

# COMO FAZER EVENTOS DE ANÁLISE DO COMPORTAMENTO?

Caderno de Orientações para realização de  
**Jornadas (JACs), Encontros (EACs)**  
e outros eventos de Análise do Comportamento



Comissão de JACs e Eventos Regionais  
ABPMC – Associação Brasileira de  
Psicologia e Medicina Comportamental  
São Paulo, julho de 2015

Uma publicação da **ABPMC – Associação Brasileira de Psicologia e Medicina Comportamental**

### **Coordenação Editorial**

Bernardo Dutra Rodrigues (Paradigma)

Sidinei Rolim (USP/ InterAnálise)

### **Comissão de JACs e Eventos Regionais**

Bernardo Dutra Rodrigues (Paradigma)

Sidinei Rolim (USP/ InterAnálise)

Luiz Henrique Santana (UFABC)

Vitor Miranda de Araujo (UEL)

Camille Correia Borges Soares (UNIFOR)

Jaqueline C. Bordin (UEM)

### **Diretoria ABPMC Gestão 2015-2016**

Presidente Denis Roberto Zamignani

Vice-presidente Jan Luiz Leonardi

Primeira Secretária Natália de Mesquita Matheus

Segunda secretária Maria de Lima Wang

Primeira Tesoureira Lygia Teresa Dorigon

Segundo Tesoureiro Gabriel Gomes Careli

Revisão ortográfica Francisco Carlos Peixoto

Projeto gráfico e diagramação Mila Santoro

Associação Brasileira de Psicologia e Medicina Comportamental

Rua Wanderley, 611 Perdizes, São Paulo - SP

CEP: 05011-001 | tel 55 11 3675-2325

www.abpmc.org.br

abpmc@abpmc.org.br

São Paulo, julho de 2015.

COMO FAZER EVENTOS DE ANÁLISE DO COMPORTAMENTO? 3

NORMAS DA INSTITUIÇÃO 4

A PROGRAMAÇÃO 5

FINANCIAMENTO 6

PARCERIAS 7

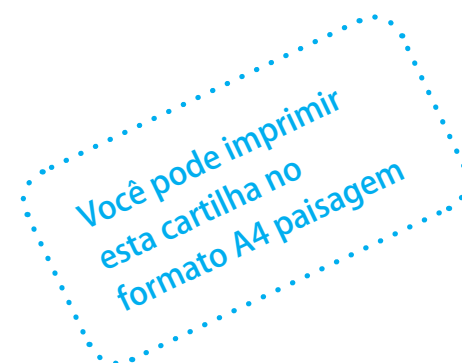
IDENTIDADE 8

DIVULGAÇÃO 9

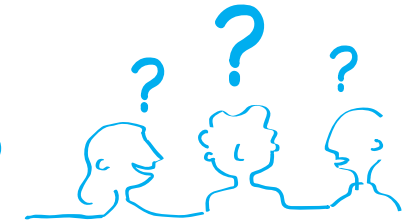
ESTRUTURA DA COMISSÃO ORGANIZADORA 10

GRUPO DE INTERESSE 10

CHECKLIST DAS ETAPAS para realizar o seu evento 11



# COMO FAZER EVENTOS DE ANÁLISE DO COMPORTAMENTO?



Jornadas são minicongressos realizados localmente por um grupo que tenha interesses em comum por uma temática específica. **No caso das JACs, o interesse em comum, como o nome já deixa claro, é a Análise do Comportamento e tudo que lhe é intrinsecamente próprio (Behaviorismo Radical, Análise Experimental do Comportamento e Análise do Comportamento Aplicada).**

As JACs são momentos importantes para a divulgação e promoção da Análise do Comportamento nas diversas localidades onde a psicologia seja estudada e praticada. É uma excelente oportunidade para reunir analistas do comportamento locais, trocar experiências, estudos e pesquisas. É um bom momento também para promover a presença de profissionais de outros centros que possam contribuir com seus conhecimentos e com novidades.

Como é um congresso reduzido, uma JAC pode ter uma estrutura mais enxuta, inclusive orçamentária, o que facilita sua realização por instituições menores e fora dos grandes centros. Assim, é uma excelente oportunidade para estudantes terem a experiência de organizar um evento acadêmico.

Hoje, no Brasil, são realizadas 34 Jornadas de Análise do Comportamento. Elas estão espalhadas em todas as regiões do país e com periodicidade variada (anualmente ou bienalmente). As JACs possibilitam uma dispersão temporal e

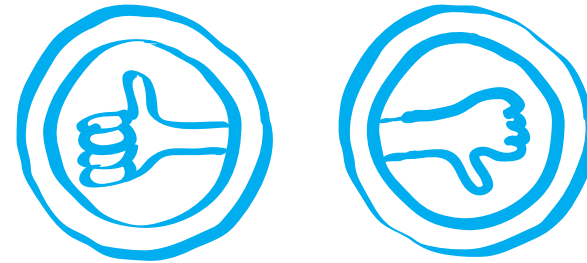
espacial de eventos acadêmicos em Análise do Comportamento, contribuindo para o fortalecimento da área no Brasil. É importante, portanto, que elas se multipliquem e sejam realizadas com mais frequência e com um rigor que proporcione qualidade em seus debates e comunicações acadêmicas.

É com o objetivo de facilitar a vida dos interessados em realizar uma jornada em sua cidade, região ou instituição, que esta pequena cartilha foi desenvolvida. Ademais, para dar algumas dicas àqueles que já realizam JACs, os quais podem beneficiar-se das observações sobre diversos aspectos da realização de eventos. Obviamente esse material não tem a pretensão de ditar regras, cada região e instituição têm características singulares que devem ser levadas em conta e respeitadas. Ao final da cartilha, você terá um checklist para ajudá-lo a acompanhar cada etapa da organização de seu evento.

Neste momento, a Comissão de Jornadas e Eventos Regionais da ABPMC se dispõe a dar o auxílio necessário, para que, juntos, fortaleçamos a prática de realizar Jornadas de Análise do Comportamento em todo o Brasil!

**Então, mãos à obra!**

# NORMAS DA INSTITUIÇÃO



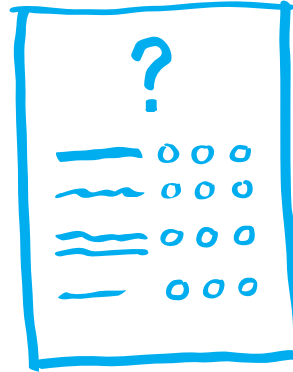
A primeira coisa a fazer é entender as normas para realizações de evento da instituição onde se pretende realizar a JAC. Alguns aspectos precisam da aprovação e da mediação da instituição, então procure o órgão responsável pelos eventos e tire todas as suas dúvidas.

Não deixe de perguntar sobre: **AUTORIZAÇÃO e CHANCELA** para a realização do evento e para o uso dos espaços necessários, caso a realização vá acontecer no espaço físico da instituição; **VERBAS e FINANCIAMENTOS** que a instituição tenha reservado para atividades de extensão acadêmica; **EMISSÃO DE CERTIFICADOS**, que são atrativos importantes para atrair participantes e precisam ser emitidos oficialmente para terem validade. Também é necessário entender os **CUSTOS** de alguns serviços realizados pela instituição, como o valor que é cobrado para a emissão de certificados em instituições públicas e privadas. **Cada instituição trabalha com prazos para a disponibilização de verbas e recursos**, algumas das quais podem exigir que o pedido seja feito até com um ano de antecedência.

Para os eventos que são organizados por estudantes, é importante buscar o apoio de professores e do departamento para intermediarem a relação com a instituição e também para ajudar com experiência, conhecimento e prestígio, é claro. Afinal, um “Dr.” antes do nome não atrapalha em nada nos caminhos para realizar eventos acadêmicos.

Levantadas todas essas informações, isso vai ajudar bastante na organização e na comunicação com a instituição se a comissão organizadora **elaborar um projeto executivo do evento**, no qual constem os objetivos e justificativas para a elaboração do evento, a proposta inicial de programação, um breve resumo do currículo dos palestrantes que vocês pretendem convidar, uma previsão de custos e um cronograma para a organização. Pode dar um pouquinho de trabalho elaborar este documento, mas ele vai economizar muito tempo e esforço.

# A PROGRAMAÇÃO



Lembre-se de que seu evento não pode ser constituído por temas e palestras de interesse da comissão organizadora apenas. Para atrair um número significativo de participantes – e com isso fazer de seu evento um sucesso, além de contribuir na disseminação do conhecimento –, **você precisa descobrir os interesses de seu público-alvo.**



A melhor forma de fazer isso é proceder a um levantamento, entre os alunos de sua instituição e, se você tiver acesso, entre alunos de instituições próximas, sobre temas que eles gostariam que fossem contemplados no evento. Podem surgir ideias interessantes em que a comissão não havia pensado. Além disso, ao fazer o levantamento, você já está divulgando seu evento e favorecendo o engajamento dos participantes. Uma boa ferramenta gratuita para fazer o levantamento é o [Google forms](#), que permite elaborar um formulário de avaliação online de modo fácil e rápido.

Quando for entrar em contato com potenciais palestrantes, não se intimide. Todos sabem da importância deste tipo de evento para a disseminação da análise do comportamento, e boa parte dos pesquisadores e profissionais tem grande disposição para contribuir.

# FINANCIAMENTO



**Estar autorizado e informado pela instituição é um passo importante, mas sem grana nada acontece.** Realizar um evento custa dinheiro, e não adianta contar somente com o dinheiro das inscrições. Principalmente para os marinheiros de primeira viagem, que não têm dinheiro em caixa de eventos anteriores, é muito importante que se procurem outros meios para angariar fundos. Conforme já foi falado acima, algumas instituições disponibilizam verbas para eventos. Procure saber se sua instituição tem esse tipo de verba disponível.

**Órgãos de fomento estaduais ou federais são outras fontes possíveis de financiamento.** Procure, no seu estado, o órgão responsável pelo fomento acadêmico e se informe sobre como é possível receber financiamento para eventos. **Fique atento aos editais e preste atenção nos prazos.** A Capes fornece financiamento para eventos por meio do Programa de Apoio a Eventos no País (PAEP). Na página do programa<sup>1</sup>, você encontra o edital e informações detalhadas. E o Conselho Federal de Psicologia também destina verbas para eventos na área, verifique o edital. O financiamento por meio dessas agências é mais difícil de conseguir, e mais trabalhoso, pois normalmente é exigido um projeto e algum pesquisador doutor que seja o proponente do financiamento, mas vale a pena tentar.

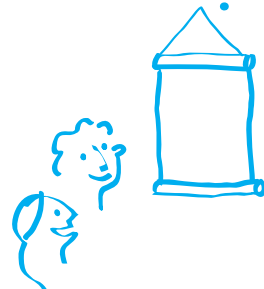
**Grandes empresas, especialmente aquelas que possuem institutos, têm programas de financiamento para eventos culturais e/ou educacionais.** Apesar de esses programas serem direcionados prioritariamente para eventos artísticos ou acadêmicos de grande porte, não custa mais do que alguns cliques ir à busca de oportunidades nesses programas.

.....  
<sup>1</sup> <http://www.capes.gov.br/apoio-a-eventos/paep>

# PARCERIAS



Conseguir financiamentos é muito bom, mas, conforme já deve ter ficado claro, não é tarefa tão fácil. **Uma alternativa muito eficiente ao financiamento são as parcerias.** O que vocês podem oferecer vai depender muito das condições em que o evento acontecerá, mas certamente a JAC terá algo a oferecer a clínicas, institutos, editoras, cursos inseridos na psicologia de alguma forma e que podem ter interesse em divulgar seu trabalho no evento. A JAC pode incluir as marcas dos parceiros em seu material de divulgação, colocar banners no local do evento, distribuir materiais informativos com o material do evento, falar o nome dos parceiros nos intervalos das apresentações, enfim, oferecer um monte de coisas; portanto, é só usar a criatividade. **Inclusive é possível fazer cotas diferentes para vantagens diferentes.** Vocês podem, por exemplo, cobrar X para pôr a marca do parceiro em seu material de divulgação e 2X para, além disso, pendurar o banner e entregar os materiais informativos. Isso ajuda a conseguir o apoio maior de quem pode pagar mais e não perder a ajuda de quem só pode ou só quer pagar menos.



Se a instituição que sediar o evento permitir, é possível, ainda, vender espaços para que os parceiros coloquem estandes para divulgar ou vender seus produtos. Nesse ponto, não restrinja sua oferta de parceria a instituições acadêmicas e da área da psicologia. É certo que as editoras normalmente têm muito interesse nesse tipo de oportunidade, mas também lojas, cooperativas de artesãos, lanchonetes e até a vizinha que faz cupcakes pode ficar interessada num lugar com uma boa concentração de gente. **E não feche a cabeça, pense que não só dinheiro que vale.** Alguns serviços importantes podem ser conseguidos mediante parcerias, como blocos de anotação, canetas, pastas e lembranças para palestrantes e coffee breaks.

Por último, não se esqueça da gente, a ABPMC e outras associações, como a Sociedade Brasileira de Psicologia (SBP), eventualmente podem ter algum interesse e possibilidade de ajudar. **Nem sempre dá para prometer grana, mas às vezes grandes instituições conseguem algumas facilidades que podem ajudar a diminuir os custos.**

# IDENTIDADE



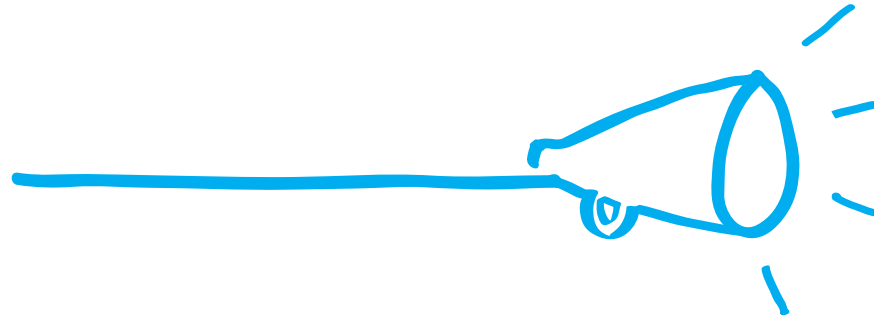
Cada JAC tem as características próprias. Algumas duram apenas um dia e outras têm duração um pouco maior; algumas têm uma temática delimitada e outras deixam seus participantes mais livres para definir sobre o que falar. Há aquelas que têm o objetivo de promover a instituição ou o programa promotor e outras não têm nenhuma pretensão, além de promover um espaço de debate e divulgação científica. **Todas são igualmente importantes, mas é fundamental que sejam diferenciadas para que suas peculiaridades sejam marcadas e sua divulgação seja mais efetiva.** Para isso, é preciso definir a identidade do evento.

**A primeira coisa é definir o nome da jornada, o qual, aconselhamos, deve levar a sigla JAC e o nome da cidade ou instituição promotora.** Isso faz com que o mero contato com o nome do evento já proporcione minimamente a informação do local onde vai acontecer e quem está realizando.

**Com o nome definido, o próximo passo é criar uma marca.** Existem diversas maneiras de pensar uma marca, mas ela deve refletir a identidade do evento. A marca de sua JAC pode ter uma iconografia que lembre as cores e as fontes da marca da sua instituição, ter algum elemento que lembrem a cidade onde acontecerá, ou pode ser mais aberta e criativa com elementos que remetam à Análise do Comportamento, como os famosos “ratinhos radicais”. Independentemente da escolha, é importante ela ser cuidadosamente planejada para que seja flexível e se apresente em vários tamanhos e até com cores variadas (isso vai ser fundamental na elaboração dos materiais de divulgação), de fácil memorização e identificação, e significativa e agradável para criar uma relação positiva com o público-alvo. Algumas faculdades de comunicação visual, marketing, design gráfico e artes plásticas têm serviços (em empresas juniores e estágios) que podem ajudar nesses detalhes, muitas vezes gratuitamente. **Por último, pense simples!** Uma marca simples é mais facilmente adaptável às características que citamos acima e tem tudo para ser sucesso.



# DIVULGAÇÃO



Com a identidade da JAC definida, é possível partir para a divulgação. Prepare materiais gráficos com elementos que tenham a ver com a identidade e sejam bem informativos e sucintos. Não esqueça de sempre incluir um contato ou endereço para comunicação e inscrições. **Hoje, o principal meio de divulgação para qualquer coisa é a internet, e o melhor é que não custa nada.** Você pode usar as redes sociais sem medo de ser feliz. No Facebook® existem grupos temáticos sobre análise do comportamento e até um específico só para divulgação de eventos. Uma boa dica é fazer um perfil da própria JAC para fazer essa divulgação.



Outras redes, como o Twitter, Instagram e Youtube, são meios também muito interessantes para fazer a divulgação. Assim como no Facebook, o ideal é fazer um perfil da própria JAC para realizar as postagens. **Se cada membro da organização se comprometer com curtidas e compartilhamentos, logo as publicações terão um excelente alcance.** Pode-se também fazer um blog e nele postar informações referentes ao evento, especificamente, e também a outros conteúdos referentes à Análise do Comportamento. As publicações do blog não se espalham naturalmente. Então, lembre-se de avisar nas outras redes sociais, sempre que fizer postagens.

**A ABPMC coloca-se à disposição para ajudar na divulgação dos eventos de Análise do Comportamento no Brasil.** Temos um espaço no site para isso e também podemos incluir informações sobre o evento nas comunicações com os associados e em nossas páginas em redes sociais. Entre em contato com a

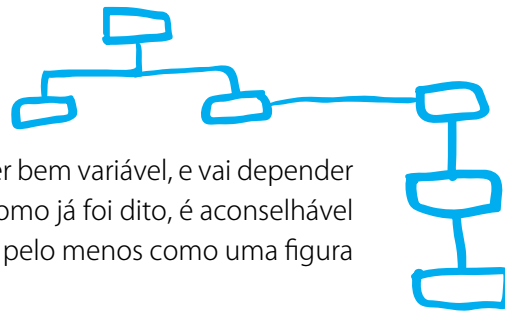
Comissão de JACs e Eventos Regionais. **Procure também outras instituições ligadas à Análise do Comportamento e à Psicologia**, pois elas têm sites e páginas muito frequentadas e podem ser uma opção muito visualizada. Como exemplos dessas instituições, destaca-se a SBP e também os CRPs de sua região.

A **união entre as JACs** é de suma importância para o fortalecimento de todos os eventos, e todas podem ajudar na divulgação de uma e outra através dos seus meios eletrônicos. Procure os responsáveis pelas JACs de outras localidades e converse sobre como pode ajudar-se mutuamente nessa divulgação. Para intermediar esse contato, procure a Comissão da ABPMC para JACs e Eventos Regionais.

**Muitos dos parceiros que ajudam no financiamento do evento também têm espaços eletrônicos bem ativos** e terão interesse em ajudar na divulgação, já que suas marcas estarão relacionadas.

**Por fim, os bons e velhos cartazes podem ser espalhados.** Distribua em faculdades, clínicas e institutos de sua região e, na medida do possível, encaminhe para outros lugares, principalmente para aquelas localidades próximas à sua cidade que não tenham eventos similares. O mesmo pode ser feito com *flyers*, mas avalie bem se existe a necessidade de usar esse meio, já que a distribuição deles acaba produzindo lixo. Nos últimos anos, no lugar de *flyers*, a ABPMC distribuiu marcadores de página divulgando seu evento que, por sua utilidade, pode ser mais efetivo.

# ESTRUTURA DA COMISSÃO ORGANIZADORA



A estrutura da comissão organizadora pode ser bem variável, e vai depender das características do evento e da instituição. Como já foi dito, é aconselhável o envolvimento de professores na organização, pelo menos como uma figura de referência na presidência do evento.

A organização pode ser dividida em diversas comissões para cuidar de cada aspecto de forma mais atenciosa e especializada. Listaremos algumas possibilidades de comissões e suas funções, mas a lista de comissões de cada JAC deve ser personalizada de acordo com suas necessidades.

- **ORGANIZADORA** (Geral): comissão com duas ou três pessoas, no máximo, responsáveis por coordenar e interligar o trabalho das outras comissões.
- **CIENTÍFICA**: define temas, contata profissionais para realizar palestras e conferências, define os critérios de avaliação e avalia os trabalhos submetidos.
- **FINANÇA**: responsável por coordenar receitas e custos e angariar recursos para o evento. Cuida de providenciar orçamentos e os pagamentos necessários.
- **SECRETARIA**: responsável por toda documentação, por protocolar ofícios e solicitações, emitir cartas-convite, certificados, preparar e imprimir a programação com lista de atividades, por sala se for o caso, e qualquer outro material que seja necessário antes e durante o evento.

- **COMUNICAÇÃO E DIVULGAÇÃO**: prepara o material gráfico e organiza a sua divulgação e distribuição. Cuida das publicações nas redes sociais e da relação com outras instituições.
- **MONITORIA**: é a comissão que pega pesado no dia do evento. Mantém as salas organizadas e cuida para que os horários sejam cumpridos e os ambientes estejam adequados para cada acontecimento. A ABPMC tem uma cartilha utilizada para o treinamento de monitores dos Encontros anuais da Associação e pode disponibilizar.
- **SOCIAL**: fica responsável por organizar festas de confraternização do evento ou outras atividades culturais a ele ligadas. Também pode ficar responsável por receber os palestrantes de outras cidades e acompanhá-los.

Acreditamos que todas essas dicas podem ajudar no início da concepção de um evento acadêmico forte que proporcione a seus participantes uma boa experiência e auxilie na difusão da Análise do Comportamento.

Esta cartilha é um primeiro, e pequeno, passo na direção da expansão e do fortalecimento das JACs brasileiras. Uma construção que está só se iniciando e que a ABPMC, por meio da constituição da Comissão para JACs e Eventos Regionais, quer realizar em parceria com toda a comunidade, principalmente com os que realizam ou têm interesse em realizar jornadas em suas regiões.

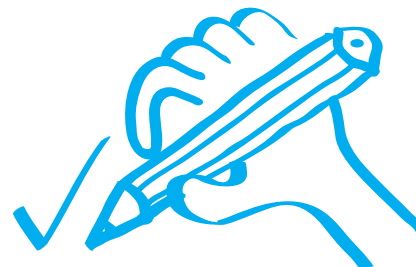
## GRUPO DE INTERESSE

Se você participar dos Encontros Anuais da ABPMC, está convidado a participar do grupo de interesse que acontece durante o evento, em horário determinado na programação.

**Confira com antecedência para não perder a hora!**

# CHECKLIST das etapas

para realizar o seu evento



- Formar a comissão organizadora do evento.
- Levantar informações sobre estrutura e condições da instituição.
- Pesquisar temas e palestrantes de interesse dos alunos.
- Elaborar projeto executivo do evento.
- Solicitar autorização da Instituição.
- Reservar o local e data para o evento.
- Procurar as agências de fomento ou possíveis parcerias e patrocinadores.
- Criar a identidade visual do evento.
- Convidar os palestrantes e definir a programação do evento.
- Começar a divulgação.
- Selecionar monitores para trabalhar no dia do evento.
- Organizar a logística do receptivo dos convidados (hotéis, passagem, transfer).
- Planejar alimentos e bebidas (coffe break, refeição dos convidados, etc.).
- Planejar atividades culturais (festa, jantar, show, etc.).



**REALIZAR O EVENTO!!!**

