



INSTITUTO  
FEDERAL  
Rio de Janeiro

# GUIA PRÁTICO DE EVENTOS ONLINE



**Do auditório à plataforma virtual:** o que você precisa saber sobre webinar, live, meetup, workshop virtual e muito mais!

1ª edição – 2020

# GUIA PRÁTICO DE EVENTOS ONLINE

## INSTITUTO FEDERAL DO RIO DE JANEIRO – IFRJ

### Reitor

Rafael Barreto Almada

### Diretor de Articulação Internacional

Eládio Bandeira de Lima Filho

### Coordenadora-geral de Comunicação Social

Juliana Caroline Alves dos Santos Fernandes

## EXPEDIENTE

### Produção

Coordenação-Geral de Comunicação Social (GCcom)

### Elaboração de Texto

Fernanda Gomes dos Santos

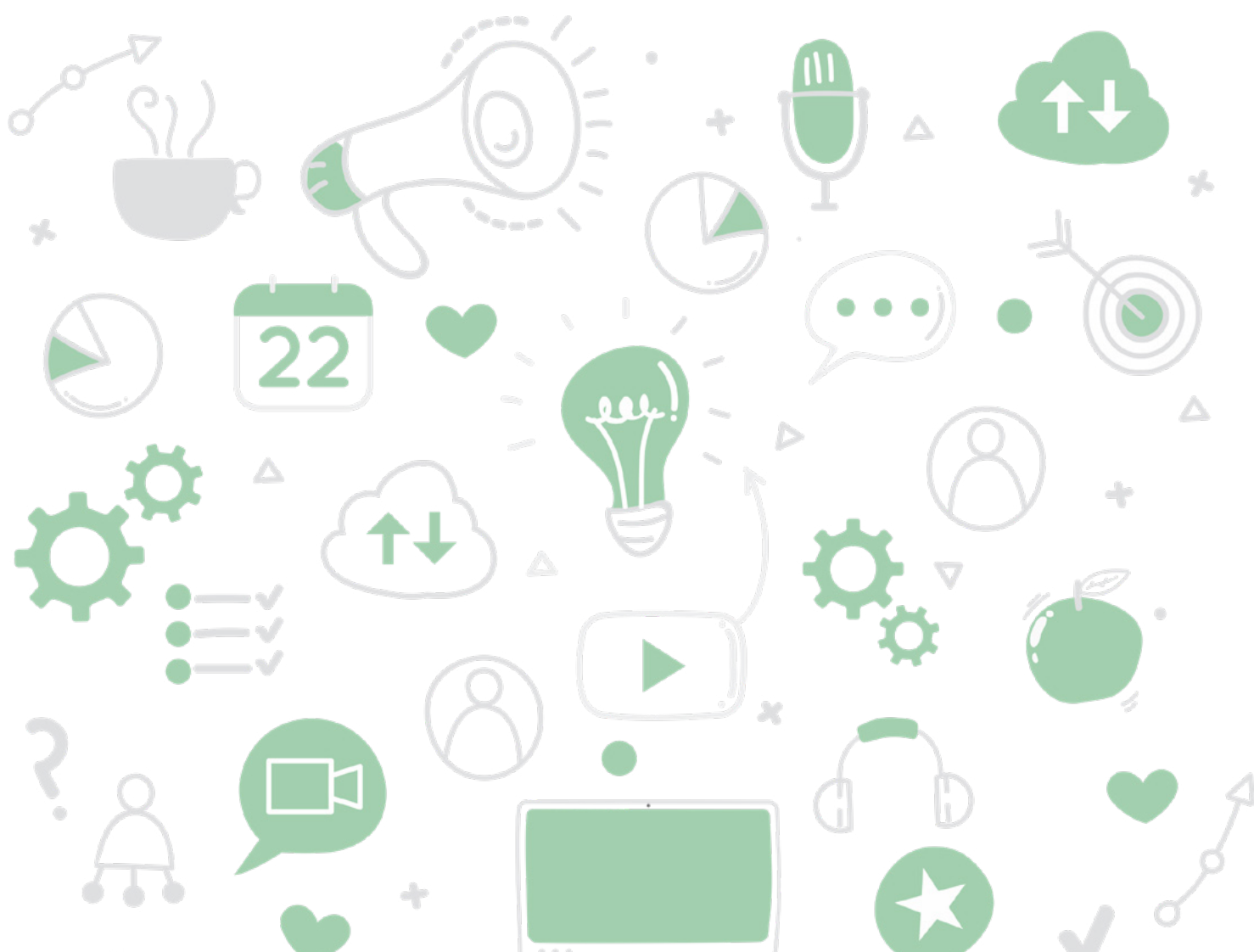
Juliana Caroline Alves dos Santos Fernandes

### Revisão de Texto

Claudia Regina Corrêa Lins Vieira

### Diagramação

Juliana Caroline Alves dos Santos Fernandes



O conteúdo deste *e-book* é dinâmico e sujeito a atualizações, uma vez que alguns conceitos e tecnologias podem sofrer mudanças, dada a natureza do tema.

Dúvidas e sugestões devem ser enviadas para [comunicacao@ifrj.edu.br](mailto:comunicacao@ifrj.edu.br).



# Sumário

<b>1. INTRODUÇÃO.....</b>	<b>4</b>
<b>2. EVENTOS   DEFINIÇÃO.....</b>	<b>5</b>
<b>3. EVENTOS VIRTUAIS OU ONLINE.....</b>	<b>5</b>
3.1 Tipos de eventos <i>online</i> .....	6
<b>4. COMO PLANEJAR EVENTOS ONLINE.....</b>	<b>7</b>
4.1 Temática do Evento.....	8
4.1.1 Planejamento de conteúdo para <i>lives</i> e apresentações <i>online</i> .....	8
4.2 Público-Alvo.....	9
4.3 Duração do Evento <i>Online</i> .....	9
4.4 Escolha da Plataforma.....	10
■ Perguntas e Respostas sobre Plataformas.....	16
4.5 Como Preparar a Transmissão <i>Online</i> .....	18
4.5.1 Dicas de iluminação, som e posicionamento da câmera.....	20
4.6 Credenciamento.....	21
4.7 Certificação.....	21
<b>5. FORMAS DE DIVULGAÇÃO.....</b>	<b>22</b>
5.1 Dicas para Divulgação.....	23
■ Perguntas e Respostas sobre Divulgação.....	24
<b>6. OBSERVAÇÕES DURANTE O EVENTO.....</b>	<b>26</b>
6.1 Dicas Gerais de Netiqueta para Eventos <i>Online</i> .....	26
<b>7. PÓS-EVENTO: O QUE FAZER?.....</b>	<b>27</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>28</b>
APÊNDICE 1 – <i>Checklist</i> para Eventos <i>Online</i> .....	30
APÊNDICE 2 – Termo de Autorização de Uso de Imagem, Voz e/ou Texto.....	31



## 1. Introdução

O Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio de Janeiro (IFRJ), desde o seu início, em 2008, sempre desenvolveu muitos eventos nas áreas de Ensino, Pesquisa e Extensão em seus diversos *campi*. Semanas acadêmicas, edições da Jornada Interna de Iniciação Científica e Tecnológica (JIT), palestras, simpósios, seminários, dentre outros, sempre fizeram parte da rotina de servidores e estudantes do Instituto.

No entanto, com a pandemia de Covid-19 e o novo contexto em que vivemos, a transformação dos eventos presenciais em digitais tornou-se uma demanda crescente. Essa nova tendência, porém, só é possível porque as tecnologias digitais estão em constante avanço e abriram um mundo de possibilidades para quem trabalha com comunicação e eventos.

Além de serem uma opção mais segura, os eventos institucionais *online* (ou virtuais) serão muito frequentes, uma vez que, com a [Portaria nº 113, de 05 de junho de 2020](#), o IFRJ determinou a suspensão de todos os eventos coletivos presenciais no ano de 2020.

Nesse sentido, este Guia Prático foi elaborado com o objetivo de auxiliar a comunidade interna do IFRJ na estruturação e preparação de bons eventos digitais, levando-se em consideração que todo evento, para ser bem-sucedido, requer planejamento e organização e que nem tudo o que funciona em um evento presencial pode funcionar virtualmente.

## 2. Eventos | Definição

**Evento** é um acontecimento realizado por especialistas em determinado tema e que reúne pessoas em um espaço físico ou ambiente virtual, em torno de um assunto/objetivo, podendo ter fins institucionais, sociais, promocionais, desportivos, dentre outros.

## 3. Eventos Virtuais ou Online

Os eventos virtuais têm o propósito dos presenciais, sendo a principal diferença dentre eles o local onde acontecem, pois, ao contrário dos presenciais, os *online* ocorrem no ambiente virtual, via tecnologias digitais, podendo ser transmitidos em plataforma especializada em transmissão de eventos ou nas redes sociais. Os eventos *online* possuem algumas vantagens, como:

- Aumento do número de participantes, o qual não se limita ao espaço físico de uma sala ou auditório, por exemplo, mas à quantidade de inscrições permitidas pela plataforma escolhida;
- Alcance de público mais abrangente, de diversos lugares e regiões, por não ser necessário o participante se locomover até o local do evento;
- Economia de custos operacionais, como passagens, diárias, *coffee breaks*, transportes, dentre outros;
- Maior engajamento dos participantes através da interação *online*, uma vez que é possível trocar mensagens por meio de comentários;
- Possibilidade de o público não só acompanhar o evento no conforto de sua casa, utilizando qualquer aparelho eletrônico conectado à internet, como também (no caso de evento gravado e publicado posteriormente) assistir a ele em qualquer dia e horário ou revê-lo.

Contudo, como em qualquer evento presencial, alguns problemas e imprevistos também podem ocorrer nos virtuais, como:

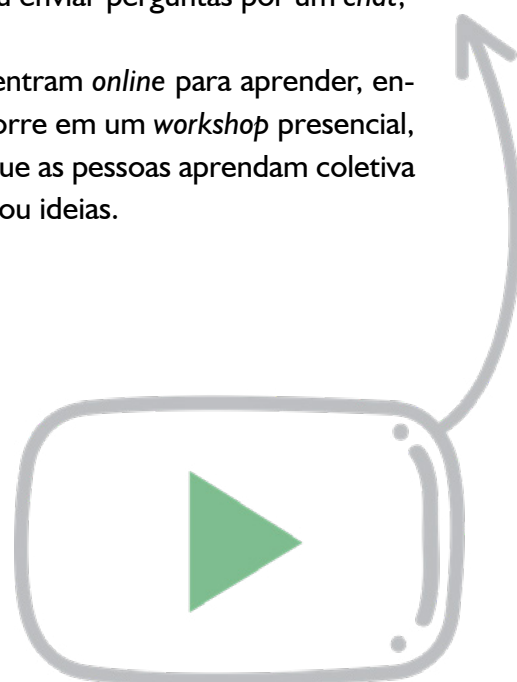
- Sinal de internet instável ou fora do ar;
- Problemas com equipamentos, iluminação, microfones ou outros itens;
- Problemas nos *softwares* e nas plataformas e/ou incompatibilidade de sistemas;
- Atraso dos participantes e falta de treino prévio com os palestrantes;
- Superlotação da sala virtual e dificuldade no acesso dos participantes.

No entanto, com um bom planejamento, treinamento e organização, é possível evitar ou minimizar esses transtornos e realizar um excelente evento no ambiente virtual.

### 3.1 Tipos de Eventos Online

Existem vários tipos de eventos *online*. Dentre eles, os mais comuns são:

- **Jornada online** – Pode ser dividida em blocos com temas distintos, diferentes temas e palestrantes, transmitida ao vivo ou gravada, para ser disponibilizada posteriormente aos participantes;
- **Live** – Transmissão de vídeo em tempo real, geralmente feita por meio das redes sociais. Algumas plataformas que possuem esse recurso são: Instagram, YouTube, Twitter, Facebook e TikTok. Os usuários participantes podem fazer comentários, enviar perguntas e deixar curtidas;
- **Meetup** – Encontro realizado com o objetivo de estimular o *networking* e a troca de conhecimento entre os profissionais de determinada área. Por meio dele, é possível utilizar ferramentas de *streaming* para reunir os participantes;
- **Seminário online** – Exposição e debate de ideias sobre determinado tema. Necessita de uma plataforma que possibilite ao palestrante fazer sua apresentação e ter um espaço para perguntas e discussões. Além disso, é importante haver um moderador para organizar o debate;
- **Webinar** – Também conhecido como seminário virtual, costuma ser comum no universo acadêmico, por ser uma aula, palestra ou seminário *online* transmitido ao vivo em forma de vídeo. Trata de um assunto ou temática específica e geralmente é conduzido por um ou, no máximo, dois palestrantes. Os participantes se inscrevem através de um formulário também *online* e recebem o *link* para assistir ao *webinar*, durante o qual podem interagir diretamente com o(s) palestrante(s) e/ou enviar perguntas por um *chat*;
- **Workshop virtual** – Evento no qual os participantes entram *online* para aprender, enquanto executam determinada tarefa. Assim como ocorre em um *workshop* presencial, no virtual é necessário criar dinâmicas de grupo para que as pessoas aprendam coletiva ou individualmente teorias, metodologias, tecnologias ou ideias.





## 4. Como Planejar Eventos Online

Organizar um evento *online* é diferente de preparar um presencial. Ainda assim, algumas etapas são muito parecidas: definir tema, palestrante(s), data, horário etc. O organizador do evento deve ter o cuidado de alinhar os objetivos da programação às necessidades dos participantes, o que influenciará na definição de diversos itens do evento *online*, como, por exemplo, a escolha da plataforma tecnológica que atenda a esses objetivos.

De maneira resumida, o planejamento de um evento *online* requer as seguintes etapas:

- Definição do tema e do(s) palestrante(s);
- Escolha da data do horário com foco no seu público-alvo;
- Definição da duração de tempo do evento;
- Escolha do tipo de transmissão (se ao vivo ou gravada);
- Definição do local do evento (no caso, a plataforma);
- Separação dos equipamentos essenciais;
- Teste prévio do sinal de internet do(s) palestrante(s), dos dispositivos utilizados e da plataforma, dentre outros;
- Transmissão do evento;
- Definição das ações que serão realizadas pós-evento.

Nos próximos tópicos, veremos mais detalhadamente as etapas para o planejamento de eventos *online*.

## 4.1 Temática do Evento

O organizador deve escolher bem o tema e pensar em um nome criativo para o evento, pois isso ajuda a destacá-lo, uma vez que a internet é um espaço com muita concorrência. O nome e o tema são fundamentais na hora da divulgação do evento, principalmente se atrelados à criação de uma *hashtag*, atraindo mais público e concentrando conteúdo.

Em razão de as pessoas poderem se distrair mais facilmente em um evento *online*, o que vai atraí-las para esse tipo de programação é principalmente o conteúdo, o currículo do palestrante e a facilidade de acesso. Portanto, ao planejar o conteúdo, deve-se considerar que quem está em casa tem a distração da família, dos *pets*, de outras páginas da internet e redes sociais. É importante ressaltar que mudar o ambiente onde o evento será realizado não significa reduzir a qualidade do que será apresentado.

### 4.1.1 Planejamento de conteúdo para lives e apresentações online

Para planejar o conteúdo de um evento virtual, o organizador deve fazer algumas perguntas, por exemplo: “Como será o seu evento?”; “Quais recados você deve passar para o público?”; “Quantas pessoas participarão como palestrantes?”; “Haverá algum mediador?”. (Para mais perguntas, ver Apêndice I – *Checklist para Eventos Online*.)

Durante o evento, as respostas a essas perguntas também podem ser inseridas na abertura, reforçando a duração, a forma de participação e o momento em que os participantes responderão às dúvidas (se no decorrer da programação ou ao final dela). Algumas informações podem ser repetidas de tempos em tempos, pois, como acontece em eventos presenciais, pessoas diferentes também podem entrar e sair a cada intervalo.

Além disso, assim como ocorre nos eventos presenciais, nos virtuais também é adequado seguir uma ordem, fazer um roteiro para a condução do evento, de preferência com o auxílio de um mediador, que irá ler as informações gerais, abordar o tema e apresentar o currículo do palestrante, se for o caso, bem como monitorar as perguntas e os comentários.

Dependendo do formato do seu evento, você pode preparar *slides*, apresentando um *layout* com informações enxutas, imagens e gráficos. A linguagem deve ser clara, com exemplos que ajudem a enfatizar o que está sendo falado, contribuindo para a absorção do conteúdo.

Se o formato escolhido for *live*, prepare as perguntas que você quer fazer para o seu entrevistado e converse anteriormente com ele para que não haja perguntas-surpresa. Se a *live* for com apenas uma pessoa, escreva em um papel a ordem dos assuntos que serão abordados para que você não se perca nem fique pensando muito no que vai falar, dando sinal de despreparo.



Outras dicas importantes são:

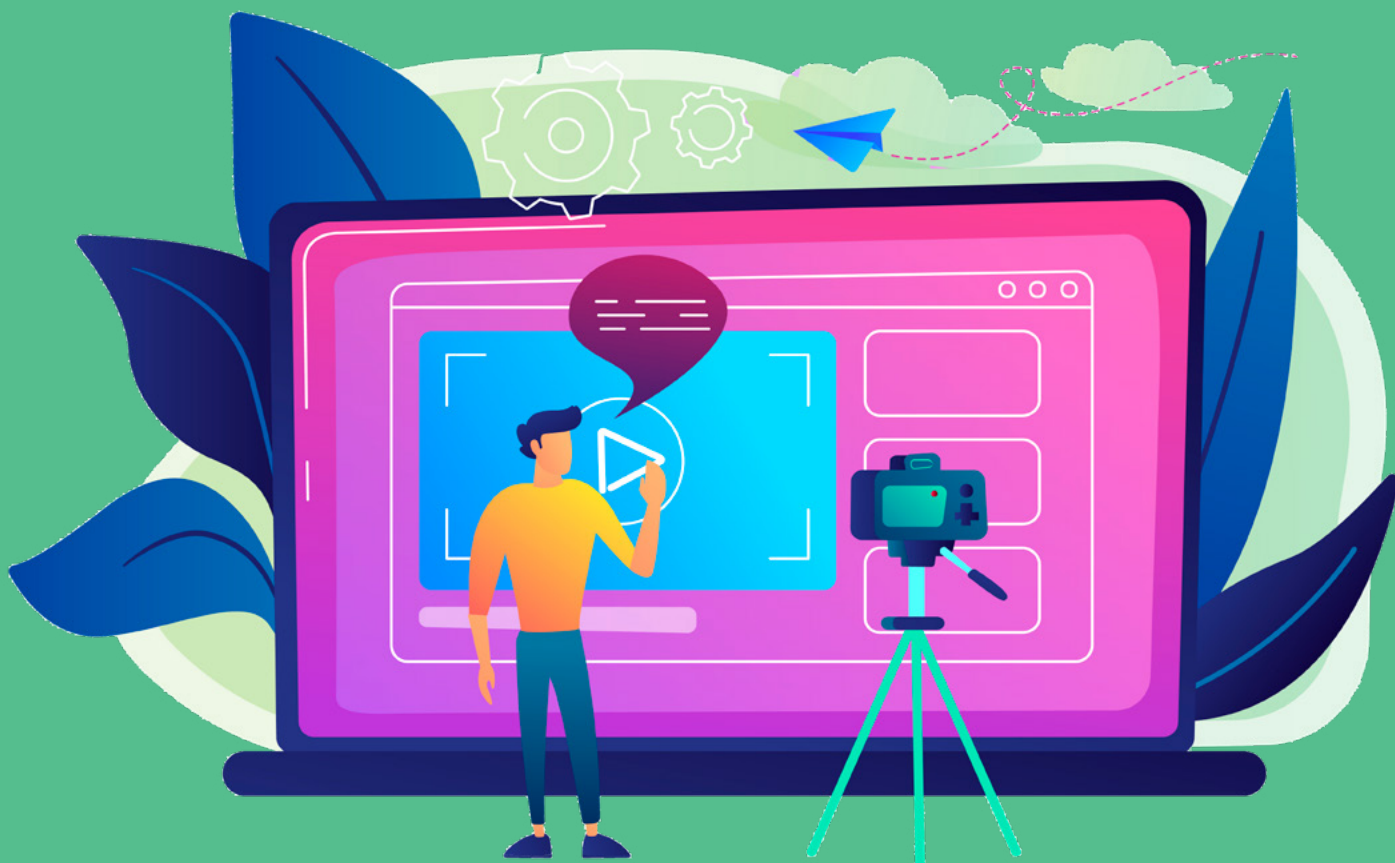
- Seja pontual. Isso é fundamental para os eventos *online*, especialmente os que serão transmitidos ao vivo, pois pontualidade demonstra responsabilidade, compromisso com os participantes e soma para uma experiência positiva;
- Lembre-se de cumprimentar o público, falar olhando para a câmera e usar verbos no tempo presente;
- Defina se as dúvidas do público serão respondidas ao longo da explicação ou concentradas no final. Você pode contar com a ajuda de um mediador para organizar as perguntas e fazer a apresentação do evento;
- Use ferramentas de engajamento: se for apropriado ao seu tipo de evento, compartilhe sua tela, envie pesquisas e peça aos que estão assistindo que deem seu *feedback* nos comentários;
- Ao final, disponibilize uma forma de contato (rede social ou *e-mail*) para que quem assistiu possa continuar interagindo em caso de dúvidas.

## 4.2 Público-Alvo

Definir quem é o público-alvo é muito importante para a divulgação e o sucesso do evento. A escolha da data e do horário deve ser feita pensando no público e no momento em que ele estaria disponível para participar. Mesmo que o evento não necessite da presença física do participante, ele precisará reservar um horário para assistir à transmissão do seu evento *online*.

## 4.3 Duração do Evento Online

Em eventos *online*, os conteúdos devem ser mais curtos, precisos e práticos. Costumam ter em média de 30 a 90 minutos de duração, se forem ao vivo. No entanto, se gravados, a duração pode ser um pouco maior.



## 4.4 Escolha da Plataforma

As novas tecnologias disponibilizam recursos que colaboram com o trabalho do organizador, dentre elas as plataformas de transmissão de eventos. Grandes aliadas na realização de eventos *online*, devem, contudo, ser adequadamente escolhidas segundo o tipo de evento. Recomenda-se fazer uma avaliação criteriosa a respeito de cada plataforma antes de escolher aquela que atenderá ao evento. Recomenda-se observar a segurança das ferramentas digitais para evitar transtornos durante o evento.

Existem várias plataformas de *streaming* disponíveis no mercado, algumas gratuitas, outras não. Cada uma tem suas especificidades, como quantidade máxima de audiência, ferramentas de interatividade, plataformas de edição e de transição acopladas, dentre outras.

O IFRJ não dispõe de uma plataforma própria ou exclusiva para a realização de eventos institucionais, mas na Central de Serviços do portal do IFRJ há o sistema de conferências Open Conference Systems (OCS, disponível no link <http://wiki.ifrj.edu.br/dokuwiki/doku.php?id=-dgti:servicos:conferencia:guia>). Esse sistema é um *open source solution* que visa controlar e publicar conferências *online*, com foco na criação de um portal institucional de eventos e na sua operacionalização por meio da recepção de artigos, avaliação por pares e publicação de anais, dentre outros. Para mais informações sobre o sistema, o organizador deve entrar com o Suporte da Diretoria de Tecnologia da Informação e Comunicação (DGtic), enviando *e-mail* para: [suporte@ifrj.edu.br](mailto:suporte@ifrj.edu.br).

A seguir, são citadas em ordem alfabética algumas plataformas para transmissão de eventos *online*, gratuitas e/ou pagas, com limitações e serviços diferenciados. As definições apresentadas são das próprias plataformas.



Disponível em: [https://cart.webex.com/sign-up-webex?locale=pt\\_BR](https://cart.webex.com/sign-up-webex?locale=pt_BR).

**Cisco Webex** – Ferramenta que oferece dois produtos para eventos *online*: Cisco Webex Meetings e Cisco Webex Event Center, com versões pagas e gratuitas. O Cisco Webex Meetings tem um plano gratuito que possibilita a realização de reuniões *online* e videoconferências com 100 participantes, imagem em HD, compartilhamento de tela e uma sala privada. Dispensa *download* de programas para entrar em reuniões. Basta o participante acessar um *link* enviado por *e-mail*.

O Cisco Webex Event Center é a versão paga, que facilita a organização de um evento *online*. Permite gerenciar eventos, da inscrição até o acompanhamento e a análise após o evento, podendo o organizador enviar o *link* da gravação para os convidados e fazer tanto o *upload* de informações importantes sobre os participantes quanto a inscrição para o gerenciamento do relacionamento com o cliente (CRM; do inglês, *Customer Relationship Management*) e para os sistemas de automação de *marketing*. Possibilita ainda apresentação interativa com multimídia, perguntas e respostas e sondagem para envolver o público. Comporta até 3000 convidados em um único evento. Para mais informações, acesse: <https://help.webex.com/pt-br/ngd4k6q/Get-Started-with-Cisco-Webex-Events> e <https://www.webex.com/pt/index.html>.



Para mais informações, acesse: <https://pt-br.eventials.com/>.

**Eventials** – Ferramenta paga que auxilia na execução de *lives* com agilidade e economia. Além disso, permite disparar *e-mails* para a lista de inscritos e personalizar a página com a identidade do evento. Possibilita também dividir a tela com uma apresentação de *slides*, não limita o número de participantes e tem até *chat* para interação. Tudo o que é produzido pode ser gravado e publicado na plataforma.



Para mais informações, acesse:

<https://www.facebook.com/facebookmedia/solutions/facebook-live>.

**Facebook Live** – Ferramenta que o Facebook disponibiliza gratuitamente dentro da própria rede social para transmissões em tempo real. Por ser uma rede social muito conhecida, é bem provável que a maioria das pessoas já tenha cadastro nessa plataforma e não precise aprender a usá-la nem fazer uma conta – o que pode influenciar, e muito, na decisão de ser ou não um participante do evento. Uma dica importante é fazer transmissão ao vivo dentro da página do evento, pois isso facilita o acesso aos participantes, gera credibilidade e mostra profissionalismo para o público.



Google Meet

Para mais informações, acesse:

<https://apps.google.com/meet>.

**Google Meet** – Aplicativo gratuito do Google para Android, iOS e Web que oferece chamadas de vídeo e voz pelo celular ou computador, sendo possível apresentar documentos, *slides* e planilhas, exibindo toda a sua tela ou somente uma janela. Com interface simples, o *app* oferece integração com agenda de compromissos para sincronizar reuniões programadas e permite convidar até 250 participantes internos ou externos para uma reunião, podendo esse número mudar de acordo com as determinações do Google. Uma dica importante é estar logado na reunião com o *e-mail* que gerou o *link* de acesso, pois, assim, é permitido autorizar a entrada de participantes, gravar a reunião e realizar outras funções de moderador.



Para mais informações, acesse:  
<https://about.instagram.com/>.

**Instagram** – Ferramenta gratuita que permite ao usuário (quando utiliza o modo “ao vivo”, dentro das funções localizadas na ferramenta Story) fazer transmissão do evento para os seus seguidores por meio de um *smartphone*. Disponibiliza a função de compartilhamento de tela, por meio da qual é possível que a pessoa convidada interaja com o público e que os seguidores dos dois participantes da transmissão sejam notificados sobre a *live*. Caso o organizador do evento prefira restringir a sua audiência, deve criar um perfil fechado na rede e compartilhar o *link* com os participantes; assim, somente eles terão acesso à transmissão.



Para mais informações, acesse:  
<https://www.microsoft.com/pt-br/microsoft-365/microsoft-teams/free>.

**Microsoft Teams** – Ferramenta com duas versões: gratuita e paga. A versão gratuita do Teams inclui elementos como pesquisa e mensagens de *chat* ilimitadas, reuniões *online* e chamadas de áudio e vídeo incorporadas, para encontros individuais, em grupos e de toda a equipe. A versão paga possibilita gravações de reuniões, realização de reuniões *online* e videoconferências para até 250 pessoas, suporte telefônico e pela Web 24 horas, dentre outros serviços.



Para mais informações, acesse:  
<https://netpoint.com.br/>.

**Netpoint** – Ferramenta paga que oferece serviço de alta qualidade de transmissão, além de permitir a interação dos participantes por *chat* em tempo real. Atenta à questão da segurança nos processos, essa ferramenta fornece o suporte necessário para a realização de *lives* sem a preocupação com a tela travada.



Ferramenta disponível em:  
<https://obsproject.com/pt-br>.

**OBS Studio** – *Software* gratuito que oferece muitas funções essenciais para um evento *online*, como divisão de telas, apresentação de *slides*, opções de transições de cenas e outras ferramentas para organizar o espaço virtual e os equipamentos para a transmissão. Permite fazer a transmissão de várias câmeras ao mesmo tempo e a integração com outras plataformas, como YouTube, Facebook e Twitch. É necessário baixar o programa e instalá-lo no computador. Existem vídeos tutoriais no YouTube sobre como utilizar o programa.



Disponível em: <https://stageten.tv/>.

**Stage Ten** – Disponível nas duas versões (paga e gratuita), essa ferramenta é voltada à transmissão de eventos *online* e permite criar conferências. Com ela, é possível compartilhar a tela entre o anfitrião e os convidados, proporcionando, assim, interação. Além disso, dá a opção de criar uma tela principal na própria plataforma e enviar a transmissão para o YouTube, Twitch, Facebook e outras na versão paga. As funcionalidades que a plataforma oferece em sua forma gratuita são versáteis e ajudam na criação de videoconferências com compartilhamento de tela, áudio e vídeo.



StreamYard

Disponível em:  
<https://streamyard.com/>.

**StreamYard** – Ferramenta nas versões paga e gratuita utilizada para captar imagem e áudio e compartilhar tela, ou seja, fazer toda a parte de gravação (*encoder*). Também permite que mais seis pessoas participem simultaneamente e dá acesso a 20 horas de *lives* mensais. A plataforma é intuitiva e simples, podendo ser vinculada ao Twitch, Facebook e YouTube na versão gratuita.



Disponível em:

<https://www.twitch.tv/>

**Twitch** – Caso seu evento seja direcionado para o universo dos *gamers*, esta plataforma gratuita foi criada para atender a esse público. Tem a função de definir os *layouts* das telas (principal, de pausa e “já volto”) e um campo para gerar interação através de comentários. Permite realizar testes antes de iniciar a transmissão ao vivo.



Para dicas de como realizar uma *live* no YouTube, acesse:

<https://blog.even3.com.br/como-fazer-live-no-youtube/>.

**YouTube Live** – Ferramenta gratuita do Google que permite realizar eventos ao vivo e transmiti-los em tempo real aos assinantes de determinado canal nessa rede social. Uma das maiores vantagens é que seu conteúdo fica disponível para o público posteriormente. A plataforma também possibilita compartilhar a tela de transmissão com 10 usuários, fazer entrevistas e deixar os convidados do evento mais à vontade para interagir dentre eles e o público.



Para mais informações, acesse:

[www.zoom.us](http://www.zoom.us).

**Zoom Meetings** – Ferramenta paga e gratuita que oferece serviço de videoconferência para facilitar a comunicação com diversas pessoas em qualquer lugar, através de videochamadas ou somente áudio. Também pode gravar as sessões para ser utilizado depois da forma mais adequada. Pode-se fazer a transmissão do seu evento no YouTube ou Facebook por meio desse serviço, o qual é indicado para eventos *online* de médio e grande porte e para quem busca uma plataforma mais robusta. A versão paga do Zoom Meetings permite fazer videoconferência com até 500 participantes e 10 mil espectadores; já a sua versão gratuita é mais limitada em relação à quantidade de participantes e à duração (no máximo, 40 minutos por evento *online*). Outros recursos mais avançados, como fazer enquetes e relatórios, você encontra nos pacotes pagos da ferramenta.

## Perguntas e Respostas Sobre Plataformas

### Quais são as possibilidades de o *campus* em que trabalho contratar plataformas e ferramentas digitais para a realização do evento?

Sugerimos que cada *campus* analise a possibilidade de utilização de uma plataforma gratuita para o evento. Se não for possível, verifique junto à diretoria administrativa se há como contratar plataformas e ferramentas digitais. Não existe previsão de contratação da Reitoria para esses serviços.

### Há alguma restrição sobre a exibição das logomarcas dessas plataformas em eventos institucionais online?

Não, pois o IFRJ não dispõe de verbas para contratar plataformas pagas; além disso, certas plataformas gratuitas exibem sua logo no canto superior da tela (como, por exemplo, ocorre com o Stream Yard).

### Há plataformas especializadas em auxiliar na realização de eventos de grande porte, como uma Semana Acadêmica, com programação ampla e simultânea?

Sim, é possível que a organização do evento faça mais de uma sala em um mesmo horário. Para isso, basta ter dois ou mais *links* de uma mesma plataforma. É importante que, na programação, já constem esses *links* ou que seja disponibilizada inscrição para cada sala.

### Como transmitir as atividades no canal do Youtube?

A melhor forma de transmitir as atividades no canal do YouTube é por meio de *live*. Verifique se o seu *campus* tem um canal oficial e use preferencialmente essa conta. Sites como StreamYard permitem até 10 pessoas participando ao mesmo tempo de uma *live*.





### Como transmitir ao vivo da plataforma Zoom para o YouTube?

Para isso, é necessário o uso de um programa chamado OBS Studio, que pode ser baixado no link <https://obsproject.com/pt-br>. Para esses casos, sugerimos que uma pessoa cuide exclusivamente da parte da retransmissão. Para obter orientações sobre como retransmitir, acesse o link <https://support.google.com/youtube/answer/2907883?hl=pt-BR>.

### Como gravar e manejar ferramentas de exibição na plataforma Meet?

O Google Meet permite a gravação da reunião e o compartilhamento de apresentação de um arquivo do computador ou página web. Sugerimos que a pessoa faça um teste dessas funções, dentro da plataforma, antes de começar o evento.

### O campus tem estrutura física e de pessoal de TI para apoiar com relação às plataformas a serem utilizadas?

Uma vez que os eventos são *online*, não é indicado utilizar a estrutura física do *campus*. Quanto aos profissionais de TI, sugerimos que entre em contato com o setor do seu *campus* para confirmar se existe a possibilidade de suporte.

### Como disponibilizar o evento por tempo determinado nas plataformas?

Salas como Zoom e Meet permitem a gravação do evento, mas não que ela fique disponível para posterior consulta. Nesse caso, é possível salvar a gravação no YouTube e deixar por tempo indeterminado (desde que todos os participantes estejam de acordo).



## 4.5 Como Preparar a Transmissão Online

O evento *online* requer a mesma qualidade do presencial e que todos os cuidados sejam tomados na hora do evento (o que acontece, de fato, na transmissão).

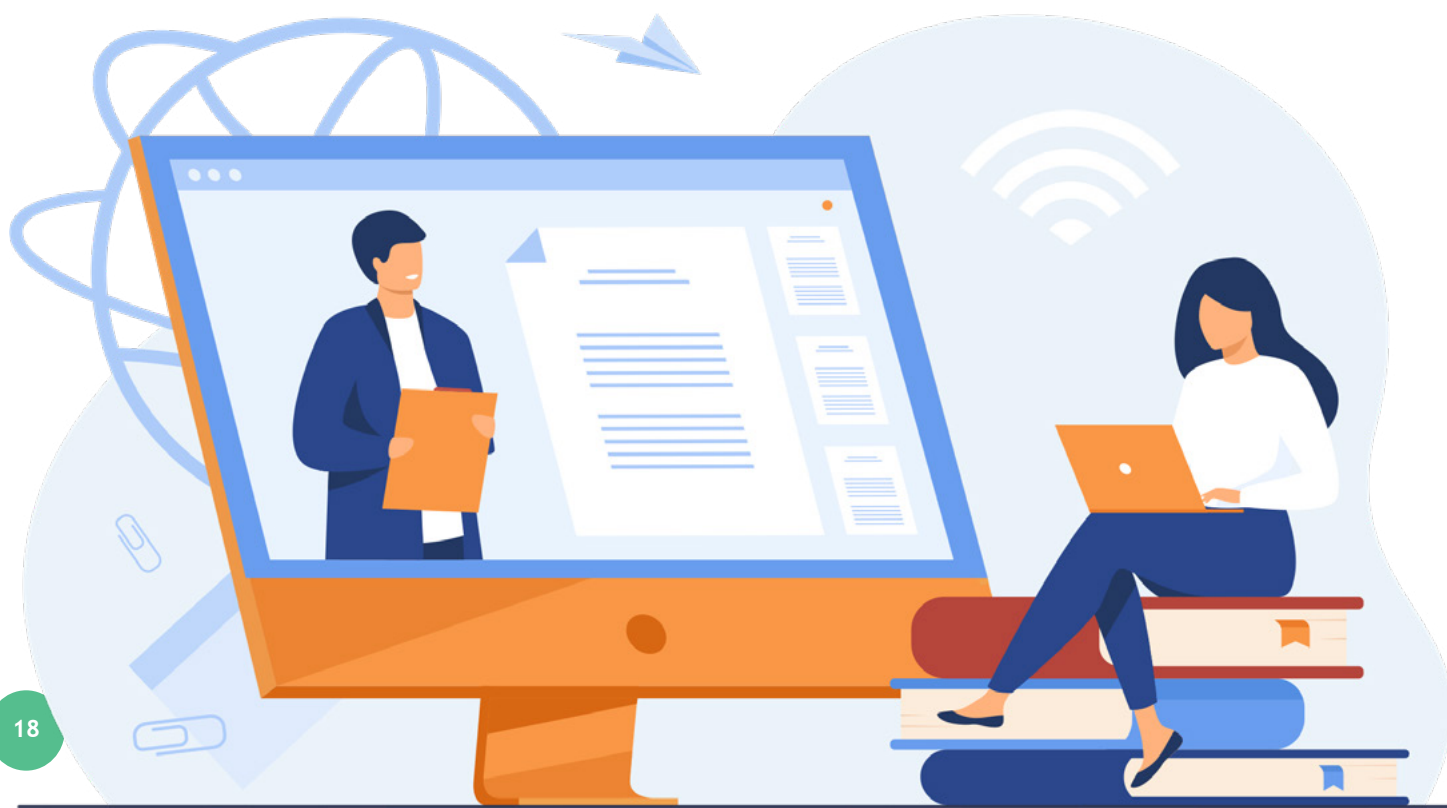
É importante o organizador do evento definir com antecedência se o conteúdo será transmitido ao vivo ou gravado. Mesmo sendo um vídeo gravado, o palestrante pode estar disponível ao final da transmissão para responder às dúvidas ao vivo.

Certos equipamentos são necessários para gravar ou transmitir eventos *online*, como câmera, microfone e computador. No preparo para a transmissão, os eletrônicos precisam ser testados com antecedência, e o palestrante e/ou mediador precisa(m) estar preparado(s) para responder às interações do público.

A fim de evitar falhas na conexão na hora da transmissão, inclusive com os palestrantes, é importante testar a internet antes (se possível no mesmo horário em que ocorrerá o evento), ficar o mais próximo possível do roteador ou em um local com melhor sinal de internet. Essas mesmas orientações devem ser encaminhadas ao palestrante.

A quantidade de pessoas necessárias à execução/transmissão do evento varia de acordo com o tamanho dele, mas, pensando em organização, é preciso no mínimo um mediador/apresentador e uma pessoa no suporte “fora da tela” para ajudar com os comentários e teste de internet, por exemplo. Em relação a ter intérprete de Libras para esses eventos *online*, é bom consultar se há esse profissional em seu *campus* e se está disponível para fazer a tradução em Libras do evento.

No IFRJ, os setores envolvidos na organização do evento devem atuar em todas as etapas de elaboração do evento *online*, podendo dividir tarefas. Podem ser consultados também outros setores, como a Tecnologia da Informação (TI) do *campus* e a Assessoria de Comunicação local, se houver. A Coordenação-Geral de Comunicação (CGcom) pode dar suporte com orientações e divulgação.



Para evitar imprevistos e minimizar problemas técnicos, especialmente nos eventos que acontecerão ao vivo, damos as seguintes dicas:

- Separe e teste os equipamentos essenciais para a transmissão de acordo com o tipo e tamanho do seu evento *online*. Também é importante checar com os palestrantes/convidados as questões de conexão e de qualidade, bem como as câmeras e os *headphones* que eles usarão para a comunicação;
- Observe se a imagem da câmera do seu computador é satisfatória e, se possível, tenha uma reserva;
- Quanto ao som, é bom utilizar fone de ouvido para melhorar a captação do seu áudio e evitar ruídos durante a transmissão;
- Pesquise se a internet costuma oscilar em algum período do dia; assim, é possível escolher um horário adequado para evitar falhas ou quedas de rede;
- Evite atrasos. Toda a preparação para o momento da transmissão deve começar com antecedência, assim como os testes para evitar atrasos no momento de uma *live*, por exemplo;
- Responda aos comentários e interaja o máximo possível com o público. Essa dica é muito importante, pois, dessa maneira, fica mais simples compreender se a escolha do tema principal foi realmente acertada com base no envolvimento dos participantes.

Em eventos gravados, os palestrantes podem ser orientados a seguir estas recomendações:

- Gravar o conteúdo preferencialmente no mesmo horário em que será realizada a transmissão futuramente e simular que está no dia do evento, cumprimentando o público com “bom dia”, “boa tarde” ou “boa noite” (conforme o horário da palestra);
- Citar o nome da palestra durante sua gravação *online*, a fim de garantir que o conteúdo seja exclusivo para o evento;
- Utilizar os verbos no presente para dar a ideia de que o palestrante está, naquele momento, no “palco” do evento;
- Despedir-se dos participantes ao final da apresentação;
- Enviar o material com antecedência à organização.

No próximo tópico, serão fornecidas dicas sobre luz, som e uso da câmera.

#### 4.5.1 Dicas de iluminação, som e posicionamento da câmera

A imagem e o som são fatores importantes a serem considerados na hora de organizar o seu evento *online*. Por isso, fique atento às seguintes dicas:

- A luz faz toda a diferença na qualidade da imagem e, por isso, deve estar orientada para o rosto de quem será o destaque do seu evento *online* (e nunca pelas costas). Essa iluminação pode ser uma janela, com entrada de luz natural, ou uma luminária de mesa;
- Outro fator que determina a permanência das pessoas no evento é a qualidade do áudio. Procure o lugar mais silencioso possível da sua casa e, se der, deixe as crianças e os *pets* em outro cômodo; avise a todas as pessoas da sua casa que você estará participando de um evento *online* naquele horário. Assim, evita que alguém entre no ambiente em que você está ou o interrompa chamando para algo;
- Antes de entrar no evento ou iniciar o *streaming*, abra a câmera do telefone ou computador e verifique o que está aparecendo atrás de você. Ambientes com muitas informações podem distrair quem está assistindo ao evento. Quanto menos elementos de fundo e mais neutro o ambiente, melhor;
- Se participar do evento usando celular, busque um local seguro e estável para deixá-lo apoiado de frente para você;
- Os celulares estão com câmeras cada vez melhores, porém nem sempre captam bem o áudio. Por isso, utilize um microfone externo (a maioria dos fones de ouvido vem com microfone) para melhorar a qualidade do áudio e evitar eco;
- Realize testes. Depois de organizar luz e câmera, faça uma rápida chamada por vídeo com algum amigo e verifique se há alguma falha ou ruído na transmissão. Confira se a outra pessoa consegue vê-lo e ouvi-lo bem;
- Não se esqueça de carregar bem os aparelhos ou deixá-los conectados à tomada para não correr o risco de o aparelho desligar ou você perder a transmissão durante a apresentação por falta de bateria;
- Teste a plataforma escolhida antes do dia do evento.

## 4.6 Credenciamento

Uma das etapas importantes para um evento é a inscrição (ou o credenciamento) de participantes, que permite obter mais dados sobre o público interessado e evitar transtornos futuros em relação à segurança digital, uma vez que houve a identificação dos participantes.

Há ferramentas gratuitas que possibilitam o credenciamento. O Google disponibiliza o Google Formulários, que pode ser utilizado para inscrição (já dispondo de modelos pré-prontos) e tem essa função disponível em todos os e-mails institucionais (@ufrj.edu.br). Esse formulário organiza os dados dos participantes em forma de gráficos e tabelas do Excel, o que permite um maior conhecimento do público participante. No entanto, como não é possível controlar o número de inscritos, é preciso acompanhar o formulário e fechá-lo quando ele atingir o total de vagas.

Outras opções de inscrição são as plataformas Even3 e Sympla nas categorias de evento gratuito. As informações estão disponíveis nos links: <https://www.even3.com.br/como-funciona/planos-e-precos/> e <https://www.sympla.com.br/como-funciona>.

## 4.7 Certificação

Conforme orientação da Diretoria de Extensão Comunitária e Tecnológica (Diproext) da Pró-Reitoria de Extensão (Proex), as certificações das atividades ocorrem, em geral, a partir da Coordenação de Extensão do *campus*, em consonância com os critérios estabelecidos pela comissão organizadora do evento. Alguns *campi* ainda trabalham com certificados impressos. Uma orientação, neste momento de pandemia, é o envio dos certificados na forma eletrônica.

As mesmas plataformas úteis para inscrição podem servir para certificação, como a Even3 e a Sympla. As informações estão disponíveis nos links: <https://www.even3.com.br/como-funciona/certificados/> e <https://www.sympla.com.br/solucoes/certificados-de-participacao-para-eventos>.

Vale destacar que nem todos os eventos precisam de certificação. Mas, se for o caso, a orientação é que sejam certificadas somente as pessoas que se inscreveram e participaram do evento ao vivo, evitando certificar ouvintes de palestras gravadas. Uma questão é como checar a frequência dos participantes para certificação, ainda mais quando há um número de participantes elevado nas programações *online*. A CGcom desconhece uma forma de fazer automaticamente essa frequência.



## 5. Formas de Divulgação

Toda estratégia de divulgação dos eventos *online* (por serem estes realizados em ambiente virtual) precisa ser construída 100% para o universo *online*. A vantagem é que a forma de divulgação desse tipo de programação é mais eficaz e tem custo mais baixo, porém a concorrência é maior.

No meio digital, o público está conectado ao mesmo tempo e presente em vários canais, como redes sociais, *e-mails*, *sites* e afins. Além de atrair o público para se inscrever no evento, é recomendável criar um bom e duradouro relacionamento para manter os participantes engajados e interessados nos eventos propostos.

Uma dica para engajamento é compartilhar conteúdos úteis e relevantes dos eventos nas redes sociais a fim de alcançar seu público e atrair ainda mais pessoas para esses eventos. Podem ser publicados pequenos trechos de vídeos com assuntos anteriores ou até mesmo comentários de participantes que acompanharam e tiveram uma experiência positiva.

No que diz respeito aos eventos do IFRJ, a orientação é que eles sejam divulgados principalmente nas redes sociais locais (do respectivo *campus*). Quanto a recursos, não há verba específica para divulgação paga em rede social. Toda divulgação tem de ser feita de forma orgânica.

A seguir, estão listadas as formas de divulgar nos meios digitais:

- **Redes sociais oficiais e Portal do IFRJ** – Os organizadores podem encaminhar informações dos eventos institucionais *online* dos seus *campi* a fim de que a Coordenação-Geral de Comunicação Social do IFRJ (CGcom) divulgue no portal (área de notícias) e nas redes sociais oficiais (Instagram e Facebook). O e-mail de contato é: [comunicacao@ifrj.edu.br](mailto:comunicacao@ifrj.edu.br). Para divulgação nas redes @ifrj.oficial, envie para o e-mail da CGcom uma imagem no formato específico da rede social (1080 *pixels* × 1080 *pixels*) com uma sugestão de legenda, e a CGcom analisará se o conteúdo atende aos requisitos para sua inclusão na página;
- **Redes sociais e páginas dos *campi* do IFRJ** – Em relação à divulgação nas redes sociais e páginas dos *campi*, o responsável pelo evento deve procurar a Assessoria de Comunicação local ou a Direção do *campus* para saber como proceder;
- **E-mail *marketing*** – Na medida em que o organizador for produzindo eventos virtuais, pode criar uma lista de contatos como nome e e-mail, para que as pessoas participem da sua transmissão *online*. Pelo e-mail, é possível não só gerar um relacionamento com o público de forma direta e estabelecer com ele uma comunicação exclusiva, como também informá-lo sobre os próximos eventos, temas, pesquisa de satisfação, dentre outros.

## 5.1 Dicas para Divulgação

É importante que o organizador marque a arroba (@) do *campus* e @ifrj.oficial para que o conteúdo seja repostado e ganhe ainda mais visibilidade. Se a transmissão ocorrer pelo YouTube, os participantes podem compartilhar a sua *live* em outros canais e, conseqüentemente, atrair mais pessoas para o seu evento.

Outro detalhe fundamental é colocar o *link* de inscrição e/ou o endereço da plataforma nas divulgações do evento para que os participantes saibam onde ele vai acontecer.

Quanto a *link* para inscrição fora do cartaz de divulgação, não é possível inseri-lo em arquivo jpeg, somente em PDF. No caso das redes sociais, o Facebook disponibiliza o *hiperlink* na legenda e nos comentários. Já no Instagram, o *hiperlink* é gerado somente quando o *link* é adicionado à Biografia.

Para encurtamento de *link*, a recomendação é usar o site [bitly.com](https://bitly.com), que possibilita editar e inserir o nome do evento, além de gerar dados sobre o meio de divulgação pelo qual as pessoas acessaram o seu *link*, permitindo, assim, que você saiba qual meio gerou mais resultado.

## Perguntas e Respostas Sobre Divulgação

### **O campus tem autonomia para utilizar outros domínios e criar site específico para o evento?**

Sim, mas não vemos necessidade de criação de um site para o evento. Toda divulgação pode ser feita por meio das redes sociais dos *campi*. Ainda assim, se preciso, o ideal é que a página seja criada de forma institucional, solicitando formalmente a criação à DGtic pelo e-mail: suporte@ifrj.edu.br.

### **Como usar imagens de qualidade que sejam livres de direitos autorais e que possam ser voltadas ao público do IFRJ?**

Utilizando imagem ou vetores disponíveis em bancos de imagens gratuitos, como [Freepik](#), [Pixabay](#), [Pic Jumbo](#), [Pexels](#), [Vecteezy](#), [Unsplash](#), dentre outros. É importante observar as regras de cada plataforma, pois, embora a maioria das imagens seja gratuita, muitas não podem ser usadas para fins comerciais e algumas podem ser utilizadas desde que haja inclusão dos respectivos créditos.

### **Quais são as orientações em relação a direitos quanto ao uso da imagem de palestrantes e ouvintes?**

Se for uma sala fechada, sem gravação disponibilizada, não há necessidade de cessão de uso de imagem; se gravada, é preciso obter autorização (verbal e gravada) de todos os participantes, que pode ser feita no próprio vídeo do evento. Caso seja necessária a autorização de imagem e/ou voz, favor utilizar o Termo de Autorização de Uso de Imagem, Voz e/ou Texto (disponível no Apêndice 2 deste documento).

### **Quais são as orientações para criação da identidade visual do evento, quando elaborada pela comissão organizadora?**

Não existem regras específicas para a identidade visual dos eventos, mas é importante atentar para o logo do IFRJ, que obrigatoriamente deve constar na arte e não pode ser estilizado nem inserido no meio do nome do evento.

Não indicamos a criação de um concurso de logos, pois, mesmo se as opções forem ruins, você terá de escolher uma delas. É preciso que haja uma qualidade técnica e que se mantenha um padrão institucional. Logos criados em concursos geralmente não são feitos em programas profissionais e, dependendo do serviço gráfico (se houver), não serão aceitos.





## Existem orientações para *inbound marketing* na divulgação?

As técnicas de *inbound marketing* (um método de marketing digital que visa atrair potenciais clientes e aumentar a visibilidade dos negócios) são mais adequadas para conversão em vendas, o que não é o nosso caso.

## Como realizar os cálculos de estimativa de público nesse cenário? Quais os canais de divulgação existentes?

O cálculo é muito subjetivo, mas é possível você ter uma média pensando em quantas pessoas participariam do evento se ele fosse presencial. Outro cálculo pode ser feito pelo número de pessoas que a plataforma comporta.

## Como realizar a divulgação e confeccionar e-cartazes?

Par a criação de e-cartazes, sugerimos o [canva.com](https://canva.com). O site é intuitivo, gratuito e permite a criação de cartazes e outros materiais, como *posts* para redes sociais.

De que forma faremos a divulgação: já com o *link* de acesso ou ele deve ser enviado depois? Se depois, com que antecedência?

A forma de divulgação (com ou sem *link*) fica a critério do organizador. Com o *link* divulgado não é possível controlar quantas pessoas irão acessá-lo, mas a plataforma acabará limitando esse acesso. Se a opção for enviar o *link* depois, sugerimos que o faça com 1 ou 2 dias de antecedência.

## Quais são as ferramentas ideais para a qualidade do streaming, a personalização com a identidade visual, a interação com os convidados e o público presentes, o upload de arquivos e a disponibilidade do material para download dos participantes?

O Streamyard possibilita a personalização e interação com o público, mas desconhecemos uma plataforma que permita fazer *upload* de material em eventos. Uma sugestão é enviar o material por *e-mail* para os participantes cadastrados.

## Existe algum material sobre identidade visual?

Sim, o [Manual de Identidade Visual da marca IF](#).

## Como avaliar dados de público espontâneo, não inscritos nas atividades (dados do público das ações abertas em redes sociais)?

As redes sociais oferecem números gerais referentes a comentários, curtidas e compartilhamentos. Não é possível obter informações específicas sobre *campi* e região.



## 6. Observações Durante o Evento

Além de seguir as etapas e recomendações descritas anteriormente, é importante, durante o evento, o organizador estar atento à moderação (especialmente quanto a possíveis ataques aos palestrantes e à instituição durante uma *live*) e também permitir a participação dos ouvintes sem interromper os palestrantes.

Pelo fato de a *live* ser ao vivo, não há como controlar os comentários feitos, mas, dependendo do assunto abordado na crítica, o tema pode virar uma pergunta para o entrevistado. É possível fazer a *live* bloqueando a opção de comentários, mas isso tira todo o dinamismo proposto no evento ao vivo.

Em uma sala fechada, o indicado é que inicialmente todos sejam orientados a fechar os microfones. Caso queiram falar, podem abrir uma lista no *chat* com a ordem dos falantes. Essa lista deve ser coordenada pelo mediador, e não pelo palestrante.

### 6.1 Dicas Gerais de Netiqueta para Eventos Online

#### Para os participantes do evento:

- Desligar suas câmeras e/ou microfones durante a fala do palestrante, de modo a evitar ruídos desnecessários, que possam atrapalhar a apresentação;
- Evitar interromper a palestra para tirar dúvidas. O ideal é os participantes serem informados de que as perguntas e respostas serão respondidas ao final, para que a palestra fique mais organizada, evitando interrupções.

#### Para palestrantes:

- Vestir-se de maneira condizente com o tipo de evento;
- Falar olhando para a câmera, como se estivesse fisicamente diante dos participantes;
- Tomar cuidado com a ambientação do local onde será realizada a apresentação, especialmente em relação à arrumação e iluminação;
- Respeitar o tempo de apresentação estipulado pela organização.



## 7. Pós-Evento: O Que Fazer?

Agora que o evento *online* terminou, é indicado publicá-lo ou solicitar a publicação dele nas redes sociais do seu *campus*, informando o que aconteceu ao longo do evento, descrevendo a experiência, quantas pessoas compareceram e compartilhando todos os detalhes com o seu público. Afinal, quem não compareceu no dia pode se interessar em participar dele na próxima vez.

Ao compartilhar os detalhes nas suas redes sociais, não se esqueça de marcar o IFRJ ([@ifrj\\_oficial](https://www.instagram.com/ifrj_oficial)). Assim, a Coordenação-Geral de Comunicação Social (CGcom) pode repostar e aumentar a visibilidade e relevância do seu evento. Ainda sobre a divulgação, envie um *e-mail* para [comunicacao@ifrj.edu.br](mailto:comunicacao@ifrj.edu.br) com as principais informações sobre o seu evento, a fim de que os jornalistas do Instituto possam elaborar uma matéria para o *site*.

Se possível, sugerimos que o organizador realize com os participantes cadastrados uma pesquisa de opinião sobre o evento. Assim, ele poderá aprimorar o planejamento do próximo evento e fazer uma avaliação dos erros e acertos. A pesquisa pode ser criada no Google Formulários e enviada aos participantes por *e-mail* após o evento. Esse formulário pode ser elaborado por atividade ou abranger todo o evento (a critério do organizador), mas, geralmente, é feito um questionário sobre o evento em geral, com perguntas específicas sobre cada atividade.

## Referências

AJUDA DO YOUTUBE. **Criar uma transmissão ao vivo com um codificador.** (4min35s). Disponível em <https://support.google.com/youtube/answer/2907883?hl=pt-BR>. Acesso em: 29 set. 2020.

BLOG DO ITY. **Como criar um evento online de sucesso!** Disponível em: <https://blog.doity.com.br/como-criar-um-evento-online/>. Acesso em: 22 jun. 2020.

BLOG E-INSCRIÇÃO. **Já pensou em realizar o seu evento online? Veja como é possível fazer.** Disponível em: <https://blog.e-inscricao.com/ja-pensou-em-realizar-o-seu-evento-online-veja-como-e-possivel-fazer/>. Acesso: 22 jun. 2020.

BLOG EVEN3. **Como fazer live no YouTube pelo celular.** Disponível em: <https://blog.even3.com.br/como-fazer-live-no-youtube/>. Acesso em: 20 jun. 2020.

BLOG EVEN3. **Eventos online:** o guia completo de como organizar. Disponível em: <https://blog.even3.com.br/eventos-online-o-guia-completo/>. Acesso em: 23 jun. 2020.

BLOG EVEN3. **Manual do palestrante:** o guia para palestrar online. Disponível em: <https://blog.even3.com.br/manual-do-palestrante-de-eventos/>. Acesso em: 25 jun. 2020.

BLOG SYMPLA. **Como criar um roteiro para o seu evento online.** Disponível em: <https://blog.sympla.com.br/roteiro-para-evento-online/>. Acesso em: 22 jun. 2020.

BLOG SYMPLA. **O que é um evento.** Disponível em: <https://blog.sympla.com.br/o-que-e-um-evento/>. Acesso em: 22 jul. 2020.

BRAZ, A. **Guia completo de como organizar e transmitir eventos online.** Disponível em: <https://blog.doity.com.br/eventos-online/>. Acesso em: 20 ago.2020.

COMUNIQUE-SE. **Webinar:** o que é e como criar eventos online. Disponível em: <https://www.comunique-se.com.br/blog/webinar-o-que-e/>. Acesso em: 22 jun. 2020.

INSTITUTO FEDERAL DO RIO DE JANEIRO (IFRJ). 2020. **Portaria nº 113, de 05 de junho de 2020.** Disponível em: <http://boletimdeservico.ifrj.edu.br/ifrj/boletim/visualizar/2020/6>. Acesso em: set. 2020.

MARTIN, V.; LISBOA, R. **E-book eventos digitais, híbridos & virtuais.** VM Consultoria, 2020.

MELO, K. **Conheça 15 ferramentas para transmissão de eventos online**. Disponível em: <https://blog.doity.com.br/ferramentas-para-transmissao-de-eventos-online/>. Acesso em: 10 ago. 2020.

NUNES, D. **5 tipos de eventos online que você pode produzir**. Disponível em: <https://blog.sympla.com.br/tipos-de-eventos-online/>. Acesso em: 24 jun. 2020.

REIS, E. **O que é uma live?** Saiba tudo sobre as transmissões ao vivo na internet. Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/noticias/2020/03/o-que-e-uma-live-saiba-tudo-sobre-as-transmissoes-ao-vivo-na-internet.ghtml>. Acesso em: 31 jul. 2020.

## APÊNDICE I – Checklist para Eventos Online

### CHECK-LIST

- ✓ Que tipo de evento *online* quero realizar?
- ✓ Tenho um lugar com boa conexão de Wi-fi?
- ✓ Por onde farei essa transmissão: celular, notebook ou equipamento profissional?
- ✓ Quantos participantes terei ao mesmo tempo? Os convidados se relacionam com o meu evento?
- ✓ Quais são as características técnicas da ferramenta de transmissão que melhor se encaixam no que eu preciso?
- ✓ Por quanto tempo consigo manter minha transmissão no ar?
- ✓ Como as pessoas ficarão sabendo do meu evento?
- ✓ Como as pessoas acessarão o *link* para participar do meu evento *online*?
- ✓ Consigo deixar tudo pronto sozinho? Quem preciso chamar para me ajudar a fazer essa transmissão?
- ✓ O evento será gravado? Se sim, onde ele ficará hospedado depois? Como posso disponibilizar o conteúdo para quem não participou do meu evento?

## APÊNDICE 2 – Termo de Autorização de Uso de Imagem, Voz e/ou Texto

### TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM, VOZ E/OU TEXTO

Pelo presente termo particular de autorização de uso de imagem, voz e/ou texto, **eu**, \_\_\_\_\_, portador(a) do Siape (em caso de servidor[a]), da matrícula (em caso de estudante do IFRJ maior de idade) ou do RG (em caso de responsável por menor de idade) nº \_\_\_\_\_, de nacionalidade \_\_\_\_\_, estado civil \_\_\_\_\_, vínculo institucional (servidor[a]/estudante) ou profissão \_\_\_\_\_, responsável por (em caso de responsável legal por menor de idade) \_\_\_\_\_, doravante denominado/denominada **autorizador(a)**,

**AUTORIZO** o INSTITUTO FEDERAL EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO RIO DE JANEIRO (doravante denominado **autorizado**) a utilizar falas, imagens, sons, vídeos e/ou textos referentes a mim ou à pessoa por quem assino como responsável em atividades desenvolvidas no âmbito do Instituto ou em função de meus (seus) estudos.

Entendo que a proposta deste trabalho visa contribuir para o melhor desenvolvimento das atividades do Instituto e estou ciente de que participar de entrevista/gravação **não** implicará nenhum custo e de que, como voluntário/voluntária, não receberei qualquer valor como compensação pela participação.

Este termo de autorização é celebrado a título gratuito, podendo a referida participação ser utilizada para produzir conteúdo que divulgue as atividades desenvolvidas em aula, laboratórios, projetos e afins.

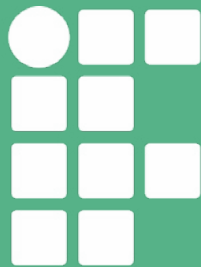
Minha imagem, minha voz e/ou meu texto (ou ainda da pessoa por quem assino como responsável) podem ser reproduzidos em qualquer veículo (Rádio, TV, impresso, internet), com todas as suas ferramentas e tecnologias existentes e que venham a existir, por todo o território nacional e internacional, no todo ou em parte, “ao vivo” ou gravados, podendo ser reexibidos a qualquer tempo, conforme necessidade do autorizado.

O INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO RIO DE JANEIRO está autorizado, gratuita e exclusivamente, a fixar total ou parcialmente, o conteúdo de minha participação ou da pessoa por quem assino como responsável e sua conexa interpretação e execução em CD, DVD, CD-ROM, MD e qualquer outra modalidade de utilização, existente ou que venha a ser inventada, podendo o autorizado divulgar e distribuir tais fixações.

Este termo particular de autorização é celebrado em caráter definitivo, irretratável e irrevogável, obrigando as partes por si e por seus sucessores a qualquer título a respeitar integralmente os termos e as condições aqui estipuladas.

\_\_\_\_\_, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_.

\_\_\_\_\_  
Assinatura do/da autorizador(a) ou responsável por menor de idade



**INSTITUTO  
FEDERAL**  
Rio de Janeiro



[/ifrj.oficial](https://www.facebook.com/ifrj.oficial)



[@ifrj.oficial](https://www.instagram.com/ifrj.oficial)



[/ifrjoficial](https://www.youtube.com/ifrjoficial)

[portal.ifrj.edu.br](https://portal.ifrj.edu.br)