# GUIA DO EXPOSITOR

UNIVERSIDADE BRIGHAM YOUNG

*Gestão de Artes Cênicas*

## UNIVERSIDADE BRIGHAM YOUNG

*Grupos de teatro*

Representando o melhor das artes cênicas da Universidade Brigham Young, os grupos itinerantes da BYU apresentam espetáculos o ano todo, no mundo inteiro. Eles também se apresentam em convenções, workshops, festivais, competições e em outras atividades comunitárias. Os expositores incluem conselhos de arte, clubes cívicos, escolas, organizações de caridade e de serviços, e grupos privados.

A Gestão de Artes Cênicas é a agência de gestão para as empresas de teatro da BYU e funciona em círculos profissionais bem como em círculos educacionais. O programa itinerante chega geralmente a 140 cidades em 20 países anualmente. Com mais de 400 apresentações por ano, esses grupos de nível profissional encantam e estimulam milhares de pessoas no mundo todo e se apresentam para milhões de pessoas em programas de televisão estrangeiros e domésticos.

Para se preparar para uma apresentação é necessário começar o planejamento com vários meses de antecedência. A divulgação deve começar pelo menos seis semanas antes do espetáculo. Uma lista de verificação do expositor está inclusa neste guia para ajudá-lo na preparação e divulgação de seu evento.

Este guia do expositor foi projetado para ajudá-lo a organizar o trabalho a ser realizado para que seja obtida uma apresentação de qualidade. É de extrema importância que seja criado um comitê para que as várias responsabilidades possam ser atribuídas para uma execução perfeita.

Este guia é dividido em cinco seções detalhadas como se segue:

1. *Lista de verificação*
2. *Vendas de ingressos*
3. *Divulgação*
4. *Relações públicas*
5. *Hospitalidade*

Para auxiliá-lo, os itens na lista de verificação são codificados com pontos correspondentes com as seções deste guia.

Estas seções fornecem uma explicação descritiva das etapas que devem ser tomadas para a preparação de uma apresentação e inclui várias ideias a serem consideradas durante o planejamento.

Estas informações também estão disponíveis no site de Gestão de Artes Cênicas, localizado em *http://pam.byu.edu* sob Recursos do Expositor.

Esperamos que estas sugestões o ajudem a tornar a sua apresentação um sucesso. Estamos ansiosos para trabalhar com você.

*—Gestão de Artes Cênicas da BYU*

## LISTA DE VERIFICAÇÃO DO EXPOSITOR

*Etapas para uma apresentação de sucesso de um grupo de teatro da BYU*

O MAIS RÁPIDO POSSÍVEL

- Identifique e reserve um local apropriado para a apresentação; entregue a ficha técnica da BYU ao pessoal técnico do local da apresentação; pague o depósito do local; entregue à BYU o questionário do local da apresentação preenchido.
- Formule o orçamento do evento, incluindo estimativas de todos os gastos e receitas projetadas. Utilize a planilha de orçamento da BYU.

PELO MENOS **12 SEMANAS** ANTES DA APRESENTAÇÃO

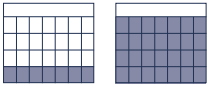
- Informe os membros de sua organização de apresentação sobre o patrocínio futuro.
- Após o recebimento, preencha e devolva o Acordo de Apresentação à BYU.
- Selecione os líderes do comitê que irão supervisionar as vendas, divulgação, relações públicas e hospitalidade.
  - •• *Vendas de ingressos*—Preços, criação e vendas de ingressos
  - ••• *Divulgação*—Cobertura de imprensa, propaganda, entrevistas e publicidade
  - •••• *Relações públicas*—VIPs, programas de espetáculos e convidados de imprensa
  - ••••• *Hospitalidade*—Refeições, água e acomodações para pernoite dos artistas
- •• Determine os preços das entradas e método de distribuição para as vendas de ingressos.
- •• Decida se serão oferecidos descontos para pré-vendas, grupos e famílias.
- ••• Defina planos quanto à localização de cartazes, panfletos e folhetos. Determine se convites gratuitos serão utilizados e como serão organizados os anúncios da comunidade.
- ••• Prepare kits de imprensa e identifique contatos em jornais e estações de rádio/TV para a cobertura da apresentação.
- •••• Determine se um programa deve ser produzido para o público.
- •••• Identifique líderes da comunidade e do governo, jornalistas e críticos de arte para convidar ao evento.
- •••• Planeje os bilheteiros, porteiros e a distribuição do programa.
- ••••• Defina onde e como serão fornecidas as refeições dos artistas.
- •••••Planeje as acomodações de pernoite para o grupo.

**SEIS SEMANAS** ANTES DA APRESENTAÇÃO

- •• Providencie a impressão dos ingressos; inicie as vendas e a distribuição dos ingressos organizacionais.
- ••• Prepare quatro ou cinco comunicados de imprensa e fotos diferentes para os jornais; termine a impressão das informações da apresentação em cartazes, panfletos e folhetos e distribua-os na

comunidade; forneça anúncios de utilidade pública aos contatos de rádio/TV; inicie os anúncios na comunidade

- •••• Convide os VIPs de sua lista para a apresentação (envie os ingressos com três semanas de antecedência).



**CINCO SEMANAS** ANTES DA APRESENTAÇÃO

- •• Inicie as vendas na bilheteria; continue a divulgar as vendas de grupo.
- ••• Forneça os primeiros comunicados de imprensa e fotos aos jornais (anúncios de utilidade pública e pagos); insira os cartazes e panfletos na comunidade

**QUATRO SEMANAS** ANTES DA APRESENTAÇÃO

- •• Avalie o número de ingressos vendidos e as iniciativas de divulgação para atingir um bom público.
- ••• Forneça o segundo comunicado de imprensa e fotos aos jornais (anúncios de utilidade pública e pagos); considere uma entrevista por telefone com um líder de grupo ou artista da BYU com um contato de jornal ou estação de rádio local.
- •••• Obtenha as informações finais de programa da BYU; imprima os programas se não forem fornecidos pela BYU.
- ••••• Organize as acomodações de pernoite (hotel ou família anfitriã) com pelo menos duas pessoas por quarto em camas separadas. Envie a planilha completa de acomodações à BYU.
- ••••• Faça planos para a refeição noturna antes da apresentação, de preferência no local do evento (considere serviços de buffet ou outras opções).

**TRÊS SEMANAS** ANTES DA APRESENTAÇÃO

- •• Avalie o número de ingressos vendidos; faça um último esforço para vendas de grupo.
- ••• Forneça o terceiro comunicado de imprensa e a foto aos jornais (anúncios de utilidade pública e pagos); considere organizar entrevistas com o elenco e/ou diretor na chegada do grupo. Inicie a distribuição dos convites gratuitos.
- •••• Envie pelo correio os convites e ingressos gratuitos para VIPs e críticos.

**DUAS SEMANAS** ANTES DA APRESENTAÇÃO

- •• Avalie as vendas totais e determine se é necessário mais divulgação; leve todos os ingressos não vendidos para uma localização central.
- ••• Forneça o quarto comunicado de imprensa e foto aos jornais (anúncios de utilidade pública e pagos); considere uma distribuição final de panfletos e outros materiais de divulgação.
- •••• Certifique-se de que os porteiros e bilheteiros sejam identificados; defina um horário para se encontrar com eles mais cedo no dia da apresentação.

**UMA SEMANA** ANTES DA APRESENTAÇÃO

- •• Determine se descontos ou promoções de grupo adicionais são necessários para maximizar o público; finalize as preparações para as vendas de ingressos na porta.
- ••• Organize as últimas entrevistas de jornal ou rádio/TV (ao vivo ou por telefone) antes da chegada do grupo.
- •••• Confirme os assentos para VIPs e assentos reservados programados; certifique-se de que os programas estejam prontos para distribuição; faça uma orientação com os porteiros e bilheteiros; avalie se um mestre de cerimônia deve cumprimentar a plateia no palco antes do início da apresentação.
- ••••• Certifique-se de que os planos sejam definitivos para a refeição do grupo no dia da apresentação; informe o hotel (ou famílias anfitriãs) sobre o cronograma esperado do grupo; esclareça se refeições extras (marmitas, por exemplo) serão fornecidas; certifique-se de que um representante do expositor se encontre com o grupo em sua chegada.

**DIA** DA APRESENTAÇÃO

- Encontre-se com o grupo quando ele chegar em sua área.
- ••••• Prepare a área dos bastidores, incluindo o fornecimento de água para os artistas.
- Verifique com o grupo para confirmar que estejam preparados antes de abrir as portas do auditório para o público.

- ••••• Auxilie as famílias anfitriãs ao encontrar com os membros do grupo atribuídos a elas após a apresentação e na saída do palco. Certifique-se de que todos tenham uma casa anfitriã ou um quarto de hotel para se acomodar.

**APÓS** A APRESENTAÇÃO

- Trabalhe com o local da apresentação para finalizar as despesas de aluguel e pagamento.
- Recolha toda a renda; pague as despesas; envie a taxa de apresentação (conforme especificado no Acordo de Apresentação com a BYU) com uma declaração das despesas e rendimentos à Gestão de Artes Cênicas, em conjunto com a Avaliação da Apresentação. Isso deve ser feito dentro de 10 dias da apresentação. Se não for possível, informe a BYU sobre quando poderá fornecer essas informações e pagamento.
- Envie cópias de recortes de jornais, de anúncios e de amostras do programa e dos ingressos à Gestão de Artes Cênicas.

## ORIENTAÇÕES DE VENDAS DE INGRESSOS

### PREÇOS DOS INGRESSOS

Determine o preço adequado do ingresso:

1. Reúna os custos antecipados em sua apresentação, incluindo encargos do local da apresentação; impressão dos ingressos; impressão dos cartazes, panfletos e folhetos; outras divulgações; refeição do grupo; e estimativas de taxas de apresentação da BYU. (Uma planilha de orçamento da apresentação está disponível em http://pam.byu.edu sob Recursos do Expositor).
2. Faça uma estimativa conservadora das vendas projetadas e do tamanho do público.
3. Exclua ingressos gratuitos (ver comentários abaixo).
4. Determine seu ingresso do ponto de equilíbrio (despesas antecipadas divididas pelo público estimado).
5. Defina um valor apropriado para o ingresso, que deve ser pelo menos esta quantia do ponto de equilíbrio (mas provavelmente mais para transmitir qualidade da produção e profissionalismo).

Considere duas coisas: a capacidade de sua audiência pagar e as suas expectativas. Áreas economicamente desfavorecidas poderão necessitar de um preço menor que o de costume, mas lembre-se que este preço também reflete o quanto você acha que a noite de entretenimento vale. Grupos da BYU valerão a pena pelos preços pagos por outros talentos conhecidos recentemente em sua área. Compare os preços de admissão oferecidos atualmente na comunidade para outros eventos artísticos e produções escolares ou o custo de uma noite típica de entretenimento. A entrada de seu evento não deve ser nem a mais barata nem a mais cara oferecida, mas algum valor intermediário.

## DESCONTOS

Decida se qualquer tipo de desconto será oferecido para grupos grandes, para famílias ou para compras antecipadas. Em muitas áreas é comum oferecer ingressos com desconto para idosos e crianças (menores de 12 anos). Confirme suas decisões com a BYU para garantir que os preços dos ingressos sejam aceitáveis.

### *Descontos para grupos*

As vendas de ingressos para grupos podem ser feitas para grupos logicamente interessados, como corais, grupos de dança ou artistas da comunidade ou para organizações de serviços, como o Rotary Club ou o Kiwanis Club. Para incentivar ainda mais as compras, um preço com desconto poderá ser oferecido para grupos que estejam comprando uma quantidade mínima de ingressos, por exemplo, oferece um ingresso de R$ 10 por R$ 8 se mais de 20 ingressos forem vendidos para um grupo específico.

### *Descontos para famílias*

Se forem oferecidos ingressos para famílias, uma regra geral a ser seguida é vendê-los por um preço de entrada que não seja menor do que três vezes e meia o valor de um ingresso adulto individual. Por exemplo, se um ingresso adulto individual custa R$ 10, um ingresso familiar deve ser vendido por pelo menos R$ 35. Descontos para famílias são válidos somente para membros diretos da família. Um ingresso separado deve ser fornecido para cada membro da família. Isso ajuda a controlar quantos assentos do auditório serão realmente ocupados.

### *Descontos para compras antecipadas*

Para incentivar as vendas antecipadas de ingressos, um preço de admissão com desconto poderá ser oferecido para aqueles que realizarem as compras antes, até uma semana antes da apresentação. Os ingressos comprados na porta serão vendidos pelo preço normal.

## VENDAS PÚBLICAS DE INGRESSOS

Vendas no local e em outros locais de vendas são as mais vantajosas, mas certifique-se de entender os custos relacionados a estes serviços. Como alternativas, considere as abordagens por telefone, bem como as vendas internas em sua organização e para seus contatos pessoais. Vendas de ingressos pelo correio e online através de um site criado especialmente para isso são outras possibilidades a serem consideradas.

Solicitações pessoais são sempre eficazes, especialmente quando os membros de sua organização convidam amigos, vizinhos e parceiros de negócios para realizar a compra. Negócios locais (bancos, shopping centers, lojas, etc.) podem também estar dispostos a distribuir ingressos para seu evento bem como comprar blocos de ingressos para seus funcionários.

### *Dicas de telemarketing*

Se você operar uma campanha telefônica, considere as seguintes regras para o sucesso:

- Convide somente pessoas que possam conhecer a BYU e que estejam interessadas em entretenimento de qualidade.

- Estenda um convite pessoal e ajude a pessoa a obter ingressos.
- Mantenha registros de chamadas exatos, incluindo quando ligar novamente.
- Ligue mais tarde novamente se o contato estiver ocupado.
- Entregue os ingressos o mais rápido possível para concluir a transação.

## INGRESSOS GRATUITOS

Reserve alguns ingressos gratuitos para VIPs, para a imprensa e para as famílias anfitriãs. A BYU também solicita que 10 ingressos sejam fornecidos aos interesses da universidade. Esses ingressos poderão ser liberados para você se não forem necessários para a BYU na semana antes da apresentação.

## CALENDÁRIO

Defina as datas em que a sua campanha de vendas será iniciada e quem estará envolvido. Os vendedores de ingressos devem comunicar regularmente o número de ingressos vendidos à uma localização central. Determine agora quando devem ser feitos esses relatórios semanais. Uma data deve ser definida também para a devolução de todos os ingressos não vendidos a um ponto central para as vendas finais no local da apresentação.

## IMPRESSÃO DOS INGRESSOS

Determine as informações a serem impressas em cada ingresso e onde os ingressos para o evento serão impressos (formatos de amostra de ingressos podem ser visualizados em *http://pam.byu.edu* sob Recursos do Expositor, Exemplos de Marketing). As opções de impressão incluem o seguinte:

- Uma gráfica local poderá ser contratada.
- A gerência do local cria os ingressos.
- A BYU poderá imprimir os ingressos por uma taxa.

## DIRECIONAMENTO DAS VENDAS

É prudente identificar grupos-alvo para as vendas dos ingressos. Considere grupos de igrejas, idosos, grupos de jovens, clubes de teatro, escolas de dança, grupos musicais, clubes de serviço, associações de pais e mestres, clubes e organizações escolares e grupos de negócios.

Visite cada grupo-alvo identificado. Considere enviar membros de seu grupo ou bairro que pertençam a essas organizações. Utilize a folha informativa fornecida pela BYU e outras informações do grupo para preparar as pessoas que farão a divulgação para os grupos da comunidade.

## COPATROCINADORES DA COMUNIDADE

Às vezes é vantajoso convidar outros grupos para auxiliá-lo nas vendas de ingressos como um projeto de arrecadação de fundos e/ou como um projeto de serviço da comunidade. Um conselho de artes local pode ter uma lista significativa de endereços que pode ser utilizada. Instituições de caridade locais podem ter

seus próprios contatos de imprensa ou de público para promover seus eventos de arrecadação de fundos. Se seu evento se tornar uma das fontes de renda deles, o potencial para seu público aumentará. Outros exemplos de copatrocinadores incluem: centros de cuidados especializados, a Cruz Vermelha, hospitais infantis e centros de tratamento.

### VENDAS DE INGRESSOS PARA O AUDITÓRIO

Verifique os requisitos do local para vendas de ingressos na porta no dia da apresentação. Determine quem fará as vendas na porta e onde estarão localizados.

## ORIENTAÇÕES DE DIVULGAÇÃO

### MATERIAIS FORNECIDOS PELA BYU

Um kit de imprensa inicial será enviado pela BYU, seguido mais tarde por um kit completo e atualizado para o uso promocional verdadeiro. Familiarize-se com essas informações para que você possa falar com conhecimento sobre o grupo. Os kits poderão incluir o seguinte:

- Esboços de comunicados de imprensa
- Folhas informativas
- CD de fotos de divulgação
- Listagem do programa da apresentação
- Amostra de panfletos
- Amostra de ingressos
- Vídeo em DVD
- CD de áudio
- Cartaz
- Folheto (mini-cartaz)
- Boletim informativo repetido
- Catálogos
- Ficha técnica
- Citações
- Amostra de programas
- Planilha de orçamento
- Planilha de acomodações

Muitos desses materiais estão disponíveis para download ou visualização no site da Gestão de Artes Cênicas, em *http://pam.byu.edu*, sob Recursos do Expositor. Fotos de alta resolução também podem ser baixadas neste site.

## COMUNICADOS DE IMPRENSA

Crie uma variedade de comunicados de imprensa para uso durante a campanha de divulgação, adaptando os esboços da BYU para a sua situação local e propósito para a apresentação. Talvez você também queira variá-los em tamanho, para que caso um jornal não possa utilizar um artigo longo, seja possível escolher uma versão menor. Lembre-se de sempre falar primeiro sobre os pontos mais importantes, pois os jornais encurtarão seus artigos se houver falta de espaço.

(Os tópicos de comunicados de imprensa incluem o grupo de teatro, a BYU, os objetivos da instituição expositora e a sua razão para promover a apresentação, o diretor do grupo, etc.)

No canto superior direito de seu comunicado, escreva a data na qual deseja que a história apareça. Exemplo: para publicação: 15 de março de 20xx.

## KITS DE IMPRENSA PARA DISTRIBUIÇÃO

Prepare seus kits para seus contatos da imprensa. Eles podem incluir seus comunicados de imprensa, material promocional para o grupo, informações sobre o expositor, fotos promocionais, CDs e um vídeo promocional.

## JORNAIS LOCAIS

Entre em contato com seu jornal local para saber sobre os requisitos para submissões de comunicados de imprensa. Descubra quem será responsável por publicar seus artigos (provavelmente o editor de entretenimento); familiarize-se ao ajudar essa pessoa a entender o propósito de seu patrocínio e a natureza do grupo de teatro. Solicite cobertura na seção de entretenimento na semana da apresentação. Podem ser organizadas entrevistas por telefone com antecedência (veja abaixo). Verifique as listas de calendário de eventos semanais. Investigue outros tipos de submissões que estão disponíveis a você.

Esse também pode ser o momento para investigar a possibilidade de ter a sua apresentação avaliada pelo jornal. Providencie o recebimento de ingressos gratuitos para o crítico.

Não ignore nenhuma publicação, incluindo jornais de universidades, de escolas e locais, bem como serviços online. Reúna uma cópia de quaisquer artigos ou anúncios de jornal para a Gestão de Artes Cênicas utilizar em nossa revisão de final de ano das apresentações do ano.

## COMPRAR ESPAÇO DE PUBLICIDADE

Jornais suburbanos, rurais e de universidade muitas vezes oferecem taxas baratas para publicidade e a maioria dos jornais auxilia no desenvolvimento de seu anúncio. Lembre-se de que anúncios de jornal no dia ou dois dias antes da apresentação podem lembrar as pessoas do horário e local do evento e podem ajudar na venda de ingressos de última hora. Esteja ciente dos custos excessivos relacionados à compra de anúncios. (Por razões orçamentárias, certifique-se de manter seu coordenador do comitê informado sobre seus gastos planejados).

## USO DE RÁDIO/TV

Se um anúncio de rádio e televisão for apropriado para a sua apresentação, determine quais estações devem ser contatadas e por quem. Ligue para as estações para descobrir quando e onde seu anúncio deve ser entregue. (Muitos grupos da BYU possuem gravações de suas músicas que podem ser usadas em estações de rádio TV, a BYU também pode fornecer um vídeo com qualidade para transmissão). Você pode também considerar quaisquer estações a cabo de acesso local que podem exibir comerciais ou filmar o espetáculo inteiro para uma transmissão posterior. Considere as exibições de calendário da comunidade encontradas em muitos sistemas a cabo. Podem ser utilizadas fotos promocionais do grupo que está sendo apresentado para essas exibições.

Algumas estações de rádio e TV solicitarão ingressos para sorteios durante entrevistas e transmissões ao vivo. Mesmo se suas estações não estiverem fornecendo entrevistas ou coberturas ao vivo, elas podem estar interessadas em sorteios de ingressos, o que fornecerá a você uma publicidade adicional. Entre em contato com as estações e ofereça essas ideias a elas.

## ANÚNCIOS DE UTILIDADE PÚBLICA

Reúna-se com diretores de utilidade pública de rádio e TV para programar os anúncios de utilidade pública. Frequentemente esses profissionais podem ajudá-lo a conceber a sua mensagem. No entanto, pode ser interessante ter algum planejamento antecipado com relação à mensagem que deseja apresentar.

## ENTREVISTAS COM A IMPRENSA

Talvez você consiga organizar uma entrevista de rádio ou uma apresentação na televisão. Normalmente pode ser programada para o dia da apresentação uma entrevista ao vivo com o diretor artístico ou vários dos artistas ou uma apresentação curta. Notifique a Gestão de Artes Cênicas sobre quaisquer entrevistas ao vivo com antecedência para que esses planos possam ser incluídos no itinerário da excursão.

## ENTREVISTAS POR TELEFONE

Às vezes pode ser útil uma entrevista por telefone alguns dias ou semanas antes da apresentação. Entre em contato com a Gestão de Artes Cênicas para providenciar uma entrevista por telefone com o diretor artístico do grupo.

## COLOCAÇÃO DE CARTAZES

A BYU fornecerá a você até 30 cartazes grandes (dependendo da disponibilidade) para o grupo que estará apresentando. Faça uma lista agora onde esses cartazes serão colocados na comunidade, considerando locais com muita circulação de pessoas, como:

- Empresas
- Escolas
- Bibliotecas
- Shopping centers
- Restaurantes
- Locais onde são ministradas aulas de dança ou música

• Parques e áreas de recreação
• Lavanderias
• Locais onde os ingressos do evento serão vendidos

Se você precisar de mais cartazes, eles poderão ser comprados da BYU ao custo da universidade. As informações sobre o evento devem ser impressas (não escritas à mão) na parte inferior do cartaz ou um adesivo/etiqueta impresso pode ser colocado na mesma área.

## COLOCAÇÃO DE FOLHETOS

A BYU fornece até 100 folhetos, normalmente miniaturas coloridas do cartaz, com espaço para as informações impressas na parte inferior. O verso fornece informações sobre o grupo. Faça uma lista de onde estes cartazes em miniatura serão colocados na comunidade. Estes itens funcionam bem em áreas onde os cartazes maiores não são apropriados. Eles também são úteis para cartes de convite, apresentações de grupo e exibições. Considere colocá-los em empresas selecionadas. Os folhetos da BYU são de alta qualidade, portanto não se deve colocá-los no para-brisa de um carro, como faria com um panfleto. Se precisar de mais folhetos, eles podem ser comprados da BYU ao custo da universidade.

As informações sobre o evento devem ser impressas na parte inferior do folheto (não escritas à mão) ou um adesivo/etiqueta impresso pode ser colocado na mesma área. Os folhetos são compatíveis com uma copiadora ou impressora. Modelos e instruções a serem impressos nestes folhetos estão disponíveis sob Recursos do Expositor em http://pam.byu.edu.

## COLOCAÇÃO DE PANFLETOS

A Gestão de Artes Cênicas da BYU pode fornecer uma cópia mestre para um panfleto preto e branco para a maioria de seus grupos após fornecer as informações do seu espetáculo para nosso escritório. Talvez você prefira criar seu próprio panfleto a partir dos materiais do kit de imprensa. Sendo a opção mais barata para divulgar o show, os panfletos são ideais para envios em massa, distribuição em outros eventos da comunidade e divulgação ao público geral. Faça uma lista de onde utilizar os panfletos.

## OUTRAS IDEIAS DE DIVULGAÇÃO

Determine se materiais de divulgação adicionais serão criados, como outros panfletos, exibições em quadros de aviso, colagens ou convites gratuitos pequenos. A BYU fornecerá um número de fotografias promocionais que poderão ser usadas para esse fim.

Exemplos do que outros expositores fizeram estão sob Recursos do Expositor em nosso site em *http://pam.byu.edu*.

## ESCOLAS

Considere abordar corais, orquestras, bandas e os departamentos de dança e teatro de escolas. Considere também a divulgação em escolas locais de música ou de dança ou em locais onde sejam ministradas aulas particulares.

# ORIENTAÇÕES DE RELAÇÕES PÚBLICAS

## VIPs

Identifique os VIPs que devem ser convidados para a apresentação. Eles podem ser indivíduos conhecidos cuja presença em seu evento adicionará prestígio, bem como importância à sua apresentação. Pessoas a serem consideradas incluem os representantes eleitos de sua cidade, condado, estado ou nação e os chefes de outras organizações importantes e influentes. O panfleto fornecido pela BYU poderá ser uma maneira ideal para introduzir o grupo à pessoa convidada. Ele pode acompanhar um convite ou carta especial. Consulte também o supervisor de vendas de ingressos com relação aos ingressos para VIPs. Às vezes, os expositores fazem uma recepção para os VIPs antes do espetáculo. Frequentemente os líderes de excursão e vários artistas da BYU estão disponíveis para participar.

## CRÍTICOS DE JORNAIS

Ao considerar os VIPs a serem convidados, lembre-se de incluir os indivíduos que regularmente fazem críticas dos eventos culturais em sua área. Seu supervisor de divulgação na imprensa poderá estender um convite especial para essas pessoas. Boas críticas da imprensa resultarão num maior apoio da comunidade à sua organização no futuro.

## PROGRAMAS DA APRESENTAÇÃO

Em turnês estendidas, a BYU normalmente produz um programa impresso para seus espectadores, tipicamente fornecido para 50 a 60 por cento da capacidade do local. Para apresentações regionais, os expositores imprimem seus próprios programas com base numa lista de programa fornecida pela BYU. Para reduzir gastos, considere vender anúncios para a inclusão no programa ou entre em contato com locais de impressão que poderiam doar a impressão em troca do reconhecimento impresso de sua contribuição.

## PORTARIA

Determine se uma portaria será apropriada para o evento e, nesse caso, como ela será organizada. De onde virão seus porteiros, quantos serão necessários e por quanto tempo serão necessários? Defina uma reunião de orientação, provavelmente no dia da apresentação, para organizar todas as pessoas.

## ATIVIDADES DE CORTESIA

Recepcionar o público nas portas do auditório é um item importante a ser planejado. Planeje agora quem recolherá os ingressos na porta, distribuirá os programas, levará os VIPs até seus assentos e auxiliará o público a participar do evento. Se desejar, determine quem se sentará próximo aos seus VIPs como anfitriões durante o evento.

## MESTRE DE CERIMÔNIA DO ESPETÁCULO

O expositor precisa designar uma pessoa para dar boas-vindas ao público e apresentar o grupo antes do início da apresentação. As informações de referência podem ser obtidas no kit de imprensa da BYU ou no

programa impresso. Após o início do programa, não será necessário mais nenhum envolvimento do mestre de cerimônia.

## ORIENTAÇÕES DE HOSPITALIDADE

### REFEIÇÃO DO GRUPO

Os expositores geralmente são solicitados a fornecer aos artistas uma refeição na parte da noite antes da apresentação. Considere o seguinte:

1. Esta deve ser uma refeição em grupo fornecida na instalação da apresentação ou em local próximo.
2. Determine o mais rápido possível onde a refeição do grupo será realizada e o que será servido.
3. Se necessário, reserve instalações apropriadas e tome as medidas necessárias para fornecer a refeição.

Uma maneira possível de fornecer uma refeição em grupo e uma boa publicidade ao mesmo tempo é planejar para que um restaurante local alimente o grupo em troca de publicidade gratuita no programa da apresentação ou um agradecimento especial na apresentação.

Para fornecer o melhor tipo de refeição, considere o seguinte:

- Uma refeição servida no estilo buffet permite que os artistas selecionem suas porções.
- Pratos quentes, frutas, saladas e vários sucos são a melhor opção.
- Não sirva bebidas gaseificadas.
- Os grupos da BYU não bebem álcool, café ou chá.
- São raras as necessidades dietéticas especiais. Se existir alguma, a Gestão de Artes Cênicas da BYU o notificará o mais rápido possível.

### ÁGUA

Como a preparação e a apresentação são muito rigorosas, é importante que o elenco e a equipe tenham acesso adequado à água nos bastidores. Normalmente os expositores fornecem garrafas de água para cada artista ou coolers maiores e copos nos vários vestiários nos bastidores.

### ACOMODAÇÃO

Os expositores são solicitados a fornecer acomodações em hotéis locais aos grupos da BYU ou a organizar para que os artistas sejam recepcionados em casas de membros da comunidade. Um detalhamento do grupo (homens e mulheres solteiros e casais casados) será fornecido a você pela BYU para deixar claro o número de quartos ou de casas necessárias.

HOTEL OU ACOMODAÇÕES PÚBLICAS

Se os aristas forem ficar num hotel, reserve os quartos o mais rápido possível e observe o seguinte:

- O local deve estar situado numa parte segura da cidade.
- Disposições de ocupação dupla são exigidas como um mínimo, com camas separadas para cada pessoa.
- São preferidos banheiros e chuveiros privados.
- A BYU fará atribuições de pessoal para cada quarto antes da chegada após o número de camas e de quartos terem sido conhecidos e comunicados à Gestão de Artes Cênicas. Se desejado, a lista de quartos poderá ser comunicada ao hotel antes da chegada.
- Toalhas, sabonete e roupas de cama são necessários (os grupos da BYU não viajam com estes itens).
- Envie informações sobre seu hotel escolhido, incluindo o número de quartos reservados, à Gestão de Artes Cênicas com pelo menos quatro semanas de antecedência do dia da apresentação.

FAMÍLIAS ANFITRIÃS

Se forem fornecidas casas de família, preencha a planilha de acomodações da BYU e siga suas orientações, listando os nomes da família anfitriã, os números de telefone e informações com relação ao número e ao tipo de camas a serem fornecidas. É possível obter a planilha a partir da Gestão de Artes Cênicas ou através do site em http:// pam.byu.edu, sob Recursos do Expositor. Todos os campos na planilha devem ser preenchidos com os nomes e as informações da família anfitriã e a planilha deverá enviada à Gestão de Artes Cênicas pelo menos quatro semanas antes da data de sua apresentação para que a BYU possa realizar atribuições de pessoal para cada família anfitriã antes da saída do grupo. Esta lista de acomodações concluída será então compartilhada com você e com os líderes do grupo da BYU.

Quando os artistas forem ficar com famílias anfitriãs, certifique-se de que as famílias compreendam o seguinte:

- Pelo menos dois membros do grupo do mesmo sexo serão alocados para cada casa de família.
- Mulheres solteiras não serão enviadas para casas de anfitriões solteiros do sexo masculino e homens solteiros não irão para a casa de anfitriãs solteiras do sexo feminino.
- Homens e mulheres solteiros não serão enviados para a mesma casa de família.
- Devem ser fornecidas camas separadas para membros solteiros do grupo.
- Após a apresentação, os membros do grupo ficarão desmontando o cenário e carregando o caminhão de equipamentos por até uma hora antes que possam ir embora.
- As famílias anfitriãs e membros do grupo normalmente se conhecem após o final da apresentação e quando a limpeza dos equipamentos e roupas é concluída.
- As casas anfitriãs devem ser próximas à apresentação para evitar uma viagem excessiva.

O coordenador de acomodações deve auxiliar as famílias anfitriãs a encontraram seus membros atribuídos do grupo após a apresentação e limpeza. O coordenador garante que todos os membros do grupo tenham uma família anfitriã ou um quarto de hotel para passar a noite.

## FAMÍLIAS ANFITRIÃS E PRESENÇA NA APRESENTAÇÃO

Todas as famílias anfitriãs devem ser incentivadas a estarem presentes na apresentação e devem receber pelo menos dois ingressos gratuitos. Dessa maneira, o anfitrião conhecerá os alunos através da apresentação e apreciará a razão pela qual o grupo está em sua região e em sua casa.

## CAFÉ DA MANHÃ

Geralmente, os expositores que fornecem acomodações de pernoite para um grupo são solicitados a fornecer o café da manhã no dia seguinte.

- Se as famílias hospedaram os alunos, o café da manhã poderá ser facilmente servido nas casas individuais.
- Se um hotel for fornecido, determine onde o grupo tomará seu café da manhã, programe um horário e planeje o cardápio com o fornecedor das refeições.

## ALMOÇO

Frequentemente os expositores são solicitados a fornecer almoços para os artistas no dia do embarque. Os expositores podem considerar o seguinte:

- Os expositores podem fazer suas próprias disposições para fornecer sanduíches ou marmitas.
- Os expositores podem pedir às famílias anfitriãs que forneçam marmitas para os artistas hospedados em suas casas.

O fornecimento de almoço no dia do embarque é uma grande ajuda ao grupo da BYU, permitindo que eles cumpram a programação e reduzam custos

BRIGHAM YOUNG UNIVERSITY
*Performing Arts Management*
OLIVER HOUSE, PROVO, UT 84602-8500
801-422-3576
perform@byu.edu | http://pam.byu.edu