestrutura – espaço físico que atenda a demanda do evento, mobiliário e equipamentos (microfones, mesas de sonorização, telas, projetores, entre outros).
- Divulgação – assessoria de imprensa.
- Materiais promocionais – pôsteres e sacolas, canetas, bonés, camisetas, quando houver orçamento ou parceria externa.
- Programação visual – logomarca do evento, painéis, faixas, testeiras, painéis.
- Recursos Humanos – Internos – coordenação e secretaria; Externos – normalmente contratados por uma empresa de consultoria e assessoria de eventos (receptionistas, mestre de cerimônias, tradutores e intérpretes, garçons, operadores de equipamentos, segurança, apoio médico-hospitalar).
- Apoio externo – serviços prestados nas áreas externas ao local do evento, como áreas de aeroporto, hotelaria (hospedagem e alimentação).
- Taxas, tributos e seguros — deve-se levar em consideração que, em alguns casos, há necessidade de recolhimento.

**Observação:** no Sistema de Apoio de Gestão a Eventos (AGE) encontra-se uma lista de itens de custo.

### 3.2.2.9 ESCOLHA DA ESTRATÉGIA DE DIVULGAÇÃO

No planejamento global do evento, a divulgação constitui-se em um dos elementos de importância, quer seja a assessoria de imprensa ou publicidade. Nesses dois campos, a divulgação tem duas premissas básicas

- **Informar** sobre o evento como um todo, priorizando o público interno.
- **Criar a expectativa** junto ao público-alvo e demais públicos do evento.

A divulgação para a imprensa, ou assessoria de imprensa, deve ser acompanhada pelo setor responsável. As informações divulgadas (releases) devem ser claras e objetivas.

Caso o evento seja de grande porte e tenha muitas informações a serem divulgadas, recomenda-se a preparação de um *press kit*, que deverá conter os seguintes materiais:

- Briefing sobre o evento – histórico do evento, com todos os dados.
- Material promocional e fotos.
- Press release – informação com redação jornalística.
- Programação.
- Regulamento.
- Relação de palestrantes, parceiros e patrocinadores.

A assessoria de imprensa não deve ficar restrita apenas aos veículos de grande circulação, devendo ser

lembrados os jornais de outros estados, locais, de bairros, do interior, de entidades e sindicatos, e também revistas, rádios, emissoras de televisão, agências de notícias e correspondentes estrangeiros. A abrangência do evento determinará o alcance da assessoria de imprensa.

Dependendo do porte do evento, e sempre com o acompanhamento do setor responsável pela comunicação da Empresa, poderá ser utilizada uma campanha publicitária nas mídias: impressa (jornais e revistas), falada (rádio), eletrônica (televisão e Internet) e externa. Como mídia externa, devemos considerar as peças:

- Carro de som.
- Cartaz.
- Cartazete.
- Faixas internas e de rua.
- Filipeta.
- Folheto informativo (fôlder).
- Frontlight.
- Mala-direta.
- Outdoor.
- Portas e traseira do ônibus (busdoor).
- Parada de ônibus (bustop).
- Painéis.
- Vídeo.

Convém ressaltar que existem diferenças básicas entre a informação jornalística e a publicitária. No primeiro caso, é a administração da informação que estabelece o fluxo, entre a fonte – a organização do evento – e os veículos de comunicação, de um fato de interesse público. No

segundo, a intenção é a venda de determinado produto, serviço ou imagem para atingir um público específico, e caracteriza-se pela compra de espaço nos meios de comunicação.

### **3.2.2.10 ESCOLHA DAS ESTRATÉGIAS DE ENSINO-APRENDIZAGEM**

Especificamente para os eventos de capacitação, deve ser considerada no planejamento a definição das estratégias de ensino-aprendizagem, tais como exposição oral, exercícios práticos, discussões em grupo, leituras orientadas, simulações, jogos, estudos de caso, entre outras. A tabela a seguir cita alguns exemplos dessas estratégias

Estratégias	Definição
<b>Exposição oral</b>	Apresentação oral preparada por pessoa qualificada em um assunto.
<b>Demonstração</b>	Apresentação cuidadosamente preparada para mostrar como executar uma ação ou utilizar um procedimento, acompanhada de explicações orais, visuais, ilustrações e, em alguns casos, por questionamentos.
<b>Jogo</b>	Atividade instrucional, geralmente competitiva, em que os participantes seguem regras prescritas para vencer um desafio, relacionado com as competências que se deseja desenvolver na capacitação.
<b>Discussões em grupo</b>	Conversa em grupo, orientada por um moderador, acerca de um tópico específico, em que a aprendizagem ocorre como produto dessa interação.
<b>Simulação</b>	Estratégia que envolve abstração ou simplificação de algumas situações, processos ou atividades da vida real.
<b>Estudo de caso</b>	Um tipo de simulação para oportunizar ao aprendiz o exercício de tomada de decisão requerida mais tarde em situações semelhantes.
<b>Dramatização</b>	Abordagem que estimula o participante a desempenhar papéis de acordo com roteiro ( <i>scripts</i> ) relacionados aos objetivos instrucionais. Em certos exercícios desse tipo, alguns aprendizes apenas observam e discutem a atuação de outros.

As estratégias deverão estar diretamente vinculadas aos objetivos específicos da capacitação.

### 3.2.3 ORGANIZAÇÃO E EXECUÇÃO

A organização de um evento é a parte mais complexa de todo o processo, pois qualquer falha poderá causar o seu insucesso. Para atingir os objetivos propostos, é importante estabelecer um cronograma de atividades e definir as necessidades para sua realização.

O check list trata da relação de providências, tarefas e necessidades do evento facilitando o acompanhamento de cada fase, do planejamento ao relatório final, fixando os prazos de início e fim de cada etapa, assim como o profissional responsável pela sua execução.

Existem várias formas de se fazer o check list, a mais utilizada é a relação das atividades e itens por segmento; permitindo que o responsável por determinada área acompanhe os trabalhos a seu cargo e o coordenador geral tenha uma visão ampla e global das fases e do andamento do evento.

Todos os eventos descritos neste Manual se classificam em um dos três seguintes tipos: eventos em estilo aberto, eventos em estilo plenário ou eventos em estilo reunião ou banquete.

- **Eventos em Estilo Aberto** – sem composição de mesa diretora. São os dias de campo, feiras e exposições, inaugurações, coquetéis, e terão seu ambiente montado de acordo com o tipo do evento. Para a circulação, deve-se prever 20% do espaço útil.

- **Eventos Estilo Plenário** – evento mais formal, realizado em um auditório, com composição de mesa diretora, cujo tamanho dependerá do número de participantes do evento e sua organização.

- **Eventos Estilo Reunião ou Banquete** – terão sua sala montada de acordo com o tipo do evento – almoço, jantar ou reunião –, podendo ser uma mesa ou várias.

**Observação:** A relação entre número de participantes X metragem da sala do evento é: 1m<sup>2</sup> por pessoa, calculando-se 20% do espaço para circulação. Para o cálculo de peso, 70 kg por pessoa.

Após a escolha do tipo e estilo de evento a ser realizado, deverão ser definidos o apoio logístico, apoio operacional, apoio de pessoal, e apoio externo.

#### 3.2.3.1 APOIO LOGÍSTICO

O apoio logístico é toda a infraestrutura física necessária para fornecer suporte, direta ou indiretamente, à realização do evento, como: cabine de som e luz, cabine para tradução, plenário, sala de comissões técnicas, sala de imprensa, sala médica ou ambulatório, sala de segurança, sala VIP, secretaria de eventos. Esses espaços receberão a montagem de acordo com seu objetivo.

O profissional responsável pela organização do evento poderá optar pela contratação de cobertura ou tenda, devido a dificuldades logísticas para a montagem nos espaços disponíveis.

Alguns fatores devem ser observados:

- Ambientação.
- Extintores de incêndio de acordo com as exigências do Corpo de Bombeiros – relação metragem x número x tipo de extintor.
- Laudo do Corpo de Bombeiros sobre a viabilidade da obra.
- Material da cobertura da tenda deverá ser anti-inflamável.
- Piso.
- Resistência a ventos fortes.
- Tamanho da tenda em metros quadrados ajustado ao tamanho da área disponível.
- Tipo de amarração.
- Sistema de iluminação.
- Sistema de som.
- Sistema de refrigeração: ar-condicionado ou aspersão.
- Sanitários químicos.

#### 3.2.3.1.1 CABINE PARA TRADUÇÃO

As empresas que trabalham com tradução simultânea normalmente fornecem as cabines e os fones receptores, ou indicam quem desenvolva esse serviço. Os fones devem ser entregues aos participantes mediante o nome e número de documento (algumas empresas retêm o documento do participante que é retornado na devolução do aparelho). Para que não se tenha fones perdidos, é aconselhável incumbir várias recepcionistas dessa atribuição no final de cada dia do evento.

#### 3.2.3.1.2 CABINE DE SOM E LUZ

Locais de apoio aos serviços de sonorização e iluminação do evento. Pela sua especialidade, recomenda-se a contratação de empresas especializadas em cada ramo, para a instalação e operação de cada serviço.

#### 3.2.3.1.3 PLÊNÁRIO

- dependendo do estilo do evento, o plenário poderá ser organizado em diferentes formatos:
  - Em auditório – cadeiras paralelas na horizontal e vertical; se forem intercaladas a visualização da mesa de honra será melhor;
  - Escolar – cadeiras universitárias ou com mesas (pranchas), alinhadas uma atrás da outra. Este estilo perde 40% do espaço útil;
  - Espinha de peixe – cadeiras com mesas (pranchas), colocadas na diagonal, assemelhando-se a uma espinha de peixe. Este estilo é utilizado quando a visibilidade da mesa diretora não é boa e perde 40% do espaço útil;
  - Em “U” – menor na base, com longas laterais. Este estilo perde 60% do espaço útil.

#### 3.2.3.1.4 SALA DE COMISSÕES TÉCNICAS

Local para discussão, deliberação, votação e aprovação de determinados aspectos ou subtemas da programação geral, oferecendo condições a esse tipo de trabalho, permitindo o seu desenvolvimento sem interferir no andamento do evento como um todo. Deve conter:

- Mesa de reunião e cadeiras.
- Linha telefônica.
- Material e serviços de apoio.
- Microcomputadores com impressora.
- Serviço de internet.
- Máquinas copiadoras (se necessário).

### 3.2.3.1.5. SALA DE IMPRENSA

Local montado para o atendimento à imprensa e para entrevistas e encontros com jornalistas. A coordenação dessa sala fica a cargo de um jornalista ou supervisor do Núcleo de Comunicação Organizacional (NCO).

A sala de imprensa deverá estar devidamente equipada com :

- Mesa de reunião e cadeiras.
- Microcomputadores com impressora.
- Serviço de internet.
- Máquinas copiadoras (se necessário).
- Linhas diretas de telefone.
- Material e serviços de apoio.
- Material informativo sobre o evento.

### 3.2.3.1.6 SALA MÉDICA OU AMBULATÓRIO

Todos os eventos devem dispor de um plano de contingência para pronto atendimento em caso de urgência e emergência, conforme preconiza Lei Estadual. Para a montagem da sala ou do ambulatório, recomenda-se um contato com a Secretaria da Saúde (serviço público de atendimento Estadual ou Municipal), que analisará a solicitação e poderá atendê-la ou não, dependendo do tipo de evento e de sua disponibilidade.

Há também a possibilidade da contratação de empresa de serviço de saúde, muito utilizado pela Embrapa (UTI Móvel). Essas empresas possuem planos especiais para atendimento em eventos, e algumas, com experiência em atendimento a grandes eventos.

Com a presença de autoridades de primeiro escalão, é recomendável a permanência de ambulância ou uma UTI móvel, para atender aos casos que necessitem de locomoção para postos de saúde ou hospitais.

No Distrito Federal, o dimensionamento da Brigada de Incêndio em eventos é regulamentado na Portaria Nº016/2011-CBMDF, de 28 de fevereiro de 2011, que aprova a Norma Técnica Nº007/2011 – CBMDF, Brigada de Incêndio no âmbito do Distrito Federal. De acordo com este documento, observamos:

PÚBLICO	BRIGADISTAS PARTICULARES
Até 200	Dispensados
201 a 1000	03
1001 a 2000	04
2001 a 3000	05
3001 a 4000	06
4001 a 5000	07
5001 a 6000	08
6001 a 7000	09
Acima de 10000	10 no mínimo

### 3.2.3.1.7 SALA DE SEGURANÇA

Local para servir de apoio aos profissionais e serviços de segurança. Deve ser montada de forma simples, contendo:

- Mesa com cadeiras.
- Armários para a guarda de material.
- Linha telefônica.
- Serviços de rádio (comunicador).
- Serviços de apoio.

### 3.2.3.1.8 SALA VIP

Local destinado a recepcionar autoridades, convidados especiais e palestrantes, tem, ainda, a finalidade de entrosamento entre a diretoria da empresa, organizadores, demais palestrantes, mediadores e moderadores.

A sala VIP compõe a área de realização do evento e deve estar organizada com decoração discreta, contendo:

- Sofás, poltronas e mesas de apoio.
- Material informativo sobre o evento.
- Serviços e pessoal de apoio.
- Sanitário normal ou químico.

### 3.2.3.1.9 SECRETARIA DE EVENTOS

**Antes do evento é encarregada de:**

- Atualizar a listagem dos participantes.
- Enviar cartas-convite para autoridades.
- Emitir convites.
- Inscrições e serviço de *telemarketing*, quando

necessário.

- Ordenar todas as correspondências sobre o evento, inclusive respondendo quando houver necessidade.
- Montar materiais que serão entregues no momento do evento (crachás, certificados, anais, pastas, blocos, canetas e outros). Atenção para a economia de papel, respeitando a sustentabilidade.
- Montar um *kit* secretaria para ser utilizado durante o evento.

**Durante o evento, esta Secretaria é encarregada de:**

- Atendimento às salas de apoio, inclusive ao plenário.
- Atualização de endereços.
- Controle de presença (quando necessário).
- Coordenação das recepcionistas.
- Emissão de recibos.
- Entrega do material: crachás, pastas, material informativo (disponibilidade de Wi-Fi), certificados e anais.
- Informações gerais (transmissão por streaming e/ou por videoconferência).
- Recepção do público em geral.
- Recepção dos participantes inscritos.
- Registro de novas inscrições.

**Após o evento, é encarregada de:**

- Cartas de agradecimento aos palestrantes, integrantes da mesa diretora, colaboradores e patrocinadores;
- Conferência e verificação do estado de todo o

material utilizado, para devolução;

- Devolução dos materiais e equipamentos não utilizados;
- Relatório final, com todos os dados básicos e considerações.

### 3.2.4 APOIO MATERIAL

São todos os itens que permitem a operacionalização do evento, fornecendo os subsídios necessários, como:

- Equipamentos audiovisuais, elétricos e eletrônicos;
- Equipamentos de som, luz e climatização;
- Materiais diversos, incluindo itens de decoração e alimentação;
- Materiais e impressos que apresentem a identidade visual, tais como: testeiras, pastas, crachás, anais, blocos, placas identificadoras, painéis, bump (faixas delimitadora de parcelas presentes em vitrines tecnológicas, Dias de Campo), outros;
- Material de secretaria, incluindo as etapas que ocorrem antes, durante e após o evento.

A lista dos principais equipamentos e materiais que compõem o apoio material está apresentada a seguir:

#### 3.2.4.1 EQUIPAMENTOS AUDIOVISUAIS, VISUAIS, ELÉTRICOS E ELETRÔNICOS

- Adaptador universal de tomada (para eventos internacionais).
- Aparelho de DVD.
- Aparelhos telefônicos.
- Data show.
- Estandartes (banners).

- Equipamento de som (mesa de som, caixas amplificadoras, microfones).
- Extensão para tomadas.
- Filmadora.
- Flip chart.
- Gravador.
- Impressora.
- Linha telefônica.
- Lousa ou quadro branco.
- Máquina copiadora.
- Microcomputador.
- Painéis (para informações, pôsteres).
- Prismas para mesa.
- Tela de projeção.
- Televisão.
- Tomada em “T”.
- Totem para carregadores de celular.
- Videoconferência, (consultar Cartilha da Videoconferência, disponível na Intranet: [https://www.embrapa.br/group/intranet/busca-de-documentos/-/documentos/3024722/2/cartilha-da-videoconferencia?p\\_auth=K6yxqV3g](https://www.embrapa.br/group/intranet/busca-de-documentos/-/documentos/3024722/2/cartilha-da-videoconferencia?p_auth=K6yxqV3g)).
- Outros

#### 3.2.4.2 MATERIAIS DIVERSOS

- Arranjos florais.
- Bandeiras, mastros e panóplia.
- Bandeja.
- Biombo para divisão de ambiente.
- Brindes.
- Canetas especiais.
- Copos e jarras para água.
- Faixas delimitadoras de espaços físicos.

- Fita de inauguração.
- Guarda-chuvas.
- Pano para descerramento de placa.
- Passadeira de chão antiderrapante.
- Placa comemorativa.
- Placa inaugural.
- Tendas.
- Toalhas para mesa.
- Toldos.
- Tribuna.
- Troféus.
- Outros.

#### 3.2.4.3. MATERIAL DE SECRETARIA

- Abecedário para crachás.
- Alfinete de cabeça.
- Alfinete gancho.
- Anais impressos e eletrônicos.
- Barbante.
- Bloco.
- Borracha.
- Caixa de costura.
- Caixa de papelão.
- Caixa de produtos para higiene.
- Calendário.
- Canetas.
- Carimbo e almofada.
- Cartucho para impressora.
- Clipes.
- Cola.
- Corretivo.
- Crachás.
- Durex, fita crepe e fita dupla face.

- Elástico.
- Envelopes diversos.
- Etiquetas adesivas.
- Fio de nylon.
- Furador de papéis.
- Grampeador e grampos.
- Guia da cidade.
- Lápis.
- Lista telefônica.
- • Lista ou livro de presença.
- • Material de divulgação.
- • Programação.
- Regimento e regulamento do evento.
- Régua.
- Resma de papel.
- Relação de telefones e ramais.
- Tachinhas.
- Tesoura.
- Outros.

Na montagem dos espaços do evento, são fundamentais à sua implantação as regras de decoração, que aliam o bom gosto ao estilo do evento, podendo priorizar materiais de pesquisa ligados ao tema.

#### 3.2.5 APOIO DE PESSOAL

Trata-se do pessoal necessário ao evento, quer seja interno da Embrapa ou de empresa especializada.

Para a contratação de pessoal recomenda-se a seleção nos segmentos específicos: segurança, manobrista, *buffet*, recepcionistas, observando-se:

- Análise da qualidade dos serviços.

- Contrato segmentado de prestação de serviço.
- Idoneidade e referências.
- Preço de mercado em relação ao tipo e porte do evento.

Relação de pessoal que poderá ser necessário ao evento:

- Brigadista.
- Copeira.
- Cozinheiro ou chefe de cozinha.
- Digitador.
- Eletricista.
- Encanador.
- Fotógrafo.
- Garçom.
- Intérprete e tradutor.
- Jornalista.
- Maître.
- Manobrista.
- Mestre de cerimônias.
- Motorista.
- Office boy.
- Operador para audiovisual.
- Operador de luz.
- Pessoal para serviços gerais.
- Recepcionista.
- Secretária.
- Segurança.
- Outros.

Neste capítulo do Manual de Eventos, será dada especial ênfase aos seguintes profissionais: recepcionistas, mestre de cerimônias, tradutores e intérpretes, manobristas,

seguranças e serviço de buffet.

### 3.2.5.1 MESTRE DE CERIMÔNIAS

O Mestre de Cerimônias (MC) é o profissional responsável pela condução da abertura e do encerramento de uma solenidade. Em alguns casos, o Mestre de Cerimônias poderá conduzir o evento como um todo. Alguns requisitos são necessários para o Mestre de Cerimônia:

- Aparência pessoal.
- Conhecimento sobre o evento.
- Conhecimento do protocolo.
- Criatividade.
- Determinação.
- Entonação.
- Entusiasmo.
- Expressão corporal.
- Familiaridade com o roteiro (*script*).
- Habilidade de síntese.
- Jogo de cintura.
- Memória.
- Naturalidade.
- Observação.
- Traje adequado.
- Tom de voz adequado.
- Vocabulário.

### 3.2.5.2 MANOBRISTA

- Em casos excepcionais, o serviço de manobrista é recomendado para oferecer aos participantes segurança e comodidade. Nesses casos, recomenda-se

a contratação de empresa especializada, que atue com pessoal treinado e ofereça serviços de seguro para cobertura do veículo.

- Para a contratação é necessário:
- Contrato definindo deveres, direitos e responsabilidades.
- Referências da empresa.
- Seguro contra acidente, colisão, incêndio e roubo.

### 3.2.5.3 MAÎTRE, GARÇOM E COMIN

Profissionais que atuam na fase social dos eventos, integrantes do serviço de buffet, com atividades e responsabilidades inerentes a cada categoria. São eles:

**Maître:** coordenador de todo o serviço de mesa (pedidos individuais) e de buffet.

**Garçom:** desenvolve todo o serviço de atendimento ao cliente, servindo os pratos, as bebidas e oferecendo a sobremesa.

**Comin:** auxiliar do garçom, encarregado da retirada dos pratos e copos e da limpeza das mesas.

Esses profissionais, além de sua formação e treinamento, devem estar uniformizados, de acordo com a função de cada um e conhecer as regras de etiqueta à mesa.

### 3.2.5.4 RECEPCIONISTAS

Profissionais encarregadas de recepcionar os participantes de um evento e atender à organização, mesa diretora, palestrante, mestre de cerimônias, dentre outros. Requisitos básicos para recepcionistas:

#### Aparência pessoal:

- Cabelos, quando longos, presos.
- Roupas adequadas, de preferência, uniforme.
- Maquiagem sóbria.

#### Postura:

- Educação, cordialidade e simpatia.
- Postura adequada e profissional.

#### Profissionalismo:

- Competência no trabalho.
- Conhecimento da programação do evento.
- Conhecimento da pauta do dia.
- Conhecimento do local e suas facilidades.

### 3.2.5.5 SEGURANÇA

O sistema de segurança é essencial a qualquer evento. Sua implantação divide-se em: segurança fornecida pela Polícia Militar (ostensiva) e por meio de empresa especializada, como segue:

### 3.2.5.6 SEGURANÇA CONTRA FOGO

Os eventos em locais com concentração de público e material, ou com a presença de autoridades do primeiro escalão, necessitam de segurança específica contra incêndios e outros sinistros, serviços prestados pela **Brigada de Incêndio/Corpo de Bombeiros local**. Esses profissionais fazem a vistoria do local, dando o alvará quanto à segurança de palcos, palanques, arquibancadas, número de extintores de incêndio necessários, condições de cobertura ou tenda em relação ao número de convidados, entre outros itens.

### 3.2.5.7 SEGURANÇA DE ESTACIONAMENTO

Realizada por empresa especializada, que geralmente oferece os serviços de manobristas.

### 3.2.5.8 SEGURANÇA DO EVENTO

realizada por meio de empresa especializada, sendo necessário analisar:

- Contrato definindo os deveres, direitos e responsabilidades.
- Equipamentos – carros e armamento.
- Idoneidade e referências da empresa.
- Logística e sistema operacional.

### 3.2.5.9 SEGURANÇA DE GALA

Recomenda-se a solicitação desse tipo de segurança quando o evento tiver a presença de Chefes de Estado ou autoridades do primeiro escalão. Trata-se de destacamento de elite das Polícias Militares e das Forças Armadas, com uniformes determinados pelo regulamento de cada corporação. A solicitação deverá ser feita com 30 dias de antecedência e será analisada pelo departamento responsável, que poderá deferir ou indeferir o pedido.

### 3.2.5.10 SEGURANÇA INDIVIDUAL

Das próprias autoridades, geralmente fornecidas pelo órgão ou empresa que representam. São pessoas devidamente treinadas, com disciplina e ordem de comando próprio. Recomenda-se que se faça uma reunião objetiva, na qual a segurança da autoridade

envolvida esclarecerá o que necessita para a otimização do seu trabalho.

### 3.2.5.11 SEGURANÇA DE TRÂNSITO:

Esse tipo de segurança deve ser solicitado, com antecedência, ao órgão responsável no Estado ou Município.

### 3.2.5.12 TRADUÇÃO / INTERPRETAÇÃO

A **tradução simultânea** é a modalidade de tradução feita por intérpretes na qual as narrativas são transmitidas aos participantes simultaneamente à fala do conferencista, por meio de fones transmissores e receptores. Geralmente a tradução utiliza dois profissionais para cada idioma, que trabalham em regime de revezamento, em cabines à prova de som.

Quando o evento é de caráter internacional, com delegações de outros países, há necessidade de tradução simultânea, que pode ser:

- Português, mais um idioma considerado oficial.
- Português, mais outros idiomas, conforme decisão da Comissão Organizadora.

O primeiro caso exige a montagem de uma cabine transmissora e o segundo de várias cabines, tantas quantas forem o número de idiomas a serem traduzidos. Cabe à empresa contratada a entrega de um fone por participante, mediante cadastramento do usuário, para controle de devolução.

A **tradução consecutiva** difere operacionalmente da simultânea. Trata-se do tipo de tradução que não exige cabines e fones, sendo feita por um intérprete, que poderá tomar nota da palestra, para poder, em seguida, traduzir para o idioma dos participantes, podendo atender também individualmente.

O **intérprete acompanhante** é o estilo no qual o intérprete acompanha o grupo durante reuniões e visitas técnicas, traduzindo o diálogo entre os participantes.

A tradução pode ser ainda escrita, geralmente abrangendo relatórios, textos e folhetos técnicos.

### 3.2.6 APOIO EXTERNO

Caracteriza-se pelos serviços desenvolvidos fora do local destinado ao evento, mas que contribuem com o seu sucesso.

#### 3.2.6.1 AEROPORTO E PONTOS DE DESEMBARQUE

Presença de recepcionistas nos pontos de desembarque de autoridades, convidados e participantes, com a finalidade de recebê-los, orientá-los e conduzi-los para hotéis ou local do evento.

Os profissionais que exercem a atividade receptiva deverão portar:

- Contatos no atendimento e reserva.
- Crachá de identificação.
- Identificação dos idiomas que dominam.
- Informações e telefones úteis e de emergência.
- Kit de boas-vindas, folhetos e informações sobre o evento.
- Listagem dos participantes.

- Nome e telefone dos organizadores e do local do evento.
- Placa de identificação com o nome do evento ou do visitante.
- Planilha com número dos voos aguardados.
- Programação geral do evento, para consulta, com horários de apresentação dos palestrantes.
- Relação dos hotéis que hospedarão os participantes, com nomes, endereços, telefones e
- Telefone celular.

#### 3.2.6.2 HOTEL

Os profissionais destacados para a recepção nos hotéis deverão:

- Coordenar os deslocamentos dos participantes para o local do evento e saídas sociais.
- Fazer a ligação com o pessoal de apoio do aeroporto, da programação social e do transporte.
- Receber os visitantes, alojando-os de acordo com as reservas.
- Resolver os imprevistos, auxiliando-os durante sua permanência.

Dependendo do porte do evento, recomenda-se que o pessoal de apoio nos hotéis disponha de:

- Informações sobre os setores de apoio: aeroporto, programação social e transporte.
- Local ou mesa de informações.
- Mapa da cidade e informações turísticas.

- Material sobre o evento.
- Principais telefones e endereços úteis.
- Relação dos hóspedes participantes no hotel.

### 3.2.6.3 PROGRAMAÇÃO SOCIAL

A programação social complementa o evento, mas é opcional. Caso haja, recomenda-se a elaboração de um programa de acordo com o nível e o porte do evento, podendo ser contratada uma empresa especializada. A programação social, contendo também atividades para acompanhantes, deverá ser divulgada com antecedência, o que poderá até mesmo aumentar o interesse pelo evento.

Requisitos da empresa prestadora do serviço:

- Amabilidade e cordialidade no tratamento.
- Conhecimento de locais para a realização de eventos sociais paralelos, a exemplo de jantar de encerramento.
- Conhecimento dos locais a serem visitados, com informações turísticas.
- Disponibilizar transporte para o deslocamento ou fornecer informações sobre transportes públicos disponíveis.

### 3.2.6.4 TRANSPORTE

Os serviços de transporte devem ser executados por empresas especializadas, com a supervisão da coordenadoria específica e a presença de um representante da organização. No caso de eventos restritos a público interno, é possível que seja utilizado transporte da

Embrapa, observando os seguintes itens:

- Os empregados e colaboradores, cobertos pelo seguro de vida da Embrapa, devem portar o crachá institucional ou autorização individual, quando da utilização de transporte coletivo.
- Quando o trajeto for interestadual, é necessária autorização da Agência Nacional de Transportes Terrestres (ANTT), instituição à qual deverá ser fornecida uma lista dos passageiros.

O transporte de convidados em veículos da Embrapa pode ocorrer esporadicamente e apenas em carros de passeio. Isso é possível pois, apesar de os convidados não possuírem seguro de vida pela Embrapa, estão cobertos pelo seguro do veículo.

Para a contratação de empresa, observar o seguinte:

- Capacidade para atender a demanda do evento.
- Capacitação técnica e profissional.
- Veículos adequados aos trajetos e ao público (acessibilidade).
- Veículos com sistema de comunicação adequados.

Os veículos de transporte coletivo deverão ser identificados por meio de números ou letras e essa informação deverá ser fornecidas aos participantes.

Ressalta-se que devem ser respeitadas as orientações institucionais para uso de veículos da Embrapa.

Entende-se por execução o conjunto de atividades realizadas no momento do evento, seguindo as regras do cerimonial e protocolo próprias e inerentes a cada tipo de solenidade e a sua condução.

Para a adequada implantação, é preciso que o profissional responsável pelo evento:

- Conheça as leis do protocolo e as normas do cerimonial – uso do Hino Nacional e da Bandeira Nacional, formas de tratamento, precedência, lugares, atrasos e representações.
- Contribua para que o evento seja uma conquista para a imagem e o conceito da Embrapa.
- Tenha bom-senso e seja flexível para sair de situações constrangedoras.
- Tenha facilidade de articulação com os coordenadores das subcomissões.
- Tenha pleno conhecimento sobre os objetivos, o tema e o andamento do evento.
- Tenha poder de decisão e disponibilidade para atender os imprevistos.
- Tenha simpatia e seja agradável para lidar com o público convidado.

As leis do protocolo e as normas do cerimonial utilizadas nos eventos estão relacionadas no capítulo específico deste Manual (ver capítulo Bandeira e Hino Nacional).

### 3.3 AVALIAÇÃO E CERTIFICAÇÃO

#### 3.3.1 AVALIAÇÃO

Após a conclusão, o evento deve ser avaliado pelos organizadores e deve levar em consideração todas as fases de sua organização, ou seja da demanda ao encerramento. Essa avaliação é de suma importância, pois permite mensurar o alcance de seus objetivos, a

tomada de decisões na área e o aprimoramento dessas ações.

Para avaliação, deve ser elaborado um questionário com ou sem identificação do avaliador, no qual são analisados todos os itens do evento, dando-lhes nota ou conceito. Caso se adotem conceitos, esses devem ser atrelados a valores, que permitirão a obtenção de médias.

Orienta-se que necessariamente os participantes do evento sejam o público da avaliação; podendo também abarcar os parceiros, instrutores, membros da equipe organizadora entre outros.

A seguir, exemplos de indicadores a serem avaliados:

- Atendimento e apoio aos participantes (antes, durante e após o evento).
- Atuação do apresentador (domínio do tema, clareza das exposições, dinâmica, entre outros).
- Equipamentos e recursos audiovisuais do local (auditório / salão de hotel).
- Expectativa dos participantes.
- Infraestrutura (local: luminosidade, som, conforto, decoração).
- Programa (conteúdo, atualidade das matérias e importância do tema para o participante, entre outros).
- Quantidade e qualidade do material distribuído (apostila, pasta, papel, caneta).
- Organização geral.

Além da avaliação dos indicadores acima, orienta-se deixar um espaço para resposta aberta em que se

questiona os respondentes sobre demais considerações acerca do evento e sugestões para os próximos.

### 3.3.2. CERTIFICAÇÃO

A emissão do certificado de participação em eventos deve obedecer às seguintes condições:

- Certificação de palestrantes só é feita quando se trata de profissionais externos à Embrapa. O registro deles também deve ser feito no mesmo livro. Quando o palestrante é empregado da Embrapa, deve ser emitida, em papel timbrado, uma declaração que comprove a execução da palestra contendo: nome completo do empregado, nome e data da palestra, e carga horária ministrada.
- Certificado será registrado em livro próprio para atas, com numeração sequencial anual. É possível o registro eletrônico, desde que as informações sejam salvas em diretórios específicos, com perfil de acesso restrito aos responsáveis pela certificação no SGP e com back up que garanta a recuperação das informações, quando da necessidade de emissão de 2ª via.
- Frequência mínima de 75% da carga horária estabelecida no programa do evento.
- Livro para registro pode ser o mesmo utilizado para workshops, palestras, cursos. Inclusive o livro, modelo do tipo ata, pode ser usado para registro de anos diferentes, sendo necessário apenas dar o espaço de uma folha para cada ano. Caso o livro termine antes do registro total do ano, deve ser dada continuidade em outro livro.

Modelo do certificado deve seguir as instruções contidas no Manual da Marca Embrapa (MME).

- Na frente serão feitos os registros: nome do participante será escrito por completo, não sendo permitidas abreviaturas; nome completo do evento; local de realização; período de realização; data da emissão do certificado; assinatura e carimbo ou digitação do nome e cargo do Chefe da Unidade promotora do evento.
- No verso serão feitos os seguintes registros: número do certificado; número do livro de registro; folha de registro; local e data do registro; assinatura e carimbo ou digitação do nome do registrante. Quando o curso tiver um caráter formativo, descrever o conteúdo programático.
- Quando se tratar de curso, carga horária mínima de 4h e máxima de 360h.

Ao final de todo evento é necessária a elaboração do relatório em que conste análise das avaliações coletadas e resumo dos principais acontecimentos do evento, contando com pontos positivos e negativos e contendo sugestões para as próximas ações.



# *Protocollo e Cerimonia*





## 4.1 CONCEITOS E UTILIZAÇÃO

A Embrapa realiza cerimônias públicas que, em muitos casos, contam com a presença de autoridades (presidente da República, governadores, parlamentares, dentre outros), do presidente da Embrapa e de seus diretores-executivos. Nesses casos, é necessária a utilização das leis do protocolo e das normas do cerimonial.

O **cerimonial** trata da organização do evento como um todo, preocupando-se com a correta sequência de acontecimentos que aperfeiçoam o seu resultado.

O **protocolo** regulamenta o cerimonial, dando a cada um dos participantes as prerrogativas, privilégios e imunidades a quem tem direito pela função ou cargo que ocupam. Dessa forma, o protocolo deve ser utilizado em todos os eventos que contem com a presença de autoridades. É nessas ocasiões que a ordem de precedência, a definição dos lugares e a forma de tratamento devem ser rigorosamente observadas.

## 4.2. CONVITES

Os convites classificam-se em formais ou informais. Os meios utilizados são a impressão oficial, carta, fax, e-mail, rede social ou telefonema. Os convites formais devem conter:

- Indicação da presença de autoridades (se for o caso).
- Indicação de traje (se o status do evento assim o exigir).
- Local, data e horário.
- Logotipos do Ministério da Agricultura, Pecuária

e Abastecimento e da Embrapa.

- Nome completo do convidado (se for extensivo ao cônjuge, mencionar no convite).
- O cargo ou função na Embrapa, seguido de nome de quem convida.
- Pedido de confirmação de presença, com o número de telefone de quem receberá a confirmação – RSVP (se for o caso).
- Recomendação de chegada com 30 minutos de antecedência em cerimônias com a presença do presidente da República ou do vice-presidente.
- Solicitação para apresentar o convite à entrada do local onde ocorrerá o evento (se for o caso).
- Tipo do evento.

Sempre que um evento contar com a presença de autoridades do primeiro escalão do governo, obrigatoriamente o convite oficial será feito pelo presidente da Embrapa, por meio de carta ou impresso, conforme orientação da Secom.

Quando o convite for assinado pelo ministro da Agricultura, Pecuária e Abastecimento e pelo presidente da Embrapa, não pode ser incluída a assinatura do chefe-geral de Unidade Descentralizada.

Convites e/ou cartas para o ministro da Agricultura, Pecuária e Abastecimento só poderão ser assinados pelo presidente da Embrapa.

Convites e/ou correspondências para outros ministros de Estado e para o presidente da República só poderão ser assinados pelo ministro da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Neste caso a solicitação ao ministro da Agricultura, Pecuária e Abastecimento só poderá ser feita pelo presidente da Embrapa.

Convites, em geral, só serão assinados pelo presidente da Embrapa quando sua presença estiver confirmada. Caso contrário, tanto um dos diretores-executivos, com presença confirmada, quanto o chefe-geral de Unidade Central ou Descentralizada podem assinar o convite.

Ao oficializar um convite a uma autoridade para qualquer evento, é necessário informar-se, com a maior antecedência possível, sobre a sua disponibilidade de comparecimento.

Convites para cerimônias em geral deverão sempre ser impressos de forma cuidadosa, em papel de boa qualidade, e expressar exatamente a sua razão de ser. O convidado, ao lê-lo, deverá saber de imediato para o que está sendo convidado, o que usar, o local e a quem confirmar sua presença.

O tratamento a ser inserido no texto de um convite impresso deve ser formal e correto. A opção entre Vossa Excelência ou Vossa Senhoria é definida em razão da hierarquia dos destinatários.

- Expressões honra e prazer:
- “tem o prazer de convidar” – conotação mais íntima, direcionado para convidados em geral; nunca para autoridades;
- “tem a honra de convidar” – termo formal, indicado para autoridades que recebem a forma de tratamento Excelência.

As expressões acima também podem ser substituídas por “fulano de tal, convida para...”, ultimamente usada, no encaminhamento de convites.

- Listagem:

Nas recepções com número limitado de participantes,

a lista de convidados deverá ser elaborada levando-se em consideração os seguintes critérios:

- Ligação da pessoa convidada com o evento.
- O convidado deve desempenhar atividades que tenham relação com o tema do evento.
- Representatividade do convidado na comunidade.

A Secom dispõe de mailing de autoridades governamentais e de alguns públicos de interesse da Embrapa. Essas informações estão disponíveis para todas as Unidades. Para acesso, contatos devem ser feitos com a Supervisão de Apoio Administrativo (ADM) desta Secom.

- Prazo de envio:
- Convites formais: de dez a 20 dias de antecedência.
- Convites informais: de três a cinco dias.
- Quando a presença de um convidado específico for de extrema importância, podem ser feitos contatos prévios (Save the date) por até três vezes (com 90, 60 e 30 dias de antecedência), assegurando a reserva da data na agenda do convidado. Nesses casos, o convite formal deverá ser enviado com até 15 dias de antecedência.
- Quando se tratar de cerimônia de posse ou homenagem, deverá ser solicitada ao empossado ou homenageado a relação das pessoas às quais ele deseja que sejam enviados convites.

### 4.3 DISCURSOS E PRONUNCIAMENTOS

Em solenidade na qual estiverem presentes o presidente da República ou seu representante, governadores de estado, ministros e outras autoridades de escalão superior, os discursos deverão ser em ordem crescente, ou seja, falarão as autoridades de menor precedência e, por último, a principal autoridade.

Nas solenidades organizadas pela Embrapa, o presidente será sempre o último orador, exceto nos casos em que houver a presença de autoridades de hierarquia superior.

É prerrogativa do anfitrião abrir e encerrar a solenidade; neste caso, deverá deixar o discurso para o final, abrindo a solenidade somente com palavras de boas-vindas. Podemos ter também a abertura pelo anfitrião local da Embrapa, e o encerramento da solenidade pelo presidente da Embrapa.

Quando do recebimento de homenagens em reconhecimento ao trabalho das Unidades Centrais e Descentralizadas – na ausência do presidente da Embrapa ou de um membro da Diretoria-Executiva –, caberá ao chefe-geral da Unidade homenageada ou outra pessoa, indicada pela Diretoria-Executiva, representar a Embrapa e fazer uso da palavra.

Discursos e pronunciamentos devem ser simples, claros e objetivos. É comprovado que em falas longas, as atenções são desviadas. A primeira impressão é a que vale, mas é a última impressão a que fica.

### 4.4 LUGARES

Nas solenidades, um dos aspectos mais importantes

refere-se à hierarquia na composição das mesas de honra ou diretora.

A composição da mesa de honra, nos **eventos estilo plenário**, pode ser com número par ou ímpar de integrantes.

- **número ímpar:**
- Quando o presidente da Embrapa estiver presente, o centro da mesa será sempre o seu lugar, devendo o anfitrião local sentar-se à sua esquerda, caso não esteja presente mais de uma autoridade superior a ele.
- Quando o presidente da Embrapa não estiver presente, o anfitrião local da Embrapa senta-se ao centro, a primeira autoridade à sua direita, a segunda autoridade à sua esquerda e assim por diante.
- Caso o anfitrião ceda o centro da mesa para uma autoridade presente, poderá sentar-se à sua direita ou à sua esquerda.
- **número par:**
- O centro da mesa é deslocado para a direita, sentando-se neste local o convidado especial ou a maior autoridade presente.
- O anfitrião da Embrapa senta-se no centro esquerdo, dando sempre seu braço direito ao convidado especial. Os dois juntos formam a cabeceira dupla.
- A primeira autoridade sentar-se-á ao lado direito do convidado especial, a segunda à esquerda do anfitrião, e assim por diante.
- Quando o presidente da Embrapa estiver presente, sentar-se-á no centro direito da mesa; o centro

esquerdo será o lugar do anfitrião local.

- Caso esteja presente uma autoridade superior hierarquicamente ao presidente da Embrapa – presidente da República, ministro –, a autoridade superior sentar-se-á no centro direito, e o presidente da Empresa no centro esquerdo. O anfitrião local poderá sentar-se à esquerda do presidente da Embrapa.

O ideal é sempre uma disposição em que a mesa seja ímpar, o que facilita a identificação da presidência da mesa diretora. A mesa diretora ímpar não deve conter mais de 11 integrantes, e a par, não mais do que 12 integrantes.

Nos **eventos em estilo de reunião ou banquete**, o objetivo do evento determinará os lugares, como segue:

- Se o objetivo for a interlocução, o convidado especial sentar-se-á à frente do anfitrião da Embrapa.
- Se o objetivo for uma homenagem, o convidado especial sentar-se-á à direita do anfitrião da Embrapa.

- **Composição da mesa:**

Existem três formas de se compor uma mesa diretora, em eventos de estilo plenário:

- Na primeira, a mesa é composta das extremidades para o centro, em ordem crescente, sendo o anfitrião ou a maior autoridade a última a ser chamada.
- Na segunda, o anfitrião é convidado para ocupar o centro da mesa e em seguida as chamadas são

feitas, alternadamente, do centro para as extremidades.

- Na terceira, a solenidade é iniciada com todas as autoridades presentes à mesa.

Se o evento contar com as presenças do presidente da República e/ou do governador do Estado, o cerimonial desses determina o tipo de composição.

- **No caso da Embrapa, deve-se adotar:**
- para solenidades internas, a primeira forma.
- para solenidades externas (ao ar livre), a terceira composição.

Em qualquer tipo de cerimônia, a confirmação da presença é fundamental para a composição da mesa de honra ou diretora com antecedência.

#### 4.5 NOMINATA

- É o registro nominal das autoridades e personalidades de destaque presentes ao evento, com a indicação de seus cargos.
- Devem ser colocadas em cartões (7cm x 12cm), que podem acompanhar os convites, devendo os principais convidados entregá-los ou preenchê-los na secretaria do evento.
- A nominata auxilia o anfitrião e quem fizer uso da palavra a citar os integrantes da mesa diretora, bem como ao mestre de cerimônias a registrar e agradecer a presença das autoridades.
- Lembrar que a citação dos integrantes da mesa diretora **é prerrogativa única e exclusiva do anfitrião, do presidente ou vice-presidente da**

**República ou do governador, quando presentes.**

Os demais, mesmo fazendo uso da palavra, citam somente o anfitrião e “os demais membros da mesa diretora”.

- O mesmo procedimento deve ser adotado para eventos em ambientes fechados ou abertos – ao ar livre.

## 4.6 PRECEDÊNCIA

A ordem de precedência é que determina a sequência de apresentação da autoridade de um Estado ou de um grupo social e, automaticamente, sua posição em uma mesa diretora. Em cerimônias, reuniões, posses e outros eventos, a precedência deve ser rigorosamente seguida. Normalmente é atribuída a uma autoridade em razão da sua posição hierárquica, do cargo que ocupa e da função que exerce, mas poderá obedecer a outros critérios, dependendo da ocasião e quem envolver.

São critérios de Ordem de Precedência:

- Antiguidade de mandato.
- Bom senso.
- Data de criação, constituição ou fundação do órgão que representa.
- Hierarquia.
- Honrarias ou mérito.
- Interesses políticos ou empresariais.
- Idade.
- Ordem alfabética.

No Brasil, essa questão é regulamentada pelo Decreto Federal 70.274/1972 (BRASIL, 1972, artigo 1º, parágrafo único), define:

*“O Presidente da República presidirá sempre a cerimônia a que comparecer. Os antigos chefes de Estado passarão logo após o Presidente do Supremo Tribunal Federal, desde que não exerçam qualquer função pública. Neste caso, sua precedência será determinada pela função que estiver exercendo.”*

O Artigo 6o e o parágrafo único deste Decreto preconizam:

*“O Governador do Estado presidirá sempre a cerimônia a que comparecer, salvo as dos Poderes Legislativo e Judiciário e as de caráter exclusivamente militar, nas quais será observado o respectivo cerimonial. Quando para as cerimônias militares for convidado o Governador, ser-lhe-á dado o lugar de honra.”*

As normas protocolares são reguladas por lei federal, que é superior às leis estaduais, no caso em que esses possuam legislação específica sobre o assunto.

Assim, caso o evento da Embrapa receba a presença de autoridades que constem da lista de precedência do Decreto 70.274, recomendamos que os organizadores reúnam-se com os assessores dessas autoridades, visando a organização correta e o sucesso do evento.

Dentro desse contexto, temos o atraso de Autoridade. Embora o convite tenha sido feito com o prazo ideal e confirmada a presença, infelizmente, atrasos fazem parte da vida cotidiana.

Se o atraso – atraso não é ausência – for do presidente da República, governador, ou do anfitrião – Embrapa –, o evento não deve começar, devendo os convidados aguardar sua chegada.

Se o atraso não for da autoridade principal e não havendo nenhuma notícia do retardatário, a solenidade pode começar após a espera de, no máximo, 30 minutos. Quando o retardatário chegar procede-se da seguinte forma:

- ele será conduzido à mesa diretora, não ao seu lugar original, mas na extremidade da mesa, que receberá novamente a cadeira que foi retirada antes do início da solenidade;

- neste caso, a sequência da precedência deverá ser seguida e o lugar do retardatário será ocupado pela pessoa mais qualificada que estiver à mesa.

Como a plateia poderá ficar impaciente com a demora do início do evento, alguns recursos podem ser utilizados para entretenimento – telões com vídeos, antecipação de intervalo para lanche etc.

Ressaltamos a importância da organização detalhada da cerimônia; há sempre uma situação diferente a ser analisada e avaliada.

Recomenda-se utilizar a formalidade apenas em cerimônias oficiais, as quais podem trazer benefícios políticos ou institucionais para todos os participantes. Em eventos internos ou essencialmente de trabalho, não convém programar formalidades excessivas; o importante é um evento bem organizado.

Alguns segmentos têm precedências especiais e é necessário que o profissional da Embrapa, responsável pela organização do evento, as conheça.

## 4.6.1 EMBAIXADORES

A precedência se dá pela data da apresentação de credenciais no País. Antes, é preciso se informar se o Decano (representante do Corpo Diplomático) estará presente em uma cerimônia. Caso compareça, ele tem a precedência.

### 4.6.1.1 Cônsules

Os cônsules seguem a ordem de precedência dos Embaixadores, tendo este precedência sobre Cônsules, independentemente do país.

## 4.6.2 Precedência na Embrapa

Sempre que um evento contar com a presença do presidente do Conselho de Administração da Embrapa (Consad), ele precederá o presidente da Empresa.

Nas cerimônias em que estiver presente o presidente da Embrapa, devem ser observadas as seguintes precedências:

### Na sede

- Nos eventos que contarem com a presença de autoridades de escalão superior, o presidente da Embrapa será o primeiro a compor a mesa, na sua condição de anfitrião, e as demais autoridades em ordem crescente de precedência – do menor ao maior.
- Dependendo da autoridade máxima presente ao evento, o presidente da Embrapa cederá a ele o seu

lugar de anfitrião, ocupando a primeira (ou segunda) precedência junto a esta autoridade.

- Na Embrapa, a ordem usada para os pronunciamentos é a mesma da composição de mesa, ou seja, o anfitrião local abre o evento dando as boas vindas e as explicações técnicas pertinentes à ocasião; seguem os pronunciamentos em ordem crescente – do menor em hierarquia ao maior –, terminando com o do presidente da Embrapa, caso não esteja presente autoridade superior a ele (presidente da República, vice-presidente da República e ministro de Estado).
- **Nas Unidades Descentralizadas**
- Quando o evento contar com a presença de autoridades de primeiro escalão, a Chefia-Geral da Unidade concederá ao presidente da Embrapa a posição de anfitrião. Ele será o primeiro a compor a mesa e usar da palavra. As demais autoridades comporão a mesa em ordem crescente – do menor ao maior.
- Se os demais membros da Diretoria-Executiva da Embrapa estiverem presentes no evento, sem a presença de autoridades de primeiro escalão, será dada precedência ao diretor da área mais ligado ao tema do evento, sendo o último a se pronunciar.
- Caso a hierarquia das autoridades comporte a presença de diversos chefes de Unidades Descentralizadas, será dada a precedência ao chefe da Unidade promotora do evento, em detrimento aos demais chefes presentes.
- Nos eventos internos, que contem com a presença do presidente, de diretores, de chefes-gerais e

adjuntos de Unidades Descentralizadas, e de chefes de Unidades Centrais, o chefe da Unidade promotora será o anfitrião (recepção aos convidados). A precedência será do presidente, dos diretores-executivos, do chefe de gabinete e dos chefes-gerais de Unidades Descentralizadas e centrais, nessa ordem.

#### 4.6.3 ESTADOS E GOVERNADORES

Com a Proclamação da República, em 1889, as Províncias Imperiais existentes tornaram-se Estados. A maioria das províncias foi criada a partir das Capitanias, logo após a Proclamação da Independência, em 1822.

A precedência entre os governadores e Estados é estabelecida pelo ano de fundação dos Estados, na seguinte em ordem decrescente:

**PESQUISA: Projeto BrazilGenWeb**

ESTADO	SIGLA	ANO	LOCAL	HISTÓRIA
Alagoas	AL	1889	Província de Alagoas	Estado original da República, criado em 1889 da Província de Alagoas. Sua capital é Maceió. A Província da Alagoas, original do império, foi criada da Capitania de Alagoas em 1822.
Amazonas	AM	1889	Província do Amazonas	Estado original da República, criado em 1889 a partir da Província do Amazonas. Fronteiras em disputa com a Colômbia e Bolívia até 1909, quando a área dos futuros territórios de Guaporé e Rio Branco foram anexadas. A área do Território de Guaporé foi incorporada depois ao Mato Grosso. Sua capital é Manaus. A Província do Amazonas foi criada da Província do Pará em 1850.
Bahia	BA	1889	Província da Bahia	Estado original da República, criado em 1889 da Província da Bahia. Sua capital é Salvador. A Província da Bahia, original do império, foi criada da Capitania da Bahia em 1822.
Ceará	CE	1889	Província do Ceará	Estado original da República, criado em 1889 da Província do Ceará. Sua capital é Fortaleza. A Província do Ceará, original do império, foi criada da Capitania da Bahia em 1822.
Espírito Santo	ES	1889	Província do Espírito Santo	Estado original da República, criado em 1889 da Província do Espírito Santo. Sua capital é Vitória. A Província do Espírito Santo, original do império, foi criada da Capitania do Espírito Santo em 1822.
Goiás	GO	1889	Província de Goiás	Estado original da República, criado em 1889 da Província de Goiás. Sua capital é Goiânia. A Província de Goiás, original do império, foi criada da Capitania de Goiás em 1822.
Maranhão	MA	1889	Província do Maranhão	Estado original da República, criado em 1889 da Província do Maranhão. Sua capital é São Luiz. A Província do Maranhão, anexada ao império em 1823, foi criada da Colônia Provincial do Maranhão.
Mato Grosso	MT	1889	Província do Mato Grosso	Estado original da República, criado em 1889 da Província do Mato Grosso. Território aumentado por área anexada da Bolívia em um tratado de 1927. Sua capital é Cuiabá. A Província do Mato Grosso, original do império, foi criada da Capitania do Mato Grosso em 1822.
Minas Gerais	MG	1889	Província de Minas Gerais	Estado original da República, criado em 1889 da Província de Minas Gerais. Sua capital é Belo Horizonte. A Província de Minas Gerais, original do império, foi criada da Capitania de Minas Gerais em 1822.

**PESQUISA: Projeto BrazilGenWeb**

ESTADO	SIGLA	ANO	LOCAL	HISTÓRIA
Pará	PA	1889	Província do Pará	Estado original da República, criado em 1889 da Província do Pará. Sua capital é Belém. A Província do Pará, anexada ao império em 1823, foi criada da Capitania do Pará.
Paraíba	PB	1889	Província da Paraíba	Estado original da República, criado em 1889 da Província da Paraíba. Sua capital é João Pessoa. A Província da Paraíba, original do império, foi criada da Capitania da Paraíba em 1822
Paraná	PR	1889	Província do Paraná	Estado original da República, criado em 1889 da Província do Paraná. Sua capital é Curitiba. A parte leste de seu território foi desmembrada de 1943 a 1946 para formar o Território de Iguaçu, posteriormente reintegrado ao estado. A Província do Paraná foi criada da Província de São Paulo em 1853.
Pernambuco	PE	1889	Província de Pernambuco	Estado original da República, criado em 1889 da Província de Pernambuco. O Território de Fernando de Noronha que era uma capitania original de 1504 hoje é parte do estado. Sua capital é Recife. A Província de Pernambuco, original do império, foi criada da Capitania de Pernambuco em 1822
Piauí	PI	1889	Província do Piauí	Estado original da República, criado em 1889 da Província do Piauí. Sua capital é Teresina. A Província do Piauí, original do império, foi criada da Capitania do Piauí em 1822.
Rio de Janeiro	RJ	1889	Província do Rio de Janeiro	Estado original da República, criado em 1889 da Província do Rio de Janeiro. Sua antiga capital era Niterói. Em 1975 o Estado da Guanabara foi absorvido e sua capital tornou-se o Rio de Janeiro, que foi a capital anterior do País. A Província do Rio de Janeiro, original do império, foi criada da Capitania do Rio de Janeiro em 1822
Rio Grande do Norte	RN	1889	Província do Rio Grande do Norte	Estado original da República, criado em 1889 da Província do Rio Grande do Norte. Sua capital é Natal. A Província do Rio Grande do Norte, original do império, foi criada da Capitania do Rio Grande do Norte em 1822
Rio Grande do Sul	RS	1889	Província do Rio Grande do Sul	Estado original da República, criado em 1889 da Província do Rio Grande do Sul. Sua capital é Porto Alegre. A Província do Rio Grande do Sul, original do império, foi criada da Capitania do Rio Grande do Sul em 1822. Em 1851 sua parte sudeste foi anexada do Uruguai

**PESQUISA: Projeto BrazilGenWeb**

ESTADO	SIGLA	ANO	LOCAL	HISTÓRIA
Santa Catarina	SC	1889	Província de Santa Catarina	Estado original da República, criado em 1889 da Província de Santa Catarina. Sua capital é Florianópolis. A Província de Santa Catarina, original do império, foi criada da Capitania de Santa Catarina em 1822
São Paulo	SP	1889	Província de São Paulo	Estado original da República, criado em 1889 da Província de São Paulo. Sua capital é São Paulo. A Província de São Paulo, original do império, foi criada da Capitania de São Paulo em 1822.
Sergipe	SE	1889	Província de Sergipe	Estado original da República, criado em 1889 da Província de Sergipe. Sua capital é Aracaju. A Província de Sergipe foi criada da Província da Bahia em 1823. Sua colonização começou em 1590 quando foi criada a capitania de Sergipe d'El Rey, anexada à Bahia em 1723.
Acre	AC	1903	Bolívia	Sua capital é Rio Branco. Comprado da Bolívia em 1903
Amapá	AP	1943	Estado do Pará	Criado do Estado do Pará em 1943, esteve em disputa territorial com a Guiana Francesa até 1900. Sua capital é Macapá.
Rondônia	RO	1943	Estado de Mato Grosso	Criado em 1943 a partir do Estado de Mato Grosso. Chamava-se Território de Guaporé na ocasião. Sua capital é Porto Velho.
Roraima	RR	1943	Estado do Amazonas	Criado em 1943 a partir do Estado do Amazonas. Chamava-se Território de Rio Branco, terras originalmente pertencentes à Guiana Inglesa e Venezuela, tratados de 1905. Sua capital é Boa Vista
Distrito Federal	DF	1960	Goiás	Capital do País, criado em 1960 do Estado de Goiás. Sua capital é Brasília.
Mato Grosso do Sul	MS	1977	Estado do Mato Grosso	Criado em 1977 a partir do Estado do Mato Grosso. Parte do estado foi o Território de Ponta-Porã de 1943 a 1946. Sua capital é Campo Grande
Tocantins	TO	1988	Estado de Goiás	Criado em 1988 a partir do Estado de Goiás. Sua capital é Palmas. Miracema do Norte foi sua capital provisória.



#### 1. Observação:

O parágrafo 1º do Artigo 32, da Constituição Federal concedeu ao Distrito Federal atribuições e competências reservadas aos Estados e Municípios, mas não estabeleceu a sua organicidade como um Estado federado mantendo a sua forma jurídico-constitucional como um Distrito Federal. Muito embora, tenha governador e vice-governador eleitos de forma direta, deputados distritais à Câmara Legislativa Distrital, representação na Câmara dos Deputados e no Senado Federal e Poder Judiciário devidamente estruturado, o Distrito Federal não ocupa a precedência que lhe é devida pelo disposto no Artigo 8º, considerando-se a sua data de fundação e criação histórica –

2. 21 de abril de 1960.

3. Em qualquer evento, o governador do Estado anfitrião sempre terá a precedência sobre os demais governadores.

#### 4.6.4 MINISTÉRIOS E MINISTROS DE ESTADO

A precedência se dá pela data de constituição histórica dos Ministérios. Em caso de evento na Embrapa, o ministro da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, tem precedência sobre os demais ministros. Em eventos internacionais, o ministro das Relações Exteriores tem a precedência e, em reuniões de Ministros, o Ministro Chefe da Casa Civil precede aos demais (Memorando 0052/ 2003, da Presidência da República).

Ordem	Ministério	Sigla
1º	Agricultura, Pecuária e Abastecimento	MAPA
2º	Cidades	MCidades
3º	Ciência, Tecnologia, Inovação e Comunicações	MCT
4º	Cultura	MinC
5º	Defesa	MD
6º	Desenvolvimento Industrial e Comércio Exterior	MDIC
7º	Desenvolvimento Social e Agrário	MDS
8º	Educação	MEC
9º	Esporte	ME
10º	Fazenda	MF
11º	Integração Nacional	MI
12º	Justiça e Cidadania	MJ
13º	Meio Ambiente	MMA
14º	Minas e Energia	MME
15º	Planejamento, Orçamento e Gestão	MP
16º	Relações Exteriores	MRE
17º	Saúde	MS
18º	Trabalho e Previdência Social	MTPS
19º	Transparência, Fiscalização e Controle	MTFC
20º	Transportes, Portos e Aviação Civil	MT
21º	Turismo	MTur
Secretarias com status de Ministério (ligadas à Presidência da República)		
22º	Secretaria de Governo	SeGov
23º	Casa Civil	CC
24º	Gabinete de Segurança Institucional	GSI

#### 4.6.5 PREFEITOS

A precedência se dá pelo número de habitantes do Município e, em seguida, pela data de fundação da cidade, tendo sempre precedência o Prefeito da cidade anfitriã.

#### 4.6.6 REITORES

Identificar as Universidades e o presidente do Conselho de Reitores das Universidades Brasileiras (CRUB). Ele tem a precedência, depois seguem: universidades federais, estaduais, municipais e particulares. A precedência dentre as universidades é seguida pela data da fundação.

#### 4.2.6. SECRETÁRIOS DE ESTADO

Segue a ordem de criação de cada Secretaria, variando de Estado para Estado. Nos eventos da Embrapa, o secretário de Estado da Agricultura tem precedência sobre os demais pela natureza, atribuição e competência da Secretaria.

#### 4.7 PRESENTES

Quando se deseja presentear uma autoridade ou convidado, deve-se:

- Comunicar à equipe do Cerimonial, que decidirá sobre a conveniência da iniciativa;
- Evitar:
- Pacote muito embalado, que pode causar transtorno na hora de abrir.
- Presente muito grande ou pesado que poderá não

caber na bagagem do homenageado.

- Produtos perecíveis, principalmente para quem vai viajar.
- Presentes de elevado valor, sem antes consultar a Embrapa e a assessoria do visitante.
- Objetos de uso pessoal e íntimo.
- Analisar os hábitos e costumes de cada povo, com o objetivo de não se utilizar cores ou produtos que causem constrangimento. Os países do Oriente – Japão, China, Coreia – são os mais supersticiosos (ver hábitos desses países).
- Indicação de presentes:
- Livros com fotos ou gravuras, editados pela Empresa.
- Peças do artesanato local.
- Presentes que tenham relação com o lugar visitado.
- Pedras brasileiras.
- Gravuras da fauna ou flora brasileira.

#### 4.8 PROGRAMAÇÃO

Trata-se da descrição de todas as fases do evento, por meio de tópicos.

A programação objetiva fornecer aos envolvidos no evento – desde o anfitrião até o mestre de cerimônias e pessoal de apoio – a sequência dos acontecimentos, evitando-se eventuais falhas.

O programa é a sequência que norteia a redação do roteiro, acrescentado do horário de cada fase do evento.

## 4.9 REPRESENTAÇÃO

Em eventos com a presença de autoridade de primeiro escalão, não é permitido que pessoas de escalão inferior a essa autoridade se façam representar. Assim:

- Em cerimônias nas quais estiver presente o Presidente da República ou o Governador de Estado, não é permitida a representação.
- Com a presença do presidente da Embrapa não é permitida a representação

Entretanto, a recíproca não é verdadeira, podendo o maior escalão se fazer representar quando necessário. Neste caso:

- O representante terá o lugar de quem representar, caso tenha status equivalente ao representado – exemplo: ministros de Estado representam o presidente da República; secretários de Estado representam o Governador; diretores da Embrapa, chefes de Unidades Descentralizadas, chefes-adjuntos e, chefes de Unidades Centrais, nessa ordem, podem representar a Embrapa.
- Quando o presidente da Embrapa designar um representante, será dado a este a mesma precedência deferida a ele, caso a hierarquia acima citada seja respeitada.

Dependendo do evento e do status do representante, este não compõe a mesa de honra ou diretora, nem faz uso da palavra. Exemplo: representação feita por assessor ou assistente não é representação direta.

## 4.10 ROTEIRO (SCRIPT)

É o texto que será lido e apresentado pelo mestre de cerimônias na condução da solenidade, unindo todas as suas fases.

O roteiro deve ser elaborado pelo responsável pela organização do evento com base na programação proposta, com espaço duplo, corpo 16 e em, no mínimo, três vias, sendo que duas serão distribuídas ao mestre de cerimônias e ao responsável pela organização do evento, ficando a terceira para emergências eventuais.

É essencial que o mestre de cerimônias leia e treine a leitura do roteiro em voz alta, antes do evento, estando ciente de toda a solenidade.

Nomes estrangeiros devem ter sua pronúncia correta escrita entre parênteses, e os nomes de associações que tenham sigla devem ser identificados por extenso.

## 4.11 TRAJES

Devem ser definidos de acordo com o tipo de evento e constar dos convites recomendando-se, em todas as ocasiões, o uso do bom senso. Em eventos da Embrapa, os trajes indicados são social, passeio completo ou passeio e esporte.

### Social

- Trata-se do traje de noite, usado em ocasiões especiais, tais como cerimônias de aniversário da Embrapa, coquetéis, aberturas formais de eventos, entre outros.
- Para as mulheres: é permitida maior flexibilidade, mas as variações limitam-se ao comprimento do traje (longo ou curto). Os tecidos continuam

nobres; os brilhos podem ser complementados por joias e echarpes. Sapatos e bolsas combinando com o traje, em modelos para a noite.

- Para o público masculino: o traje social é o terno escuro (marinho, cinza-chumbo, preto), liso ou risca de giz, utilizado com ou sem colete. Camisa social clara, gravata discreta.

### **Passeio Completo e Passeio**

- Trata-se do traje menos formal que o social, também usado em ocasiões especiais, tanto durante o dia quanto à noite. Pode ser usado em cerimônias de posse, inaugurações, almoços executivos, entre outros.
- **Para as mulheres**, conjunto de pantalonas, vestido e o *tailleur* retratam bem esse estilo. Complementos como bolsas e sapatos de qualidade, echarpes, joias discretas ou bonitas bijuterias dão o arremate final.
- **Para os homens**, passeio completo significa terno ou blazer, usados com gravata. Poderão ser usados ternos de cores claras – cinza, bege ou azul, porém somente durante o dia.

O traje de passeio difere do passeio completo pela falta da gravata, o que o torna menos formal. Para as mulheres são os conjuntos de calça comprida, saia e blusa, vestidos, também menos formais do que os *tailleurs*.

### **Esporte**

O termo esporte fino **não existe**. Como o próprio nome define, esporte é um traje mais informal.

Para os homens: consta de camisa de manga longa ou curta, calças esportivas, geralmente jeans ou sarja, sapatos ou sapatênis. Pode ser usado com ou sem *blazer*.

Para as mulheres: calça comprida, estilo *fuseaux* acompanhada de blusas de comprimento longo, bailarina ou outro modismo, jeans ou sarja e camisa ou camiseta.



# *Formas de Tratamento*





As formas de tratamento mais utilizadas em correspondências oficiais são Vossa Excelência e Vossa Senhoria.

## 5.1 TRATAMENTO VOSSA EXCELÊNCIA

O tratamento **Vossa Excelência** aplica-se às autoridades que possuem cargos mais elevados e deve ser sempre usado por extenso.

- **Poder Executivo**

Presidente da República.

Vice-Presidente da República.

Ministros de Estado.

Secretário-Geral da Presidência da República.

Consultor-Geral da República.

Chefe do Estado-Maior das Forças Armadas.

Chefe do Gabinete Militar da Presidência da República.

Chefe do Gabinete Pessoal do Presidente da República.

Secretários da Presidência da República.

Procurador-Geral da República.

Governadores e Vice-Governadores de Estado e do Distrito Federal.

Chefes de Estado-Maior das Três Armas.

Oficiais-Generais das Forças Armadas.

Embaixadores.

Secretário Executivo e Secretário Nacional de Ministérios.

Secretários de Estado dos Governos Estaduais.

Prefeitos Municipais (**das capitais e de cidades com mais de 500 mil habitantes**).

- **Poder Legislativo**

Presidente, Vice-Presidente e Membros do Senado Federal e da Câmara dos Deputados (Senadores e Deputados Federais).

Presidentes e Membros das Assembleias Legislativas Estaduais (Deputados Estaduais).

Presidentes das Câmaras Municipais (**das capitais e de cidades com mais de 500 mil habitantes**).

Presidente e Membros do Tribunal de Contas da União (Conselheiros).

Presidentes e Membros dos Tribunais de Contas Estaduais (Conselheiros).

- **Poder Judiciário:**

Presidente e Membros do Supremo Tribunal Federal (STF) - Ministros.

Presidente e Membros do Superior Tribunal de Justiça (STJ) - Ministros.

Presidente e Membros do Superior Tribunal Militar (STM) - Ministros.

Presidente e Membros do Tribunal Superior Eleitoral (TSE) - Ministros.

Presidente e Membros do Tribunal Superior do Trabalho (TST) - Ministros.

Presidente e Membros dos Tribunais de Justiça (TJ).

Presidente e Membros dos Tribunais Regionais Federais (TRF).

Presidente e Membros dos Tribunais Regionais Eleitorais (TRE).

Presidente e Membros dos Tribunais Regionais do Trabalho (TRT).

Juizes e Desembargadores.

Auditores da Justiça Militar.

**Observação:** os juizes recebem o tratamento de

Meritíssimo, com equivalência a Excelência.

- Forças Armadas – Somente Oficiais Gerais  
Marinha – Almirante, Almirante de Esquadra, Vice-Almirante e Contra-Almirante.

Exército – Marechal, General de Exército, General de Divisão e General de Brigada.

Aeronáutica – Marechal do Ar, Tenente-Brigadeiro, Major-Brigadeiro, Brigadeiro.

Polícia Militar – Coronel (em alguns Estados, recebe o tratamento de Excelência somente o Coronel que exerce a função de Comandante).

- **Universidade**

Chanceler e Vice-Reitor.

O Reitor recebe o tratamento de Magnífico (equivalência a Excelência).

## 5.2 TRATAMENTO VOSSA SENHORIA

Quanto à forma de tratamento, **Vossa Senhoria, que também deve ser usada por extenso**, deverá ser empregada a todos que ocupam cargos de hierarquia superior nas empresas públicas, mistas, privadas, autarquias, associações de classe, sindicatos, clubes de serviços e outros. O endereçamento é: à Sua Senhoria, o Senhor...

Presidentes, vice-presidentes e diretores-presidentes.

Diretores gerais, de Unidades ou de Departamentos.

Superintendentes em geral.

Chefes de qualquer espécie (de seção, de serviços etc.).

Inspetores.

Oficiais administrativos.

Oficiais de patente inferior a Coronel, excetuando-se os suboficiais.

Comerciantes e funcionários de categoria hierárquica elevada.

Observações Gerais :

- De acordo com a Instrução Normativa nº 468, de 5 de março de 1992, revogada pelos Decretos nº 1.937/1996, 2.954/1999 e 4.176 de 28 de março de 2002, que “estabelece as regras para a redação de atos normativos do Poder Executivo e dispõe sobre a tramitação de documentos sujeitos à aprovação do Presidente da República e a uniformização dos atos e procedimentos” (BRASIL, 1992, caput).

- Fica abolido o uso do tratamento Digníssimo às autoridades que recebem o tratamento de Excelência.
- Fica dispensado o emprego do superlativo Ilustríssimo para as autoridades que recebem o tratamento de Vossa Senhoria e para particulares, sendo suficiente o pronome de tratamento Senhor, no uso do vocativo. Por analogia fica dispensado o uso do tratamento Mui Digno.

**Era assim:**

Excelentíssimo Senhor

Momomomomo

DD. Presidente da República Federativa do Brasil

Ilustríssimo Senhor  
 Momomomomo  
 MD. Diretor Presidente da Embrapa

**Ficou assim:**

Excelentíssimo Senhor  
 Momomomomo  
 Presidente da República Federativa do Brasil

Ilustríssimo Senhor  
 Momomomomo  
 Diretor Presidente da Embrapa

### 5.3 TÍTULOS DE CARGO DE CONFIANÇA

Para correspondências oficiais escritas, vêm depois do nome da pessoa.

Exemplo:

Monomonomono, presidente da Embrapa  
 (exemplo acima).

### 5.4 TÍTULOS DE CARGO DE CONFIANÇA

**Títulos acadêmicos, vitalícios e referentes à profissão** antecedem o nome da pessoa em correspondências oficiais escritas. Exemplos:

- Engenheiro-agrônomo Monomonomono.
- Desembargador Monomonomono.
- Para a composição de mesa diretora, convites e na linguagem verbal, o título precede o nome da pessoa.
- **Doutor** não é forma de tratamento, e sim título

acadêmico, por isso não deve ser utilizado indiscriminadamente, sendo título para os profissionais que defenderam tese de doutorado ou titulados pelo seu notório saber. Aos demais utiliza-se o título inerente à profissão. Exemplo:

- Dr. Monomonomono (no caso do presidente da Embrapa utiliza-se o doutor por ele ter doutorado).

• As formas de tratamento com **Vossa** designam a pessoa a quem se fala.

“Vossa Excelência deseja um copo de vinho da Embrapa?”

• As formas de tratamento com **Sua** indicam a pessoa de quem se fala.

“Convidamos para compor a mesa de honra Sua Excelência o Senhor Ministro da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, Monomonomono”.

### 5.5 TRATAMENTOS FEMININO E MASCULINO

#### Feminino e masculino

- Embaixador – feminino: Embaixatriz (esposa do Embaixador).
- Embaixadora – mulher que exerce as funções de Embaixador.
- Cônsul – feminino: Consulesa.
- Cônsul – mulher que exerce as funções de Cônsul.
- Presidente – utilizar Presidente para o masculino e o feminino.
- Exemplo: O presidente da Embrapa. A presidente da Embrapa.

**Tabela 7. Formas de tratamentos mais utilizados em correspondências oficiais**

<b>Cargo do Destinatário</b>	<b>Destinatário/ Envelope</b>	<b>Destinatário/ Carta</b>	<b>Vocativo epistolar</b>	<b>Texto</b>
Presidente da República	Excelentíssimo senhor (Nome) Presidente da República Federativa do Brasil	A sua excelência o Senhor (Nome) Presidente da república Federativa do Brasil	Excelentíssimo Senhor Presidente da República	Vossa Excelência
Vice-Presidente da República	Excelentíssimo Senhor (Nome) Vice-Presidente da República Federativa do Brasil	A sua Excelência o Senhor (Nome) Vice-Presidente da República Federativa do Brasil	Excelentíssimo Senhor Vice-Presidente da República	Vossa Excelência
Ministro de Estado	Excelentíssimo Senhor (Nome) Ministro de Estado da (o)	A sua Excelência o Senhor (Nome) Ministro de Estado da (o)	Senhor Ministro	Vossa Excelência
Ministro-Chefe da Secretaria de Governo	Excelentíssimo Senhor (Nome) Ministro-Chefe da Secretaria de Governo	A sua Excelência o Senhor (Nome) Ministro-Chefe da Secretaria de Governo	Senhor Ministro-Chefe	Vossa Excelência
Ministro-Chefe da Secretaria de Desenvolvimento Regional	Excelentíssimo Senhor (Nome) Ministro-Chefe da Secretaria de Desenvolvimento Regional	A sua Excelência o Senhor (Nome) Ministro-Chefe da Secretaria de Desenvolvimento Regional	Senhor Ministro-Chefe	Vossa Excelência
Secretário-Geral da Presidência da República	Excelentíssimo Senhor (Nome) Secretário-Geral da Presidência da República	A sua Excelência o Senhor (Nome) Secretário-Geral da Presidência da República	Senhor Secretário- Geral	Vossa Excelência
Chefe do Gabinete Civil do Presidente da República	Excelentíssimo Senhor (Nome) Chefe do Gabinete Civil do Presidente da República	A sua Excelência o Senhor (Nome) Secretário-Geral da Presidência da República	Senhor Secretário- Geral	Vossa Excelência

**Tabela 7. Formas de tratamentos mais utilizados em correspondências oficiais**

<b>Cargo do Destinatário</b>	<b>Destinatário/ Envelope</b>	<b>Destinatário/ Carta</b>	<b>Vocativo epistolar</b>	<b>Texto</b>
Chefe do Gabinete Militar da Presidência da República	Excelentíssimo Senhor (Nome) Chefe do Gabinete Militar da Presidência da República	A sua Excelência o Senhor (Nome) Chefe do Gabinete Militar da Presidência da República	Senhor Chefe	Vossa Excelência
Chefe da Secretaria de Planejamento da Presidência da República	Excelentíssimo Senhor (Nome) Chefe da Secretaria de Planejamento da Presidência da República	A sua Excelência o Senhor (Nome) Chefe da Secretaria de Planejamento da Presidência da República	Senhor Chefe	Vossa Excelência
Chefe da Secretaria de Administração Pública da Presidência da República	Excelentíssimo Senhor (Nome) Chefe da Secretaria de Administração Pública da Presidência da República	A sua Excelência o Senhor (Nome) Chefe da Secretaria de Administração Pública da Presidência da República	Senhor Chefe	Vossa Excelência
Secretário da Presidência da República	Excelentíssimo Senhor (Nome) Secretário da Presidência da República	A sua Excelência o Senhor (Nome) Secretário da Presidência da República	Senhor Secretário	Vossa Excelência
Secretário de Estado e Secretário Extraordinário	Excelentíssimo Senhor (Nome) Secretário de Estado do (Nome) Secretário Extraordinário do (Nome)	A sua Excelência o Senhor (Nome) Secretário de Estado do (Nome) Secretário Extraordinário do (Nome)	Senhor Secretário	Vossa Excelência
Diretor	Ao Senhor (Nome) Diretor (identificar a Diretoria e a Entidade respectiva)	Ao Senhor (Nome) Diretor (identificar a Diretoria e a Entidade respectiva)	Senhor Diretor	Vossa Senhoria
Diretor de Autarquia Federal	Ao Senhor (Nome) (Cargo)	Ao Senhor (Nome) (Cargo)	Senhor Diretor	Vossa Senhoria

**Tabela 7. Formas de tratamentos mais utilizados em correspondências oficiais**

<b>Cargo do Destinatário</b>	<b>Destinatário/ Envelope</b>	<b>Destinatário/ Carta</b>	<b>Vocativo epistolar</b>	<b>Texto</b>
Diretor de Autarquia Municipal ou Estadual	Ao Senhor (Nome) (Cargo)	Ao Senhor (Nome) (Cargo)	Senhor Diretor	Vossa Senhoria
Presidente de Empresa Pública ou Privada	Ao Senhor (Nome) (Cargo)	Ao Senhor (Nome) (Cargo)	Senhor Presidente	Vossa Senhoria
Reitor de Universidade	Excelentíssimo Senhor (Nome) Magnífico Reitor da (Nome)	A sua Excelência o Senhor (Nome) Magnífico Reitor da (Nome)	Magnífico Reitor	Vossa Magnificência
Doutor PhD	Ao Senhor Doutor (Nome) Cargo (se exercer chefia)	Ao Senhor Doutor (Nome) Cargo (se exercer chefia)	Senhor Doutor	Vossa Senhoria
Mestre	Ao Senhor (Nome) Cargo (se exercer chefia)	Ao Senhor (Nome) Cargo (se exercer chefia)	Senhor Professor	Vossa Senhoria
Governo (do Estado e do Distrito Federal)	Excelentíssimo Senhor (Nome) Governador do Estado do (de) (Nome)	A sua Excelência o Senhor (Nome) Governador do Estado do (de) (Nome)	Senhor Governador	Vossa Excelência
Vice-Governador (do Estado e do Distrito Federal)	Excelentíssimo Senhor (Nome) Vice-Governo do Estado do (de) (Nome)	A sua Excelência o Senhor (Nome) Vice-Governo do Estado do (de) (Nome)	Senhor Vice-Governador	Vossa Excelência
Prefeito da Capital	Excelentíssimo Senhor (Nome) Prefeito da Cidade (localidade)	A sua Excelência o Senhor (Nome) Prefeito da Cidade (localidade)	Senhor Prefeito	Vossa Excelência
Prefeito Municipal (Cidade com mais de 500 mil habitantes)	Ao Senhor (Nome) Prefeito Municipal de (localidade)	A sua Excelência o Senhor (Nome) Prefeito Municipal de (localidade)	Senhor Prefeito	Vossa Excelência
Prefeito da Capital	Excelentíssimo Senhor (Nome) Prefeito da Cidade (localidade)	A sua Excelência o Senhor (Nome) Prefeito da Cidade (localidade)	Senhor Prefeito	Vossa Excelência

**Tabela 7. Formas de tratamentos mais utilizados em correspondências oficiais**

<b>Cargo do Destinatário</b>	<b>Destinatário/ Envelope</b>	<b>Destinatário/ Carta</b>	<b>Vocativo epistolar</b>	<b>Texto</b>
Prefeito Municipal (Cidade com mais de 500 mil habitantes)	Ao Senhor (Nome) Prefeito Municipal de (localidade)	A sua Excelência o Senhor (Nome) Prefeito Municipal de (localidade)	Senhor Prefeito	Vossa Excelência
Prefeito Municipal (Cidade com menos de 500 mil habitantes)	Ao Senhor (Nome) Prefeito Municipal de (localidade)	Ao Senhor (Nome) Prefeito Municipal de (localidade)	Senhor Prefeito	Vossa Senhoria
Presidente do Congresso Nacional	Excelentíssimo Senhor Senador (Nome) Presidente do Congresso Nacional	A sua Excelência o Senhor Senador (Nome) Presidente do Congresso Nacional	Excelentíssimo Senhor Presidente do Congresso Nacional	Vossa Excelência
Presidente do Senado Federal	Excelentíssimo Senhor Senador (Nome) Presidente do Senado Federal	A sua Excelência o Senhor Senador(Nome) Presidente do Senado Federal	Excelentíssimo Senhor Presidente do Senado Federal	Vossa Excelência
Presidente da Câmara dos Deputados	Excelentíssimo Senhor Deputado (Nome) Presidente da Câmara dos Deputados	A sua Excelência o Senhor Deputado(Nome) Presidente da Câmara dos Deputados	Senhor Presidente	Vossa Excelência
Líder do Governo no Senado	Excelentíssimo Senhor Senador (Nome) Líder do Governo no Senado	A sua Excelência o Senhor Senador (Nome) Líder do Governo no Senado	Senhor Senador	Vossa Excelência
Senador da República	Excelentíssimo Senhor Senador (Nome)	A sua Excelência o Senhor Senador (Nome)	Senhor Senador	Vossa Excelência
Líder do Governo na Câmara	Excelentíssimo Senhor Deputado (Nome) Líder do Governo na Câmara	A sua Excelência o Senhor Deputado (Nome) Líder do Governo na Câmara	Senhor Deputado	Vossa Excelência

Tabela 7. Formas de tratamentos mais utilizados em correspondências oficiais

Cargo do Destinatário	Destinatário/ Envelope	Destinatário/ Carta	Vocativo epistolar	Texto
Deputado Federal e Estadual	Excelentíssimo Senhor Deputado (Nome) Cargo (se exercer chefia)	A sua Excelência o Senhor Deputado (Nome) Cargo (se exercer chefia)	Senhor Deputado	Vossa Excelência
Vereador	Senhor Vereador (Nome) Cargo ( se exercer Chefia)	A sua Excelência o Senhor (Nome) Cargo ( se exercer Chefia)	Senhor Vereador	Vossa Excelência
Presidente do Supremo Tribunal Federal	Excelentíssimo Senhor Ministro (Nome) Presidente do Supremo Tribunal Federal	A sua Excelência o Senhor Ministro (Nome) Presidente do Supremo Tribunal Federal	Excelentíssimo Senhor Presidente do Supremo Tribunal Federal	Vossa Excelência
Consultor-Geral da República	Excelentíssimo Senhor (Nome) Consultor-Geral da República	A sua Excelência o Senhor (Nome) Consultor-Geral da República	Senhor Consultor-Geral	Vossa Excelência
Desembargador	Excelentíssimo Senhor Desembargador (Nome) Cargo (se exercer chefia)	A sua Excelência o Senhor Desembargador (Nome) Cargo (se exercer chefia)	Senhor Desembargador	Vossa Excelência
Juiz	Excelentíssimo Senhor (Nome) Juiz de	A sua Excelência o Senhor (Nome) Juiz de	Meritíssimo Juiz	Vossa Excelência
Embaixador	Excelentíssimo Senhor (Nome) Embaixador do (a) (Nome do país)	A sua Excelência o Senhor (Nome) Embaixador do (a) (Nome do país)	Senhor Embaixador	Vossa Excelência
Cônsul	Ao Senhor (Nome) Cônsul de (o, a) (País) em (cidade)	Ao Senhor (Nome) Cônsul de (o, a) (País) em (cidade)	Senhor Cônsul	Vossa Senhoria
Cônsul-Geral	Ao Senhor (Nome) Cônsul-Geral de (o,a) (nome do país)	Ao Senhor (Nome) Cônsul-Geral de (o,a) (nome do país)	Senhor Cônsul-Geral	Vossa Senhoria

**Tabela 7. Formas de tratamentos mais utilizados em correspondências oficiais**

<b>Cargo do Destinatário</b>	<b>Destinatário/ Envelope</b>	<b>Destinatário/ Carta</b>	<b>Vocativo epistolar</b>	<b>Texto</b>
Decano do Corpo Consular	Ao Senhor (Nome) Decano do Corpo Consular	Ao Senhor (Nome) Decano do Corpo Consular	Senhor Decano	Vossa Senhoria
Chefe do Estado-Maior das Forças Armadas	Excelentíssimo Senhor (Nome) Chefe do Estado-Maior das Forças Armadas	A Sua Excelência o Senhor (Nome) Chefe do Estado-Maior das Forças Armadas	Senhor Chefe	Vossa Excelência
Almirante-de-Esquadra	Excelentíssimo Senhor Almirante-de-Esquadra (Nome) Cargo (se exercer chefia)	A Sua Excelência o Senhor Almirante-de-Esquadra (Nome) Cargo (se exercer chefia)	Senhor Almiranta	Vossa Excelência
Vice-Almirante	Excelentíssimo Senhor Vice-Almirante (Nome) Cargo (se exercer chefia)	A Sua Excelência o Senhor Vice-Almirante (Nome) Cargo (se exercer chefia)	Senhor Almirante	Vossa Excelência
Contra-Almirante	Excelentíssimo Senhor Contra-Almirante (Nome) Cargo (se exercer chefia)	A Sua Excelência o Senhor Contra-Almirante (Nome) Cargo (se exercer chefia)	Senhor Almirante	Vossa Excelência
Marechal	Excelentíssimo Senhor Marechal (Nome) Cargo (se exercer chefia)	A Sua Excelência o Senhor Marechal (Nome) Cargo (se exercer chefia)	Senhor Marechal	Vossa Excelência
General-de-Exército	Excelentíssimo Senhor General-de-Exército (Nome) Cargo (se exercer chefia)	A Sua Excelência o Senhor General-de-Exército (Nome) Cargo (se exercer chefia)	Senhor General-de-Exército	Vossa Excelência

**Tabela 7. Formas de tratamentos mais utilizados em correspondências oficiais**

<b>Cargo do Destinatário</b>	<b>Destinatário/ Envelope</b>	<b>Destinatário/ Carta</b>	<b>Vocativo epistolar</b>	<b>Texto</b>
General-de-Divisão	Excelentíssimo Senhor General-de-Divisão (Nome) Cargo (se exercer chefia)	A Sua Excelência o Senhor General-de- Divisão (Nome) Cargo (se exercer chefia)	Senhor General-de- Divisão	Vossa Excelência
General-de-Brigada	Excelentíssimo Senhor General-de-Brigada (Nome) Cargo (se exercer chefia)	A Sua Excelência o Senhor General-de- Brigada (Nome) Cargo (se exercer chefia)	Senhor General-de- Brigada	Vossa Excelência
Marechal-do-Ar	Excelentíssimo Senhor Marechal-do-Ar (Nome) Cargo (se exercer chefia)	A Sua Excelência o Senhor Marechal-do- Ar (Nome) Cargo (se exercer chefia)	Senhor Marechal-do- Ar	Vossa Excelência
Tenente-Brigadeiro	Excelentíssimo Senhor Tenente-Brigadeiro (Nome) Cargo (se exercer chefia)	A Sua Excelência o Senhor Tenente- Brigadeiro (Nome) Cargo (se exercer chefia)	Senhor Tenente- Brigadeiro	Vossa Excelência
Major-Brigadeiro	Excelentíssimo Senhor Major-Brigadeiro (Nome) Cargo (se exercer chefia)	A Sua Excelência o Senhor Major- Brigadeiro (Nome) Cargo (se exercer chefia)	Senhor Major- Brigadeiro	Vossa Excelência
Brigadeiro	Excelentíssimo Senhor Brigadeiro (Nome) Cargo (se exercer chefia)	A Sua Excelência o Senhor Brigadeiro (Nome) Cargo (se exercer chefia)	Senhor Brigadeiro	Vossa Excelência
Capitão-de-Mar-e- Guerra	Senhor Capitão-de- Mar-e-Guerra (Nome) Cargo (se exercer chefia)	Ao Senhor Capitão-de- Mar-e-Guerra (Nome) Cargo (se exercer chefia)	Senhor Capitão-de- Mar-e-Guerra	Vossa Senhoria

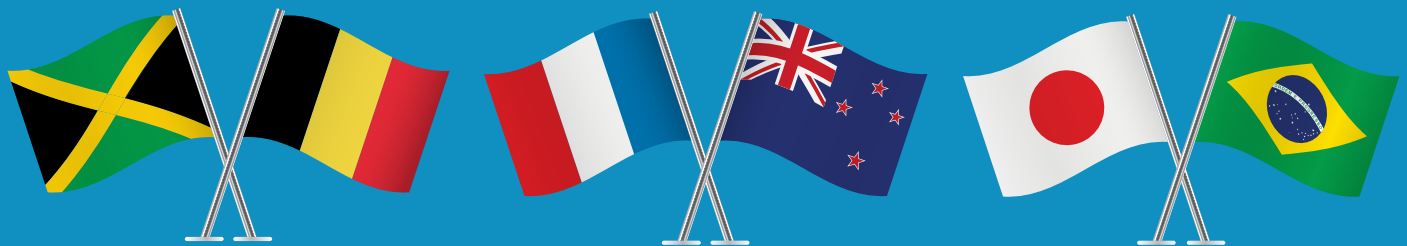
**Tabela 7. Formas de tratamentos mais utilizados em correspondências oficiais**

<b>Cargo do Destinatário</b>	<b>Destinatário/ Envelope</b>	<b>Destinatário/ Carta</b>	<b>Vocativo epistolar</b>	<b>Texto</b>
Coronel (Exército)	Senhor Coronel (Nome) Cargo (se exercer chefia)	Ao Senhor Coronel (Nome) Cargo (se exercer chefia)	Senhor Coronel	Vossa Senhoria
Coronel (Aeronáutica)	Senhor Coronel (Nome) Cargo (se exercer chefia)	Ao Senhor Coronel (Nome) Cargo (se exercer chefia)	Senhor Coronel	Vossa Senhoria
Capitão-de-Fragata	Senhor Capitão-de- Fragata (Nome) Cargo (se exercer chefia)	Ao Senhor Capitão-de- Fragata (Nome) Cargo (se exercer chefia)	Senhor Capitão-de- Fragata	Vossa Senhoria
Tenente-Coronel (Exército)	Senhor Tenente- Coronel (Nome) Cargo (se exercer chefia)	Ao Senhor Tenente- coronel (Nome) Cargo (se exercer chefia)	Senhor Tenente- Coronel	Vossa Senhoria
Tenente-Coronel (Aeronáutica)	Senhor Tenente- Coronel (Nome) Cargo (se exercer chefia)	Ao Senhor Tenente- Coronel (Nome) Cargo (se exercer chefia)	Senhor Tenente- Coronel	Vossa Senhoria
Capitão-de-Corveta	Senhor Capitão-de- Corveta (Nome) Cargo (se exercer chefia)	Ao Senhor Capitão-de- Corveta (Nome) Cargo (se exercer chefia)	Senhor Capitão-de- Corveta	Vossa Senhoria
Major (Exército)	Senhor Major de Exército (Nome) Cargo (se exercer chefia)	Ao Senhor Major de Exército (Nome) Cargo (se exercer chefia)	Senhor Major	Vossa Senhoria
Major (Aeronáutica)	Senhor Major de Aeronáutica (Nome) Cargo (se exercer chefia)	Ao Senhor Major de Aeronáutica (Nome) Cargo (se exercer chefia)	Senhor Major	Vossa Senhoria

**Tabela 7. Formas de tratamentos mais utilizados em correspondências oficiais**

Cargo do Destinatário	Destinatário/ Envelope	Destinatário/ Carta	Vocativo epistolar	Texto
Cardeal	Eminentíssimo Senhor Cardeal Dom (Nome) Cardeal Arcebispo de (outro título que possuir e nome do lugar)	A Sua Eminência Reverendíssima Dom (Nome) Cardeal Arcebispo de (outro título que possuir e nome do lugar)	Eminentíssimo Senhor Cardeal	Vossa Eminência
Arcebispo	Reverendíssimo Senhor Dom (Nome) Arcebispo Metropolitano de (Capital) Arcebispo da Arquidiocese de (Município)	A Sua Excelência Reverendíssima Dom (Nome) Arcebispo Metropolitano de (Capital) Arcebispo da Arquidiocese de (Município)	Excelência Reverendíssima	Vossa Excelência Reverendíssima
Bispo	Reverendíssimo Senhor Dom (Nome) Bispo Diocesano de (Nome do lugar)	A Sua Excelência Reverendíssima Dom (Nome) Bispo Diocesano de (Nome do lugar)	Excelência Reverendíssima	Vossa Excelência Reverendíssima
Monsenhor, Cônego, Padre ou Pastor	Reverendíssimo Senhor Monsenhor/ Cônego/ Padre/Pastor (Nome)	Ao Reverendíssimo Senhor Monsenhor/Cônego/ Padre/Pastor (Nome)	Reverendíssimo Senhor	Vossa Reverendíssima ou Vossa Senhoria Reverendíssima
Madre	Reverendíssima Madre (Nome) (Cargo)	À Reverendíssima Madre (Nome)	Reverendíssima Madre	Vossa Reverendíssima
Irmã	Reverenda Irmã (Nome)	À Reverenda Irmã (Nome)	Reverenda Irmã	Vossa Senhoria

# *Bandeira e Hino Nacional*





## 6.1. USO DA BANDEIRA NACIONAL

- O uso da Bandeira Nacional está regulamentado pela Lei nº 5.700, de 01/09/1971 (BRASIL, 1971).

### 6.1.1 HASTEAMENTO

- Hasteia-se obrigatoriamente a Bandeira Nacional:
- Nos dias de festa ou de luto nacional, em todas as repartições públicas, nos estabelecimentos de ensino e sindicatos.
- Nas escolas públicas ou particulares é obrigatório o hasteamento da Bandeira Nacional durante o ano letivo, pelo menos uma vez por semana.
- No dia 19 de novembro, Dia da Bandeira, o hasteamento é realizado às 12h, com solenidades especiais.
- A Bandeira Nacional pode ser hasteada e arriada a qualquer hora do dia ou da noite; normalmente faz-se o hasteamento às 8h e o arriamento às 18h, devido à claridade do dia.
- Quando distendida à noite, a Bandeira deve estar obrigatoriamente iluminada.
- Quando várias bandeiras são hasteadas ou arriadas simultaneamente, a Bandeira Nacional é a primeira a atingir o topo do mastro e a última a descer.
- A Bandeira Nacional será sempre hasteada pela principal autoridade, cabendo à Bandeira do Estado o segundo lugar e, à do Município, o terceiro em precedência.

### 6.1.2 POSIÇÃO DA BANDEIRA NACIONAL

A Bandeira Nacional, em todas as apresentações no

território nacional, **ocupa lugar de honra**, compreendido como uma posição:

- Central ou a mais próxima do centro – no centro-direita –, quando com outras bandeiras, pavilhões ou estandartes, em linha de mastros, panóplias, escudos ou peças semelhantes.
- Destacada à frente de outras bandeiras quando conduzida em formaturas ou desfiles.
- À direita das tribunas, púlpitos, mesas de reunião ou de trabalho.
- Nas embaixadas será o único local onde a Bandeira Nacional estará a esquerda, por ser território estrangeiro.
- A precedência entre as bandeiras dos estados da Federação é regulada pela antiguidade histórica dos estados – ver precedência dos estados.
- A Bandeira Nacional, quando utilizada com outras bandeiras, segue:
- **Bandeira Nacional e do estado** – Nacional à direita e estado à esquerda.
- **Nacional, Estado e município** – Nacional no centro, estado à direita e município à esquerda.
- **Nacional, Estado e empresa** – Nacional no centro, estado à direita e empresa à esquerda.
- **Nacional, estado, município e empresa** – Nacional no centro-direita, estado à esquerda da nacional, dividindo as duas o centro, município à direita e empresa à esquerda, ao lado da bandeira do estado.
- **Várias bandeiras de estados** – seguem a ordem de criação dos estados, exceto o estado anfitrião, que fica à direita da Bandeira Nacional, caso o número

de bandeiras seja ímpar. Se for par ela divide o centro com a Bandeira Nacional, ficando à sua esquerda.

- Quando composta com **bandeiras de outros países**, segue a ordem alfabética dos países visitantes, pelo idioma do país anfitrião.
- Quando composta com **bandeiras de outros países e a do Estado anfitrião**, sobe a bandeira do país visitante da primeira letra alfabética, que fica à direita da do Brasil, em segundo lugar sobe a do Estado anfitrião, à esquerda, se for número ímpar. Os outros países seguem a ordem alfabética, após

a do Estado. Sendo número par, a do país da primeira letra do alfabeto divide o centro com a Bandeira do Brasil.

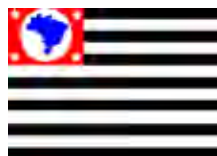
- Considera-se direita de um dispositivo de bandeiras a direita de uma pessoa colocada junto a ele e voltada para a rua, para a platéia ou, de modo geral, para o público que observa o dispositivo.

### ILUSTRAÇÃO DA BANDEIRA NACIONAL COMPOSTA COM OUTRAS BANDEIRAS

1. Com bandeira do estado: nacional à direita e estado à esquerda.



Brasil



São Paulo

2. Com bandeira do município: nacional à direita e município à esquerda.

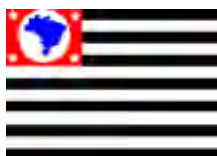


Brasil



Município São Paulo

3. Com bandeira do estado e do município: nacional no centro, estado à direita e município à esquerda.



São Paulo

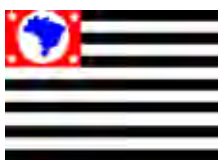


Brasil



Município São Paulo

4. Com bandeira do estado e da Empresa: nacional no centro, estado à direita e Empresa à esquerda.



São Paulo



Brasil



Embrapa

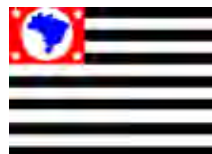
**5. Com bandeira do estado, município e Empresa:** nacional no centro-direita, estado à esquerda da nacional, dividindo as duas o centro, município à direita e Empresa à esquerda, ao lado da bandeira do estado.



Município São Paulo



Brasil



São Paulo

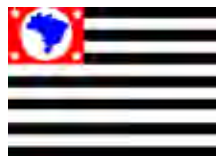


Embrapa

**6. Com bandeira de vários estados:** coloca-se a bandeira do estado anfitrião à direita da bandeira do Brasil. Os demais estados seguem a ordem de criação histórica (ver ordem de precedência dos estados).



Rio de Janeiro



São Paulo



Brasil



Bahia



Rio Grande do Sul

**7. Bandeira nacional e de outro país:** nacional à direita e do país visitante à esquerda.



Brasil



França

**8. Com Bandeiras de outros países:** segue a ordem alfabética dos países visitantes, pelo idioma do país anfitrião. Exceto em organismos internacionais, que segue o idioma oficial.



EUA



Brasil



Portugal

**9. Com Bandeiras de outros países e do estado anfitrião:** sobe a bandeira do país visitante de primeira letra alfabética, que fica à direita da do Brasil, em segundo lugar sobe a do estado anfitrião, à esquerda, se for número ímpar de Bandeiras.

Os outros países seguem a ordem alfabética.



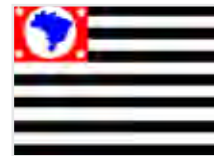
**França**



**EUA**



**Brasil**

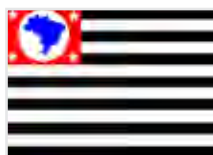


**São Paulo**



**Portugal**

Mesmo caso, com número par de bandeiras:



**São Paulo**



**Brasil**

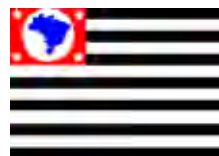


**Estados Unidos**



**França**

**10. Com a Bandeira de outro país, do estado e da Empresa:** sobe a bandeira do país visitante, que fica à esquerda da do Brasil, em segundo lugar sobe a do estado anfitrião, à direita, e por último a da Empresa, à esquerda do país visitante.



**São Paulo**



**Brasil**



**França**



**Embrapa**

### 6.1.3 UTILIZAÇÃO

- A Bandeira Nacional pode ser usada em todas as manifestações do sentido patriótico dos brasileiros, em caráter oficial ou particular.
- A Bandeira Nacional poderá ser apresentada:
- Hasteada em mastros e adriças, em prédios, templos, campos de esportes, escritórios, salas de aula, auditórios, embarcações, ruas e praças, assegurando-lhe o devido respeito.
- Distendida e sem mastro, desfraldada, aplicada sobre paredes ou presa a um cabo ligando edifícios, árvores, postes ou mastros.
- Composto com outras bandeiras, panóplias, escudos ou peças semelhantes.
- Conduzida em formaturas, desfiles ou mesmo individualmente.
- Reproduzida sobre paredes, tetos, vidraças, veículos e aeronaves.
- Distendida sobre ataúde até a ocasião do sepultamento.
- Quando distendida e sem mastro, coloca-se a Bandeira de modo que o lado maior fique na horizontal e a estrela isolada em cima, não podendo ser ocultada, mesmo parcialmente, por pessoas sentadas em suas imediações.

## 6.2. HINO NACIONAL

O Hino Nacional é composto pela música de Francisco Manuel da Silva e pelo poema de Joaquim Osório Duque Estrada.

- Ao ser executado numa solenidade, o público deve estar de pé, em silêncio, mantendo uma postura formal em sinal de respeito.
- A execução do Hino Nacional só terá início depois que o presidente da República, a maior autoridade presente, ou o anfitrião houverem ocupado seu lugar, devendo, sempre, ser o primeiro ato do evento, após a composição da mesa diretora.
- Pelo parágrafo único do art. 30 da Lei nº 5.700, “é vedada qualquer outra forma de saudação ao Hino Nacional que não seja: atitude de respeito, de pé, e em silêncio, sendo os civis, com a cabeça descoberta e os militares em continência, segundo os regulamentos das respectivas corporações” (BRASIL, 1971). Desse parágrafo, deduz-se que **não se aplaude** o Hino Nacional – somente é permitida a posição de respeito.
- Os aplausos são reservados apenas para quando o hino for tocado por orquestra, banda ou interpretado por cantor ou coral.
- O hábito de colocar a mão direita sobre o peito (coração) durante a execução do Hino Nacional, segue o modelo dos Estados Unidos e da França, não havendo nenhuma proibição a esse ato.
- É proibida a execução de quaisquer arranjos vocais do Hino Nacional que não sejam autorizados pelo presidente da República, ouvido o **Ministério da Educação e Cultura** (BRASIL, 1971, art. 34), nem

alterações em sua letra.

- Execução instrumental e cantada:
- Nos casos de execução **instrumental**, toca-se a música integralmente, mas sem **repetição**.
- Nos casos de execução **vocal**, serão sempre **cantadas as duas partes**.
- Nas continências ao presidente da República, para fins exclusivos do cerimonial militar, serão executados apenas a introdução e os acordes finais, conforme a regulamentação específica.
- Será executado em continência à Bandeira Nacional e ao Presidente da República, do Congresso Nacional e do Supremo Tribunal Federal, quando incorporados; e nos demais casos expressamente determinados pelos regulamentos de continência ou cerimônias de cortesia internacional.
- O Hino Nacional deverá ser executado sempre nas solenidades de hasteamento da Bandeira Nacional.
- A execução será instrumental ou vocal será de acordo com o cerimonial previsto em cada caso:
- Geralmente, utiliza-se o Hino Nacional cantado quando a cerimônia é ao ar livre, ou em grandes espaços, para poder “soltar a voz”.
- o Hino será instrumentado em solenidades fechadas e em pequenos espaços.
- Nas cerimônias em que se tenha de executar um Hino Nacional com outros hinos, segue-se a regra:
- Os hinos estrangeiros precedem o Hino Nacional **por cortesia** – exemplo: primeiro o Hino da França, depois o Brasileiro;
- Caso aconteça situação em que se tenha de interpretar mais de um hino estrangeiro, eles serão

colocados em ordem alfabética, pelo idioma do país anfitrião (em nosso caso, o português), exemplo: Canadá, França, depois o Brasileiro.

- Com outros hinos (estado, município e Empresa), a precedência é do Hino Nacional:
- 1º Hino Nacional.
- 2º Hino do Estado.
- 3º Hino do Município.
- 4º Hino da Embrapa.
- É optativa a execução de hinos de estado, município ou Empresa.
- É obrigatória a execução do Hino Nacional em todas as solenidades oficiais ou que tenham a presença de autoridades governamentais.

# *Protocolo Internacional*





Em atendimento à crescente necessidade de interagir com centros de pesquisa avançada, a Embrapa mantém acordos com mais de 100 instituições de pesquisa e desenvolvimento em cerca de 50 países, abrangendo todos os continentes. Contudo, além do desenvolvimento na área científica internacional, a Embrapa apoia a política externa brasileira e, a título de exemplo, participa como veículo de cooperação para o desenvolvimento dos países emergentes, coordenada pela Agência Brasileira de Cooperação (ABC) do Ministério das Relações Exteriores (MRE), que relaciona mais de 100 projetos de cooperação técnica em quatro continentes.

Neste contexto, de relações internacionais, a Embrapa realiza a interlocução e o intercâmbio de conhecimento com instituições internacionais e estrangeiras desde a sua fundação até o momento atual, o que tem contribuído fortemente para o avanço da ciência, com impacto em sua programação de pesquisa, mas também na política de governo e de Estado. Esta comunicação, quando ocorre presencialmente (exemplo: presença física de representantes institucionais), pode se dar tanto no Brasil, durante visitas de delegado(s) estrangeiro(s) na Embrapa, quanto no exterior, por ocasião de missões de funcionários da Empresa, e se caracteriza pelas interações nos níveis estratégico, tático ou operacional. Cabe lembrar, porém, que os eventos que a Embrapa lidera e que têm caráter internacional são quase que exclusivamente realizados no Brasil. Com isso, é importante ter-se em consideração que, assim como ocorre nos demais países, os procedimentos protocolares durante tais eventos no País, salvo raras exceções, seguem os princípios de conduta do Brasil. Cabe salientar também que o funcionário da Embrapa, quando no

exterior, não é um funcionário de carreira diplomática formal do governo brasileiro, função que tem escopo e natureza diversos e sua própria orientação. Além disso, não é incomum, nas missões de funcionários da Embrapa a países com pouca tradição de interação com o Brasil, este delegado ser acompanhado de representante diplomático do governo brasileiro, que pode orientar procedimentos protocolares, caso se façam necessários.

Para orientar a sua agenda internacional, a Embrapa possui o documento corporativo intitulado *Guia de Relações Internacionais*, disponível na intranet e no Portal Corporativo, que traz os direcionamentos da Diretoria da Empresa e da Secretaria de Relações Internacionais (SRI) relativas à sua atuação internacional, que são amparados pelos princípios de orientação do governo federal. Este documento traz também as diretrizes e estratégias para atuação internacional da Embrapa e exemplos de sua atuação no exterior, tais como os programas Labex e Embrapa África.

Nesta lógica, a Embrapa possui uma Unidade Central, a SRI, que é responsável por planejar e coordenar os processos de articulação, programação e gestão das atividades de cooperação internacional, científica e tecnológica, além da participação da Embrapa na construção de políticas públicas e nos fóruns nacionais e internacionais com impacto na agricultura. Como descrito no Regimento Interno desta Unidade, para desenvolver estas responsabilidades, a secretaria se organiza em uma chefia e três coordenadorias: Cooperação Técnica, Cooperação Científica e Políticas e Fóruns Globais. Como cada uma destas figuras

corporativas interage com diferentes atores do ambiente internacional, com suas peculiaridades, sugere-se que as demais Unidades Descentralizadas e Centrais contatem a secretaria para discutirem procedimentos específicos de interação com os representantes de instituições estrangeiras e de seus respectivos países, quando esta interlocução está em processo de organização.

Os países onde a Embrapa possui maior atuação internacional estão destacados no mapa da abaixo.



Figura | Atuação Internacional - Laboratórios Virtuais (programa Embrapa Labex)

# *Referências*





## REFERÊNCIAS

DUARTE, R.R. Curso: *organização de eventos e cerimonial e protocolo*. Brasília: Making Off Eventos, Imprensa e Relações Públicas S/C Ltda, 1993. Apostila.

DUARTE, R. R. *Como organizar eventos: congressos, seminários, feiras e exposições*. São Paulo: RD Eventos Consultoria e Organização de Eventos S/C Ltda, 1996. Apostila.

GONÇALVES, C. L. A. Curso: *planejamento e gerenciamento de eventos*. Brasília: Clag Treinamento & Consultoria, 1996. Apostila.

MARTINHO, L. A. P. *Traços culturais e alguns países com os quais o Brasil mantém relações de negócios significativos*. Qualimetria, v. 6, n. 49, p. 46-48, set. 1995.

MEIRELLES, G. F. *Técnicas de organização de eventos empresariais*. São Paulo: Elo Consultoria Empresarial e Produção de Eventos, 1997. Apostila.

MEIRELLES, G. F.; BARROS, M. E. de A. *O negócio é o seguinte*. São Paulo: IBRADEP, 2005.

MEIRELLES, G. F. *Protocolo e cerimonial: normas, ritos e pompa*. São Paulo: IBRADEP, 2006.

MURTA, S. S.; COUTO, J. G. do.; FLECHA, D. C. C.; CORRÊA, J. *Visitas governamentais* (orientação). Belo Horizonte: Governo do Estado de Minas Gerais, 1989. Apostila.

PALAZZO, S. M. *Cerimonial: algumas noções práticas*. Brasília, DF: Instituto Rio Branco, 1991. Apostila.

ROSSI, Clóvis. *matéria na Folha de São Paulo*, 1º de maio 2004, pg. A14.

SPEERS, N. *Cerimonial para relações públicas*. 6. ed. São Paulo: Hexágono Cultural, 1991.



Impressão e acabamento

**Embrapa Informação Tecnológica**

*O papel utilizado nesta publicação foi produzido conforme a certificação  
do Bureau Veritas Quality International (BVQI) de Manejo Florestal*



**Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária**  
**Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento**