

A RELEVÂNCIA DAS FASES DO PLANEJAMENTO DE EVENTOS RELIGIOSOS NO TERCEIRO SETOR: ESTUDO DE CASO DO EVENTO PHN 2025 EM UMA INSTITUIÇÃO EM CACHOEIRA PAULISTA-SP.

Ozorina Antonia Azevedo
Faculdade Canção Nova
ozorina.azevedo@gmail.com

Prof. Me. Élcio Henrique dos Santos
Faculdade Canção Nova
elcio.henrique@fcn.edu.br

Resumo

No cenário atual, o turismo religioso tem ganhado cada vez mais espaço no mercado, impulsionado pelo aumento das atividades voltadas à realização de eventos de caráter religioso. O objetivo deste artigo é identificar as etapas do planejamento do evento PHN 2025, considerando as fases de pré-evento, transevento e pós-evento, a fim de compreender seu crescimento e consolidação. Dessa forma, busca-se responder à seguinte questão: de que forma as fases do planejamento influenciam no crescimento e na consolidação do evento PHN 2025? O estudo de caso foi realizado em uma instituição do Terceiro Setor, confessional, religiosa e católica, sediada na cidade de Cachoeira Paulista/SP, reconhecida pela promoção de eventos voltados ao público religioso. Para a elaboração da pesquisa, foram aplicadas entrevistas semi estruturadas de caráter qualitativo, compostas por onze questões: cinco destinadas à gerência do evento da instituição estudada, três à coordenação do evento PHN 2025 e três idênticas aplicadas a ambas as entrevistadas. O artigo aborda conceitos importantes sobre o planejamento de eventos, apresentando reflexões que podem contribuir para a melhoria da gestão de eventos no Terceiro Setor, especialmente aqueles promovidos por instituições religiosas, que muitas vezes são realizados de forma amadora, sem o devido conhecimento técnico. A análise dos dados permitiu identificar com clareza as fases de pré-evento, transevento e pós-evento presentes no planejamento do PHN 2025, evidenciando as ações desenvolvidas em cada etapa e sua contribuição para a consolidação e o sucesso do evento. Conclui-se que a execução eficiente de cada fase reduz falhas nas etapas subsequentes, favorecendo o crescimento contínuo do evento e proporcionando experiências significativas aos participantes.

Palavras-Chave: Estudo de Caso; Eventos; Planejamento; Terceiro Setor.

Abstract

In the current scenario, religious tourism has gained increasing market share, driven by the growth of activities focused on holding religious events. The objective of this article is to identify the planning stages of the PHN 2025 event, considering the pre-event, during-event, and post-event phases, in order to understand its growth and consolidation. Thus, it intends to answer the following question: how do the planning phases influence the growth and consolidation of the PHN 2025 event? The case study was conducted at a confessional, religious, and Catholic Third Sector institution located Cachoeira Paulista/SP city, recognized for promoting events aimed at a religious audience. For the research, semi-structured qualitative interviews were applied, consisting of eleven questions: five directed to the event management of the institution studied, three to the PHN 2025 event coordination, and three identical questions applied to both interviewees. This article addresses important concepts in event planning, presenting reflections that can contribute to improving event management in the Third Sector, especially those promoted by religious institutions, which are often carried out in an amateurish way, without the necessary technical knowledge. The data analysis clearly identified the pre-event, during-event, and post-event phases present in the planning of PHN 2025, highlighting the actions developed in each stage and their contribution to the consolidation and success of the event. It concludes that the efficient execution of each phase reduces failures in subsequent stages, favoring the continuous growth of the event and providing meaningful experiences for the participants.

Keywords: Case Study; Events; Planning; Third Sector.

1. Introdução

Atualmente, o setor de eventos vem conquistando maior relevância no mercado. De acordo com Maciel (2023), o turismo religioso movimenta aproximadamente R\$15 bilhões anuais entre os 300 municípios brasileiros que oferecem atividades dessa natureza, além disso, ainda traz dados do Ministério do Turismo que identifica 96 destinos que apresentam calendários estruturados com eventos religiosos. Diante desse contexto, torna-se essencial uma gestão eficiente aliada a uma administração adequada dos recursos, para que o planejamento dos eventos ocorra de forma coordenada e eficaz. Portanto, é importante que o gestor da área compreenda as fases do planejamento do qual pretende realizar. A boa execução destas etapas é fundamental para o sucesso do evento.

Para realizar o evento, é necessário que a gestão saiba planejar, coordenar, executar e avaliar cada etapa do projeto, levando sempre em consideração os objetivos do próprio evento e os pontos de maior pertinência para sua realização.

As instituições ou organizações confessionais, por vezes, realizam eventos de forma amadora, sem o devido conhecimento técnico. Portanto, é essencial para o profissional deste segmento aplicar corretamente as etapas do planejamento de eventos, desde o pré-evento, transevento e pós-evento. As três fases estão relacionadas e uma depende da outra, garantindo, assim, o sucesso do evento e a eficácia das ações desenvolvidas. Sendo assim, o planejamento se torna uma peça essencial com objetivo de diminuir os erros e aumentar a assertividade do que se pretende alcançar.

Desta forma, este estudo tem como objetivo identificar as etapas do planejamento do evento PHN 2025, considerando as fases de pré-evento, transevento e pós-evento, a fim de compreender seu crescimento e consolidação. Neste contexto, a pesquisa busca responder a seguinte problematização: de que forma as fases do planejamento influenciam no crescimento e consolidação do evento PHN 2025?

A instituição que promove o evento PHN passou a utilizar essa sigla em 1998, quando apresentou aos jovens uma proposta de vida voltada à busca da santidade. O movimento surgiu a partir da necessidade de orientar a juventude a combater o pecado e a viver, no dia a dia, um caminho comprometido com os valores cristãos. O PHN se consolidou não apenas como um lema, mas como um conceito e uma metodologia de vida que inspira os jovens a trilharem esse percurso de santidade.

O presente estudo identifica e explora a relevância das fases do planejamento no evento PHN 2025, promovido por uma instituição confessional situada em Cachoeira Paulista, no estado de São Paulo.

Para esta pesquisa, adotou-se a metodologia de estudo de caso. A coleta de dados foi realizada por meio de entrevistas semiestruturadas, aplicadas a profissionais do departamento de eventos, especificamente nas áreas de gerência e coordenação, selecionados em razão do contato direto com a rotina do evento. O roteiro da entrevista foi composto por cinco questões destinadas à gerente, três questões aplicadas à coordenadora e três perguntas idênticas para ambas, totalizando onze questões de caráter qualitativo. Essa abordagem permitiu identificar as três fases, pré-evento, transevento e pós-evento presentes no planejamento do evento PHN 2025, além de destacar a complexidade das ações desenvolvidas em cada etapa do planejamento.

2. Referencial Teórico

Qualquer reunião que tenha como objetivo comemorar ou celebrar é considerada um evento, por mais simples que pareça ser. Afirmam Allen, *et. al.* (2008), que o evento está presente desde os primórdios da vida humana, pois os seres humanos já celebravam diferentes ritos, mitos, formas de expressar suas crenças, acontecimentos e fatos do cotidiano, como a mudança das estações do ano, as fases da lua, o calendário chinês, o carnaval, o Papai Noel e outros eventos importantes para a comunidade.

Segundo Torres (2021), os eventos tiveram início nos primórdios da humanidade e essas comemorações estavam relacionadas à celebração do alimento, do sol e da chuva. Com o passar do tempo, chegaram à Grécia Antiga, no século IV a.C., na qual os filósofos participavam de reuniões para a propagação de suas ideias.

Em concordância com Coutinho (2016), o primeiro registro de viagem de pessoas para participarem dos Jogos Olímpicos da Antiguidade data de 776 a.C. Esses jogos eram realizados a cada quatro anos na Grécia e possuíam um caráter religioso. Além disso, destaca as festas suntuárias, como o Carnaval, identificadas como tipos de acontecimentos na Antiguidade. Portanto, tais registros marcaram o surgimento do turismo e da hospitalidade, evidenciando o deslocamento das pessoas para celebrar eventos importantes.

De acordo com Sousa (2021, p.16):

Na história da humanidade, os seres humanos têm apresentado diferentes maneiras de marcar os mitos, ritos, arquétipos, celebrações ancestrais, acontecimentos, fatos e eventos importantes da vida comunitária. Os eventos representam a manifestação de vários aspectos da cultura de uma sociedade.

Para Matias (2002), os eventos têm suas origens na antiguidade e atravessam diversos períodos da história da humanidade até os dias atuais. Nesse contexto histórico, foram adquirindo aspectos econômicos, sociais e políticos das comunidades em cada época. Por consequência, os eventos têm acompanhado a trajetória de mudanças no comportamento da própria humanidade.

Conforme Torres (2021, p. 21):

Por isso, a importância dos eventos na sociedade dá-se de várias formas, desde a promoção do convívio social até estratégias adquiridas por organizações. De todas essas formas, os eventos têm contribuído com sua função no mundo, desde o início da história humana, para sua evolução e seu bem-estar.

Diante da contextualização histórica dos eventos ao longo da trajetória da humanidade, observa-se que, desde as origens, as comemorações exerceram influência significativa na dinâmica social, especialmente por meio das influências culturais entre grupos e tribos. Assim afirmado por Matias (2013), tais expressões culturais revelam a importância dos eventos como elementos estruturantes das relações sociais e da construção simbólica das comunidades ao longo do tempo. Também em concordância com Mendonça e Perozin (2014), o evento foi evoluindo na sociedade e tendo conceitos econômicos, sociais e políticos. Enfim, é fundamental que se compreenda o conceito de eventos, uma vez que o mesmo vem desempenhando um papel relevante de influência nas vidas das pessoas.

Os autores Santos, Chehade e Rocha (2010) apontam que o significado de evento, encontrado em dicionários, é um acontecimento, um acaso, uma eventualidade. Também pode ser compreendido, segundo o Senac (Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial) (2000, p. 11), por “qualquer acontecimento que foge à rotina, sempre programado para reunir um grupo de pessoas”. Considerando isso, qualquer casualidade que, de certa forma, reúna pessoas, pode ser caracterizada como um fenômeno-evento, desde que tenha uma finalidade específica. Este conceito está de acordo com o mesmo pensamento de Albuquerque, (2004, p. 22), “a partir do momento que as pessoas começaram a se reunir, nasceu uma necessidade de criar normas e padrões para estas reuniões, desta maneira já se pode caracterizar estes encontros como eventos”. Da mesma forma, Neto (2000) descreve que o conceito de evento se torna amplo ao dizer que tudo se torna evento. Segundo o autor, o evento é um elemento que transmite aprendizagem, faz com que a pessoa tenha emoções, desenvolva seu senso crítico, e também promove vida social. Para Booth (2010, p. 19), “definir o conceito de evento é um processo criativo que pode ser simples ou complexo, dependendo do alcance do evento”. Sendo assim, o evento configura-se, de certa maneira, como

uma manifestação criativa ou complexa, dependendo dos objetivos que se pretende alcançar com sua realização.

Os autores, Santos, Chehade e Rocha (2010) afirmam que todo evento está diretamente relacionado ao aspecto temporal do surgimento de determinada situação, podendo apresentar-se de forma simples e complexa. Desta maneira, compreende-se que um evento só existirá se houver uma causalidade; para que ele ocorra, é necessário que exista um motivo que o justifique, caso contrário, na ausência de uma eventualidade, o evento não acontecerá.

Conforme Giacaglia (2003, p. 11), o evento “tem como característica principal propiciar uma ocasião extraordinária ao encontro de pessoas, com finalidade específica, a qual constitui o “tema” principal (...) e justifica sua realização” Dentro deste conceito, Zanella (2003, p. 13) afirma que evento é uma:

Concentração ou reunião formal e solene de pessoas e/ou entidades realizada em data e local especial, com objetivo de celebrar acontecimentos importantes e significativos e estabelecer contatos de natureza comercial, cultural, desportiva, social, familiar, religiosa, científica, etc.

Sob os mesmos pontos de vista, o Senac (2000) define evento como um acontecimento devidamente planejado, que ocorre em um local específico, com horário determinado, e que promove o engajamento das pessoas em torno de uma ideia e ação comuns.

De acordo com Duarte (2009), ao resumir o conceito de evento, afirma que é um acontecimento importante e especial, que deve ser planejado e organizado, a fim de que seja atingido o objetivo desejado. Conforme os autores, Santos Chehade e Rocha (2010), para que se atinja o sucesso de um evento, é necessário realizá-lo de maneira coordenada e prevista. Para Matias (2013) os especialistas na área de eventos têm por compreensão que evento significa: ação do profissional por intermédio da pesquisa, planejamento, coordenação, controle e elaboração do projeto com objetivo e medidas concretas para alcançar seu público-alvo e resultados traçados.

Diante dos conceitos apresentados sobre o evento, faz-se necessário compreender sua tipologia e classificação, a fim de que sejam aplicados os recursos adequados ao seu planejamento, considerando a complexidade de cada um dos tipos.

Segundo Andrade (2007, p. 117):

Existem diversos tipos de eventos organizados, entre os quais podem ser destacados segundo sua abrangência: Mundial – reúne participantes de todos os continentes; Internacional – no mínimo 20% dos participantes representam outro continente que não aquele onde se realiza o evento; Latino-Americano – no mínimo 20% dos participantes representam quatro outros países que não aquele onde se realiza o evento; Brasileiro – reúne participantes de todos os estados; Regional – reúne participantes de determinada região de um país, de um continente ou do mundo (sul-brasileiro, Mercosul, pan- americano); Estadual – reúne participantes de determinado estado de um país; Municipal – de interesse local, cuja tarefa é limitada e restrita a um município.

De acordo com Nakane (2018), a primeira característica do evento está relacionada ao seu porte, ou seja, o número dos seus participantes, como micro eventos (até 50 pessoas), pequeno (até 150 pessoas), médio (até 700 pessoas), grande (até 5.000 pessoas) e megaeventos (acima de 5.000 pessoas). A partir dessa distinção, torna-se possível identificar diversos tipos de eventos, conforme apontado por Torres (2021):

1) Eventos sociais: incluem aniversários, casamentos, formaturas, *happy hours*, coquetéis, *open houses*, chás, funerais e despedidas. Esses eventos têm como principal característica a reunião de pessoas com objetivos comuns, geralmente para socializar ou comemorar, e não devem apresentar caráter comercial.

2) Eventos corporativos: são promovidos por empresas e organizações, com caráter comercial e profissional. Eles têm como objetivo principal aproximar a marca do público, fortalecer relacionamentos, promover lançamentos de produtos ou serviços e gerar oportunidades de negócio. Exemplos de eventos corporativos incluem congressos, palestras, convenções, *workshops*, reuniões, seminários, simpósios, feiras e leilões.

3) Eventos de entretenimento: têm por característica proporcionar aos participantes uma experiência única de lazer e diversão, através de apresentações e espetáculos, os tipos de eventos de entretenimento são: *shows*, festivais, sarau, mostras, espetáculos, festas, *première* e *vernissage*.

4) Eventos religiosos: encontros, reuniões e celebrações promovidos por instituições ou grupos religiosos, com o objetivo de manifestar a fé, divulgar crenças e preservar tradições ligadas ao sagrado. Esses eventos são marcados por práticas

espirituais e rituais, podendo incluir missas, cultos, peregrinações, congressos, retiros, batizados, *bar-mitzva*, caminhadas, conclaves, encontros e reuniões.

5) Eventos oficiais: são de caráter público e possuem um protocolo específico determinado por sua instituição, os eventos oficiais são realizados pelos poderes Executivo, Legislativo e Judiciário e também pelo setor privado. Nos eventos oficiais os protocolos precisam ser seguidos com uma ordem hierarquizada de lugares, como a recepção de chefes de estado e líderes mundiais. Os tipos de eventos oficiais são: inauguração, assinatura, posse, homenagens, premiações e desfiles.

6) Eventos desportivos: são encontros realizados por meio de práticas esportivas, esse tipo de evento é estabelecido pelas regras das modalidades disputadas e protocolos já definidos pelas organizações que estão promovendo a competição. Os tipos de eventos esportivos são: olimpíadas, campeonato, torneio, taça ou copa, gincana, desafio e exibição.

7) Eventos educacionais e de ciência: têm em sua característica o desenvolvimento do conhecimento por meio da aprendizagem. É destinado a estudantes, professores e ao público leigo que tem desejo de se especializar em algum assunto específico. Esse tipo de evento tem por objetivo tornar públicas as ideias no âmbito acadêmico e científico e tem por característica: encontro, mesa redonda, painel, fórum, jornada, encontros de um grupo, cursos e semana voltada a atividades acadêmicas.

Pode-se observar que existem diversos tipos de eventos, que podem ser classificados de acordo com a sua cobertura, dimensão e abrangência. Esses aspectos são primordiais para orientar o planejamento, tal qual a sua tipologia.

Consequentemente, o planejamento é um recurso fundamental para os promotores de eventos, pois, por meio dessa ferramenta, é possível evitar erros na execução das atividades. Para Nascimento (2020), o planejamento faz parte da rotina no setor de eventos, funcionando até mesmo como uma bússola que orienta o processo de planejar. Isso porque exige conhecimento específico na habilidade de planejar as rotinas. Segundo Moura e Braga (2024, p. 78), “produzir eventos é uma tarefa complexa, repleta de desafios que podem impactar seu sucesso”, portanto, para a realização de um evento, é importante que se tenha compreensão das etapas do planejamento.

Segundo Matias (2013), o planejamento de eventos possui suas fases de execução, que são:

- a) concepção;
- b) pré-evento;
- c) transevento;
- d) pós-evento.

Para Oliveira (2022), as fases do evento podem ser classificadas desde a concepção do planejamento e do projeto, passando pela realização do evento, até a avaliação, que constitui o resultado final do evento.

Já para os autores Santos, Chehade e Rocha (2010), ainda que a mesma compreensão, ele aponta três fases para desenvolver um projeto: o pré-evento, que é a fase do planejamento; o evento, que é a fase de execução do que foi planejado e que ocorre quando já está acontecendo o evento em si e o pós-evento, representado pela fase de avaliação do que foi planejado e executado e com a apresentação do resultado final do evento.

Em concordância com Torres (2021), para entender o planejamento de um evento é necessária a compreensão das etapas que envolvem sua realização, pois são fases que permitem ao organizador executar o projeto do início ao fim. As fases são apresentadas na seguinte ordem:

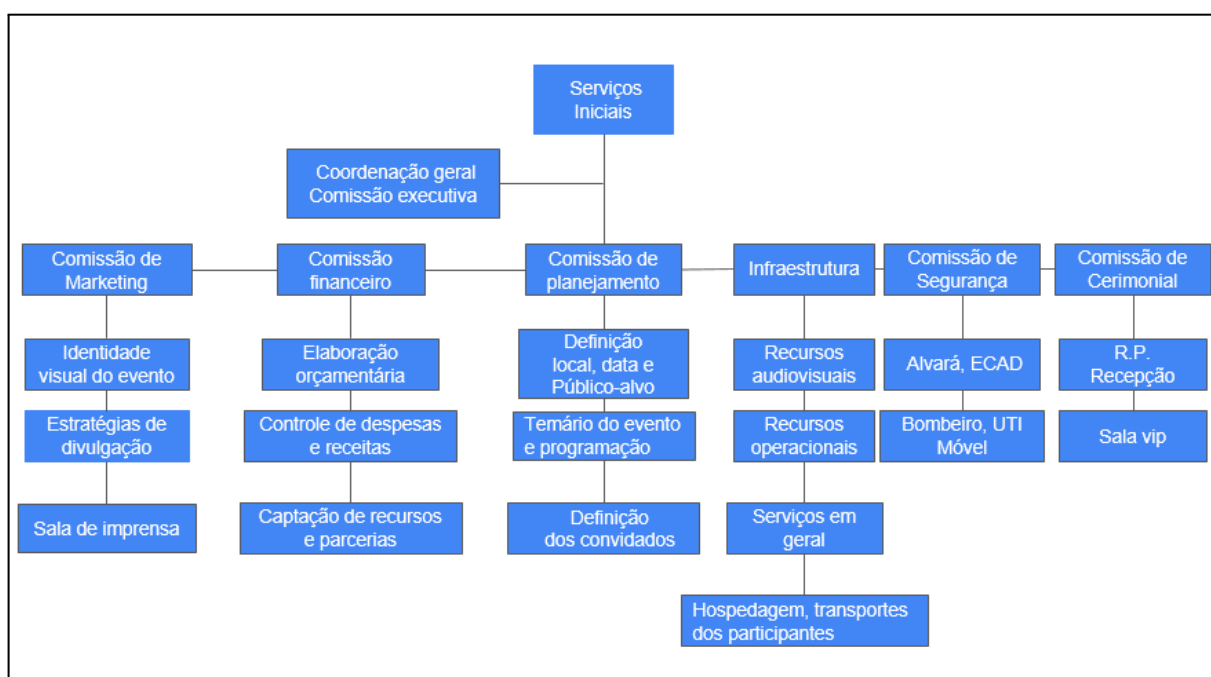
- a) Pré-evento: fase do planejamento do evento;
- b) Evento: fase de execução do evento;
- c) Pós-evento: fase de avaliação do evento.

Em sua justificativa para Torres (2021, p. 101): “a junção desses esforços bem elaborados é que determinará o sucesso de sua produção”, ou seja, em cada fase do planejamento se torna crucial para o sucesso do evento. Em continuidade ao pensamento, essas fases são apontadas por diversos autores e profissionais da área como sendo fundamentais para o produtor: planejar, executar e avaliar o projeto do início ao fim e seguir o detalhamento das atribuições de cada etapa do planejamento.

Na fase do pré-evento, na visão de Torres (2021), o gestor de eventos deve levantar o maior número possível de informações sobre os objetivos do evento a ser realizado, considerando hipóteses e variáveis que possam surgir no planejamento, bem como eventuais imprevistos ao longo do processo. Ainda dentro desse mesmo

conceito, Matias (2014) afirma que, antes de planejar um evento, é necessário definir alguns aspectos, tais como a identificação do objetivo do evento, ou seja, o que se pretende alcançar com sua realização e que justifique sua execução. Por sua vez, descreve o pré-evento como a fase decisiva do processo de planejamento, no qual toda a equipe deve atuar de maneira coordenada. É neste momento que ocorre o detalhamento dos serviços iniciais do pré-evento, assim detalhado no organograma abaixo:

Figura 1 – Organograma Serviços Iniciais do Pré-Evento



Fonte: A autora (2025)

Matias (2013) também detalha algumas competências necessárias na fase de pré-evento na qual estão presentes as coordenações executivas, controle financeiro, como o cadastro dos participantes, e a contratação de prestadores de serviço envolvidos na organização do evento, conforme descrito e detalhado no organograma acima. Dando continuidade à sua abordagem, ela destaca que as providências dessa etapa envolvem as atividades centrais do projeto, relacionadas à estrutura do evento, tais como: escolha de um local que tenha a capacidade suficiente para receber os participantes, espaço para realizar eventos paralelos, além da definição da data, delimitação da temática e do conteúdo a ser abordado.

Ainda dentro desse mesmo conceito, Andrade (2007) afirma que, antes de planejar um evento, é necessário definir alguns aspectos fundamentais, como o

conhecimento do mercado e a análise da viabilidade econômica, a definição do público-alvo e da temática do evento, além da escolha adequada do local para sua realização. Para Matias (2013, p.158), “O tema central é a ideia que norteará o desenvolvimento do temário. A sua escolha geralmente é feita por meio de pesquisa em entidades de classe e/ou empresas ligadas à organização do evento”. A partir dessa orientação inicial, a autora ressalta que o planejamento do pré-evento envolve uma série de providências essenciais, como a identificação de patrocinadores, a análise do perfil dos participantes, a elaboração da programação e a definição das estratégias de comunicação e *marketing*. Também integra essa etapa o planejamento dos recursos orçamentários e a elaboração do cronograma das atividades que serão desenvolvidas.

Além disso, conforme destaca Matias (2013), é necessário prever os serviços de infraestrutura de acordo com as características do evento. Entre esses serviços, incluem-se os recursos audiovisuais, tais como sistemas de som, projeções em tela ou painéis de LED, iluminação e elementos de ambientação, como painéis decorativos posicionados no fundo do palco.

Conforme Oliveira (2022), para o evento ser harmônico, principalmente os de grande porte e duração de muitos dias, é necessária a contratação de alguns serviços essenciais que fazem parte da infraestrutura como equipe de limpeza, segurança e vigilância, médico de primeiros socorros, etc.

Para Torres (2021), é fundamental garantir a regularização do evento, assegurando a segurança legal dos participantes por meio das ações necessárias, como a obtenção de autorizações do alvará junto aos órgãos competentes do município no qual o evento será sediado e demais normas que regulamentam a realização do evento. Dentro dessas autorizações, o promotor de eventos precisa se atentar em realizar o pagamento da liberação do ECAD (Escritório central de arrecadação e distribuição), pois em todo evento a música é fundamental para animar os participantes e também trazer ambientação nas festividades, sendo assim é necessário um pagamento de taxa do ECAD por ser um órgão responsável pela arrecadação dos direitos autorais e repassar esses valores aos seus respectivos autores, sejam eles compositores, gravadora e/ou músicos. Caso não seja efetivado, o evento sofrerá multa por infração à lei.

Segundo Moura e Braga (2024, p. 81):

Complexidade Logística: a necessidade de coordenar fornecedores, locais, segurança e equipes multidisciplinares exige um planejamento rigoroso. Falhas nesse aspecto podem impactar significativamente a execução e a experiência do público.

Segundo Nakane (2018), o planejamento constitui-se como um fator determinante para o sucesso de um evento, sendo uma etapa essencial que influencia diretamente o êxito, independentemente da tipologia ou da abrangência. Cada evento possui características próprias, podendo exigir maior ou menor grau de detalhamento, conforme o porte e a quantidade de público envolvido.

Sob a ótica de Oliveira (2022), compreende-se que a fase de pré-evento, na qual são definidas as atividades a serem realizadas, proporciona um trabalho sincronizado. Trata-se também de uma etapa que requer a elaboração de um projeto, no qual devem ser indicados os custos e investimentos necessários para sua execução. Segundo Matias (2013, p. 168), “o planejamento dos recursos financeiros de um evento pode ser definido por meio da previsão, da organização e do controle das entradas e saídas dos recursos”.

Um dos recursos importantes no planejamento mencionados por Andrade, *et. al.* (2022) é a capitalização dos recursos para a realização de um evento de grande porte, bem como a busca por parcerias, apoios e patrocínios, que contribuem para a execução do planejamento financeiro do evento. Também entre os recursos administrativos é importante que a gestão do evento busque parcerias, como por exemplo a divulgação do evento por meio do *marketing*.

Conforme Nogueira, *et. al.* (2020), *marketing* é uma etapa que antecede a execução de qualquer evento através de estratégia e definição para atingir o público alvo. Na percepção dos autores, a comunicação do evento pode se dar de várias formas e uma delas são os *influencers*, os formadores de opiniões que estão presentes nas mídias sociais como o *Facebook*, o *Instagram*, o *TikTok* e o *YouTube*, tendo como métricas e medida de desempenho do evento.

Em concordância com Moura e Braga (2024, p. 78), “mídias sociais facilitam a promoção e o engajamento, permitindo interação direta com os participantes e gerando um efeito viral positivo”. Sendo assim os organizadores conseguem um impacto maior no evento. Para Nogueira (2020) planejamento de *marketing* faz parte

da etapa de pré-evento e tem como base inicial para a organização de toda estratégia de divulgação. Em seguida, essas definições devem ser direcionada em um planejamento de comunicação, que orientará como as informações sobre o evento serão transmitidos ao público. Essa comunicação também ocorre durante a realização do evento. Conforme descrito por Moura e Braga (2024, p. 78), “a integração de novas tecnologias, como aplicativos móveis e plataformas de transmissão, enriquece a experiência do evento”.

Dessa forma, o uso de ferramentas digitais proporciona aos participantes maior engajamento e a construção de uma narrativa do evento em tempo real. Segundo Okeranza (2025), a comunicação do evento é essencial durante o transevento, pois é nesse momento que o participante vivencia sua experiência por meio da programação e das atividades propostas. Essa vivência também representa a transmissão dos objetivos e do tema definido na etapa do pré-evento, que agora são executados e experimentados na prática durante o transevento.

De acordo com Matias (2014), a fase do transevento corresponde ao momento de realização do evento. É nessa etapa que se executam as atividades planejadas durante o pré-evento, sendo todas acompanhadas pela coordenação e pelas equipes envolvidas. Esse acompanhamento ocorre por meio da elaboração de um *checklist* específico para cada área responsável, destacando que cada evento apresenta necessidades diferentes e, dependendo de sua complexidade, pode demandar áreas específicas para atender a essas necessidades e também todos os eventos contam com áreas distintas, como acolhida, recepção, camarim, sala VIP, sala de imprensa, banheiros para participantes e convidados, área de segurança, pronto-socorro, entre outros serviços que funcionam durante a realização do evento. Também é destacado a importância da pesquisa de opinião, pois essa avaliação permite que a gerência e a coordenação identifiquem os pontos positivos e os aspectos que necessitam de melhorias para as próximas edições.

Por fim, é abordada a última etapa do planejamento, o pós-evento, que, segundo Torres (2021), ocorre após a realização do evento e é considerada uma fase importante. Essa etapa corresponde ao processo de encerramento, que envolve a avaliação técnica e administrativa, abrangendo todos os participantes e colaboradores, com o objetivo de mensurar os esforços e os fatores que contribuíram para o resultado final. Nessa etapa, avalia-se se o evento atingiu os

resultados esperados, os objetivos propostos e, também, identifica-se os pontos positivos e negativos e aqueles que necessitam de melhorias. Em concordância com Nogueira (2020), a avaliação na fase pós-evento no aspecto percepção dos participantes é fundamental para o processo do planejamento. Assim é possível identificar os pontos fortes e as oportunidades de aplicar as melhorias por meio das análises dos *feedbacks* dos participantes do evento. Essa avaliação também deve acontecer em nível estratégico com a participação dos gestores do evento que possam avaliar se o evento alcançou os objetivos, seja em aspectos financeiros, ou de percepção do público.

Por fim, todas as fases abordadas são fundamentais, observando-se que, em cada uma delas, há um papel essencial para o desempenho, estando cada etapa interligada às demais. Conforme Torres, (2021, p. 102), “a junção desses esforços bem elaborados é que determinará o sucesso de sua produção. As medidas planejadas e adotadas devem ser postas em prática para que esse evento aconteça da forma com que foi pensado e organizado”.

Segundo Oliveira (2014), o planejamento tem como objetivo diminuir as incertezas diante dos processos decisórios e, dessa forma, aumentar as chances de alcançar os objetivos e metas estabelecidos. Em vista disso, pode-se compreender que as etapas do planejamento de eventos são fundamentais para garantir o seu sucesso, desde as fases iniciais, que envolvem o pré-evento, o transevento e o pós-evento, sabendo que todas estão interligadas e são interdependentes, por isso, o planejamento é importante para reduzir as incertezas.

Sabe-se que as instituições do terceiro setor, especialmente as organizações religiosas, têm promovido cada vez mais eventos neste segmento. De acordo com Maciel (2023), foram identificados 96 destinos no Brasil com atividades voltadas ao turismo religioso, o que evidencia o crescimento e a consolidação desse mercado no país. Além disso, conforme informações de Guimarães (2025), a deputada federal Simone Marquette destacou que o turismo religioso movimenta cerca de R\$15 bilhões por ano na economia brasileira.

Segundo Santos, Chehade e Rocha (2010), o estudo das fases do planejamento é relevante por possibilitar uma compreensão mais profunda do processo como um todo, o que exige que ele seja tratado com responsabilidade. Considerando isso, cabe aos gestores de eventos, especialmente no contexto da

tipologia religiosa, ter o conhecimento aprofundado de cada etapa do planejamento. Não se deve realizar o planejamento de forma amadora. Dessa maneira, é possível conduzir as ações de modo coordenado e eficaz, garantindo o alcance dos objetivos propostos.

3. Metodologia

A seguinte pesquisa é um estudo de caso aplicado em uma instituição religiosa do terceiro setor, no município de Cachoeira Paulista no estado de São Paulo.

Segundo Gerring (2019), estudo de caso é um método de investigação consolidado no campo acadêmico, sendo amplamente utilizadas em diversas áreas das ciências sociais, ciências naturais e humanidades. O autor ainda destaca que essa abordagem permite uma análise detalhada de um fenômeno dentro de seu contexto específico.

Para Yin (2005, p. 32), descreve-se que:

Um estudo de caso é uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto da vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos.

Segundo Gil (2019), para a realização de um estudo de caso, é essencial que haja um contexto bem definido, que pode envolver um indivíduo, um grupo, uma organização, uma comunidade, uma nação ou uma cultura. Ou seja, o estudo de caso deve estar ancorado em um lugar, instituição, organização ou fenômeno específico para que a análise de estudo seja aplicada e fundamentada.

Compreende-se que o estudo de caso é uma comparação de conceitos estudados diante dos casos, podendo evidenciar os acontecimentos. Esses recursos contribuem de forma significativa para a construção de uma compreensão aprofundada do fenômeno investigado.

Conforme Marconi e Lakatos (2022), o estudo de caso caracteriza-se por reunir um conjunto amplo de informações detalhadas, utilizando diferentes técnicas de pesquisa, com o objetivo de compreender determinada situação e descrever a complexidade do fato estudado. Desta forma para a realização de um estudo de

caso é necessária a definição da unidade-caso, que se relaciona diretamente com o propósito da pesquisa e o contexto em que será aplicado.

Segundo Gil (2019), para a aplicação da pesquisa estudo de caso, é fundamental seguir alguns passos como a elaboração de um protocolo, ou seja, um documento de planejamento que auxilia o pesquisador na organização de suas decisões ao longo do processo investigativo, como a definição do problema ou das questões de pesquisa que orientam a análise do fenômeno estudado, o pesquisador busca incluir uma fundamentação teórica sólida, bem como a utilização de diversas fontes documentais, em seguida a análise e interpretação dos dados coletados constituem etapas fundamentais para a compreensão do fenômeno estudado. Por fim, a elaboração do relatório de pesquisa permite a sistematização dos achados, possibilitando a apresentação dos resultados de forma clara e devidamente fundamentada, no qual o estudo de caso é uma comparação de conceitos estudados diante dos casos, podendo evidenciar os acontecimentos. Esses recursos contribuem de forma significativa para a construção de uma compreensão aprofundada do fenômeno investigado.

De acordo com Marconi e Lakatos (2011, p. 276) “o Estudo de Caso refere-se ao levantamento com mais profundidade de determinado caso ou grupo humano sob todos os aspectos”. Contudo, os autores apresentam uma limitação importante, pois se restringe exclusivamente ao caso analisado, o que impossibilita a generalização dos resultados para outros contextos. Nesta abordagem qualitativa, os procedimentos como observações, entrevistas e história de vida são fundamentais para a coleta de dados.

Desta maneira, Gil (2019) destaca, entre os instrumentos utilizados pelo pesquisado, as entrevistas com diretores, funcionários e colaboradores vinculados à unidade de estudo, bem como a análise de documentos institucionais, como atas de reuniões da diretoria, folders, jornais, cartilhas e outros materiais produzidos pela própria organização ou por entidades externas.

Marconi e Lakatos (2003) indicam que a pesquisa semiestruturada é usada quando o pesquisador tem autonomia para desenvolver cada condição em qualquer direção que considere conveniente. Sendo uma maneira de explorar de forma abrangente o tema.

No desenvolvimento desta pesquisa, adotou-se a metodologia de estudo de caso, com abordagem qualitativa e caráter exploratório, aplicada em uma instituição do terceiro setor, de natureza confessional católica, com mais de 45 anos de atuação, situada no município de Cachoeira Paulista/SP. A organização promove, ao longo dos anos, diversos eventos de natureza religiosa, dentre os quais se destaca o evento PHN, um dos maiores em termos de relevância e abrangência de público. A sigla PHN significa “Por hoje não vou mais pecar”. Embora o evento seja voltado prioritariamente para o público jovem, sua programação contempla também um público diversificado.

A coleta de dados foi realizada por meio de entrevistas semiestruturadas aplicadas a duas profissionais do Departamento de Eventos. As entrevistadas foram escolhidas por possuírem conhecimento sobre a rotina de planejamento do evento e por serem responsáveis pela sua organização. Trata-se da gerente (GE) do departamento de eventos da instituição e da coordenadora (CE) do evento PHN 2025 (promotora de eventos). O roteiro das entrevistas foi enviado às participantes com antecedência e, em seguida, realizou-se o agendamento dos encontros, que ocorreram de forma presencial. As entrevistas foram gravadas e conduzidas de maneira semiestruturada. Foram aplicadas cinco questões à gerente e três questões à coordenadora, e três perguntas idênticas para gerente e coordenadora. O roteiro completo da entrevista totalizou onze questões de caráter qualitativo e exploratório.

Os resultados da pesquisa serão encaminhados ao departamento de eventos da instituição após a conclusão do trabalho e sua apresentação à banca avaliadora.

A coleta de dados, a qual possibilitou obter informações norteadoras acerca da relevância das etapas de planejamento, pré-evento, transevento e pós-evento do PHN 2025, contribuiu para a compreensão de seu crescimento e consolidação.

4. Análise dos Dados

As entrevistas ocorreram entre os dias 06 e 09 de outubro de 2025. As colocações dos profissionais, sendo a gerente do evento e a coordenadora do evento, foram estruturadas com o objetivo de identificar as etapas do planejamento do evento PHN 2025, considerando as fases de pré-evento, transevento e pós-evento, a fim de compreender seu crescimento e consolidação. Nos quadros a

seguir estão às respostas da gerência do evento da instituição (GE) e da coordenadora do evento PHN edição 2025 (CE). As transcrições das falas estão na mesma ordem das entrevistas.

A primeira pergunta refere-se a como se deu o planejamento de definição da data, o tema do evento, seu objetivo, tipologia e público-alvo.

Quadro 1 - Como foram definidos o tema, os objetivos do evento, a tipologia, o público-alvo e data do evento PHN 2025, e de qual forma esse planejamento foi realizado?

GE	O planejamento desse evento, [...], se inicia um ano antes da data de realização do evento, a partir de uma agenda que é definida pelo Conselho de Eventos. [...] A partir do momento que o Conselho define a data do evento, [...] com membros da Fundação João Paulo II e membros da Comunidade Canção Nova. [...]E aí, a partir do momento que define a data, [...] o departamento de eventos, construiu a temática. [...] Ali a gente vai sentindo a inspiração de Deus e a inspiração também do momento [...] também aquilo que se torna atrativo para o público-alvo. Então o público do PHN é um público jovem destinado ao jovem, então a temática precisa também trazer esse envolvimento, aquilo que vai chamar a atenção do jovem. Para 2025, que foi o PHN de 2025, se pensou naquilo que a igreja estava se programando como os peregrinos da esperança. Então por isso que é salvação e esperança e júbilo. E a partir daí se começa a construção dessas temáticas, [...] dentro dos documentos da igreja, que a igreja diz, que um Papa trouxe. [...] O evento é destinado ao jovem, mas não se fixa somente no jovem, porque traz as famílias, pai e mãe, ele é um evento que tem mais de 20 anos, então quem começou no PHN lá atrás faz questão de trazer sua família, então se destina a esse público, um público que já é do PHN, [...] mas também aquele que tem o desejo de conhecer toda essa estrutura desse evento. É um evento de cunho religioso, então a gente busca dentro do departamento promover um encontro pessoal com Jesus, através do Batismo do Espírito Santo né. Então[...] [...] tudo que é programado, desde a música, os shows, as pregações, elas são criadas dentro da temática, mais direcionada a um público religioso.
------------------	--

Fonte: Dados da entrevista (2025).

Partindo da fala da entrevistada, observa-se que o planejamento do evento PHN 2025 teve início um ano antes de sua realização, com a definição da data pelo conselho de eventos da instituição estudada. Classificado como um evento de natureza religiosa, o PHN tem como público-alvo os jovens, e a temática definida para esta edição é “Salvação, esperança e júbilo”.

De acordo com Matias (2013, p. 158), a fase de planejamento envolve a delimitação da temática e do conteúdo a ser abordado, cuja escolha “geralmente é

feita por meio de pesquisa em entidades de classe e/ou empresas ligadas à organização do evento”.

No caso analisado, a gerência do evento destacou que a escolha do tema se baseou em documentos da Igreja e na busca por um conteúdo atrativo ao público jovem. Em concordância com essa definição, Nogueira, *et. al.* (2020) afirmam que as estratégias e definições voltadas para atingir o público-alvo representam uma etapa essencial de definição do projeto, sendo determinantes para o sucesso do evento.

Além disso, identifica-se a tipologia do evento em acordo com Torres (2021), que caracteriza os eventos religiosos como encontros, reuniões e celebrações promovidas por instituições ou grupos religiosos, com o objetivo de manifestar a fé, divulgar crenças e preservar tradições ligadas ao sagrado.

Por fim, o conjunto de informações levantadas reforça o que afirmam os autores Santos, Chehade e Rocha (2010), ao descrever o pré-evento como a fase de planejamento, etapa essencial para o desenvolvimento do projeto.

Quadro 2 - Como a gerência do evento e o setor administrativo realizaram o planejamento, a organização e o controle financeiro do evento PHN 2025?

GE	Existe uma equipe [...], o coordenador, o produtor e a pessoa que cuida da logística. Então como é um evento grande [...]. Então o setor administrativo, junto com a gerência, eles constroem ali a quatro mãos todo esse planejamento. Então a gente desenha uma previsão orçamentária, a gente tem uma planilha que vai ali todos os custos do evento, desde passagem, alimentação, o traslado do pregador. Por isso que a gente envolve essas três áreas, a gerência pelas tomadas de decisão, a equipe, logística, produção e coordenação, mais o setor administrativo, porque ali a gente pensa em todos os detalhes, para que nada falte, seja a flor da liturgia, seja uma alimentação que vai se comprar no meio da estrada para a vinda do pregador, tudo isso precisa estar dentro da previsão orçamentária.[...] Quando a gente tem o custo total do evento, a gente leva isso para o economato geral da comunidade, que é a qual pertence o departamento de eventos, e ele vai dizer se esse orçamento atende o seu caixa ou não. [...] Por ser um evento muito grande, que vai ter uma abrangência muito expressiva, então a gente busca parceiros, [...] o governo do estado de São Paulo com todo recurso de emendas, doações, às vezes ele absorve algum custo para dentro da emenda parlamentar, mas a gente também teve a ajuda da Summer Beats, que é uma empresa de eventos grandes no estado de São Paulo, que custeou muitas partes do show, iluminação, o LED, porque já é a expertise deles. [...] Para que todo o evento aconteça com todo o sucesso, [...] dando qualidade numa imagem, num som, num conforto maior para o peregrino que vem até a chácara, a gente também espera que esse recurso, fazendo um evento grande, que tudo dê certo, com qualidade, a gente alcance um público ainda maior, chamando eles para o próximo ano.
------------------	---

Fonte: Dados da entrevista (2025).

Nota-se, pela resposta da gerência do evento, que o evento PHN 2025 se caracteriza como um megaevento, por reunir mais de 5.000 participantes, em concordância com Nakane (2018), que destaca o porte como uma das principais características dessa tipologia. Para sua realização, a gerência relatou que o evento contou com parcerias de empresas especializadas em grandes produções e com o apoio do governo do Estado de São Paulo, visando absorver parte dos custos.

Em conformidade com Andrade, *et. al.* (2022), na fase de pré-evento, um dos recursos essenciais é a capitalização de fundos, aliada à busca por parcerias, apoios e patrocínios, elementos que contribuem para a execução eficaz do planejamento financeiro de eventos de grande porte.

Ainda segundo Matias (2013, p. 168), “o planejamento dos recursos financeiros de um evento pode ser definido por meio da previsão, da organização e

do controle das entradas e saídas dos recursos”. Observa-se, portanto, que o PHN 2025 segue essa orientação, realizando previsão orçamentária e controle de gastos por meio de planilhas que permitem o acompanhamento detalhado das despesas. Essa etapa, que antecede a execução, refere-se à fase de planejamento pré-evento do PHN 2025, evidenciando a importância do planejamento financeiro.

Quadro 3 - Como foi planejado o conteúdo do PHN 2025, incluindo palestrantes, shows, animadores e atividades paralelas?

GE	Todo planejamento do evento, a gente faz, [...] com um ano de antecedência. Então, quando a gente começa a desenhar a temática, a gente começa, dentro dessa temática, a desenhar o tema de cada pregação. Quantas pregações vão ter? O evento que começa de quinta a domingo precisa ter pregação, adoração, shows. Então, a gente começa a desenhar todo esse cronograma de atividades, paralelas, shows. Então, diante de cada temática, de cada pregação que a gente desenvolve, a gente pensa num pregador, porque ele precisa ter um perfil para falar do conteúdo, mas ele também precisa ter um perfil atrativo para o jovem, porque isso gera essa competitividade entre, digamos assim, um mercado religioso, esse turismo religioso. [...] Como é um evento de grande porte, com muitas atividades, e é um público jovem que fica ali ligado 24 horas, praticamente a gente precisa ter atividade para que eles possam consumir também nesse tempo de 24 horas. Então, além do palco principal, a gente tem paralelas durante todo o evento, com shows, com pregações, com adoração, com eventos mais fechados, e com isso a gente conta com os parceiros. Então, a Summer Beats vem assumir uma das paralelas trazendo os artistas que estão aí hoje em alta, para que a competitividade fique alinhada com aquilo que queremos trazer dentro do evento.
----	---

Fonte: Dados da entrevista (2025).

A partir das informações apresentadas pela gerência do evento PHN 2025, observa-se que o projeto foi elaborado com antecedência, contemplando a definição de conteúdo, temas e programação, além da seleção criteriosa de palestrantes, artistas e animadores. Essa etapa evidencia uma organização detalhada da programação, essencial para o êxito e a consolidação do evento dentro da instituição.

Além das atividades principais, foram planejadas ações complementares, como workshops, shows e momentos de oração, garantindo uma programação diversificada e contínua ao público participante.

Em consonância com Matias (2013), o planejamento de um projeto de evento envolve a definição da temática, a escolha dos conteúdos e a elaboração do

cronograma das ações a serem desenvolvidas. Assim, constata-se que o PHN 2025 adota práticas características da fase de pré-evento, reforçando a presença de um planejamento estruturado no processo organizacional.

Quadro 4 - Como foi realizado o marketing e a divulgação do PHN 2025 antes e durante o evento, e por que essa fase é considerada importante para seu sucesso?

GE	O planejamento de marketing entra um pouquinho depois, do que a gente desenha como planejamento orçamentário. Então, a gente reúne a equipe de comunicação do evento e traz para eles o público-alvo [...] e o público estimado para aquele evento. E ali eles começam a desenhar um plano de comunicação. Esse plano de comunicação entra no ar, seis meses antes do evento acontecer, para [...] criar uma expectativa. Então, ele começa de forma tímida, com seis meses. Com três meses, ele começa de uma forma mais intensa. E com 30 dias antes do evento, a gente começa de forma massiva. [...] Pegando grandes influencers de mídias, principalmente digital, para que eles nos auxiliem nessa comunicação. Então, para que a gente crie uma comunicação em massa, a gente sai da bolha, canção nova, e busca ajuda desses parceiros. Então, é um influencer no YouTube, um outro no Instagram, outro no Facebook. E a gente convida esses influencers para vir participar do dia do evento. Então, antes a gente começa toda essa comunicação. [...] Então, durante o evento, quando ele está acontecendo, os influencers e a gente aqui com toda nossa equipe vai criando vídeos, testemunhos, para que a gente faça com que esse evento cresça ainda mais, gerando essa competitividade. [...] E uma semana depois do evento realizado, a gente faz a expectativa para o ano seguinte. Então, com imagens do evento, com testemunhos que nós colhemos na hora. Então, tudo isso fomenta o coração daquele jovem para que ele volte. [...] Então, a gente busca todo esse planejamento antes, durante e depois para que a gente crie um ambiente competitivo, mas também que a gente realize com sucesso o evento.
CE	Então, principalmente no pré-evento, é onde combina tudo o que vai acontecer no evento. Então, pra gente é muito importante essa divulgação antes do evento, pra que a gente atraia um público, para que a gente tenha [...] o sucesso esperado do evento e atinja o maior número de pessoas e almas possíveis. [...] E hoje a gente precisa usar o máximo das ferramentas que o mercado nos disponibiliza para que a gente possa fazer com excelência o nosso trabalho. [...] Então, hoje a gente usa o Instagram, a gente usa o Facebook, a gente usa o Telegram, a gente tem os canais de divulgação no WhatsApp, mas hoje a gente percebe assim, o quanto o Instagram é um meio assim muito poderoso, vamos dizer assim, de divulgação. Então, a gente fez bastante divulgação no Instagram, mas também nós tivemos o site do PHN. A gente teve o lançamento do site, então ali no site tinha todas as informações do PHN, que ia acontecer, mas também de eventos anteriores. Então, isso daí pra gente foi muito válido. E graças a Deus, por conta da divulgação e do marketing que a gente fez no pré-evento, a gente obteve o público esperado, posso até dizer que foi um público acima de esperado, [...] graças a Deus, mas o nosso objetivo foi, vamos dizer assim, atingido com sucesso, porque foram muitas almas alcançadas, muitos jovens restaurados e transformados, e a gente, logicamente, tem já as pessoas que estão acostumadas a vir no PHN, mas a gente conseguiu atingir bastante pessoas, mesmo através do marketing que a gente fez anteriormente.

Fonte: Dados da entrevista (2025).

Com base na fala da (GE), observa-se que o planejamento de comunicação e marketing ocorre logo após a definição do planejamento orçamentário. Identifica-se, entre a fala da (GE) e a da (CE) do evento, concordância quanto ao planejamento de divulgação, que se desenvolve na fase de pré-evento, em consonância com Nogueira, *et. al.* (2020), os quais afirmam que o marketing é uma etapa que antecede a execução de qualquer evento e se baseia em estratégias previamente definidas.

De acordo com a (GE), existe um plano de ação de comunicação estruturado em três momentos: o primeiro, com início seis meses antes do evento; o segundo, três meses antes, de forma mais intensa; e o terceiro, nos 30 dias que antecedem o evento, em caráter massivo em todos os canais institucionais, incluindo a TV Canção Nova e a rádio. A (CE) complementa mencionando o uso das mídias sociais como *Instagram*, *WhatsApp*, *Facebook* e o *site* oficial do evento, utilizados para estreitar a comunicação com o público.

Verifica-se ainda que o marketing do evento se estende durante o transevento e no pós-evento, conforme relatado pela (GE). Além disso, a entrevistada destaca o uso de grandes influenciadores digitais do meio católico, que colaboram na comunicação em massa antes, durante e após o evento. Nogueira, *et. al.* (2020) sustentam essa prática ao afirmarem que o marketing ocorre de diversas formas, sendo uma delas o uso de *influenciadores* e formadores de opinião presentes em mídias sociais como *Facebook*, *Instagram* e *YouTube*.

Observa-se que foram utilizadas ferramentas digitais de comunicação nas três fases do evento: pré-evento, transevento e pós-evento. Moura e Braga (2024) afirmam que o uso de ferramentas digitais amplia o alcance das ações, favorece o compartilhamento de experiências e gera impactos positivos. Assim, a comunicação e o marketing do evento PHN 2025, conectados às diferentes fases do planejamento, foram fatores essenciais para o sucesso e a competitividade do evento.

Quadro 5 - Como foi planejada e organizada a infraestrutura do PHN 2025, incluindo banheiros, camping, praça de alimentação, sonorização, iluminação, decoração e demais serviços necessários (Ecad, alvarás, etc.)?

GE	Quando a gente planeja um evento desse porte, a gente busca esses dois ramos, a parte infraestrutura, para que o peregrino [...] seja bem acolhido e ele encontre um ambiente seguro. [...] E existe a parte legal também, de Ecad, de Alvará de Funcionamento, a liberação dos bombeiros. Então, por isso que se começa com um ano de antecedência por todos esses detalhes. Então, a reunião com a infraestrutura é uma reunião que também antecede bastante o evento para que a gente veja todas essas necessidades, porque envolve também a parceria da prefeitura, porque a gente precisa não só do Alvará, mas que a prefeitura nos auxilie na acolhida na cidade. [...] com a Polícia de Trânsito, com a Santa Casa, [...] para que o peregrino se sinta acolhido como um todo. Então, a gente pede as liberações de Ecad com antecedência. Então, os shows, os músicos precisam passar as músicas, que é o autor para que a gente passe essas solicitações. A gente, como setor administrativo do Departamento de Eventos, ele já entra também em contato com o jurídico, para que se emitam os ofícios solicitando os Alvarás de liberação, tanto de público quanto de bombeiro, para que tudo isso ocorra de forma com muita tranquilidade. [...] Então a gente aumenta o número de diaristas nesse tempo, os apoios para segurança, os banheiros químicos para o estacionamento. [...] Esse é um evento que a gente traz também a parceria do Hospital Santa Maria Maggiore, que traz a ambulância de UTI, que fica aqui, nos cinco dias de evento [...] para também atender esse requisito legal. Então, a gente sempre busca esses detalhes, tanto de estrutura e infraestrutura, segurança, banheira, alimentação de fazer uma parceria também, com food truck com parceira da canção nova de alimentação, para que se dê evasão para todo esse número de público para que eles sejam atendidos. [...]. O Camping é organizado via Sympla. Então, a pessoa consegue fazer sua reserva antecipadamente. Então, quando começa o ano, já está aberta a inscrição para o PHN. [...]. Para o Camping familiar, precisa de documentações específicas para serem apresentadas. E para o Camping masculino e feminino, precisa ser maior de idade. Toda parte de decoração também passa por esse processo de planejamento. Então, esse ano diferencial foi termos dois LEDs a mais. Então, eles estavam localizados no meio do centro de evangelização para que o público que fique [...] do meio para trás do centro de evangelização, eles também consigam ter visibilidade. Nós aumentamos o número de caixas de som tanto no centro de evangelização quanto no rincão para as atividades paralelas para que tivesse mais qualidade de sonorização em toda a chácara. [...]. E o LED também, a gente trabalhava as imagens que estariam no LED, no show, nos intervalos, tudo isso é pensado com antecedência sempre focada no público jovem.
----	--

Fonte: Dados da entrevista (2025).

Conforme a entrevista com a gerência do evento observa-se que o planejamento da infraestrutura do PHN 2025 é realizado com cerca de um ano de antecedência, devido à complexidade e à dimensão do evento. De acordo com Nakane (2018), as definições de planejamento podem variar conforme o tipo e a abrangência do evento, podendo apresentar maior ou menor grau de detalhamento, conforme o porte e a quantidade de público envolvido.

Com base nas informações fornecidas pela gerência, verificou-se que o planejamento do evento ocorreu em dois segmentos principais. O primeiro refere-se à infraestrutura voltada ao acolhimento dos participantes, contemplando banheiros, segurança, alimentação, atendimento médico (ambulância/UTI) e área de camping, um espaço reservado para aqueles que desejam acampar em barracas. O camping é organizado por meio da plataforma digital *Symppla*, que permite reservas antecipadas e contribui para a logística interna do evento.

Identifica-se, ainda, que o planejamento da infraestrutura segue o que é destacado por Oliveira (2022), abrangendo aspectos essenciais como equipe de limpeza, segurança e vigilância, além de atendimento médico e primeiros socorros, garantindo suporte aos participantes durante a realização do evento. Também se observa a preocupação com as condições audiovisuais, evidenciada pela contratação de serviços de sonorização e pela instalação estratégica de painéis de LED no Centro de Evangelização e no palco principal.

No segundo segmento do planejamento, no que se refere aos aspectos legais que integram a infraestrutura, constata-se a necessidade de autorizações específicas, como a solicitação de alvará de funcionamento, aprovação do Corpo de Bombeiros e liberação do ECAD. Essa prática, mencionada pela gerência do PHN, está em conformidade com Torres (2021), ao destacar que é fundamental garantir a regularização do evento e a segurança legal dos participantes por meio das autorizações junto aos órgãos competentes. Tais procedimentos configuram uma fase essencial para assegurar a realização do evento dentro dos parâmetros legais e de segurança exigidos.

Quadro 6 - Na sua visão, de que maneira as etapas de planejamento, pré-evento, transevento e pós-evento, contribuem para o sucesso e crescimento do PHN 2025, e como cada fase influencia seguinte?

GE	Então, a gente tem as fases do evento, de construção de todo o evento. Então, a gente tem o pré, que é toda essa parte de planejamento, rascunha todos os setores que estão envolvidos. [...] que a gente desenha toda essa parte de pré -evento, a gente vai para o transevento, onde a gente vai ali de forma mensal, se reunindo com as equipes, conversando. [...] Então ali, três meses, dois meses antes, a reunião se torna quinzenal e depois semestral, para que a gente confira se tudo está de acordo com o que foi planejado lá no pré -evento. Durante a realização do evento, [...] a gente cria um grupo com as áreas, com o gerente de cada área, para que a gente vá conversando durante todo o evento, [...] se algo sair da curva, todos os gerentes, eles possam juntos trazer uma resolução para aquele problema. Então, a gente fica praticamente os cinco dias de eventos conectados, com as equipes [...] para que tudo caminhe bem. Então, essas três fases são interligadas, elas precisam acontecer de forma que uma se ligue a outra [...] a trazer essa organização para todo o evento, para que ele aconteça com sucesso, e para que ele tenha um crescimento. Então, quando a gente vai analisar no pós-evento essas três fases, a gente vê o que a gente pode melhorar, o que a gente pode crescer, o que deu certo. E o sucesso dessa organização entre as três é o que permite o crescimento do próximo evento. Essas fases interligadas, permitem esse sucesso num todo. Então, quando o evento termina, esse pós-evento, em que a gente vai analisar a desmontagem do evento, o pagamento das contas, se bateram de acordo com os orçamentos, a própria limpeza da chácara, que precisa acontecer para que tudo seja colocado em ordem, essas reuniões com a prefeitura, se as parcerias ocorreram como nós esperávamos. Então, tudo isso é muito importante para que o evento seja analisado de forma completa e também ele nos traga projeção de futuro para o crescimento do evento.
CE	[...] Então assim, quando a gente fala de um grande evento como o PHN, [...] é crucial e fundamental que exista o pré-planejamento, planejamento durante o evento e também um planejamento pós-evento. [...] isso é crucial para o sucesso do evento. Então, a gente ter, bem alinhado, antes do evento, todas as, [...] áreas envolvidas, falando a mesma língua, [...] trabalhar com hipóteses, [...] e durante o evento, a gente precisa também de um planejamento [...] [...] trabalhar para que as coisas aconteçam como o planejado, né? Obviamente que acontecem os imprevistos é isso aí faz com que a gente muitas vezes fuja um pouco do planejamento, mas que isso não seja uma rotina, que seja coisas pontuais. [...] A gente tem um manual do evento dentro das escalas. A gente sempre tem descrito nas funções de cada pessoa, né, o que que tem que fazer, o horário que tem que pegar lanche. Ah, 6:30 é pegar o café da manhã, 9 horas pegar o lanche da manhã, 11 horas pegar o almoço e tudo isso precisa também, não só lá na frente, do palco, as coisas precisam acontecer na hora, mas também nos bastidores as coisas precisam acontecer conforme a gente vai colocando. [...] A gente tem intervalos, então as comidas precisam estar nos horários, nos locais para que ninguém seja prejudicado. Então, assim, o planejamento durante o evento é tão crucial quanto o pré-planejamento e como eu disse também precisa acontecer para que a gente não tenha um caos pós-evento. [...] [...] O pós-evento também existe também um planejamento, [...] a desmontagem das estruturas, que acontece o pagamento dos fornecedores, que acontece, né, o acerto com as pessoas que estiveram envolvidas no evento. [...] O planejamento do evento seguinte já se inicia no pós-vento. Então, o evento só termina quando tudo já tá pago, quando tudo já tá desmontado, quando tudo já tá limpo, quando realmente a gente apaga a luz daquele evento.

Fonte: Dados da entrevista (2025).

Através da questão apresentada no Quadro 6, observa-se que tanto a (GE) quanto a (CE) do evento PHN 2025 demonstram consenso em relação às três fases do planejamento, reconhecendo que cada etapa influencia a seguinte. A (GE) ressalta que as fases estão interligadas, enquanto a (CE) destaca a importância do pré-planejamento, do planejamento durante o evento e do pós-evento. Em conformidade com Torres (2021, p. 102), “a junção desses esforços bem elaborados é que determinará o sucesso de sua produção”.

Na primeira fase, no pré-evento, como descrito pela (GE) ou no pré-planejamento, como descrito pela (CE), ocorre o desenho do projeto do evento PHN. Nessa etapa, é realizado todo o planejamento, envolvendo diferentes áreas. Em concordância com Matias (2013), essa fase compreende a atuação do profissional por meio de pesquisa, planejamento, coordenação, controle e elaboração do projeto, com definição de objetivos e medidas concretas para alcançar o público-alvo e os resultados estabelecidos.

Na fase do transevento, segundo Oliveira (2022) e Matias (2014), ocorre à realização do evento, com execução das atividades planejadas no pré-evento, acompanhadas pela coordenação e pelas equipes. Para garantir a organização e o alinhamento, a gerência promove comunicação integrada, e a coordenadora destaca o uso do manual do evento, identificado como *checklists* específicos para orientar todos os envolvidos.

Na última fase do planejamento, identificou-se pela (GE) e (CE) do evento que ocorreu o acompanhamento de desmontagem, pagamentos, e avaliação do evento em aspecto interno e externo. Esse procedimento é destacado por Matias (2014) como processo de encerramento.

Desta forma, é identificada a ligação entre as três fases para a realização do evento conforme descrito por Torres (2021), “[...] as etapas sendo fundamentais para o produtor planejar, executar e avaliar o projeto do início ao fim”.

Quadro 7 - Como as atividades no dia do evento foram planejadas e distribuídas entre a equipe? Poderia detalhar as funções de cada time durante a execução do PHN 2025?

CE	[...] todo evento ele precisa de um planejamento, né, e principalmente um grande evento. [...] E aqui na Canção Nova, nós atuamos por setores e o eventos ele tá ligado a todos os setores, [...] então tem a TV envolvida, tem a rádio envolvida [...] está a infraestrutura, está [...] a acolhida, porque todas as pessoas precisam falar a mesma língua. [...] Então para isso são feitas várias reuniões de alinhamento que acontecem antes do evento. [...] Então, todas as pessoas precisam estar por dentro da programação, das paralelas. [...] [...] A gente teve durante o evento uma rotatividade de equipes, né? [...] [...] Então para isso a gente teve a ajuda de várias equipes, e muitos voluntários, que se colocaram à disposição, e irmãos de outros setores que se colocaram à disposição e vieram nos ajudar nessas escalas. Então assim, e as escalas a gente faz também elas setorizadas [...] uma pessoas que cuidam somente do lanche das equipes, do tratamento com as equipes de trabalho, [...], aí a gente tem outras pessoas que cuidam somente da [...] sala VIP, onde tem os convidados, [...] a gente recebe as autoridades, os músicos, pregadores e convidados [...]. Aí a gente tem as pessoas também que precisam estar atentas com a chegada do pregador, com a chegada dos músicos, tudo [...] precisa ser muito cronometrado, né? [...] [...]. Então, é um time que precisa trabalhar orquestrado, para que tudo concorra da melhor maneira possível. E além de tudo, a gente tem também o pessoal das relações institucionais que trabalham juntamente conosco, que são responsáveis por receber aqui os convidados, por ter controle da lista de acesso, [...] ao palco. [...] mas a gente precisa cuidar também para que os bastidores fluam da melhor maneira possível, né, para que a gente tenha o bom êxito no resultado final. [...] Antes do evento, a gente faz uma reunião com a equipe, que vai estar trabalhando mais na linha de frente, vamos dizer assim. [...] passando, as possíveis possibilidades de imprevistos, de coisas que podem acontecer no momento, para que quando aconteça um imprevisto, a equipe esteja preparada para resolver [...] [...] Mas a gente consegue também ver um grande avanço nas nossas atividades e nas nossas execuções aqui dentro.
----	---

Fonte: Dados da entrevista (2025).

A entrevistada do quadro 7, (CE) do evento, relata que há um planejamento realizado antes e durante o evento, evidenciando as fases de pré-evento e transevento. A entrevistada ressalta que, na instituição estudada, há diversos setores, tais como, TV, rádio, acolhida, infraestrutura, relações institucionais, que corresponderia às Relações públicas (RP), entre eles o Departamento de Eventos, e que o planejamento do PHN 2025 contou com a participação de todos eles. Essa integração confirma o que Matias (2013, p. 154) destaca, ao afirmar que, nessa fase, ocorre a “definição de responsabilidade de todos os profissionais e prestadores de serviço envolvidos nas fases do pré-evento, per ou transevento e pós-evento”.

Conforme afirma Nascimento (2020), o planejamento faz parte da rotina no setor de eventos, funcionando como uma bússola que orienta todo o processo de organização. Essa ideia é confirmada pela fala da entrevistada, ao destacar que cada área, no dia do evento, possui funções distribuídas de forma planejada, como um time, no qual todos trabalham pelo mesmo objetivo, evidenciando assim que o planejamento é, de fato, parte integrante da rotina do setor de eventos.

Quadro 8 - Quais foram os desafios enfrentados durante o evento PHN 2025 e como a equipe os solucionou? Poderia detalhar os desafios e as decisões tomadas?

CE	É, um dos maiores desafios é a gente conseguir bem receber todas as pessoas que vieram participar do evento, né? Porque por mais que a gente faça uma previsão e a gente saiba que é um grande evento, graças a Deus as nossas expectativas são sempre superadas. Deixar a chácara limpa, deixar as coisas organizadas, deixar fazer com que as atividades aconteçam realmente conforme o esperado. [...] Passar para a juventude aqui que realmente é o propósito do evento, o PHN, Por Hoje Não. Então, assim, de fazer mesmo com que a evangelização aconteça, isso para mim é um grande desafio. [...] Por conta da gente ter uma equipe unida e com o mesmo propósito, a gente consegue sanar os desafios, mesmo que eles sejam maiores do que a gente espera. E um dos grandes desafios também que a gente enfrentou nesse PHN foi que na sexta-feira do PHN a gente teve um participante, né, um convidado que era o pregador e que ele por conta de uma situação de saúde, ele não conseguiu estar presente, era um pregador, assim, vamos dizer, chave, né, pro nosso evento. É isso aí foi um grande desafio, porque você precisa colocar alguém na altura, do pregador para substituí-lo. Mas graças a Deus, [...] a gente conseguiu [...] colocar dois, na verdade foram três pregadores que precisaram substituir esse único pregador. Então, assim, para vocês verem a complexidade, [...] do desafio. Era realmente um pregador chave, mas a gente conseguiu sanar e conseguir outros três pregadores para que entrasse no lugar dele, que entrasse na programação, [...] e fizesse também com bom êxito a pregação. [...] E não prejudicar o evento.
----	--

Fonte: Dados da entrevista (2025).

No quadro 8 é apontado pela (CE) do evento que, ao realizar um evento da proporção do PHN, a complexidade torna-se evidente. Conforme Moura e Braga destacam (2024, p. 78), “produzir eventos é uma tarefa complexa, repleta de desafios que podem impactar seu sucesso”. Entre os desafios mencionados pela entrevistada estão o acolhimento aos participantes pela instituição organizadora e a preocupação em não perder o propósito que o evento deseja transmitir ao seu público-alvo. Preocupação esta que está em consonância com o pensamento de Matias (2013, p. 158), ao afirmar que o “tema central é a ideia que norteará o desenvolvimento do temário [...]”. Outro ponto relatado pela entrevistada refere-se à

necessidade de lidar com imprevistos e tomar decisões rápidas para solucionar problemas sem comprometer o andamento do evento.

Nesse sentido, Torres (2021) destaca que o gestor de eventos deve levantar o maior número possível de informações sobre os objetivos do evento a ser realizado, considerando hipóteses e variáveis que possam surgir no planejamento, bem como eventuais imprevistos ao longo do processo. Observou-se, no caso analisado, que a equipe demonstrou capacidade de tomar decisões assertivas no dia do evento, especialmente diante da ausência inesperada de um pregador na programação, solucionando a situação ao colocar outro pregador para a atividade.

Quadro 9 - De que forma a equipe organizadora do evento PHN 2025 realiza a avaliação do feedback dos participantes quanto às atrações e atividades planejadas? Existem instrumentos específicos utilizados nesse processo?

GE	Hoje a gente mensura esse feedback dos participantes através das nossas mídias sociais. Então toda equipe de comunicação do evento também se dedica a esses desenhos simétricos, então eles analisam os comentários, analisam os acessos, a quantidade de compartilhamento, então isso também traz para a gente um feedback. Existe uma pessoa dedicada às mídias, então ela olha tudo que a pessoa coloca como comentário, seja positivo ou negativo, para trazer também no final do evento essa métrica para que a gente analise qual foi a experiência do participante com o evento. E a gente também tem o Call Center, que é da Fundação São Paulo II, que nos ajuda, nos telefonemas, nas postagens e eles também nos trazem um relatório. Tanto de crítica quanto de geologia, quanto pedidos de melhoria ou quanto pedidos também até de que continue se tendo aquela programação. Então a gente utiliza essas métricas para ter esse feedback dos participantes.
CE	[...] a gente recebe o feedback através [...] das pessoas mesmo, né, dentro do próprio evento, mas também através das nossas mídias sociais e também através do call center, que a gente consegue ter um retorno. E assim, nas mídias, durante uns 15 dias, pelo menos, a gente teve, e nas mídias assim, ah, e “ PHN histórico”, “ PHN recorde de público”. E então assim, isso nos deixa bastante contentes, né? Porque a gente consegue mensurar o valor do nosso trabalho. [...] [...] Quanto à programação, a gente teve um feedback bem positivo, em relação aos pregadores, em relação às pessoas que estiveram lá na Arena Summer. Foi assim realmente uma parceria de sucesso lá com o Summer, né? E assim aqui também com os pregadores que vieram. A gente teve, [...] um retorno bem positivo, de jovens, [...] mas de todo o público que teve aqui, [...] que acompanhou e em casa. A gente teve um retorno, um feedback bem positivo mesmo, quanto às atrações que a gente trouxe para o evento. A gente tem inclusive sugestões, do público da gente repetir aos participantes e também sugestões de outras pessoas, para estar nos próximos eventos.

Fonte: Dados da entrevista (2025).

Conforme o quadro 9, observa-se uma clara concordância entre as respostas da (GE) e da (CE) do evento, no que se refere à avaliação do feedback dos participantes. Ambas destacam que a mensuração desse retorno ocorre, principalmente, por meio das mídias sociais, nas quais são analisados os comentários, o número de acessos e os compartilhamentos. A (GE) ressalta que essas informações são sistematizadas em relatórios e representações gráficas, enquanto a coordenação enfatiza o impacto positivo das manifestações espontâneas dos participantes, com expressões como “PHN histórico” e “PHN recorde de público”, observadas mesmo após quinze dias da realização do evento.

Dessa forma, foi possível identificar que o evento alcançou significativo engajamento e competitividade. A equipe de comunicação realiza esse

acompanhamento por meio da análise de comentários, número de acessos e compartilhamentos. Essa avaliação, em consonância com Nogueira (2020), utiliza essas métricas como indicadores de desempenho do evento.

De acordo com Moura e Braga (2024), o uso de ferramentas digitais amplia o alcance das ações, favorece o compartilhamento de experiências e gera impactos positivos. Além disso, a instituição conta com uma central de atendimento (call center), por meio da qual o público pode registrar seu feedback. Assim, é identificado que a equipe organizadora coleta e analisa esses retornos durante a fase de pós-evento, caracterizando uma das etapas do planejamento do evento PHN 2025 e contribuindo para melhorias nas edições futuras.

Quadro 10 - De que forma a gerência realiza a avaliação das atividades pós-evento, possibilitando identificação dos pontos positivos e onde necessita de melhorias do PHN 2025 para próximas edições?

GE	[...] Então a gente reúne as coordenações das equipes, do departamento de evento, comunicação, administração, coordenação, infraestrutura, logística, produção, e a gente se reúne ali com a gerência para que ouvi cada um, para que também veja da percepção deles o que foi positivo, o que não foi positivo. Dentro da realização do evento. Depois a gente tem uma outra reunião que seria com todas as equipes de todos os departamentos envolvidos, televisão, rádio, internet, infraestrutura, acolhida, camping, bombeiro, a ponte com a prefeitura, e ali a gente vai analisando alguns pontos que precisam ser analisados de forma macro, de forma geral. Então da equipe de eventos a gente analisou a necessidade de aumentar a capacidade da limpeza, porque por ser um número muito grande do público, então por mais que a gente calcule um número de pessoas para a equipe de limpeza, não foi suficiente para atender toda a limpeza da chácara. [...] Isso foi um ponto que nós analisamos ali e que a gente precisa melhorar para o próximo evento. A nível de macro geral, um dos apontamentos, foi justamente a logística do transporte. Então a circulação de carros pela cidade, então isso é óbvio que a prefeitura vai ter que nos auxiliar na próxima edição do PHN, [...] Porque é um evento de jovem, então a circulação de ônibus é muito maior do que de carro e a cidade não comporta acolher tantos números nesse veículo nessa proporção. Então é algo que precisa ser pensado para a próxima edição. E eles citaram também a questão da limpeza, né? O número de banheiros não foi suficiente, então a gente precisava aumentar a quantidade de banheiros químicos espalhados pela chácara, espalhado pelo estacionamento, para tentar amenizar [...]. Um dos pontos também que trouxe [...] pela infraestrutura foi a parte do camping, que o nosso camping hoje comporta uma média de 3 mil pessoas no máximo. E para a quantidade de público, nós tivemos ali uma média de 6.500 inscrições de barracas. [...] também por nós não foi projetado, no sentido de um planejamento pré-evento. O camping foi olhado no pré-evento e no transevento como atendendo essa capacidade, porém a gente não esperava que a quantidade poderia ser superior ao esperado. [...]Então isso é algo que a gente precisa dar atenção para o próximo ano. Um dos pontos que a equipe trouxe, que foi muito positivo e a gente conseguiu absorver isso também, de tudo aquilo que foi relatado nas mídias e no call center, foi as atrações durante o evento. Então a gente teve 24 horas de programação para o jovem e isso foi algo muito positivo, porque jovem tem muita energia, então ter as paralelas, ter os shows durante a noite, nos intervalos do almoço e da janta, acabando o show do palco principal, nós tivemos o luau, depois do luau nós tivemos o show também, como o paralelo. Então foram 24 horas de atração para o jovem, então isso foi muito elogiado nas mídias sociais, isso trouxe muita satisfação até para a própria equipe de ver ali o evento acontecendo e sendo satisfatório para os participantes.
----	---

Fonte: Dados da entrevista (2025).

A resposta do quadro 10 é da (GE) do evento PHN 2025. Por meio dela, identifica-se que a equipe organizadora do evento PHN 2025 realiza uma avaliação interna, envolvendo diretamente as áreas de comunicação, administração,

coordenação, infraestrutura, logística e produção. Nessa avaliação, são analisados os pontos positivos e os aspectos que necessitam de melhorias, considerando as atividades de cada equipe.

Em concordância com Matias (2014), a autora destaca a importância da pesquisa de opinião, pois essa avaliação permite que a GE e CE identifiquem os pontos positivos e os pontos que necessitam de melhorias para as próximas edições.

Desta forma, foram apontados pela equipe os pontos que necessitam de melhorias, destacando-se: aumentar a equipe de limpeza, ampliar o número de banheiros químicos, e melhorar o controle das inscrições no camping. Em nível macro, a gerência também identificou a necessidade de melhorias na logística urbana, devido ao grande número de ônibus circulando pela cidade.

A análise evidencia que cada fase do planejamento é essencial para o sucesso do evento como um todo. Conforme os autores Santos, Chehade e Rocha (2010), para que se atinja o sucesso de um evento, é necessário realizá-lo de maneira coordenada e prevista.

Quanto aos pontos positivos, destaca-se o planejamento da programação do evento no pré-evento com foco no público jovem, oferecendo atividades 24 horas, o que contribuiu para o sucesso da fase do transevento. Em concordância com Okeranza (2025), a comunicação do evento é essencial durante o transevento, pois é nesse momento que o participante vivencia sua experiência por meio da programação e das atividades propostas.

Quadro 11 - De que forma a coordenação realizou a avaliação das atividades pós-evento, possibilitando identificação dos pontos positivos e onde necessita de melhorias do PHN 2025 para próximas edições?

CE	[...] Então, assim, hoje a gente precisa pensar melhor na estrutura aqui que a gente tem, que a gente precisa oferecer para as pessoas, como estrutura de banheiro, estrutura [...] de acesso mesmo, [...] dentro da chácara, mas também uma parceria, talvez maior com a prefeitura da cidade para que a prefeitura esteja mais atuante no trânsito da cidade. [...] Então assim, a gente precisa desses pontos de melhoria em relação à própria cidade. [...] Falando um pouquinho, daquilo que foi muito positivo, é a nossa programação, graças a Deus, foi assim algo bem positivo, e assim, a gente fez uma parceria com o Summer, a gente teve até visualmente falando, uma melhoria. [...] A gente teve telões de LED, lá no meio do centro de evangelização, que possibilitou que as pessoas lá de trás vissem com mais nitidez quem estava no palco. [...] teve um um telão bem grande aqui assim no palco também, que isso daí visualmente fica muito bonito. [...] Lá no Rincão também nós tivemos dois telões de LED, é uma melhoria no áudio, no som aqui. [...] as atrações foram muito positivas, as pessoas gostaram muito e teve uma boa adesão e a gente via isso pelos shows, né, que aconteciam aqui e tanto no Rincão, os dois ambientes lotados o tempo todo. Então eu acho que para mim isso é assim o carimbo do que foi positivo.
----	--

Fonte: Dados da entrevista (2025).

Mediante a avaliação do quadro 11 realizada pela coordenação do PHN 2025, a entrevistada destacou que, embora a programação tenha sido bem recebida pelo público, alguns aspectos estruturais ainda precisam ser aprimorados.

Observa-se que a melhoria da infraestrutura interna e da logística urbana é fundamental para otimizar a experiência dos participantes. Nesse sentido, Oliveira (2022) enfatiza que, para que um evento seja harmônico, especialmente aqueles de grande porte e longa duração, é imprescindível garantir serviços essenciais.

Quanto aos aspectos positivos, a coordenadora ressaltou que a programação, as atrações e a infraestrutura audiovisual contribuíram significativamente para a satisfação do público. A utilização de telões de LED e melhorias no sistema de som permitiram maior visibilidade e melhor percepção sonora, além de favorecer a adesão elevada do público nos dois ambientes do evento. Esses elementos foram confirmados por Nogueira, *et. al.* (2020), quando escreve que o planejamento detalhado e a avaliação contínua das atividades são essenciais para identificar os pontos de sucesso e as oportunidades de melhoria em eventos.

De forma geral, a análise evidenciou que a programação e a experiência audiovisual foram bem-sucedidas, e que os aspectos estruturais e a articulação externa com a cidade ainda demandam atenção.

É fundamental realizar o aprimoramento dos pontos que demandam melhorias nas próximas edições do PHN, bem como continuar evoluindo naquilo que foi positivo.

5. Considerações Finais

O estudo realizado neste artigo evidencia a importância do planejamento de eventos, independentemente de sua abrangência, seja ele de pequeno, médio ou grande porte. As fases do planejamento são fundamentais para o profissional que atua nessa área, especialmente para que os gestores de instituições religiosas possam ampliar seus conhecimentos sobre as etapas do planejamento de eventos, de modo a realizar ações adequadas em cada fase e, assim, promover eventos cada vez mais competitivos e atrativos.

A pesquisa realizada neste estudo teve como objetivo identificar as etapas do planejamento do evento PHN 2025, considerando as fases de pré-evento, transevento e pós-evento, a fim de compreender seu crescimento e consolidação. Assim, com base no referencial teórico e no estudo de caso realizado na instituição que promoveu o evento, considera-se que o artigo atingiu o objetivo proposto.

Conforme as respostas obtidas nas entrevistas, identificou-se que na etapa do pré-evento aconteceram algumas definições, tais como a da data do evento, sua classificação como megaevento e a tipologia de natureza religiosa, o público-alvo como sendo os jovens (mas que alcançou um público diversificado), além da escolha da temática, “Salvação, Esperança e Júbilo”, e da definição dos conteúdos e da programação.

Quanto ao planejamento dos recursos financeiros, este foi realizado por meio de parcerias e do apoio do governo do Estado de São Paulo, com o objetivo de absorver parte dos custos do evento. Também foram realizadas contratações de serviços em geral, como sonorização e painéis de LED. O planejamento da infraestrutura envolveu o acolhimento dos participantes, como banheiros, praça de alimentação, ambulância UTI e área de camping, esta última organizada por meio da plataforma digital *Symppla*, com reservas antecipadas. No que se referem aos aspectos legais a equipe buscou, as autorizações como aprovação do alvará, bombeiros e ECAD por serem ações necessárias para a realização do evento.

Observa-se, portanto, que houve uma estratégia de comunicação estruturada para a divulgação do evento, uma vez que a própria instituição dispõe de sistemas próprios de mídia como a TV Canção Nova e a rádio, além de utilizar outras ferramentas digitais que contribuíram para que o marketing de comunicação do evento ocorresse de maneira massiva. A realização do evento demanda um conjunto de ações planejadas com antecedência, envolvendo decisões fundamentais que se inserem na fase de pré-evento, conforme identificado nas análises das entrevistas. São nessa etapa que ocorre o maior detalhamento do planejamento, por meio de um conjunto de ações que garantirá o sucesso do evento PHN 2025.

No dia do evento, conforme identificado na análise da entrevista observou-se que as funções foram distribuídas de forma planejada entre as equipes, que atuaram de maneira integrada, como um time comprometido com o mesmo objetivo, a fim de garantir que tudo ocorresse conforme o planejado e para se obter o sucesso do evento, sendo, portanto, identificada a fase do transevento.

Também é identificada a fase do pós-evento no que se refere à avaliação do *feedback* dos participantes, conforme descrito pelas entrevistadas, ao relatar que os resultados foram ilustrados utilizando representações gráficas, relatórios através do *call center* da instituição, e comentários positivos nas mídias sociais, como expressões “PHN histórico” e “PHN recorde de público”, observado mesmos após quinze dias da realização do evento. Desta maneira, é possível identificar que o evento alcançou significativo engajamento e competitividade dos participantes. Em relação à avaliação das atividades pós-evento, identificaram-se no estudo que a instituição realiza uma avaliação interna voltada a melhorias, tais como o aumento do número de banheiros, a ampliação das equipes de limpeza e um controle mais rigoroso sobre a quantidade de inscrições dos participantes que irão acampar, de modo a evitar a superlotação do camping. Além disso, há uma avaliação externa realizada em conjunto com a prefeitura, contemplando melhorias na logística urbana em razão do grande fluxo de ônibus que circula pela cidade durante o evento.

Esta pesquisa buscou responder à seguinte pergunta: De que forma as fases do planejamento influenciam o crescimento e a consolidação do evento PHN 2025?. Com base no referencial teórico e na análise do estudo de caso, identificou-se que o evento PHN adota as três fases do planejamento, pré-evento, transevento e

pós-evento de forma estruturada. Observou-se que esse planejamento organizado influencia diretamente no crescimento e na consolidação do evento. Assim, pode-se deduzir que o sucesso do evento está relacionado a ações específicas em cada fase do planejamento, sendo uma delas a comunicação estratégica por meio do marketing, identificada nas fases de pré-evento, transevento e pós-evento. A análise das respostas permitiu mensurar os aspectos positivos dessas ações quanto ao engajamento dos participantes em todas as etapas, evidenciando que tal estratégia contribuiu significativamente para o sucesso e a competitividade do evento. As análises demonstraram que o êxito e a consolidação do evento PHN 2025 resultaram de ações articuladas em todas as fases do planejamento, acompanhadas pelo setor de eventos da instituição e o conjunto dessas decisões refletiu diretamente no resultado final, que é o sucesso e consolidação do evento.

O estudo também identificou alguns pontos de melhoria para as próximas edições, como o aprimoramento do controle das inscrições do camping, o aumento da equipe de limpeza, a ampliação do número de banheiros químicos e melhorias na logística urbana, em razão do grande fluxo de ônibus circulando pela cidade, sugerindo maior apoio da prefeitura local. O conhecimento das fases do planejamento de eventos torna-se uma estratégia importante para a instituição, para promover os seus eventos com mais assertividade.

Após a execução do estudo de caso do evento PHN 2025 e por meio da análise dos dados, conclui-se que o objetivo do estudo foi alcançado, sendo possível identificar de forma assertiva as fases do planejamento e compreender como sua aplicação contribui para conquistar o mercado religioso por meio de eventos mais atrativos, estruturados e bem planejados. As fases de pré-evento, transevento e pós-evento mostraram-se fundamentais para o sucesso do evento, desde que devidamente executadas.

Ressalta-se que este artigo não é conclusivo. As informações aqui apresentadas poderão servir como referência para estudos futuros relacionados ao tema, assim como oferecer subsídios aos gestores de eventos do terceiro setor, que poderão utilizá-las como base para suas práticas. Dessa forma, os achados deste estudo podem apresentar relevância ao contribuir para a realização de eventos mais competitivos e bem estruturados.

6. Referências

ALBUQUERQUE, S. S. D. **Turismo de Eventos**: a importância dos eventos para o desenvolvimento do turismo. 2004. 75 f. Monografia (Graduação em Turismo) Universidade de Brasília, Brasília, 2004. Disponível em: <https://bdm.unb.br/handle/10483/438>. Acesso em: 13 abr. 2025;

ALLEN, J. *et. al.* **Organização e Gestão de Eventos**. Rio de Janeiro: Campus, 2003. 173p.;

_____. **Organização e Gestão de Eventos**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008. 293p.;

ANDRADE, R. B. **Manual de Eventos**. 3. ed. Caxias do Sul: Universidade Caxias, 2007. 405p. Disponível em: <https://elibro.net/pt/ereader/fcn/173350?page=118>. Acesso em: 03 abr. 2025;

ANDRADE, A. F. F. *et. al.* Os aspectos da junção entre empresas privadas e o poder público na produção de eventos culturais, religiosos e turísticos em duas cidades da mesorregião metropolitana do Vale do Paraíba Paulista. **Revista H-TEC: Humanidades e Tecnologia**, v. 6, n. 2, p. 162-185, 2022. Acesso em: 11 out. 2025;

BOOTH, A. ***Developing the event concept***. In: ROBINSON, P. *et. al.* ***Events Management***. Wallingford: CABI International, 2010;

CESCA, C. G. G. **Organização de Eventos**. São Paulo: Summus, 1997. 166p.;

COUTINHO, H. R. M. **Organização de eventos**. 2016. 62p. Disponível em: https://proedu.rnp.br/bitstream/handle/123456789/321/Organizacao_de_Eventos_COR_FICHA_capa_ISBN_20110127_1_.pdf?sequence=1. Acesso em: 25 abr. 2025;

DUARTE, J. O. **Organização e gestão de eventos**: métodos e técnicas e a sua aplicação na actividade das empresas de eventos-estudo de caso: DICE EVENTOS. 2009. 113p. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10284/1198>. Acesso em: 01 mai. 2025;

GERRING, J. **Pesquisa de estudo de caso**: Princípios e práticas. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2019. 340p. Disponível em: <https://elibro.net/pt/ereader/fcn/206665?page=56>. Acesso em: 27 mar. 2025;

MACIEL, V. **Semana Santa deve movimentar mais de 1,3 milhão de fieis pelo país.** Publicado em: 28/03/2023 às 15h22. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/semana-santa-deve-movimentar-mais-de-1-3-milhao-de-fieis-pelo-pais>. Acesso em: 21 mar. 2025;

MARCONI, M. A. LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica.** 7. ed. São Paulo: Atlas, 2011. 320 p.;

_____. **Fundamentos de metodologia científica.** 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003;

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Metodologia Científica.** 8. ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2022. *E-book*. Capa. ISBN 9786559770670. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786559770670/>. Acesso em: 08 nov. 2025;

MATIAS, M. **Organização de Eventos:** Procedimentos e técnicas. 2. ed. Barueri: Manole, 2002;

_____. **Organização de Eventos:** Procedimentos e técnicas. 3. ed. Barueri: Manole, 2004;

_____. **Organização de Eventos:** Procedimentos e técnicas. 6. ed. Barueri: Manole, 2013;

MATIAS, M. **A Arte de Receber em Eventos.** Barueri: Manole, 2014. *E-book*. p.II. ISBN 9788520446331. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788520446331/>. Acesso em: 25 out. 2025;

MENDONÇA, M. J. A.; PEROZIN, J. G. P. A. **Planejamento e Organização de Eventos.** Rio de Janeiro: Érica, 2014. *E-book*. pág. 20. ISBN 9788536511030. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788536511030>. Acesso em: 30 out. 2025;

MOURA, C. M. P.; BRAGA, L. J. Desafios e oportunidades na produção de eventos challenges. **Revista Tema On-Line**, v. 2, n. 2, 2024. Disponível em: <https://publicacoes.uniesp.edu.br/index.php/9/article/view/218>. Acesso em: 20 out. 2025;

NAKANE, A. M. (org.). **Gestão e organização de eventos.** São Paulo: Pearson,

2018. *E-book*. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br>. Acesso em: 04 nov. 2025.

NASCIMENTO, J. P. F. *et. al.* **Relatório de Prática Profissional Efetiva: o processo de planejamento e gestão do evento Rotas**. 2021. Disponível em: <http://memoria.ifrn.edu.br/handle/1044/2075>. Acesso em: 5 set. 2025;

NETO, F. P. M. **Criatividade em eventos**. 5. ed. São Paulo: Editora Contexto, 2000. *E-book*. pág. 69. ISBN 9788572441544. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788572441544/>. Acesso em: 30 out. 2025;

NOGUEIRA, C. G. *et. al.* **Planejamento de eventos**. Porto Alegre: SAGAH, 2020. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786556900681/pageid/66>. Acesso em: 13 out. 2025;

OKERANZA, U. E. **Comercialización de eventos**. UF0076. 1. ed. Logroño: Editorial Tutor Formación, 2025. 89p. Disponível em: <https://elibro.net/pt/ereader/fcn/284709?page=43>. Acesso em: 25 out. 2025;

OLIVEIRA, A. S. **Organização de eventos, protocolo e cerimonial: do público ao corporativo, do presencial ao digital**. Curitiba: Intersaberes, 2022. *E-book*. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br>. Acesso em: 18 out 2025;

OLIVEIRA, D. P. R. **Planejamento estratégico: Conceitos, Metodologia, Práticas**. 32. ed. São Paulo: Atlas, 2014. 384 p.;

SANTOS, R. A.; CHEHADE, M. B.; ROCHA, G. C. G. A importância da compreensão do conceito de eventos à execução do planejamento, perante as etapas pré, durante e pós-evento. **Revista Científica Eletrônica de Turismo**, Garça, v. 7, n. 12, p. 1-5, jan. 2010. Disponível em: https://faef.revista.inf.br/imagens_arquivos/arquivos_destaque/NvB7q3QfdezDVli_2013-5-23-11-59-58.pdf. Acesso em: 27 fev. 2025;

SENAC, D. N. **Eventos: Oportunidades de novos negócios**. Rio de Janeiro: Editora SENAC Nacional, 2000. 176p.;

SOUSA, D. F. **Eventos religiosos e indústria de eventos: uma nova ordem na administração do religioso na atualidade?** 2021. 130p. Tese (Doutorado em Ciências

da Religião) - Pontifícia Universidade Católica de Goiás, Goiânia, 2021. Disponível em: <http://tede2.pucgoias.edu.br:8080/handle/tede/4760>. Acesso em: 22 fev. 2025;

TORRES, M. A. **Gestão e Produção de Eventos**: Da Ideia à Avaliação. Curitiba: Editora Appris, 2021. 109p. Disponível em: <https://elibro.net/pt/ereader/fcn/195554?page=20>. Acesso em: 12 abr. 2025;

YIN, R. K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. 3 ed. Porto Alegre: Bookman, 2005;

ZANELLA, L. C. **Manual de Organização de Eventos**: Planejamento e Operacionalização. São Paulo: Atlas, 2003.

Apêndice - Questões do instrumento de pesquisa

A partir do referencial teórico do presente trabalho, seguem as questões respondidas pelas entrevistadas do evento PHN edição 2025 estudado:

1 - Como foram definidos o tema, os objetivos do evento, a tipologia, o público-alvo e data do evento PHN 2025, e de qual forma esse planejamento foi realizado?

2 - Como a gerência do evento e o setor administrativo realizaram o planejamento, a organização e o controle financeiro do evento PHN 2025?

3 - Como foi planejado o conteúdo do PHN 2025, incluindo palestrantes, shows, animadores e atividades paralelas?

4 - Como foi realizado o marketing e a divulgação do PHN 2025 antes e durante o evento, e por que essa fase é considerada importante para seu sucesso?

5 - Como foi planejada e organizada a infraestrutura do PHN 2025, incluindo banheiros, camping, praça de alimentação, sonorização, iluminação, decoração e demais serviços necessários (Ecad, alvarás, etc.)?

6 - Na sua visão, de que maneira as etapas de planejamento, pré-evento, transevento e pós-evento, contribuem para o sucesso e crescimento do PHN 2025, e como cada fase influencia seguinte?

7 - Como as atividades no dia do evento foram planejadas e distribuídas entre a equipe? Poderia detalhar as funções de cada time durante a execução do PHN 2025?

8 - Quais foram os desafios enfrentados durante o evento PHN 2025 e como a equipe os solucionou? Poderia detalhar os desafios e as decisões tomadas?

9 - De que forma a equipe organizadora do evento PHN 2025 realiza a avaliação do feedback dos participantes quanto às atrações e atividades planejadas? Existem instrumentos específicos utilizados nesse processo?

10 - De que forma a gerência realiza a avaliação das atividades pós-evento, possibilitando identificação dos pontos positivos e onde necessita de melhorias do PHN 2025 para próximas edições?

11 - De que forma a coordenação realizou a avaliação das atividades pós-evento, possibilitando identificação dos pontos positivos e onde necessita de melhorias do PHN 2025 para próximas edições?