



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA  
CENTRO DE TECNOLOGIA  
CURSO DE GRADUAÇÃO EM ENGENHARIA DE PRODUÇÃO

ADONILDO MARQUES DA SILVA NETO

**COMPARAÇÃO DO PROCESSO DE PROJETO DE UMA FEIRA DE  
ECONOMIA CRIATIVA (FEIRICA) COM AS ÁREAS DO PMBOK**

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

JOÃO PESSOA - PB  
2018

ADONILDO MARQUES DA SILVA NETO

**COMPARAÇÃO DO PROCESSO DE PROJETO DE UMA FEIRA DE  
ECONOMIA CRIATIVA (FEIRICA) COM AS ÁREAS DO PMBOK**

Trabalho de Conclusão de curso desenvolvido e apresentado no âmbito do Curso de Graduação em Engenharia de Produção da Universidade Federal da Paraíba como requisito para obtenção do título de Bacharel em Engenharia de Produção.

Orientador: Prof. Dr. Fábio Morais Borges

JOÃO PESSOA - PB  
2018

**Catálogo na publicação**  
**Seção de Catalogação e Classificação**

S586c Silva Neto, Adonildo Marques da.

Comparação do processo de projetos de uma feira de economia criativa (FEIRICA) com as áreas do PMBOK / Adonildo Marques da Silva Neto. - João Pessoa, 2018.  
57 f. : il.

Orientação: Fábio Moraes Borges.  
Monografia (Graduação) - UFPB/CT.

1. Engenharia de Entretenimento. 2. Economia Criativa.  
3. Gestão de Projetos. 4. PMBOK. I. Borges, Fábio Moraes. II. Título.

UFPB/BC



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA  
CENTRO DE TECNOLOGIA  
DEPARTAMENTO DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO

## FOLHA DE APROVAÇÃO

Aluno: Adonildo Marques da Silva Neto

Título do trabalho: Comparação do processo de projeto de uma feira de economia criativa (FEIRICA) com as áreas do PMBOK

Trabalho de Conclusão do Curso defendido e aprovado em 01 de novembro de 2018 pela banca examinadora:

Orientador - Prof. Dr. Fábio Moraes Borges

Examinador interno – Prof. Dr. Mariana Moura Nóbrega

Examinador interno – Prof. Dr. Sandra Naomi Morioka

## AGRADECIMENTOS

"Dele, por Ele e para Ele são todas as coisas. A Ele a glória por toda a eternidade! Amém" (Romanos 11, 36). Agradeço primeiramente a Deus, pois sem Ele nada eu seria, sem Ele a força dele jamais teria chegado até onde cheguei e alcançado o que alcancei.

Agradeço aos professores do curso de Engenharia de Produção da UFPB que tanto me ensinaram e foram bastante importantes na minha formação, em especial professor Fábio Moraes, que não apenas aceitou esse desafio de me orientar, mas me acolheu e abraçou a minha ideia de área de estudo do Trabalho de Conclusão de Curso.

Às organizadoras da FEIRICA, Aline e Candy, que mesmo sem me conhecerem, me ajudaram bastante e abriram as portas do evento para que pudesse ser meu objeto de estudo neste Trabalho de Conclusão de Curso.

Aos amigos dos mais diversos círculos de amizades que tenho. Do Ensino Médio: Danilo, Ápia, Thaiany, Vanessa, Larissa, Carol, Luanna, Luzanna, Deise, Maria Helena, Talita e Juliana, que desde lá me acompanham nessa minha jornada que começou com a alegria compartilhada do primeiro vestibular. Da Engenharia: Fernanda, Tamara, Jéssica, Bia, Natália, Gracinha, Camilla, Rodrigo, Felipe, Egberto, Ana Madeira e Vinícius, que sofreram e sorriram juntos comigo com cada vitória alcançada, cada disciplina cursada e cada trabalho realizado durante todo esse período de graduação, contribuindo para meu crescimento acadêmico e profissional. Da comissão regional do ENEGEP 2016: July, Reiane, Douglas e Sabrina, que mesmo após o período de preparação para o ENEGEP se tornaram grandes amigos com quem sempre pude contar dentro e fora da graduação. Do Intercâmbio: os Hungagos (João Lucas, Luisa, Drean, Jeff, Jonh, Stefano, Hanna e Bruna), a Casinha (Renata, Ddza, Sarah, Mari e Caio) e GDF (Vanessa, Aline, Gabi, Lina, Klauber Júnior e Bruno), que durante um ano e meio foram minha família em Budapeste e hoje são minha família espalhada pelo mundo. Da Igreja: Andrezza, Marjorie, Leia, Sylvinha, Sandrinha, Ítalo, Patrícia, Mariana, Iago e Raíssa, que em muitos momentos foram verdadeiros anjos de Deus na terra, me mostrando sempre o amor de Dele. Da vida: Matheus, Joalisson, Luiz Paulo, Luciana, Wanessa e Pablo, que estiveram do meu lado, torcendo por mim. Dos primos: Ricardo, Renata e

Pachelle, que cresceram comigo, tornaram-se verdadeiros irmãos e participam da minha vida desde minhas primeiras conquistas e agora me acompanham em mais uma.

Ao meu melhor amigo, o irmão que não é de sangue, mas é de coração, Tarcy, que desde o início me acompanhou em tudo, foi um dos meus maiores apoiadores e conselheiros durante toda minha trajetória acadêmica e profissional, me incentivando sempre a dar o melhor de mim.

À minha família. Meus pais, Telca e Irenaldo, por tudo que me proporcionaram, por toda a educação dada, por terem sido provedores de tantas e tantas oportunidades ao longo da minha vida, pelos castigos que me fizeram crescer, por serem meu maior exemplo de luta e perseverança. A meus irmãos, Amanda e Alexandre, que de um jeito particular de cada um me dão forças e me ajudam a seguir com meus sonhos. A minha avó Socorro, que se mostrou sempre preocupada com minha felicidade e esteve sempre me colocando em suas orações, fazendo com que eu me sentisse sempre protegido, por ela e por Deus.

## RESUMO

O mercado criativo tem mostrado um crescimento significativo dentro da economia brasileira. Essa emergência reflete diretamente no surgimento de iniciativas públicas e privadas para fomentar a indústria criativa. E foi nesse cenário que surgiu a FEIRICA, uma feira que ocorre em João Pessoa - PB algumas vezes durante o ano e impulsiona a economia criativa local, incentivando a comercialização de produtos e serviços de produtores criativos da região e gerando entretenimento ao seu público. O entretenimento é uma das indústrias mais rentáveis e em crescimento, isso somado a multidisciplinaridade da Engenharia de Produção, gera um novo campo de estudo: a Engenharia de Entretenimento. Entendendo que o profissional dessa área atua diretamente no planejamento e gerenciamento de projetos para essa indústria, o conhecimento em gestão de projetos se torna indispensável. O *Project Management Institute* (PMI) com intuito de gerar conhecimento a respeito da gestão de projetos criou o Guia de Melhores Práticas de Gerenciamento de Projetos – PMBOK, que divide o gerenciamento de projetos em áreas. Ao considerar cada edição da FEIRICA como um projeto, essa pesquisa busca comparar os processos existentes nesse projeto com as áreas apontadas pelo PMBOK. Para sua execução, na primeira fase do trabalho fez-se uma revisão da literatura, na fase 2 um aprofundamento a cerca da FEIRICA e seus processos através de entrevistas e documentos, já na fase final a comparação dos processos e com as áreas do PMBOK, atingindo o objetivo determinado.

Palavras-chave: Engenharia de Entretenimento, Economia Criativa, Gestão de Projetos, PMBOK.

## **ABSTRACT**

The creative market has shown significant growth within the Brazilian economy. This emersion reflects directly on the emergence of public and private initiatives to encourage the creative industry. It was in this scenario that FEIRICA was born, a fair that takes place in João Pessoa - PB some times during the year and boosts the local creative economy, encouraging the commercialization of products and services of creative producers of the region and generating entertainment for its public. Entertainment is one of the most profitable and growing industries, coupled with the multidisciplinary of Production Engineering, generates a new field of study: Entertainment Engineering. Understanding that the professional of this area acts directly in the planning and management of projects for this industry, the knowledge in project management becomes indispensable. The Project Management Institute PMI to generate knowledge about project management has created the Project Management Body of Knowledge - PMBOK, which divides project management into areas. In considering each issue of FEIRICA as a project, this research seeks to compare the existing processes in this project with the areas pointed out by the PMBOK. For its execution, in the first phase of the work a review of the literature was made, in phase 2 a deepening about FEIRICA and its processes through interviews and documents, already in the final phase the comparison of the processes and with the areas of the PMBOK, reaching the determined goal.

Key-words: Entertainment Engineering, Creative Economics, Project Management, PMBOK.

## LISTA DE FIGURAS E QUADROS

Figura 1 - Exemplos de Partes Interessadas.....	19
Figura 2 - Esforço de ciclo de vida de projeto .....	20
Figura 3- Triângulo das Restrições em Gerenciamento de Projetos .....	22
Quadro 1 - Habilidades do Gestor de Projetos.....	24
Quadro 2 - Fases da Pesquisa.....	33
Quadro 3 - Síntese da comparação .....	47

# SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	12
1.1 Justificativa.....	13
1.2 Objetivos .....	15
1.2.1 Objetivo Geral.....	15
1.2.2 Objetivo Específico .....	15
1.3 Estrutura do Trabalho.....	15
2. APORTE TEÓRICO .....	17
2.1 Engenharia do Entretenimento.....	17
2.2 Projetos .....	18
2.2.1 Gestão de Projetos .....	21
2.2.2 PMBOK.....	25
2.3 Economia Criativa .....	29
3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	31
3.1 Classificação da Pesquisa .....	31
3.2 Fases da Pesquisa.....	32
4. RESULTADOS.....	34
4.1 Caracterização do evento .....	34
4.2 Processos da FEIRICA .....	35
4.3 Análise comparativa.....	39
4.3.1 Definição de data.....	39
4.3.2 Definição de local .....	40
4.3.3 Preparo de layout .....	40
4.3.4 Abertura das inscrições .....	41
4.3.5 Seleção dos expositores.....	41
4.3.6 Convocação dos selecionados.....	42

4.3.7	Confirmação dos participantes .....	42
4.3.8	Publicidade .....	43
4.3.9	Contato com expositores .....	43
4.3.10	Contrato de serviços (Fornecedores) .....	43
4.3.11	Compras .....	44
4.3.12	Montagem do evento .....	45
4.3.13	Desmontagem do evento.....	45
4.3.14	Feedback.....	46
4.4	Resumo.....	46
5.	CONCLUSÃO .....	49
	REFERÊNCIAS.....	51
	APÊNDICE A – FORMULÁRIO DE INSCRIÇÃO .....	55
	APÊNDICE B – PROPOSTA DE PARTICIPAÇÃO .....	57

## 1. INTRODUÇÃO

O entretenimento ainda é um ramo pouco explorado pela Engenharia de Produção. Segundo Gonçalves, Friques e Nunes (2013) a Engenharia de Produção é uma das especialidades compostas por disciplinas que guardam conteúdo com maior afinidade com segmentos do entretenimento. As autoras ainda afirmam que alguns cursos superiores foram concebidos no intuito de formar engenheiros capazes de atuar nessa área, a exemplo disso cita-se o curso de bacharelado em Engenharia de Produção com ênfase em produção cultural da UNIRIO e o curso de especialização em Engenharia de Produção Aplicada ao Entretenimento do Departamento Industrial da PUC-Rio. Além desses os cursos de graduação, mestrado e doutorado em Engenharia e Produção da UFRJ já integraram à grade oficial a disciplina de Engenharia de Entretenimento.

Em 2017, durante a Assembleia Geral do Encontro Nacional de Engenharia de Produção, em Joinville - SC, a Gestão da Criatividade e do Entretenimento foi lançada como subárea da Engenharia de Produção, encaixada na área de Engenharia Organizacional. Unindo-se a isso, os crescentes debates a respeito do desenvolvimento econômico em torno de expressões como a Economia Criativa apresentam ao engenheiro de produção um novo nicho de atuação, gerando a necessidade desse profissional em atender às demandas das atividades econômicas desse campo.

Economia Criativa é um conceito novo, não possuindo uma definição pronta e única sobre o termo. Howkins (2001) afirma que a economia criativa surgiu da relação entre economia, como ciência que controla a produção, distribuição e o consumo de bens e serviços, e a criatividade. De acordo com a Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento - UNCTAD (2010, p.10) a economia criativa é "um conjunto de atividades econômicas baseadas em conhecimento, com uma dimensão de desenvolvimento e interligações cruzadas em macro e micro níveis para a economia em geral."

Dados do Firjan (2016) apontam que entre 2013 e 2015 a participação da indústria criativa no PIB brasileiro cresceu de 2,56% para 2,64%, isso resultou numa riqueza de R\$ 155,6 bilhões para a economia brasileira em 2015. É importante

destacar que esse crescimento aconteceu em um período em que o país se encontrava em crise econômica.

É nesse cenário que surge a FEIRICA em João Pessoa - PB, uma feira que ocorre algumas vezes durante o ano e fomenta a economia criativa local, incentivando a comercialização de produtos e serviços de produtores criativos da região e entretenimento do seu público. Com seu início em Janeiro de 2016, o evento já teve 10 edições.

De acordo com Camargo (2018) projeto é definido como um esforço possuindo início, meio e fim, realizado com finalidade de criar um resultado exclusivo e devem ser gerenciados de maneira sólida e eficiente, independente do seu tamanho. Dentro dessa premissa, observa-se que cada edição da FEIRICA pode ser caracterizada como um novo projeto e possui a necessidade de ser gerenciada de forma consistente com intuito de atingir o objetivo definido por sua organização.

Foi com o propósito de criar informações que auxiliassem o desenvolvimento de projetos e que possibilitasse um melhor gerenciamento deles que o PMI (*Project Management Institute*) desenvolveu o Guia de Melhores Práticas de Gerenciamento de Projetos (*Project Management Body of Knowledge - PMBOK*) (SPUDEIT e FERENHOF, 2017). O PMI (2017) define gerenciamento de projetos como o ato de pôr em prática os conhecimentos, habilidade, ferramentas e técnicas às atividades do projeto com intuito de cumprir os seus requisitos. Além disso, ele divide o gerenciamento de projetos em 10 áreas de conhecimento descritas em termos dos processos que as compõem.

Diante disso, o entendimento da presença dessas áreas e a forma como elas se apresentam dentro de um projeto se tornam cruciais para uma melhor gestão, facilitando uma futura aplicação de metodologias de gerenciamento, uso de ferramentas e adoção de novas técnicas.

## **1.1 Justificativa**

Tendo em vista o crescimento do campo de atuação do Engenheiro de Produção e sua multidisciplinaridade, é possível afirmar que a Engenharia de Produção está percorrendo setores jamais explorados por engenheiros antes. Com o avanço do tempo, a Engenharia de Produção vem incorporando novos nichos de

atuação. Em 2017 que foi lançada a nova subárea da Engenharia de Produção, a Gestão da Criatividade e do Entretenimento. Por isso a análise dos processos de uma feira de economia criativa, que visa à movimentação da economia local e o entretenimento de consumidores faz com que se tornasse ainda mais evidente a necessidade de um Engenheiro de Produção na gestão de projetos dessa natureza.

Segundo Gonçalves, Friques e Nunes (2013), a Economia Criativa, Economia da Cultura e Economia do Entretenimento são temas em ascensão e existe uma necessidade de profissionalização no ramo da engenharia de produção e criação de novas tecnologias e estratégias educacionais para responder às demandas das atividades econômicas pertencentes a esses campos. Closs e Rocha-de-Oliveira (2017) afirmam que “a Economia Criativa vem sendo considerada um pilar estratégico de desenvolvimento para os diversos países e continentes no presente século.” E isso é percebido quando Pol (2007 *apud* MORELLI-MENDES e ALMEIDA, 2016) mostra que em 2006, o comércio de bens criativos somou US\$ 407 bilhões – em um período em que a economia do mundo apresentou um decréscimo de 12%, contra US\$ 205 bilhões do ano de 2002. Em 2010 a UNCTAD (Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento) registrou US\$ 592 bilhões, provando que o mercado criativo continuou a crescer independentemente da crise.

Diante desse contexto a pesquisa justifica-se pela necessidade de fomentar estudos nessa área de atuação e o fato da economia criativa e o entretenimento serem mercados que demonstram constante crescimento.

A escolha desse setor se deu devido o forte interesse do pesquisador em atuar na área, por notar que a Engenharia de Entretenimento ainda é pouco explorada e ver nela uma oportunidade de desenvolvimento profissional.

O estudo em questão será de grande importância, pois a partir do momento que se torna possível verificar as áreas típicas do gerenciamento de projetos em projetos de entretenimento ficará mais fácil ter uma visão da atuação do engenheiro de produção em projetos dessa natureza.

As responsáveis pela FEIRICA também se beneficiarão deste estudo, pois a partir do momento que se visualizam os processos existentes na feira com o olhar voltado para seu gerenciamento, torna-se possível uma melhor compreensão e gestão do próprio projeto. Além do benefício às organizadoras do evento, o

pesquisador será beneficiado ao colocar em prática os conhecimentos em Gestão de Projetos evoluindo como profissional.

Dessa forma, a fim de promover um melhor gerenciamento de eventos futuros, a pesquisa buscou responder como seria possível comparar os processos existentes em um projeto de um evento de economia criativa (FEIRICA) com as áreas de gerenciamento de projetos definidas pelo PMBOK?

## **1.2 Objetivos**

### **1.2.1 Objetivo Geral**

Comparar os processos de projeto de uma feira de economia criativa (FEIRICA) com as áreas do PMBOK.

### **1.2.2 Objetivo Específico**

- Levantar as possibilidades de atuação da Engenharia de Produção na Indústria do Entretenimento;
- Entender e compreender as áreas do PMBOK;
- Elencar os processos desenvolvidos para organização do evento FEIRICA;
- Relacionar os processos existentes na FEIRICA com áreas definidas pelo PMBOK.

## **1.3 Estrutura do Trabalho**

Nesta seção apresenta-se de forma resumida o conteúdo de cada capítulo de forma a garantir o entendimento da sequência lógica utilizada neste trabalho bem como sua interdependência.

No primeiro capítulo é apresentada a introdução, são apresentados os objetivos (geral e específico) seguidos da justificativa do trabalho.

No capítulo dois, apresenta-se a revisão bibliográfica sobre os seguintes assuntos: engenharia do entretenimento; gestão de projetos; PMBOK e economia criativa.

No capítulo três foram apresentadas a classificação da pesquisa e as etapas utilizadas na pesquisa para realização do trabalho.

No quarto capítulo são apresentados os resultados obtidos através procedimentos estabelecidos no capítulo anterior.

Enfim, no quinto capítulo estão exibidas as conclusões e considerações finais do trabalho.

## **2. APORTE TEÓRICO**

Este capítulo tem como temas de discussão a Engenharia de Entretenimento, Projetos e conhecimentos a respeito do seu gerenciamento e o Guia PMBOK, além também de abordar o assunto de Economia Criativa. Buscou-se expor o essencial destes temas para fundamentar os resultados propostos a partir dos objetivos geral e específicos.

### **2.1 Engenharia do Entretenimento**

Para Kamel e Souza (2013) o entretenimento é aquilo que nos estimula, encoraja ou gera uma condição prazerosa. A indústria do entretenimento abrange diversas vertentes, como: televisão, filmes, música, dança, publicações, performances, parques temáticos, jogos e multimídia. E envolve a unidade entre diversas disciplinas para determinar um universo complexo de competências (GONÇALVES et al, 2015).

As oportunidades geradas por essa indústria não podem ser negligenciadas pois vinculam atividades no qual o desenvolvimento depende da atenção de um elevado número de profissionais nos processos de planejamento, produção, execução e pós-produção (GONÇALVES, FRIQUES e NUNES, 2013) e como é de competência da Engenharia de Produção o projeto, a modelagem, a implantação, a operação, a manutenção e a melhoria de sistemas produtivos integrados de bens e serviços, envolvendo homens, recursos financeiros e materiais, tecnologia, informação e energia (ABEPRO, 1998), dessa forma os conhecimentos da engenharia é essencial para a formação de novos profissionais para os exercícios das mais variadas tarefas na cadeia produtiva da indústria criativa e do entretenimento (GONÇALVES, FRIQUES e NUNES, 2013) .

Segundo Savastano (2008) é notável que o mercado do entretenimento vem se mostrando como o grande motor econômico. Considera-se que produções culturais e megaeventos necessitam de planejamento, supervisão, elaboração, coordenação de projetos, análise de sistemas, produtos e processos, controle financeiro, prevenção de riscos, segurança e qualidade, para que não existam

perdas humanas e materiais, áreas de atuação dos engenheiros de produção (GONÇALVES et al, 2015).

De acordo com Kamel e Souza (2012, p. 296): “A união dos conhecimentos da Engenharia de Produção e da Economia da Experiência pode ajudar a desenvolver atividades de entretenimento como produtos de experiência”

## 2.2 Projetos

São muitas as definições de projetos, por se tratar de um conceito aplicado em diversas áreas, sejam elas acadêmicas ou profissionais.

Para Thiry-Cherques (2008, p. 15) “projeto é uma organização transitória, que compreende uma sequência de atividades dirigidas à geração de um produto ou serviço singular em tempo dado.” A ISO 10006 afirma que um projeto trata-se de um processo único, consistindo de um grupo de atividades coordenadas e controladas com datas de início e término, realizado para obtenção de um objetivo de acordo com os requisitos específicos, contendo limitações de tempo, custo e recursos. Já o PMI (2017) diz que um projeto é um esforço provisório para se criar um produto, serviço ou resultado único.

Dessa forma, o projeto pode ser considerado como um apanhado de atividades em prol de um objetivo comum, provindo de uma demanda interna e/ou externa à organização, que tem necessidade de recursos específicos e possui início e fim determinados (SILVA; MATAMOROS, 2012).

Segundo Keeling e Branco (2014) os projetos apresentam as mais variadas formas e tamanhos, podendo ser de curta duração, com custos baixos e recursos mínimos, porém podendo ser também de médio a longo prazo, com elevados orçamentos e grandes recursos materiais ou humanos.

Vargas (2009) afirma que os projetos podem ser executados em basicamente todas as áreas de conhecimento do homem, desde trabalhos administrativos, estratégicos e operacionais até na própria vida pessoal de cada indivíduo.

Todos os projetos, de acordo com Keeling e Branco (2014), apresentam características em comum as seguintes características:

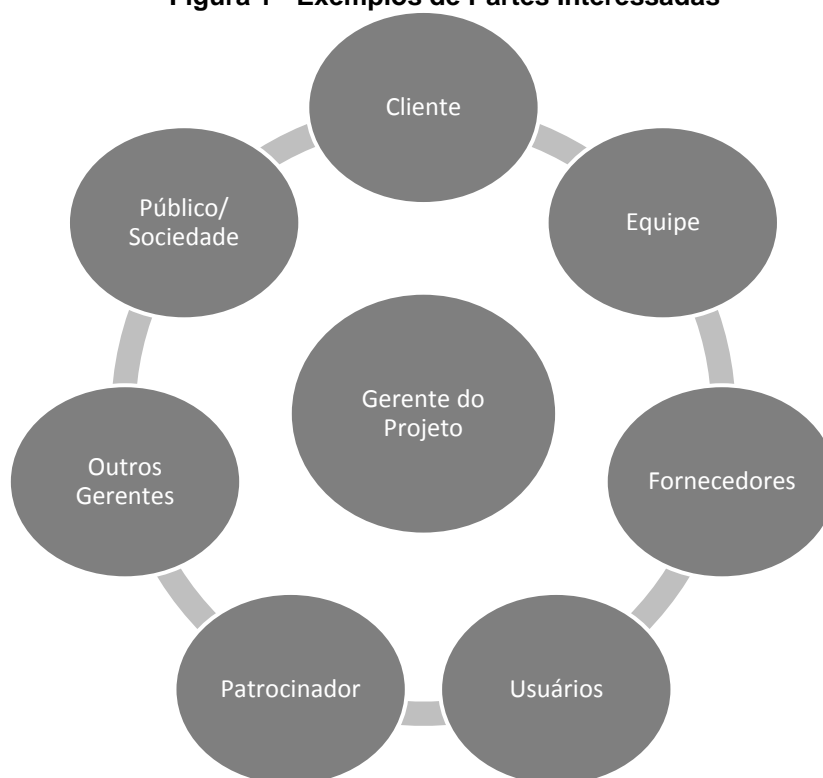
- São empreendimentos independentes;
- Possuem propósito e objetivos específicos;

- Tem duração limitada (início e fim bem definidos);
- Entregam um resultado único;
- Recursos próprios; e
- Administração e estrutura administrativa próprias.

O PMI (2017) ainda diz que um projeto pode envolver apenas um indivíduo ou um grupo, apenas uma única organização ou inúmeras unidades organizacionais de múltiplas organizações.

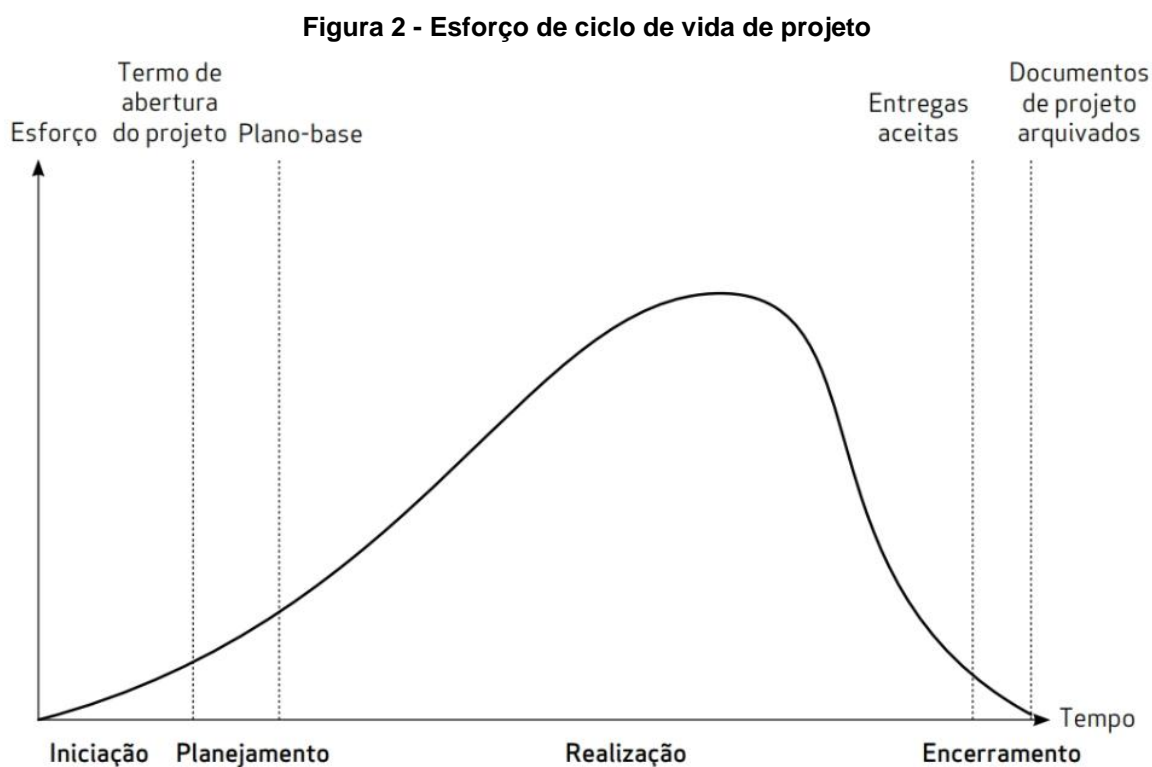
Cavalcanti e Silveira (2016) dizem que o sucesso de um projeto depende diretamente do envolvimento das partes interessadas, estas são pessoas ou organizações que estão envolvidas ou que tenham seus interesses afetados de forma positiva ou negativa pelo desenvolvimento e conclusão do projeto. A importância é dada devido à influência direta ao projeto, as entregas e os membros da equipe. A Figura 1 mostra um exemplo de órbita das partes interessadas, onde é possível perceber que existem partes bem próximas ao Gerente de Projeto, que se encontra no centro precisa construir uma relação com cada parte interessada. A lista de partes interessadas não se restringe a essas, podendo ser mais extensa.

**Figura 1 - Exemplos de Partes Interessadas**



**Fonte: Cavalcanti e Silveira (2016)**

Conforme Xavier (2016), com a finalidade de melhorar o planejamento, execução, monitoramento e controle do projeto, ele é dividido em fases e o ciclo de vida do projeto é tido como o conjunto dessas fases, geralmente em sua sequência de execução. Na prática, a definição e diferenciação das fases do projeto possuem ligação direta com o que será gerado ao final, seja um produto ou serviço. Com a finalidade de compreensão do conceito, a Figura 2 apresenta o ciclo de vida genérico de um projeto, o nível relativo de esforço e o tempo dedicado a cada fase.



**Fonte: Gido, Clements e Baker (2018)**

Na iniciação (primeira fase) é feita a definição do projeto e sua abertura. Na fase de planejamento é definido o escopo, identificam-se recursos e riscos, desenvolve-se a programação e orçamento. Na terceira fase, a realização, o plano de projeto é executado produzindo as entregas do projeto a fim de atingir os objetivos definidos. A fase de encerramento é onde ocorrem as avaliações do projeto e identificadas as lições aprendidas, que auxiliam a busca pela melhoria de desempenho de futuros projetos (GIDO, CLEMENTS e BAKER, 2018).

## 2.2.1 Gestão de Projetos

Relatos demonstram que desde o início da civilização os projetos vêm sendo executados, e como exemplos históricos de gerenciamento de projetos pode-se citar a construção das pirâmides do Egito, o Templo de Salomão, a Grande Muralha da China, a Torre Eiffel, o Colisseum, o Pantheon, a Bomba Atômica e a Ida do Homem à Lua. (MARCONDES, 2018)

De acordo com Maximiano (2007), o gerenciamento de projetos se desenvolveu juntamente com as técnicas de gestão organizacional apresentadas por Taylor, apresentando para sociedade o que é tido como o primeiro trabalho da administração científica que se entendia como um método para administrar o tempo das tarefas, controlando o tempo e o custo.

Mas foi no início da década de 60 que o gerenciamento de projetos foi formalizado como ciência. A partir desse ponto as organizações dos mais diversos ramos começaram a perceber o benefício do trabalho organizado com os conhecimentos de projetos e ânsia por interações com diferentes departamentos e profissões (TORREÃO, 2007).

Para Reis (2011) atualmente, os projetos possuem grande complexidade técnica, além de exigirem variedade de habilidades. Para trabalhar com essas características da mesma maneira que com as incertezas intrínsecas aos projetos, novas maneiras de gestão de projetos se desenvolveram. Ainda sobre a atual situação da gestão de projetos Marcondes (2018) afirma que o gerenciamento de projetos está cada vez mais sendo aceito, disseminado e presente em volta de todas as áreas e organizações. Milhares de profissionais e investimentos são aplicados e envolvidos de forma direta com a gestão de projetos.

Gerenciamento de projetos é a aplicação de conhecimentos, habilidades, ferramentas e técnicas às atividades do projeto a fim de cumprir os seus requisitos. O gerenciamento de projetos é realizado através da aplicação e integração apropriadas dos processos de gerenciamento de projetos identificados para o projeto. O gerenciamento de projetos permite que as organizações executem projetos de forma eficaz e eficiente (PMI, p.10, 2017).

Segundo a OGC (2009) gestão de projetos é o planejamento, delegação, monitoramento e controle de todos os aspectos do projeto, assim como a motivação

dos envolvidos para alcançar os objetivos do projeto dentro dos critérios de desempenho esperados de tempo, custo, qualidade, escopo, riscos e benefícios.

Na tentativa de balancear todos os critérios de sucesso para um bom gerenciamento de projetos, definiram-se quatro aspectos fundamentais de qualquer projeto: escopo, tempo, custo e qualidade, como mostra a Figura 3. Fica claro que não se pode satisfazer todos esses aspectos sem a realização de uma análise criteriosa da quantidade de trabalho envolvido, o tempo existente, a disponibilidade e quantidade de recursos e das exigências de qualidade. A partir disso criou-se um modelo representado por um triângulo equilátero, cuja alteração de um dos lados afeta os demais, que passam a sofrer as consequências dessa alteração. Sendo assim a definição de sucesso de um projeto continua intrinsecamente ligado aos critérios do triângulo (CAVALCANTI E SILVEIRA, 2016).

**Figura 3- Triângulo das Restrições em Gerenciamento de Projetos**



**Fonte: Cavalcanti e Silveira (2016)**

De acordo com FIRMINO (2005), a gestão de projetos apresenta diversas vantagens, tais como:

- Redução do aparecimento de “surpresas” no decorrer da execução dos trabalhos, devido ao processo de documentação e compartilhamento de lições aprendidas;
- Possibilita o desenvolvimento de diferenciais competitivos e novas técnicas com alto valor agregado, a partir do desenvolvimento de metodologias adaptadas para nichos de negócio específicos, tendo como base as melhores práticas utilizadas no mundo todo;

- Antecipação das situações desfavoráveis que poderão ser encontradas, para que ações preventivas e corretivas possam ser executadas antes que essas situações se transformem em problemas reais;
- Adaptação do trabalho ao mercado consumidor e ao cliente;
- Agiliza as decisões, já que as informações estão estruturadas e disponibilizadas;
- Documentação e facilidades frente as estimativas para futuros projetos; e
- Oferece uma importante ferramenta de compartilhamento de conhecimento organizacional para toda a instituição.

Vargas (2009) afirma que dentre as vantagens do gerenciamento de projetos a principal é que ele não é restrito apenas para projetos gigantescos, complexos e custosos, ele pode ser aplicado em projetos de qualquer complexidade, tamanho, orçamento, em qualquer área.

Conforme diz o PMI (2017) a gestão de projetos eficaz auxilia indivíduos, grupos e organizações a:

- Atingirem os objetivos do negócio;
- Atender as expectativas das partes interessadas;
- Serem mais previsíveis;
- Aumentarem suas condições de sucesso;
- Entregarem os produtos certos no momento certo;
- Solucionarem problemas e questões;
- Responderem a riscos rapidamente;
- Otimizarem a utilização dos recursos organizacionais;
- Identificarem, recuperarem ou eliminarem projetos com problemas;
- Gerenciarem restrições (por exemplo, escopo, qualidade, cronograma, custos, recursos);
- Balancearem a atuação de restrições do projeto (por exemplo, o aumento de escopo pode aumentar custos ou o prazo); e
- Gerenciarem melhor as mudanças.

A pessoa responsável pela realização dos objetivos do projeto é o gerente de projetos. É papel dele aumentar a efetividade do time do projeto, como também garantir para as partes interessadas um resultado satisfatório (CAVALCANTI E SILVEIRA, 2016). O PMI (2017) afirma que é de responsabilidade do gerente de

projetos o atendimento das necessidades de tarefas, necessidades de equipe e necessidades individuais, além de apresentar como competências o conhecimento sobre o gerenciamento, a capacidade de fazer e realizar a aplicação do conhecimento, e por fim o comportamento na execução do projeto, através das atitudes, da personalidade e da liderança. No que diz respeito as habilidades Trentim (2014, p.35) diz que "dentre as habilidades necessárias ao gerente de projeto, é praticamente unânime que as habilidades de comunicação são as mais importantes." Mas Cavalcanti e Silveira (2016) agrupa as habilidades do gestor de projetos em 4 categorias: Gestão de Pessoas, Gestão do Ambiente de Projeto, Administração e Conhecimentos Técnicos, como apresentado na Quadro 1:

**Quadro 1 - Habilidades do Gestor de Projetos**

<b>Categoria</b>	<b>Habilidades</b>
<b>Gestão de Pessoas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacidade de liderar motivar e influenciar;</li> <li>• Capacidade de comunicar-se efetivamente;</li> <li>• Capacidade de negociar, resolver conflitos e tomar decisões;</li> <li>• Capacidade de desenvolver senso de confiança e entrosamento no time;</li> <li>• Capacidade de aconselhamento (coaching).</li> </ul>
<b>Gestão de Ambiente do Projeto</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Noções de cultura e comportamento organizacional;</li> <li>• Capacidade de percepção do ambiente de negócios;</li> <li>• Capacidade de identificar partes interessadas e gerenciar seus interesses;</li> <li>• Consciência e respeito às diferenças culturais em equipes multidisciplinares ou internacionais; capacidade de perceber os aspectos culturais e políticos do contexto do projeto.</li> </ul>
<b>Administração</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conhecimentos e competências em gestão de projetos;</li> <li>• Conhecimentos em gerenciamento financeiro;</li> <li>• Sobre legislação de contratos,</li> </ul>

	trabalhista e fiscal; <ul style="list-style-type: none"> <li>• Noções de logística;</li> <li>• Noções de planejamento estratégico e operacional;</li> <li>• Capacidade de comunicação eficiente com as partes interessadas.</li> </ul>
<b>Conhecimentos Técnicos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicação de conhecimentos técnicos da área de aplicação do projeto para a supervisão da qualidade e correção do trabalho do projeto visando atender às necessidades do cliente.</li> </ul>

**Fonte: Adaptado de Cavalcanti e Silveira (2016)**

Drucker (2006 *apud* GUERRA et al., 2016) afirma que como a gestão de projetos é uma atividade fundamental para a execução e sucesso dos projetos, atualmente existem várias metodologias para fazer essa gestão, e a escolha correta desta metodologia influencia diretamente nos resultados esperados para o projeto. Dentre as diversas metodologias pode-se citar o Prince2, uma metodologia britânica estruturada em princípios, temas, processos e ambiente de projeto, que tratados com conjunto, resultam em um ambiente controlado (OGC 2009). Outro método de gestão de projetos encontrado na literatura é a da *International Project Management Association* (IPMA) que visa um bom gerenciamento a partir de três áreas de competência de um bom gestor de projetos: contextuais, comportamentais e técnicas (SANTOS, SANTOS e SHIBAO, 2017). Das mais atuais metodologias podem-se citar a Metodologia ágil, que segundo Layton (2012 *apud* BENZECRY, 2017) é um modelo de gestão que foca em entregas adiantadas com valor agregado, melhora contínua dos produtos e processos do projeto, escopo flexível, equipe comprometida e produtos entregáveis testados e cumprindo as necessidades dos clientes. E uma das mais antigas e tradicionais formas de gestão de projetos é a utilização do Guia PMBOK, que estrutura o gerenciamento em 10 áreas de conhecimento compostas por 49 processos organizados em 5 grupos de processos (PMI, 2017).

### **2.2.2 PMBOK**

Segundo Spudeit e Ferenhof (2017) o PMI (*Project Management Institute*) surgiu a partir da união de um grupo de gerentes de projetos que começaram a compartilhar informações relevantes ao sucesso e fracasso na gestão de projetos com a finalidade de pensar em orientações que auxiliassem o desenvolvimento de projetos e aplicação de conhecimentos, habilidades, técnicas e ferramentas às atividades do projeto para satisfazer aos seus requisitos. E com isso, criou-se a primeira versão do Guia de Melhores Práticas de Gerenciamento de Projetos (*Project Management Body of Knowledge - PMBOK*).

O PMBOK é definido como algo que descreve o conhecimento na profissionalização do gerenciamento de projetos, incluindo práticas tradicionais aplicadas, como também práticas inovadoras. Afinal esse conjunto de conhecimentos está em constante evolução (PMI, 2017).

O principal objetivo do PMBOK é identificar e sintetizar os conhecimentos, visões e práticas aplicáveis à boa parte dos projetos na maior parte do tempo, de maneira que a aplicação correta dessas habilidades, ferramentas e técnicas contribuam para um crescimento das chances de sucesso de diversos tipos de projetos (RIBEIRO JUNIOR e SILVA, 2006).

Para o PMI (2017) os processos de gerenciamento de projetos são agrupados em cinco grupos de processos, cada grupo com a finalidade de atingir os objetivos específicos do projeto, são eles:

- Grupo de processos de iniciação - processos que definem um novo projeto ou uma nova fase de um projeto existente, por meio da obtenção de autorização para iniciar o projeto ou fase.
- Grupo de processos de planejamento - processos que definem o escopo do projeto, refinam os objetivos e definem a linha de ação fundamental para o alcance dos objetivos para os quais o projeto foi criado.
- Grupo de processos de execução - processos que executam o trabalho definido no plano de gerenciamento do projeto para atender as especificações do projeto.
- Grupo de processos de monitoramento e controle - processos necessários para acompanhar, analisar e controlar o progresso e desempenho do projeto, reconhecer quaisquer áreas nas quais serão necessárias mudanças no plano, e iniciar as mudanças correspondentes.

- Grupo de processos de encerramento - processos realizados para finalizar ou fechar formalmente um projeto, fase ou contrato.

O PMI (2017) categoriza os processos em 10 áreas de conhecimento. Apesar de inter-relacionadas, as áreas de conhecimento são definidas de forma separada do ponto de vista da gestão de projetos. São elas:

- Gerenciamento da Integração do Projeto - contém os processos e as atividades necessárias para identificar, definir, combinar, unificar e coordenar os diversos processos e atividades de gerenciamento de projetos. A integração inclui características da unificação, consolidação, articulação e ações integradoras, que são fundamentais para a conclusão do projeto, para gerenciar com sucesso as expectativas das partes interessadas e atender aos requisitos.
- Gerenciamento do Escopo do Projeto - compreende os processos necessários para garantir que o projeto contemple todo o trabalho necessário para que o mesmo termine com sucesso. Os processos para gerenciar o escopo, assim como as ferramentas e técnicas de suporte, podem variar de acordo com a área de aplicação e precisam estar bem integrados aos das outras áreas do conhecimento para que o trabalho resulte na entrega do escopo do produto especificado.
- Gerenciamento do Cronograma do Projeto - inclui o necessário para gerenciar o término pontual do projeto. O cronograma do projeto disponibiliza um plano com detalhes de como e quando o projeto vai entregar os produtos, serviços e resultados definidos no escopo do projeto, além de servir como ferramenta de comunicação, gerenciamento das expectativas das partes interessadas e como base para que relatórios de desempenho sejam emitidos.
- Gerenciamento dos Custos do Projeto - abrange os processos envolvidos em planejamento, estimativas, orçamentos, financiamentos, gerenciamento e controle dos custos, de maneira que o projeto possa ser concluído dentro do orçamento previsto e aprovado. Para alguns projetos de pequeno porte a estimativa e orçamento estão diretamente interligados como um processo único. O gerenciamento dos custos preocupa-se com os custos dos recursos necessários para conclusão das atividades do projeto. Além disso, deve

considerar o efeito das decisões de projeto no custo recorrente subsequente ao uso, manutenção e suporte do produto, serviço ou resultado do projeto.

- Gerenciamento da Qualidade do Projeto - integra os procedimentos para incorporação da política de qualidade com relação ao planejamento, gerenciamento e controle dos requisitos de qualidade do projeto e do produto para atender as expectativas das partes interessadas. Oferece suporte às atividades de melhoria contínua de processos quando realizadas em nome da organização executante. O gerenciamento da qualidade se aplica a todos os processos, independente da natureza da entrega, e suas medidas e técnicas são específicas do tipo de entrega.
- Gerenciamento dos Recursos do Projeto - engloba os processos para identificar, adquirir e gerenciar os recursos necessários para o término bem-sucedido do projeto, sejam eles físicos ou recursos de pessoal (humanos). Ele concentra-se em destinar e usar os recursos necessários para conclusão bem-sucedida do projeto, levando em consideração a eficiência e a eficácia.
- Gerenciamento das Comunicações do Projeto - contém os procedimentos necessários para assegurar que as informações do projeto sejam geradas, coletadas, distribuídas, armazenadas, recuperadas, gerenciadas, controladas, monitoradas e organizadas de maneira oportuna e apropriada. A comunicação bem gerenciada cria uma ponte entre as partes interessadas, independente das diferenças existentes entre elas.
- Gerenciamento dos Riscos do Projeto - abrange os processos de condução de planejamento, identificação e análise de gerenciamento de risco, planejamento de resposta, implementação de resposta e monitoramento de risco em um projeto. Ele busca identificar e gerenciar os riscos desconsiderados pelos outros processos de gerenciamento de projetos, pois se não gerenciados os riscos podem comprometer o sucesso do projeto.
- Gerenciamento das Aquisições do Projeto - compreende os processos necessários para comprar ou adquirir produtos, serviços ou resultados externos a equipe do projeto. Engloba acordos que descrevem o relacionamento entre um comprador e um vendedor.
- Gerenciamento das Partes Interessadas do Projeto - Inclui os procedimentos exigidos para identificar quem pode impactar ou ser impactado pelo projeto,

analisar as expectativas das partes interessadas e seu impacto no projeto, e desenvolver estratégias de gerenciamento apropriadas para um eficaz engajamento nas decisões e execução do projeto. Buscam apoiar o trabalho da equipe do projeto para analisar as expectativas das partes interessadas, avaliar o grau em que são afetadas ou afetam o projeto, além de desenvolver estratégias para envolver as partes interessadas em tomadas de decisões, planejamento e execução do trabalho do projeto.

## 2.3 Economia Criativa

Segundo Newbiggin (2010) desde o início da humanidade já se existia o desejo de criar coisas que fugissem do padrão normativo, que expressassem um valor cultural ou até mesmo uma posição social, seja através da música, teatro, artes visuais e moda. Sendo assim sempre existiram e existirão pessoas interessadas em consumir tais coisas e esta é a base da economia criativa.

Apesar de existir desde o início da humanidade pode-se dizer que a indústria criativa e/ou economia criativa originou-se por volta de 1990 com a implementação do projeto de governo australiano *Creative Nation*, mas foi o projeto de fomentar as indústrias criativas do Partido Trabalhista britânico, no final desta mesma década, que a importância dessa denominação ganhou forma (MARCHI, 2014).

É nesse contexto que, no final do século XX, discutiu-se a importância das “indústrias criativas”, que representariam atividades econômicas que colocam a criatividade como um elemento essencial em seu processo produtivo. As atividades criativas não são, necessariamente, novas, mas adquiriram uma maior importância econômica e social com o surgimento da sociedade do conhecimento. São as indústrias da música, do audiovisual, do design, do software, da moda, da fotografia e de outros segmentos que lidam com conteúdos simbólicos. Esses segmentos se constituiriam em um componente cada vez mais relevante, na economia contemporânea, por contribuírem para o desenvolvimento econômico e, também, como veículos de identidade cultural das nações. (LIMA, 2005, p. 105).

Para Costa e Souza-Santos (2011) a economia criativa possui como principal matéria-prima a criatividade, levando em consideração atividades relacionadas à design, moda, arquitetura, artes, produção cultural, cinema, turismo, mídia entre outros.

Já de acordo com a Organização das Nações Unidas a economia criativa se encontra no cruzamento das artes, cultura, negócios e tecnologia, contendo o ciclo de criação, produção e distribuição de bens e serviços que fazem uso do conhecimento e da criatividade como suas principais entradas no processo produtivo (UNCTAD, 2012).

O SEBRAE (2012 *apud* CASTRO e FIGUEIREDO, 2016) considera quatro princípios norteadores da economia criativa: a importância da diversidade cultural do país; a consciência da sustentabilidade como elemento de desenvolvimento local e regional; a inovação como portador de desenvolvimento da cultura e das expressões de vanguarda; e a inclusão produtiva como consequência de uma economia cooperativa e solidária.

Serra (2012) lista como características da economia criativa:

- O uso da criatividade e dos talentos dos indivíduos como recursos produtivos indispensáveis;
- A intangibilidade dos produtos e/ou de boa parte dos recursos produtivos;
- Introdução no setor produtor de serviços, salvaguarda a produção de bens que refere-se a veículos de fruição necessários ao processamento e à utilização de seus produtos;
- A aproximação estreita entre a arte e a tecnologia;
- A sustentabilidade, pela pequena ameaça que seus produtos exercem sobre o meio ambiente;
- A multidisciplinaridade provinda da diversidade de talentos e saberes agregados em seus produtos;
- O alto valor agregado da maioria de suas saídas do processo produtivo; e
- A geração de valor na forma de direitos de propriedade intelectual.

### **3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

Durante a execução da pesquisa científica é necessário fazer uma estruturação por meio de métodos específicos. Para Marconi e Lakatos (2003) o método científico é um conjunto de atividades racionais e sistemáticas que permite alcançar o objetivo, definindo o caminho a ser seguido. Desta maneira, esse capítulo apresentará a classificação da pesquisa de acordo com sua natureza, abordagem, objetivos e procedimentos, além de apresentar o método de condução da pesquisa para que se alcance o objetivo traçado no primeiro capítulo.

#### **3.1 Classificação da Pesquisa**

Quanto a sua natureza esta pesquisa tem como base a pesquisa aplicada, pois busca gerar conhecimentos para uma aplicação prática (GERHARDT e SILVEIRA, 2009), além de possuir como característica principal a atenção nessa aplicação, na utilização e consequências práticas dos conhecimentos, não se preocupando em desenvolver teorias, mas por em prática as já existentes (GIL, 1989).

A pesquisa qualitativa objetiva o entendimento de fenômenos complexos específicos de natureza cultural e social, por meio de interpretações, descrições e comparações, desconsiderando a perspectiva numérica em termos de regras matemáticas e estatísticas (FONTELLES et al., 2009) e como esta pesquisa tem como objetivo fazer uma análise comparativa dos processos de execução de um projeto de entretenimento com o Guia PMBOK, pode-se caracterizá-la como qualitativa no que diz respeito ao seu critério de abordagem.

Para Fontelles et al. (2009) a pesquisa exploratória busca gerar uma maior familiaridade com os fatos e fenômenos relacionados ao problema. Então, no que diz respeito aos objetivos, a pesquisa em questão é considerada como exploratória, já que tem o intuito de familiarização com o tipo de projeto estudado, sua área de atuação e características.

Prodanov e Freitas (2013, p. 60) afirmam que:

O estudo de caso consiste em coletar e analisar informações sobre determinado indivíduo, uma família, um grupo ou uma comunidade, a fim de

estudar aspectos variados de sua vida, de acordo com o assunto da pesquisa. É um tipo de pesquisa qualitativa e/ou quantitativa, entendido como uma categoria de investigação que tem como objeto o estudo de uma unidade de forma aprofundada, podendo tratar-se de um sujeito, de um grupo de pessoas, de uma comunidade etc.

Dessa forma, se tratando dos procedimentos, a pesquisa em questão trata-se de um estudo de caso, já que não tem a intenção de intervir sobre o objeto de estudo, mas de ter uma perspectiva interpretativa, global, possível e coerente do ponto de vista do pesquisador sobre as situações existentes na FEIRICA.

### **3.2 Fases da Pesquisa**

A primeira fase, a revisão da literatura, como apoio durante o andamento da pesquisa até a sua conclusão. Através da literatura é possível compreender melhor o caso estudado, o papel da Engenharia de Entretenimento, dominar os conceitos intrínsecos das áreas de gerenciamento de projetos apresentados pelo PMBOK, além de entender o que é a Economia Criativa e suas características. Nesse primeiro momento foi necessário utilizar livros, revistas, periódicos e artigos que abordassem os temas citados.

Na segunda fase da pesquisa, busca-se ter uma visão sistêmica da FEIRICA, não olhando seus processos como únicos, mas como partes de um todo. Em outras palavras, é compreender as atividades, suas interações e resultados obtidos. Para que essa etapa fosse realizada com sucesso, foram realizadas três entrevistas com as organizadoras do evento. A primeira entrevista teve duração de cerca de uma hora e não-estruturada, sem roteiro pré-definido, porém buscando entender o que era a FEIRICA, suas características e como surgiu. As segunda e terceira entrevistas foram semiestruturadas, já que foram guiadas por uma relação de pontos explorados pelo pesquisador ao longo da entrevista. Duraram cerca de duas horas, cada, e tiveram como objetivo o entendimento dos processos que fazem parte do projeto e como eram executados. Além disso, durante essa fase, serviram de ferramentas para compreensão da FEIRICA os documentos utilizados em alguns processos apresentados.

Na fase 3 deu-se a análise comparativa das áreas descritas no PMBOK com os processos da FEIRICA, anteriormente observados. Para execução dessa fase

foram utilizados os resultados obtidos nas duas fases anteriores. Buscou-se primeiramente identificar os processos existentes na FEIRICA, verificar e registrar as características existentes neles que fossem comuns às características das áreas apresentadas no PMBOK para o gerenciamento de projetos, cumprindo o objetivo geral da pesquisa.

O Quadro 2 apresenta de forma sucinta as fases da pesquisa, assim como seus objetivos, ferramentas utilizadas e resultados obtidos.

**Quadro 2 - Fases da Pesquisa**

<b>Fase</b>	<b>Objetivo</b>	<b>Fontes de Dados</b>	<b>Resultados</b>
<b>1</b>	Dar suporte a pesquisa	Livros, artigos, revistas e periódicos.	Compreensão do assunto da pesquisa
<b>2</b>	Ter uma visão sistêmica da FEIRICA	Entrevistas e documentos da FEIRICA	Descrição do projeto e de como ele é executado
<b>3</b>	Identificar os processos da FEIRICA e compará-los às áreas do PMBOK	PMBOK e processos definidos	Registro da comparação dos processos e áreas do PMBOK

**Fonte: Elaborado pelo autor**

## **4. RESULTADOS**

Este capítulo apresenta a caracterização do evento que foi objeto de estudo da pesquisa e os resultados da execução da metodologia utilizada conforme o capítulo 3. Para tanto, foi dividido nas seguintes seções: (i) Caracterização do evento; (ii) Processos da FEIRICA; (iii) Análise comparativa.

### **4.1 Caracterização do evento**

A FEIRICA é uma feira independente que ocorre periodicamente em locais públicos, da cidade de João Pessoa, e que mescla empreendedorismo, lazer e criatividade, contemplando pequenos produtores e empreendedores de moda, arte, design e gastronomia de João Pessoa e cidades próximas. O foco principal do evento é movimentar a economia criativa da região, fomentando as iniciativas artesanais, além de criar uma conexão entre clientes e produtores.

Idealizado por duas publicitárias e artistas, Aline Beuttenmüller e Candy Ferraz, a FEIRICA foi a primeira feira criativa independente de João Pessoa e possui como lema: "Compre de quem faz", buscando incentivar as produções em pequena e média escalas e também o consumo consciente.

O evento possui uma importância relevante nos eixos econômicos, social e cultural. No que diz respeito à economia, o evento movimenta a economia criativa local, atraindo o olhar dos novos consumidores e agregando empreendedores de todo o Nordeste, fazendo um intercâmbio entre estados. No eixo social, a FEIRICA tem um impacto de grande importância, tendo em vista que a Paraíba é um estado que tem o artesanato como uma das bases da sua economia, e a feira serve de vitrine para essas artes contemporâneas e um ambiente que agrega criação, consumo e valorização, ocupando espaços públicos e exaltando o consumidor. No âmbito cultural, ela proporciona um ambiente de lazer e entretenimento, valorizando a cultura local, oferecendo um espaço que propicia o contato com a arte, a música e a cidade.

A primeira edição da FEIRICA aconteceu em Janeiro de 2016, na casa Cosmopopéia, espaço situado na Ladeira da Borborema, e contou com diversas

marcas locais e produtos como roupas, acessórios, papelaria, livros, quadrinhos independentes, brechós, lanches artesanais, entre outras coisas, recebendo a visita de cerca de 300 pessoas.

Atualmente com mais de 6 mil seguidores no *Instagram*<sup>1</sup> e um público recorde de mais de 3 mil pessoas, já foram realizadas 10 edições da FEIRICA, entre elas edições comemorativas e em formato *pocket*<sup>2</sup>, com cerca de 170 expositores acumulados em todas as edições e uma média de 150 expositores inscritos por edição.

O evento não conta com equipes de trabalho bem definidas em sua estrutura. A organização e planejamento são realizados por suas idealizadoras em conjunto. Assim também ocorre com as atividades de execução do evento, porém nestas elas contam com alguns serviços contratados, como apoio para serviços gerais e eletricitista.

## **4.2 Processos da FEIRICA**

Para que a FEIRICA ocorra vários processos se fazem necessários desde o planejamento até o pós-evento. Estes processos serão muito importantes para o entendimento do funcionamento da feira de uma forma mais holística.

Inicialmente as duas organizadoras se juntam em uma reunião para definição da data, dando preferências por sábados da primeira quinzena do mês, com a atenção para datas comemorativas, pois a depender disso a FEIRICA poderá ser temática.

Durante a reunião da escolha de data também ocorre a escolha do local, porém esse processo se estende por alguns dias, pois em alguns locais é preciso marcar reunião de apresentação do projeto para os responsáveis. Normalmente as organizadoras já possuem uma lista de possíveis locais para realização do evento, então durante a reunião de escolha, elas entram em contato com os responsáveis pelo local escolhido para saber da possibilidade de realização da FEIRICA na data definida e assim marcar a reunião de apresentação, caso obtenham uma resposta negativa, entram em contato com o próximo local da lista. Para que o local seja

---

<sup>1</sup> Rede social online de compartilhamento de fotos e vídeos.

<sup>2</sup> Formato compacto, menor

considerado apropriado para realização do evento, é necessário que cumpra alguns requisitos definidos pelas organizadoras, tais como:

- Ser ao ar livre;
- Possuir sombra e grama;
- Possuir banheiro;
- Fácil acesso de chegada;
- Ser acessível a portadores de deficiência;
- Ser *pet friendly*<sup>3</sup> (opcional).

Após definido o local, as organizadoras fazem uma visita para definir um layout prévio da FEIRICA e assim saber a quantidade de expositores que participarão da Feira, além de analisar quais aquisições serão necessárias para estrutura do evento.

Com o número de expositores definido, abrem-se as inscrições para os produtores exporem suas marcas na feira. As inscrições possuem prazo médio de uma semana, são realizadas através de um Formulário de Inscrição (Anexo A) via *Google Forms*<sup>4</sup> e divulgadas através das redes sociais do evento.

Fechadas as inscrições, as organizadoras se juntam para selecionar as marcas que participaram da FEIRICA. Para essa seleção elas utilizam as respostas obtidas no formulário de inscrição e também uma análise das redes sociais das marcas. Para que o produtor esteja apto a ser um expositor no evento alguns requisitos são exigidos, como:

- Produto autoral;
- Afinidade com o público da FEIRICA;
- Afinidade com a edição da FEIRICA, caso seja edição temática;
- Ética e transparência na produção;
- Ser inovador.

Depois da seleção, elas entram em contato, via e-mail, com os expositores selecionados para o envio da proposta de participação do evento, onde contém informações de data e local, o que o evento disponibilizará, horário de montagem, taxa de participação, entre outras informações, conforme o Anexo B.

---

<sup>3</sup> Permitido animais de estimação.

<sup>4</sup> Serviço para criar formulários.

Após enviadas as propostas, o prazo para confirmação é de cerca de três dias e a participação só é confirmada após o pagamento da taxa. Caso não haja confirmação de alguma marca, durante a seleção é feita uma lista de espera para suprir essa ausência.

À medida que os expositores confirmam suas participações, vão ocorrendo as divulgações do evento e das marcas nas redes sociais da FEIRICA. A quantidade de postagens por dia na mídia vai depender da proximidade da data do evento, quanto mais dias faltam, menor a quantidade de postagens diárias.

Para facilitar a comunicação durante o preparo da feira, é criado um grupo no *Whatsapp*<sup>5</sup> com todos os expositores para sanar eventuais dúvidas e para passar algumas informações de pequena relevância. Para informações com maior relevância o contato principal é feito via e-mail.

Durante o período de preparação para o evento, as organizadoras também entram em contato com os possíveis fornecedores para fazer orçamentos e contratos de serviços. Para um melhor gerenciamento dessa etapa, elas utilizam uma planilha com as informações financeiras do evento, tais como: total em caixa, taxas de inscrições pagas, valor disponível, orçamentos, gastos anteriores, entre outras informações. Os serviços contratados estão ligados diretamente com o espaço no qual será realizado o evento, a depender do local alguns serviços se tornam dispensáveis, pois já são oferecidos. Alguns exemplos de serviços contratados são:

- Apoio geral;
- Aluguel de mesas, cadeiras e tendas;
- Aluguel de som e iluminação;
- Cama elástica;
- Eletricista;
- Frete;
- Segurança;
- Fotógrafo

O pagamento desses fornecedores é feito, normalmente, durante o período de montagem do evento, porém alguns recebem após a finalização do evento.

---

<sup>5</sup> Aplicativo de mensagens instantâneas e chamadas de voz para *smartphones*.

Além de fornecedores de serviços, também existe a necessidade de algumas aquisições para a estrutura do evento. Neste caso seguem as mesmas as diretrizes da contratação de serviços.

Com todos os serviços contratados, aquisições feitas e expositores confirmados, acontece então a montagem do evento, horas antes do início da feira. Nessa etapa participam as organizadoras, os prestadores de serviço e os produtores. Inicialmente é montada toda a estrutura física da FEIRICA, como estandes, parte elétrica e decoração. Em um segundo momento, aproximadamente duas horas e trinta minutos antes da feira começar, os expositores chegam ao local para organizar seus espaços, que já foram definidos previamente pelas organizadoras do evento.

Por se tratar de uma feira/exposição, durante o evento não existe uma programação de atividades, possuindo apenas hora para começar e terminar. Normalmente a FEIRICA tem aproximadamente cinco horas e trinta minutos de duração. E durante a feira as organizadoras ficam a disposição para auxiliar expositores e visitantes com algum problema e sanar dúvidas.

Terminado o evento, os expositores desmontam suas estruturas individuais e as organizadoras, juntamente com o apoio geral, fazem a limpeza e desmontagem da estrutura do evento, para que no dia seguinte seja recolhido pelos serviços de frete e alugueis. Neste momento as organizadoras da FEIRICA aproveitam para conversar, de forma informal, com os expositores a fim de recolher *feedbacks*, porém elas também utilizam as redes sociais para tomar conhecimento das opiniões do público participante.

Dessa forma, para facilitar o entendimento foi possível resumir as etapas do projeto da FEIRICA em:

- Definição de data;
- Definição de local;
- Preparo de layout;
- Abertura das inscrições;
- Seleção de expositores;
- Convocação dos selecionados;
- Confirmação de participantes;
- Publicidade;

- Contato com expositores e público;
- Contrato de serviços (Fornecedores);
- Compras;
- Montagem do evento;
- Desmontagem do evento;
- Feedback.

### **4.3 Análise comparativa**

Inicialmente é importante observar que a FEIRICA não possui um cargo propriamente dito de gerente de projeto, as organizadoras do evento fazem esse papel de forma informal. Além disso, podemos destacar como partes interessadas do evento: as organizadoras, os expositores, os fornecedores de serviços, os responsáveis pelo local do evento e o público que frequenta a feira.

Tomando como base as etapas do projeto da FEIRICA citadas anteriormente, foi feita uma relação mostrando as áreas do PMBOK envolvidas em cada etapa. Porém, apesar de não descrita nas etapas a seguir, é possível destacar que a área de Gerenciamento da Integração está presente em todas as etapas, pois em todas elas é possível perceber um gerenciamento do conhecimento do projeto, através de lições aprendidas, como também um monitoramento e controle do trabalho do projeto.

#### **4.3.1 Definição de data**

Como é nessa etapa que ocorre a determinação de alguns requisitos do evento e das partes interessadas, além do desenvolvimento da descrição de algumas características do projeto, pois a depender da data a FEIRICA pode ser temática ou não, é possível perceber a presença da área de Gerenciamento de Escopo nesta etapa.

É durante esse processo que o projeto começa a ganhar prazos, já que ele define quando que o evento irá acontecer, ditando o ritmo em que as atividades da

FEIRICA terão que ser executadas, dessa forma observou o Gerenciamento do Cronograma presente.

Tendo em vista que a definição da data do evento tem influência direta no público e expositores que irão participar da FEIRICA, levando as organizadoras a adotar estratégias para atender as necessidades, expectativas e interesses desses envolvidos, pode-se notar a existência de um Gerenciamento das Partes Interessadas.

### **4.3.2 Definição de local**

De forma análoga a definição de data, a escolha do local possui uma influência considerável para determinação de requisitos da FEIRICA, assim como também na descrição do projeto, pois o local define o que pode ou não pode ter no evento e quais serviços serão necessários contratar, sendo assim, o Gerenciamento do Escopo também é uma área presente nessa etapa.

É possível identificar o Gerenciamento da Qualidade durante esse processo, pois para que o local seja escolhido para realização do evento existem alguns padrões de qualidade exigidos pelas organizadoras.

A área de Gerenciamento da Comunicação também é algo visível nessa etapa devido à necessidade de garantir uma boa comunicação com os responsáveis pelo local do evento para que todas as informações sejam passadas de forma clara e suficiente para autorização do uso do espaço para realização da FEIRICA.

Para definir o local faz-se necessário identificar as possibilidades de lugares em que a FEIRICA pode acontecer, além de adotar estratégias para promover, gerenciar e monitorar o engajamento dos responsáveis pelo local definido, notando-se a presença da área de Gerenciamento das Partes Interessadas.

### **4.3.3 Preparo de layout**

A etapa de preparo de layout tem influência direta no Gerenciamento do Escopo, de Custos e dos Recursos, pois é nesse momento em que se define a quantidade de expositores que terão na feira - sabendo a quantidade de dinheiro

que entrará no caixa do evento - como também a necessidade de alguns tipos de serviços necessários para FEIRICA e aquisições para compor sua estrutura - e os gastos existentes com eles.

Como o layout está ligado à necessidade de gerar um documento, com clareza nas informações, que sirva de guia para futuramente ser utilizado em outras etapas que necessitem desse documento para que sejam bem executadas, o Gerenciamento das Comunicações está presente nessa etapa.

O layout também definirá a disposição dos futuros expositores, normalmente separados por categorias de produtos/serviços, existindo uma preocupação e planejamento de como esses expositores se comportarão durante a feira, podendo notar a presença do Gerenciamento das Partes Interessadas durante esse processo.

#### **4.3.4 Abertura das inscrições**

Durante esse processo duas áreas do PMBOK são identificadas: Gerenciamento das Comunicações e Gerenciamento das Partes Interessadas.

O Gerenciamento da Comunicação é percebido a partir do momento em que se decide os meios e a forma como as inscrições serão realizadas, assim como os requisitos exigidos no preenchimento dos formulários de inscrição. A comunicação é fundamental para a presença da área de Gerenciamento das Partes Interessadas, pois é a partir da interação gerada pelas inscrições que se torna possível a identificação dos expositores, como também gerenciar e monitorar o engajamento deles.

#### **4.3.5 Seleção dos expositores**

Nesse processo é possível verificar a área de Gerenciamento da Qualidade, já que no momento da seleção dos expositores são analisadas algumas características, exigidas pela FEIRICA, do produtor inscrito, para que ele seja aprovado a ter sua marca exposta na feira.

Também é notória a presença da área de Gerenciamento das Comunicações, pois para que a seleção dos expositores ocorra, fazem uso dos formulários de inscrição preenchidos e da análise de redes sociais dos inscritos.

#### **4.3.6 Convocação dos selecionados**

Para a convocação dos selecionados pode-se perceber a área de Gerenciamento da Comunicação presente, pois assim como na abertura das inscrições, existe uma necessidade de gerenciar a forma como a comunicação está sendo executada entre as organizadoras e os expositores selecionados, além de um controle de como essa comunicação é feita, já que nesse momento existe o envio da proposta de participação.

Como nesse momento é feita uma pré-definição dos expositores que participarão do evento (já que a participação só é confirmada após o pagamento da taxa) existe um gerenciamento e monitoramento do engajamento desses expositores, identificando a área de Gerenciamento das Partes Interessadas.

#### **4.3.7 Confirmação dos participantes**

A confirmação de participação do evento só é feita perante o pagamento da taxa apresentada na proposta, desse modo, durante essa etapa de confirmação existe um controle de custos e uma estimativa de recursos, já que alguns dos expositores podem optar por não utilizar os recursos oferecidos pela FEIRICA, como podem também solicitar recursos extras. Dessa maneira percebe-se a existência das áreas de Gerenciamento de Custos e Gerenciamento de Recursos.

Como a comunicação para essa confirmação é feita através do e-mail, existe uma necessidade de monitoramento constante para garantir que a confirmação seja efetuada, fazendo com que a área de Gerenciamento das Comunicações esteja presente nessa etapa.

De maneira análoga a convocação dos selecionados, a área de Gerenciamento das Partes Interessadas encontra-se presente também nesse

processo, porém aqui os expositores já são definitivos, pois já confirmaram a participação no evento.

#### **4.3.8 Publicidade**

Nessa etapa pode-se perceber a presença da área de Gerenciamento de Qualidade, pois toda publicação postada em rede social tem um padrão a ser seguido, atendendo a critérios determinados pela organização do evento, dessa forma existe uma necessidade de controlar a qualidade das publicações.

O Gerenciamento das Comunicações está presente também nesse processo devido a existência da gestão e monitoramento das redes sociais, que são os únicos meios de comunicação direto da FEIRICA com o público geral.

Durante as postagens em redes sociais é possível identificar, dentre o público geral, quem compõe as Partes Interessadas, assim como também gerenciar e monitorar o engajamento dessas pessoas, mostrando que a área de Gerenciamento das Partes Interessadas faz parte desse processo.

#### **4.3.9 Contato com expositores**

É possível identificar as áreas de Gerenciamento das Comunicações e Gerenciamento das Partes Interessadas, pois durante esse processo as organizadoras do evento precisam gerenciar e monitorar os meios pelos quais elas se comunicam com as partes interessadas (e-mail e *Whatsapp*), assim como também as informações que são transmitidas. Dessa forma elas também gerenciam e monitoram o envolvimento dos expositores com a FEIRICA.

#### **4.3.10 Contrato de serviços (Fornecedores)**

A área de Gerenciamento de Custos é identificada nesse processo, devido o controle de custos realizado e caracterizado pelos orçamentos feitos e atualização da planilha de custos.

Cada contrato que é fechado é tido como um recurso, seja ele humano ou material, sendo assim durante esse processo de contrato de serviços podemos identificar a área de Gerenciamento de Recursos, através da obtenção e controle desses recursos.

Assim como em outros processos, algumas características são exigidas dos serviços contratados para que eles atendam as expectativas da organização do evento e sejam considerados serviços de qualidade, ou seja, existe uma gerência e controle da qualidade, elementos que caracterizam a existência da área de Gerenciamento da Qualidade durante esse processo.

Para que os serviços sejam executados da melhor forma e atendam às exigências da organização, a comunicação entre as organizadoras da FEIRICA e os prestadores de serviço é gerenciado e monitorado através de contatos via telefone, e-mails e também dos contratos assinados por ambas as partes, mostrando que a área de Gerenciamento das Comunicações também se encontra presente nessa etapa.

Durante esse processo, existe uma pesquisa para identificar os melhores fornecedores de serviços, que após serem contratados têm sua participação gerenciada e monitorada pelas organizadoras do evento, por esse motivo pode-se dizer que a área de Gerenciamento das Partes Interessadas está contida nesse processo.

#### **4.3.11 Compras**

O processo de compras é caracterizado principalmente pelo controle de custos do projeto, além da aquisição de recursos materiais e controle dos mesmos, dessa forma se torna claro a identificação das áreas de Gerenciamento de Custos e Gerenciamento de Recursos nessa etapa.

Assim como no contrato de serviços, os recursos adquiridos durante o esse processo devem seguir padrões de qualidade exigidos pela organização do evento, o controle desses padrões durante as compras, mostra a presença da área de Gerenciamento de Qualidade.

### **4.3.12 Montagem do evento**

A área de Gerenciamento de Custos encontra-se presente nesse processo, pois alguns contratos de fornecedores definem que o pagamento desses serviços serão realizados durante esse momento do evento, sendo assim o faz-se necessário um controle de custos.

É durante esse momento que todos os recursos humanos (apoio geral, segurança, entre outros) e recursos materiais (cadeiras, mesas, cama elástica, entre outros) contratados e adquiridos para realização da FEIRICA são gerenciados e controlados, caracterizando a existência da área de Gerenciamento de Recursos.

A comunicação durante essa etapa é feita oralmente e também através de documentos, como é o caso do layout do evento que é utilizado nesse momento para definir os locais onde cada expositor ficará, por isso, além de gerenciada a comunicação também é monitorada para que ocorra de forma eficaz. Desse modo pode-se identificar a área de Gerenciamento das Comunicações durante esse momento do evento.

Também é possível identificar a área de Gerenciamento das Partes Interessadas ao longo desse processo, pois é o momento em que é preciso uma gerência e controle do envolvimento dos expositores, responsáveis pelo local e também dos serviços contratados.

### **4.3.13 Desmontagem do evento**

De forma análoga a montagem do evento, existem prestadores de serviço que são pagos apenas nessa etapa do evento, então por isso, nesse momento também se faz necessário um controle dos custos do evento, fazendo com que a área de Gerenciamento de Custos esteja presente durante essa etapa.

Assim também acontece com a área de Gerenciamento de Recursos, com a diferença de que nesse momento nenhum recurso é adquirido, eles são apenas gerenciados e controlados.

Do mesmo modo que acontece na montagem do evento, também acontece na desmontagem no que se diz respeito a área de Gerenciamento das Comunicações e Gerenciamento das Partes Interessadas.

#### **4.3.14 Feedback**

Durante o processo de recebimento de *feedback* existe uma preocupação direta no controle da qualidade do evento e é por esse motivo que nessa etapa da FEIRICA identifica-se a área de Gerenciamento da Qualidade.

Além das conversas informais com os expositores durante a desmontagem do evento, as redes sociais também se tornam fontes de recebimento desses *feedbacks* e sendo assim gerenciadas e monitoradas para que esses *feedbacks* tenham utilidade para os próximos projetos, dessa forma a área de Gerenciamento das Comunicações é identificada ao longo desse processo.

E como o *feedback* consiste na gerência e apuração da percepção dos expositores e do público que participou da FEIRICA é perceptível a presença da área de Gerenciamento das Partes Interessadas durante essa etapa.

#### **4.4 Resumo**

O Quadro 3 apresenta uma síntese do resultado obtido através da análise comparativa, mostrando também os grupos de processos definidos pelo PMBOK em que cada processo se encontraria.

Quadro 3 - Síntese da comparação

Áreas	Grupos de processos				
	Iniciação	Planejamento	Execução	Monitoramento e Controle	Encerramento
<b>Integração</b>	Definição de data Definição de local	Preparo de layout Abertura das inscrições Seleção dos expositores Convocação dos selecionados Confirmação dos participantes Publicidade Contato com expositores Contrato de serviços Compras	Montagem do evento Desmontagem do evento	Definição de local Abertura das inscrições Seleção dos expositores Confirmação dos participantes Publicidade Contato com expositores Contrato de serviços Compras Montagem do evento Desmontagem do evento <i>Feedback</i>	<i>Feedback</i>
<b>Escopo</b>	Definição de data Definição de local	Preparo de layout			
<b>Cronograma</b>	Definição de data				
<b>Custos</b>		Preparo de layout Convocação dos selecionados Contrato de serviços Compras	Montagem do evento Desmontagem do evento	Seleção dos expositores Confirmação de participantes Contrato de serviços Compras Montagem do evento Desmontagem do evento	
<b>Qualidade</b>		Publicidade Contrato de serviços Compras		Publicidade Contrato de serviços Compras <i>Feedback</i>	

(continua)

(conclusão)

<b>Recursos</b>		Preparo de layout Confirmação dos participantes Contrato de serviços Compras	Montagem do evento Desmontagem do evento	Contrato de serviços Compras Montagem do evento Desmontagem do evento	
<b>Comunicações</b>	Definição de local	Preparo de layout Abertura das inscrições Seleção dos expositores Convocação dos selecionados Confirmação dos participantes Publicidade Contato com expositores Contrato de serviços	Montagem do evento Desmontagem do evento	Definição de local Abertura das inscrições Seleção dos expositores Confirmação dos participantes Publicidade Contato com expositores Contrato de serviços Montagem do evento Desmontagem do evento <i>Feedback</i>	<i>Feedback</i>
<b>Riscos</b>					
<b>Aquisições</b>					
<b>Partes Interessadas</b>	Definição de data Definição de local	Preparo de layout Abertura das inscrições Seleção dos expositores Convocação dos selecionados Confirmação dos participantes Publicidade Contato com expositores Contrato de serviços	Montagem do evento Desmontagem do evento	Seleção dos expositores Confirmação dos participantes Publicidade Contato com expositores Contrato de serviços Montagem do evento Desmontagem do evento	

Fonte: Elaborado pelo autor

## 5. CONCLUSÃO

Esta pesquisa fez uma comparação entre os processos existentes em um projeto de feira de Economia Criativa (FEIRICA) e as áreas de gerenciamento de projetos descritas no PMBOK, através das suas características.

Para isso, foi realizado o estudo da literatura da Engenharia de Entretenimento, gerenciamento de projetos, das áreas do PMBOK, assim como também da Economia Criativa. Além disso, também foram coletadas informações com as organizadoras do evento estudado, através de entrevistas e documentos disponibilizados por elas.

Após o levantamento das informações os processos foram identificados, caracterizados e comparados com as áreas de gerenciamento de projetos do PMBOK, cumprindo todos os objetivos propostos pela pesquisa.

As limitações encontradas para este trabalho foram: as dificuldades de encontrar material na literatura sobre a Engenharia de Entretenimento, já que esse ramo ainda é muito novo e carece de estudos; a falta de vivência, por parte do pesquisador, no evento estudado, deixando a análise restrita apenas aos relatos das organizadoras; a ausência de uma estrutura e processos bem definidos, dificultando o detalhamento e aprofundamento das análises; a escassez de registros e documentações de edições anteriores; e a falta de ferramentas de gestão de projetos, deixando a execução de alguns processos a mercê da intuição das organizadoras.

Com base no que já foi descrito, observou-se que a FEIRICA mesmo sendo um evento de pequeno porte e com muitas limitações em seu gerenciamento, possui diversas características em seus processos que estão de acordo com as áreas apresentadas pelo PMBOK, ainda que suas organizadoras não possuam conhecimentos aprofundados em gerenciamento de projetos.

A comparação foi feita levando em consideração o conhecimento adquirido pelo pesquisador durante a realização da pesquisa. Nota-se que algumas áreas descritas no PMBOK não foram atribuídas a nenhum processo descrito, esse fato pode ter ocorrido devido à falta de vivência do autor no projeto e/ou o pequeno porte do projeto, assim como também suas características. Sendo assim considera-se que

uma melhor correlação poderá ser feita caso o pesquisador tenha a oportunidade de participar, mesmo que como telespectador, de todas as etapas do projeto.

Acredita-se que, feita essa comparação, as organizadoras do evento possam ter mais subsídios e conhecimentos para elaboração e gerenciamento de novas edições da FEIRICA, além de um olhar mais técnico e crítico durante a execução dos processos descritos. É recomendado que as organizadoras busquem incluir em seus processos áreas não exploradas, como por exemplo a área de Gerenciamento de Riscos.

Para dar sequência a esse trabalho, se propõe que sejam estudados o nível de maturidade de gerenciamento de projetos, como também a implantação de modelos de gerenciamento de projetos na indústria de entretenimento, de maneira mais específica, em eventos de Economia Criativa.

## REFERÊNCIAS

ABEPRO. **Engenharia de Produção: Grande Área e Diretrizes Curriculares**.

1998. Disponível em:

<<http://www.abepro.org.br/arquivos/websites/1/diretrcurr19981.pdf>>. Acesso em: 01 out. 2018.

ABEPRO. **Nova subárea da EP é lançada em evento na UNIVASF**. Disponível em:

<<http://www.abepro.org.br/interna.asp?un=1876>>. Acesso em: 01 out. 2018.

ABNT - Associação Brasileira de Normas Técnicas. **ISO 10006: Gestão da qualidade - Diretrizes para a qualidade no gerenciamento de Projetos**. Rio de Janeiro, 2010. Disponível em: <<http://licenciadorambiental.com.br/wp-content/uploads/2015/01/NBR-10.006-Gest%C3%A3o-da-Qualidadediretrizes-para-a-qualidade-no-gerenciamento-de-projetos.pdf>> Acesso em 30 de set. 2018.

ANDRADE, M. M. **Como preparar trabalhos para cursos de pós-graduação**. São Paulo: Atlas, 1999.

BENZECRY, F. S. **Metodologias ágeis para gerenciamento de projetos de inovação e pesquisa e desenvolvimento**. MBA em Gerenciamento de Projetos. Fundação Getúlio Vargas, Rio de Janeiro, 2017.

CAMARGO, M. R. **Gerenciamento de projetos: fundamentos e prática integrada**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2018.

CASTRO, F. G.; FIGUEIREDO, L. F. A economia criativa como proposta de valor nos modelos de negócio. **Navus: Revista de Gestão e Tecnologia**, Florianópolis, v. 6, n. 3, p.111-122, jul. 2016.

CAVALCANTI, F. R. P.; SILVEIRA, J. A. N. **Fundamentos de gestão de projetos: Gestão de riscos**. São Paulo: Atlas, 2016.

CLOSS, L.; OLIVEIRA, S. R. Economia criativa e territórios usados: um debate baseado nas contribuições de Milton Santos. **Cadernos Ebape.br**, [s.l.], v. 15, n. 2, p.349-363, jun. 2017.

COSTA, A. D.; SOUZA-SANTOS, E. R. Economia criativa: novas oportunidades baseadas no capital intelectual. **Economia & Tecnologia**, Curitiba, v. 25, n. 7, p.179-186, abr. 2011.

FIRJAN. **Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil**, 2016. Disponível em: <<http://www.firjan.com.br/EconomiaCriativa/pages/release.aspx>>. Acesso em: 05 de out. 2018

FIRMINO, L. **Princípios de Gerência de Projetos**. MBA Executivo em Gerenciamento de Projetos. Fundação Getúlio Vargas. Rio de Janeiro, 2005.

FONTELLES, M. J. et al. Metodologia da pesquisa científica: diretrizes para a elaboração de um protocolo de pesquisa. **Revista Paraense de Medicina**, v. 23, n. 3, 2009.

GERHARDT, T. E.; SILVEIRA, D. T. **Métodos de pesquisa**. Porto Alegre: Editora da Ufrgs, 2009.

GIDO, J.; CLEMENTS, J.; BAKER, R.. **Gestão de projetos**. 7. ed. São Paulo: Cengage, 2018.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1989.

GONÇALVES, H. H. A. B. Q. ; FRIQUES, M. S. ; NUNES, T. L. . **Novo nicho de atuação para o Engenheiro de Produção**. In: Congresso Brasileiro de Educação em Engenharia, 2013, Gramado - RGS. XLI Congresso de Educação em Engenharia, 2013.

GONÇALVES, H. H. A. B. Q. et al. Reflexões sobre os desafios do engenheiro nas atividades do entretenimento: aspectos da iniciativa brasileira. **Revista Tecnologia & Cultura**, Rio de Janeiro , v. il, p. 52-61, 2015.

GUERRA, S. R. et al. Metodologias de Gestão de Projetos de Inovação: Uma Análise Bibliométrica sobre a Produção Científica Relacionada. **Revista Administração em Diálogo - Rad**, [s.l.], v. 18, n. 3, p.119-138, 8 dez. 2016.

HOWKINS, J. **The creative economy: how people make money from ideas**. [S.l.]. Penguin, 2001.

KAMEL, J. A. N.; SOUZA, F. S. Laboratório de Engenharia do Entretenimento da UFRJ: o ontem, o amanhã, o hoje. Disponível em: < [www.cetiqt.senai.br/redige](http://www.cetiqt.senai.br/redige)>. Acesso em: 05 de out. 2018.

KAMEL, J.; SOUZA, F. Entretenimento Social Clube, Engenharia de Produção e a Economia de Experiência. **Sistemas & Gestão**, [s.l.], v. 7, n. 2, p.288-297, 2012.

KEELING, R.; BRANCO, R. H. F. **Gestão de projetos: Uma abordagem global**. 3 ed. São Paulo: Editora Saraiva, 2014.

LIMA, C. L. C. Debate sobre Indústrias Criativas: uma primeira aproximação para o estado da Bahia. **Revista DesenBahia**. v. 3, n . 5, set. 2006. Salvador, Bahia.

MARCHI, L. Análise do Plano da Secretaria da Economia Criativa e as transformações na relação entre Estado e cultura no Brasil. **Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, [s.l.], v. 37, n. 1, p.193-215, jun. 2014.

MARCONDES, A. **Uma breve história do gerenciamento de projetos**. Disponível em: <<http://pmimt.org.br/site/index.php/artigo/vis/4>>. Acesso em: 03 out. 2018.

MARCONI, M. A; LAKATOS, E. M. **Fundamentos da Metodologia Científica**. São Paulo: Editora Atlas, 2003.

MAXIMIANO, A. C. A. **Teoria geral da administração: da revolução urbana à revolução digital**. São Paulo: Atlas, 2007.

MORELLI-MENDES, C.; ALMEIDA, C. D. O desenvolvimento da economia criativa no Brasil: uma perspectiva através da indústria cinematográfica brasileira. **Verso e Reverso**, São Leopoldo, v. 30, n. 75, p.196-207, 2016.

NEWBIGIN, J. **A Economia Criativa: Um Guia Introdutório**. Londres: British Council, 2010.

OGC. **Managing Successful Projects With Prince2**. London: The Stationary Office, 2009.

OLIVEIRA, M. F. **Metodologia científica: um manual para a realização de pesquisas em Administração**. Catalão: Ufg, 2011.

PMI. **Um guia do conhecimento em gerenciamento de projetos: Guia PMBOK**. EUA Project Management Institute (PMI), 6ª Edição, 2017.

PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. **Metodologia do trabalho científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico**. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

RIBEIRO JUNIOR, H. J.; SILVA, C. E. S. Contribuições da metodologia project management body of knowledge (PMBok) de gestão de projetos a gestão do conhecimento adaptada ao ambiente de incubadoras de empresas: Estudo de caso INCIT. In: XIII SIMPEP, 13., 2006, Bauru. **Anais...** . Bauru: Simpep, 2006. p. 1 - 8.

REIS, C. A. A. **A Importância do escritório de projetos no gerenciamento de projetos: Um estudo de caso na MRS Logística S.A.**. 2011. 61 f. Trabalho de Conclusão de Curso em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2011. Disponível em: <[http://www.ufjf.br/ep/files/2014/07/2011\\_3\\_Caio.pdf](http://www.ufjf.br/ep/files/2014/07/2011_3_Caio.pdf)>. Acesso em: 30 set. 2018.

SANTOS, P. R.; SANTOS, M. R.; SHIBAO, F. Y.. Comparação entre os padrões de Gerenciamento de Projetos PMBOK, ICB e PRINCE2. **Caderno de Administração**, [s.l.], v. 25, n. 2, p.58-73, 1 dez. 2017.

SAVASTANO, M. **O produto de entretenimento**. In: COBRA, Marcos. Marketing do entretenimento. São Paulo: Editora Senac, São Paulo, 2008.

SERRA, N. Economia criativa e políticas públicas: uma contribuição ao debate. In A. Zimerman, & A. M. Dietrich (Orgs), **Novas abordagens de políticas públicas no Brasil** (pp. 209-226). Santo André: Ufacb/Proex, 2012.

SILVA, S. A. A. M.; MATAMOROS, E. P. Gestão de projetos como ferramenta estratégica para pequenas empresas. **Revista de ciências gerenciais**, Valinhos, v. 14, n. 20, p. 27-47, 2012.

SPUDEIT, D. F. A. O.; FERENHOF, H. A. A aplicação do PMBOK® na gestão de projetos em unidades de informação. **Informação & Informação**, [s.l.], v. 22, n. 1, p.306-330, 19 jun. 2017.

THIRY-CHERQUES, Hermano Roberto. **Projetos Culturais: Técnicas de Modelagem**. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2008.

TORREÃO, P. **História do Gerenciamento de Projetos**, 2007. Disponível em:< <https://pontogp.wordpress.com/2007/04/23/historia-do-gerenciamento-de-projetos/>>. Acesso em: abril de 2017.

TRENTIM, M. H. **Gerenciamento de Projetos: Guia para as Certificações CAPM® e PMP®**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2014.

UNCTAD. **Relatório de economia criativa 2010: economia criativa uma, opção de desenvolvimento..** São Paulo: Itaú Cultural, 2012.

VARGAS, R. V. **Gerenciamento de Projetos**. 7a ed. Rio de Janeiro: Brasport, 2009.

XAVIER, C. M. S. **Gerenciamento de Projetos: Como definir e controlar o escopo do projeto**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2016.

## APÊNDICE A – FORMULÁRIO DE INSCRIÇÃO

Descrição do formulário

---

Endereço de e-mail \*

Endereço de e-mail válido

---

Este formulário coleta endereços de e-mail. [Alterar configurações](#)

As pré-inscrições e inscrições para a Feirica são formalizadas via formulário do Google, porque a demanda é grande e a gente não quer deixar de ver nenhuma marca. Como a nossa estrutura física é limitada, ainda não podemos chamar todos os produtores legais que gostaríamos de ter conosco, mas estamos de olho em vocês e sempre crescendo um pouquinho mais. :)

Em geral, a curadoria da Feirica seleciona marcas que tenham a ver com nossa proposta conceitual e de público, além de marcas que se relacionem bem com a data em questão. Inscreva-se na pré-seleção da edição de 10/12 e aguarde nosso contato por email! Além dessa, muitas outras edições da Feirica acontecerão.

Opa, fala um pouco de você e da tua marca rapidinho :) \*

Texto de resposta longa

---

Em qual segmento a marca se encaixa? \*

- Moda (roupas e sapatos)
- Moda (acessórios)
- Print (impressos em geral)
- Design/Decoração
- Comidinhas
- Outros...

Você já participou de outras feiras? Se sim, qual ou quais? \*

Texto de resposta longa

---

Qual a média de preço dos produtos? \*

Texto de resposta curta

---

A marca aceita cartão? \*

Texto de resposta curta

---

A marca é independente? Os produtos são de criação ou fabricação própria? \*

Texto de resposta longa

---

Qual a rede social ideal pra gente conhecer os produtos? Joga o link! \*

Texto de resposta curta

---

Por fim, tem uma marca pra indicar pra gente? Queremos conhecer!

Texto de resposta curta

---

## APÊNDICE B – PROPOSTA DE PARTICIPAÇÃO



bem-vindo à  
~FEIRICA~

Somos

Uma feira independente de moda, arte, design e comidinhas de produtores locais e de perto. Em nossa 8ª edição, queremos fortalecer a economia criativa em João Pessoa e apoiar novos e pequenos empreendedores.

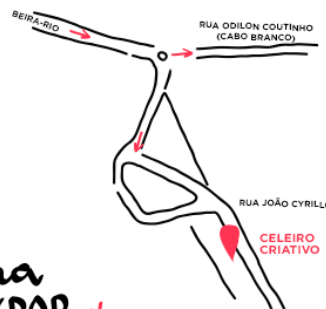


o Celeiro Criativo

é um local lindo, localizado no início do Altiplano, na rua principal do bairro, com fácil estacionamento e espaço amplo e livre.

ESSA EDIÇÃO

acontecerá dia 17/03, das 15h30 às 21h, no Celeiro Criativo, local de promoção do empreendedorismo na cidade. A entrada é gratuita!



para  
\* EXPOR \*

- Cada expositor terá direito a uma mesa de 1,10m x 80 cm. A largura total do espaço individual é de 170cm, aproximadamente.

- Não dispomos de placas para a marca, nichos, caixas ou outros expositores específicos, mas fique à vontade para levar :)

- As mesas ficarão em tendas com iluminação e cadeiras para os expositores.

- Temos pontos de iluminação e alguns pontos de energia, mas, pra garantir, leve sua extensão!

- Os produtores participantes serão divulgados no instagram e página da Feirica - @feirica

- A organização da Feirica ficará à disposição durante todo o evento. **Chama a gente!**

- A montagem começará às **13h em ponto!**

Bora?

TAXA DE PARTICIPAÇÃO: R\$ 100,00  
Pagamento via depósito ou transferência bancária.

CONFIRME SUA PARTICIPAÇÃO  
RESPONDENDO ESSE E-EMAIL ATÉ AMANHÃ,  
TERÇA-FEIRA, 13 DE MARÇO.

\*  
~FEIRICA~