

# PLANO DE AÇÃO

# PROPOSTA DE EVENTOS DA REDE LIDERAGOV

**Carolina Resende**

Contrato No 000236/2024-0

Produto 02

08/05/2025



**2025**



CAROLINA COSTA RESENDE

**PLANO DE AÇÃO COM PROPOSTA DE EVENTOS DA REDE LIDERAGOV**  
**plano trienal de eventos**

Relatório apresentado ao Ministério da Gestão e da Inovação em Serviços Públicos (MGI) como requisito para a conclusão do produto 04 do contrato nº 000236/2024-0.

**Autoria:** Carolina Costa Resende – doutora em psicologia (PUC Minas, 2014) com doutorado sanduíche na Universidade Paris Descartes (CAPES, 2012). Professora convidada do Programa LideraGOV (desde a primeira turma). Consultora Individual do Fundo dos Povos das Nações Unidas (desde 2020). Professora universitária (desde 2007). Pró-reitora de extensão da PUC Minas (desde 2022).

**Gestor de Referência:** Sílvia Maria Barros – Chefe da Divisão de Inovação em Desenvolvimento de Pessoas na Coordenação-Geral de Desempenho e Desenvolvimento de Pessoas da Secretaria de Gestão de Pessoas do Ministério da Inovação em Serviços Públicos (DIDEP/CGDDP/DECAR/SGP/MGI).



Lattes: ID - 8264600425128345

Linkedin: carolina-resende-psi

Insta: psi\_carolinaresende

BRASÍLIA

2025

12 de maio de 2025

---

Carolina Resende  
carolinaresende.psi@gmail.com

# Sumário

<b>Resumo Executivo: Plano de Eventos da Rede LideraGOV (2025-2028)</b>	<b>5</b>
1 Objetivo Estratégico	6
2 Metodologia e Estrutura Proposta	7
3 Estrutura Organizacional	7
3.1 Ciclo de Eventos	8
4 Principais Resultados Esperados	8
4.1 Impactos Quantitativos	9
4.2 Impactos Qualitativos	9
5 Estratégia de Sustentabilidade	10
5.1 Financiamento Diversificado	10
5.2 Sustentabilidade Operacional	11
6 Cronograma de Implementação	11
6.2 Marcos Críticos	11
7 Sistema de Avaliação e Monitoramento	12
7.1 Indicadores de Sucesso	13
8 Investimento e Recursos Necessários	13
8.1 Estratégia de Captação	13
9 Recomendações e Próximos Passos	13
9.1 Fatores Críticos de Sucesso	14
10 Conclusão Estratégica	14
<b>Rede LideraGOV – Plano Trienal de Eventos</b>	<b>16</b>
Introdução	16
1. Fundamentação Estratégica	18
1.1 Breve Histórico e Propósito da Rede	18
1.2 Premissas Estratégicas do Ciclo de Eventos	18
1.3 Integração com as Trilhas de Aprendizagem e Comunicação	19
1.4 Referencial Metodológico: TEvEP	20
2. Planejamento Trienal de Eventos	23
2.1 Ano Zero (2025) – Piloto Nacional	24
2.2 Ano 1 – Consolidação Regional	24
2.3 Ano 2 – Encontro Nacional	26
2.4 Ano 3 – Evento Internacional	28

3. Propostas Metodológicas para os Eventos	31
3.1 Etapas de Planejamento de Cada Evento (Ciclo TEvEP)	32
3.2 Formato e Inovações Metodológicas dos Eventos	36
3.3 Escolha de Temas Anuais e Articulação com Trilhas	38
4. Estrutura Operacional e Governança da Rede para Eventos	42
4.1 Comitê Gestor e Coordenação Estratégica	42
4.2 Comissão de Eventos e Subcomissões	43
4.3 Integração entre Equipes (Eventos, Comunicação, Trilhas)	45
4.4 Participação dos Egressos e Voluntariado	46
4.5 Articulação Institucional	48
5. Cronograma de Execução	50
6. Parcerias e Sustentabilidade	54
6.1 Estratégia de Parcerias Intersetoriais	54
6.2 Sustentabilidade Financeira	57
6.3 Sustentabilidade Institucional e de Conhecimento	60
6.4 Sustentabilidade Ambiental	61
7. Comunicação e Engajamento da Rede	62
7.1 Identidade e Marca dos Eventos	62
7.2 Canais de Divulgação	63
7.3 Conteúdo Relevante e Narrativas	64
7.4 Engajamento e Feedback Contínuo	65
7.5 Relações Públicas e Imprensa	65
7.6 Alinhamento com Plano de Comunicação Estratégico	66
8. Avaliação e Monitoramento	67
8.1 Avaliação de Cada Evento	67
8.2 Monitoramento Contínuo do Plano Trienal	68
8.3 Indicadores Resumidos	70
9. Considerações Finais	72

# PARTE 1: RESUMO EXECUTIVO

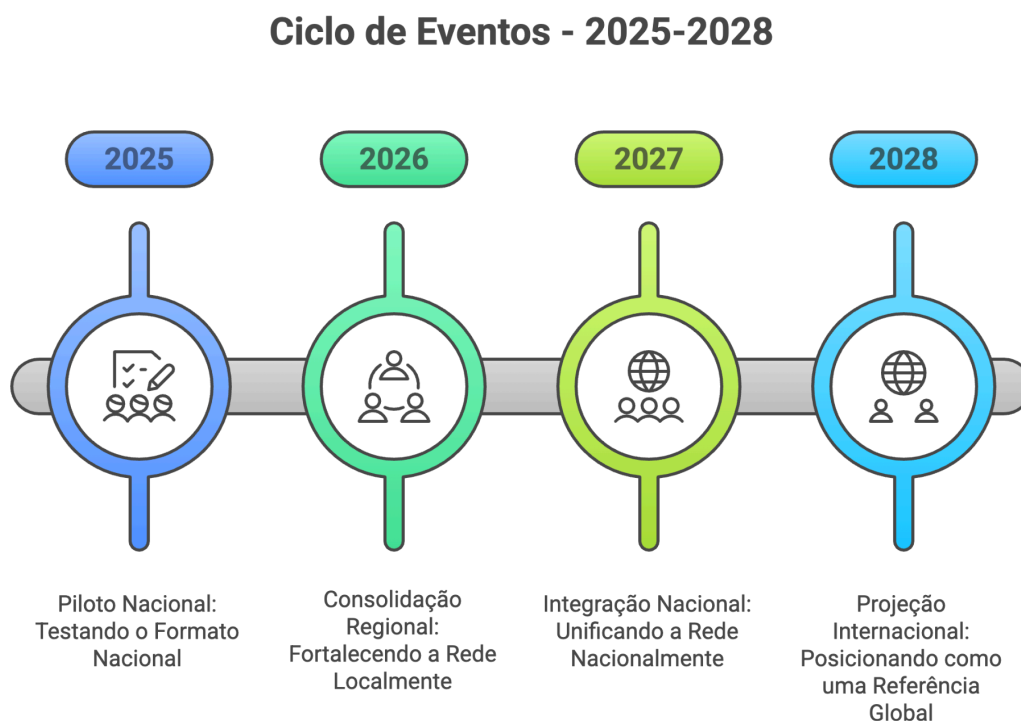
## **Resumo Executivo: Plano de Eventos da Rede LideraGOV (2025-2028)**

A Rede LideraGOV necessita de um plano estruturado para manter seus egressos engajados e fortalecer a comunidade de liderança pública. Este documento propõe um **plano de eventos evolutivo (2025-2028)**, que se inicia com um **evento piloto nacional em 2025** e é seguido por um ciclo trienal (2026-2028). Fundamentado na metodologia TEvEP, o plano promoverá a consolidação regional, a integração nacional e a projeção internacional da Rede.

## 1 Objetivo Estratégico

Implementar um programa estruturado de eventos que fortaleça a Rede LideraGOV [...] por meio de **quatro marcos progressivos: um piloto nacional (2025)**, consolidação regional (2026), integração nacional (2027) e projeção internacional (2028).

Gráfico 01: Linha do tempo do Ciclo Trienal



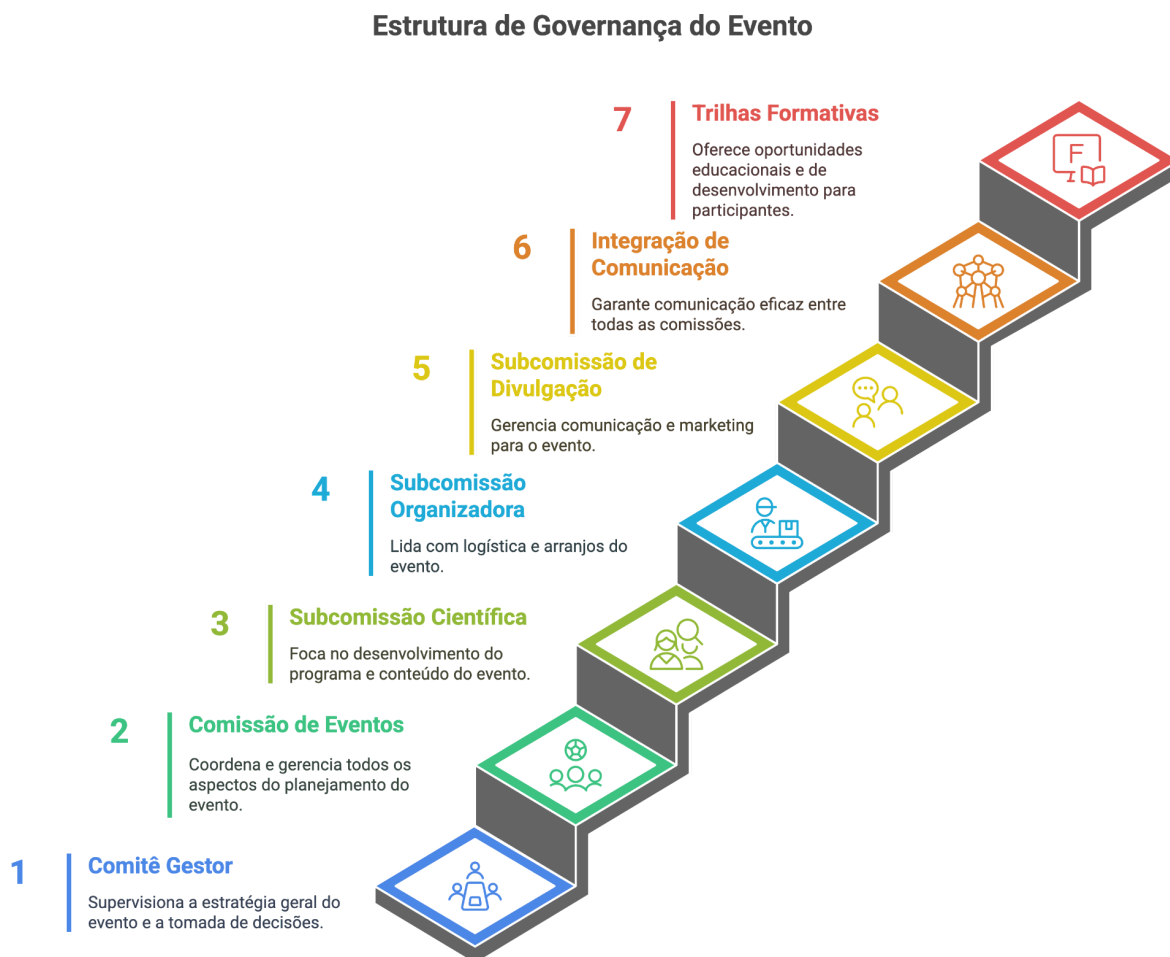
Fonte: Elaborado pelo autor

## 2 Metodologia e Estrutura Proposta

O plano baseia-se no método TEvEP (Tempo, Evento, Espaço, Pessoas), garantindo planejamento integrado que considera cronogramas adequados, espaços apropriados, propósitos claros e protagonismo dos participantes.

## 3 Estrutura Organizacional

Gráfico 02: Organograma de Governança





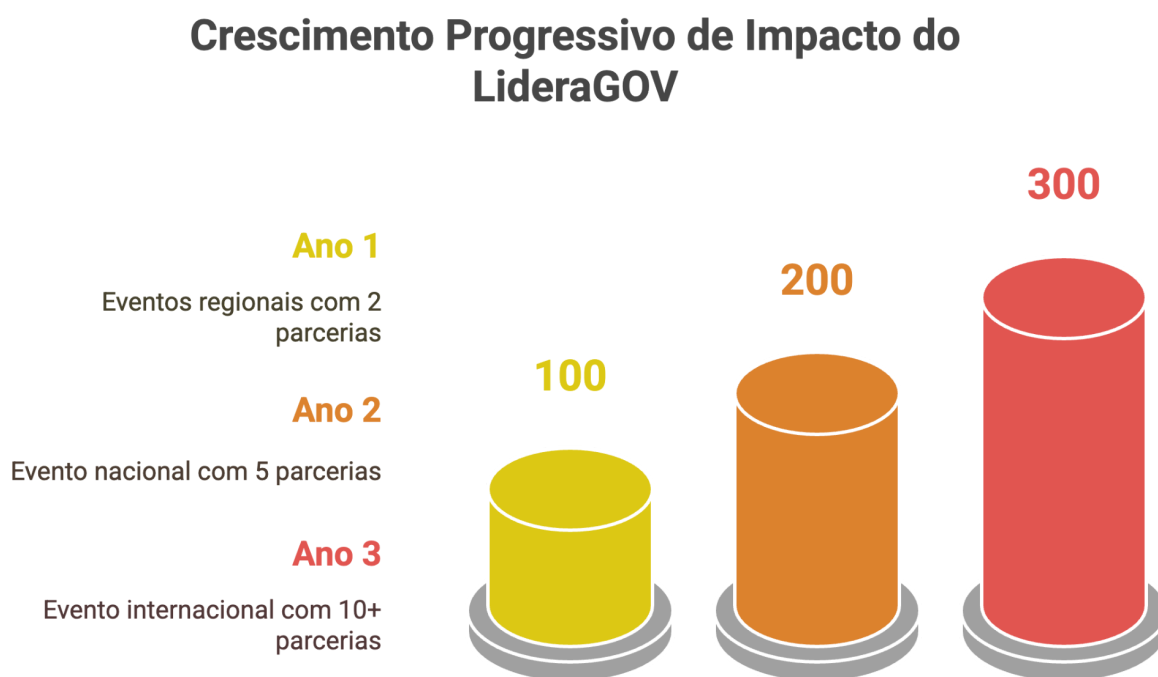
Fonte: Elaborado pelo autor

### 3.1 Ciclo de Eventos

- **Ano 0 (2025):** Evento Piloto Nacional para teste de formato e metodologia.
- **Ano 1 (2026):** Dois eventos regionais para consolidação territorial.
- **Ano 2 (2027):** Congresso Nacional de Inovação em Liderança Pública.
- **Ano 3 (2028):** Conferência Internacional com delegações estrangeiras.

## 4 Principais Resultados Esperados

Gráfico 03: Crescimento Progressivo de Impacto



Fonte: Elaborado pelo autor

#### **4.1 Impactos Quantitativos**

- Engajamento de 30% dos egressos regionais (Ano 1)
- Participação de 150-200 líderes no evento nacional (Ano 2)
- Alcance internacional com 300+ participantes e delegações estrangeiras (Ano 3)

#### **4.2 Impactos Qualitativos**

- Fortalecimento da identidade e coesão da Rede
- Criação de comunidade de prática ativa em inovação pública
- Posicionamento como referência nacional e internacional
- Desenvolvimento de parcerias estratégicas sustentáveis

## 5 Estratégia de Sustentabilidade

Gráfico 4: Ecossistema de parcerias



Fonte: Elaborado pelo autor

### 5.1 Financiamento Diversificado

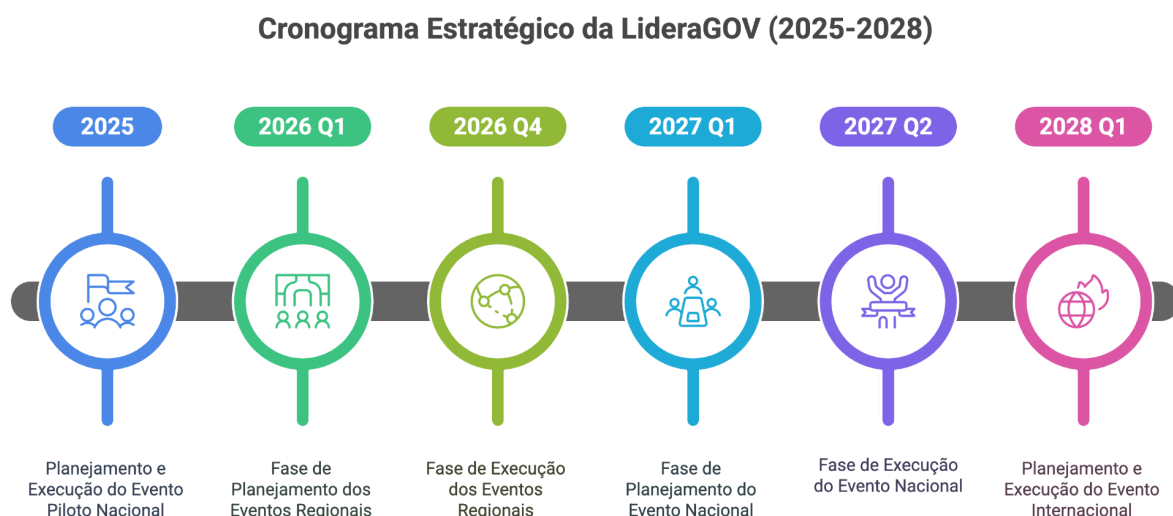
- **Parceria Institucional:** ENAP, PNUD, órgãos governamentais
- **Patrocínio Privado:** Empresas de consultoria, tecnologia govtech, bancos
- **Cooperação Internacional:** Embaixadas, organismos multilaterais
- **Otimização de Recursos:** Infraestrutura cedida, serviços compartilhados

## 5.2 Sustentabilidade Operacional

- Capacitação contínua da equipe organizadora
- Documentação e transferência de conhecimento
- Renovação geracional das lideranças da Rede
- Integração com trilhas formativas e comunicação estratégica

## 6 Cronograma de Implementação

Gráfico 05: Cronograma de Marcos Principais



Fonte: Elaborado pelo autor

### 6.2 Marcos Críticos

- **2º Semestre de 2025: Realização do evento piloto nacional.**
- **Janeiro 2026:** Aprovação do plano e instalação das comissões.

- **Maio/Setembro 2026:** Realização dos eventos regionais.
- **Outubro de 2027:** Congresso Nacional em Brasília, data estratégica para coincidir com a Semana do Servidor Público e o período de maior estabilidade do novo governo.
- **Março 2028:** Conferência Internacional LideraGOV.

## 7 Sistema de Avaliação e Monitoramento

Gráfico 06: Painel de indicadores chave



Fonte: Elaborado pelo autor

## 7.1 Indicadores de Sucesso

- **Engajamento:** Taxa de participação e crescimento da comunidade
- **Qualidade:** Avaliação de satisfação dos participantes (meta >4.0/5.0)
- **Sustentabilidade:** Cobertura orçamentária via parcerias e patrocínios
- **Impacto:** Projetos colaborativos e inovações geradas pós-eventos

## 8 Investimento e Recursos Necessários<sup>1</sup>

- **Eventos Regionais:** ~R\$ 30.000 cada (total R\$ 60.000)
- **Evento Nacional:** ~R\$ 150.000
- **Evento Internacional:** ~R\$ 300.000+
- **Total Ciclo:** Aproximadamente R\$ 500.000 ao longo de 3 anos

### 8.1 Estratégia de Captação

Modelo escalonado de cotas de patrocínio (Ouro, Prata, Bronze) combinado com parcerias institucionais para redução de custos através de cessão de espaços e serviços.

## 9 Recomendações e Próximos Passos

1. **Aprovação formal** do plano trienal pelo Comitê Gestor
2. **Designação** da Coordenação de Eventos e formação das subcomissões
3. **Definição** do tema anual para 2026
4. **Início** das tratativas para parcerias regionais

---

<sup>1</sup> Os valores são meramente estimativos e não substituem pesquisa de preço em sites governamentais

## 9.1 Fatores Críticos de Sucesso

- Comprometimento institucional de longo prazo.
- Articulação efetiva entre equipes (eventos, comunicação, trilhas).
- Captação bem-sucedida de recursos via parcerias.
- **Engajamento, envolvimento e reconhecimento dos egressos voluntários**, que são a força motriz do plano.
- Manutenção do engajamento contínuo de toda a Rede.

## 10 Conclusão Estratégica

O Plano Trienal de Eventos representa uma oportunidade única para transformar a Rede LideraGOV em uma comunidade de prática consolidada e influente. Com investimento progressivo e governança adequada, o ciclo proposto posicionará a Rede como referência nacional e internacional em desenvolvimento de lideranças públicas, gerando valor sustentável para o ecossistema de inovação governamental brasileiro.

A implementação exitosa deste plano estabelecerá um modelo replicável para outras redes de liderança pública, contribuindo significativamente para a modernização e aprimoramento da gestão pública no país.

## **PARTE 2: DETALHAMENTO DO PROJETO**



# Rede LideraGOV – Plano Trienal de Eventos

## Introdução

A Rede LideraGOV, comunidade de egressos de programas de liderança pública, enfrenta o desafio de manter seus membros engajados e alinhados com práticas inovadoras de gestão. Este relatório apresenta uma proposta estratégica e metodológica para um **ciclo trienal de eventos** – com encontros regionais no 1º ano, um evento nacional no 2º ano e um evento internacional no 3º ano – visando fortalecer a rede de forma **sustentada e evolutiva**. Precedendo este ciclo, será realizado em 2025 um evento piloto em escala nacional, que servirá como um laboratório para testar formatos e refinar a metodologia. Este piloto, a ser desenvolvido em uma potencial parceria com a iniciativa 'Líderes Cariocas', fornecerá aprendizados valiosos que embasarão o planejamento e a execução do triênio 2026-2028, garantindo que o ciclo principal se inicie com uma base de conhecimento prático já consolidada. Diferentemente de relatórios anteriores, o foco aqui está no **planejamento futuro**, embasado em lições aprendidas mas enfatizando iniciativas inéditas e propositivas. A contextualização histórica da Rede LideraGOV será breve, servindo apenas de base para justificar as diretrizes propostas.

Apesar de breve, a fundamentação histórica reforça o propósito original da Rede: fomentar a **liderança inovadora e colaborativa no setor público brasileiro**. Nos últimos anos, a rede realizou encontros pontuais e desenvolveu produtos (como planos de comunicação e parcerias) que embasam esta proposta (Resende, 2024). Com base nesse histórico e nas diretrizes pactuadas pelo Comitê Gestor, propõe-se agora um ciclo de eventos estruturado de forma incremental. Cada ano do ciclo trienal tem um **objetivo específico** – consolidar a rede regionalmente, nacionalmente e internacionalmente – e todos estão interligados por um **tema anual** unificador. Essa abordagem integradora busca garantir coerência nas ações formativas

(trilhas de aprendizagem), de comunicação e de eventos em cada ano, maximizando impacto e evitando esforços duplicados.

O método **TEvEP** (Tempo, Evento, Espaço, Pessoas) foi adotado como referência metodológica central, dada sua reconhecida eficácia em estruturar processos dinâmicos e colaborativos em redes complexas (Shana, 2019; Resende, 2022). Ao aplicar o TEvEP no planejamento dos eventos, assegura-se que cada encontro tenha um **propósito claro**, proporcione **conforto e engajamento aos participantes** e seja executado com **clareza organizacional** por parte da equipe. Esses princípios nortearão toda a concepção e execução do ciclo de eventos, alinhando-os aos valores e objetivos da Rede LideraGOV. Ademais, serão incorporados aprendizados de benchmarking nacionais e internacionais em gestão de comunidades de liderança, garantindo que o plano esteja **alinhado às melhores práticas** (Morrogh, 2024; Vaave, 2024). A seguir, detalhamos a fundamentação estratégica que orienta o plano, antes de mergulhar no planejamento trienal e nas propostas metodológicas e operacionais.

# 1. Fundamentação Estratégica

Nesta seção, delineamos os pilares estratégicos que sustentam a proposta. Incluímos breves referências à história da Rede, ao método TEvEP como arcabouço metodológico, e às tendências contemporâneas em formação de lideranças e eventos colaborativos.

## 1.1 Breve Histórico e Propósito da Rede

A Rede LideraGOV surgiu com o intuito de **manter vivo o aprendizado e a cooperação** entre servidores públicos líderes após a conclusão de programas formais de treinamento. Historicamente, a rede promoveu encontros e plataformas de interação que revelaram um forte interesse dos egressos em **continuar trocando experiências e atualizando conhecimentos**. No entanto, também ficaram evidentes dificuldades, como dispersão geográfica dos membros e limitações de recursos para atividades contínuas. Esses desafios reforçam a necessidade de um planejamento estruturado: a sequência de eventos aqui proposta busca responder diretamente a essas questões, promovendo **proximidade periódica** (nos eventos regionais e nacional) e **visibilidade ampliada** (no evento internacional). Em síntese, a Rede almeja consolidar-se como **comunidade de prática** de excelência em governança pública, e os eventos serão instrumentos-chave para esse fim.

## 1.2 Premissas Estratégicas do Ciclo de Eventos

Três premissas estratégicas orientam o ciclo trianual de eventos: **continuidade, inclusão e inovação**. A **continuidade** diz respeito a garantir que, ano a ano, os eventos se complementem, criando um fio condutor de desenvolvimento para a comunidade. A **inclusão** refere-se tanto à abrangência geográfica (com eventos regionais cobrindo diferentes áreas do país) quanto à diversidade de participantes e temas. Isso está alinhado a diretrizes modernas de liderança

pública: quanto mais diversa e inclusiva a participação, melhor a qualidade das decisões e iniciativas geradas (Public Service Commission NZ, 2024). Por fim, a **inovação** deve permear os formatos e conteúdos dos eventos, adotando metodologias ativas, tecnologias digitais e focos temáticos contemporâneos (como transformação digital, diversidade e inclusão, governança ágil, etc.), mantendo a Rede na vanguarda do setor público.

## 1.3 Integração com as Trilhas de Aprendizagem e Comunicação

Um diferencial estratégico desta proposta é a integração entre **eventos, trilhas formativas e comunicação**. A cada ano, o **tema anual** selecionado servirá de eixo central não apenas para o grande evento daquele período, mas também para orientar os conteúdos das trilhas de aprendizagem dos egressos e as campanhas de comunicação da Rede. Por exemplo, se “**Inovação e Diversidade**” for o tema escolhido para um dado ano, espera-se que os webinars, cursos ou comunidades de prática organizados pela trilha formativa abordem essa temática sob diversos ângulos, e que os boletins, podcasts ou posts da Rede também ressaltem cases e discussões ligadas a ela. Essa coordenação temática gera **sinergia** – os participantes têm múltiplas oportunidades de explorar o assunto-chave do ano e chegam ao evento principal já contextualizados e engajados. Tal mecanismo foi mencionado como fundamental nas orientações do comitê (item 8 do documento base), visando fazer do tema anual um fio condutor de todas as atividades. Além disso, a **integração das equipes** responsáveis (Comissão de Eventos, Comunicação e Trilhas) será formalizada (ver seção 5), garantindo reuniões regulares de alinhamento e planejamento conjunto. Isso assegura coerência e otimiza recursos, evitando que cada frente de trabalho atue isoladamente.

Figura 1: Integração estratégica em torno do tema atual



Fonte: Elaborado pelo autor

## 1.4 Referencial Metodológico: TEvEP

O método TEvEP (Tempo, Espaço, Evento, Pessoas) embasa a metodologia de planejamento aqui proposta. Desenvolvido no contexto de gestão de projetos e eventos, o TEvEP oferece uma estrutura simples porém poderosa para garantir que **todos os aspectos essenciais de um evento sejam considerados de forma integrada** (Shana, 2019). Seus quatro pilares podem ser traduzidos para orientações práticas no ciclo de eventos da Rede LideraGOV:

- **Tempo:** planejamento cuidadoso do cronograma, respeitando o tempo de preparação necessário e o tempo dos participantes. Cada evento será agendado com antecedência suficiente e em datas estratégicas (evitando conflitos com agendas governamentais importantes e levando em conta os ciclos de trabalho do setor público). Além disso, o tempo de duração de cada evento e de cada atividade interna será desenhado para

**maximizar engajamento e evitar sobrecarga.** Como diz o criador do método, “rico é quem tem tempo, e feliz é quem sabe usá-lo” – assim, o TEvEP preconiza priorizar o que realmente importa (Shana, 2019). Logo, os eventos focarão em conteúdos de alto valor e experiências significativas, otimizando o uso do tempo de todos.

- **Espaço:** cuidadosa preparação do espaço físico (ou virtual) dos eventos para gerar conforto, acolhimento e funcionalidade. Seja um auditório para 200 pessoas ou uma plataforma online, o **ambiente do evento** influencia diretamente a experiência (Eduardo Shana enfatiza que nosso entorno afeta desempenho – o espaço deve favorecer concentração e interação). Para eventos presenciais, isso implica escolher locais acessíveis, com infraestrutura adequada (tecnologia, conforto térmico/sonoro, mobiliário apropriado). Para interações virtuais ou híbridas, implica plataformas estáveis, interação amigável e suporte técnico. A proposta prevê a busca de locais de realização parceirizados (e.g., escolas de governo regionais no 1º ano, Escola Nacional de Administração Pública no evento nacional) para garantir espaços de qualidade com custos reduzidos via cooperação.
- **Evento:** o coração do TEvEP é tratar qualquer iniciativa como um evento que combina tempo, espaço e pessoas para um propósito. Aqui, cada encontro (seja um workshop regional de meio dia ou uma conferência internacional de dois dias) será planejado como um **projeto com objetivos claros, público definido e entregáveis**. Isso significa definir desde o início **qual é o propósito** daquele evento dentro do ciclo (ex.: nos regionais, conectar lideranças locais e coletar boas práticas; no nacional, difundir resultados e ampliar networking; no internacional, trocar experiências globalmente e projetar a Rede). Cada evento terá um **plano de trabalho** próprio, seguindo etapas que detalharemos na metodologia (Seção 4), desde a concepção do conteúdo até a avaliação pós-evento, sempre orientado ao objetivo proposto.
- **Pessoas:** o TEvEP distingue dois papéis fundamentais – o “**piloto**” (quem organiza/conduz) e as “**bolinhas**” (os participantes, com suas expectativas). No contexto LideraGOV, o “piloto” é a Comissão de Eventos e suas subcomissões, responsáveis por orquestrar tudo. As “bolinhas” são os egressos participantes, além de convidados

externos. A metodologia enfatiza **comunicação clara e construção de confiança entre piloto e participantes** (Carol Resende, ao aplicar TEvEP, destaca a colaboração e confiança como pilares do sucesso – Resende, 2022). Isso se traduz em manter os membros da Rede informados sobre o calendário, ouvir seus interesses para definir temas e atividades, e criar momentos de interação genuína durante os eventos (sessões participativas, oficinas, networking guiado). Garantir o protagonismo dos stakeholders – ou seja, envolver ativamente os egressos na concepção e realização de partes do evento, por exemplo através de chamadas para apresentação de cases ou composição de comissões locais – reforça o engajamento e o senso de pertencimento (Resende, 2022). Assim, a dimensão “Pessoas” do TEvEP assegura que **ninguém fique de fora e que todos se sintam parte da construção do evento**.

Em suma, o TEvEP fornecerá o **fio condutor metodológico** para o planejamento e gestão dos eventos da Rede LideraGOV. Sua abordagem interdisciplinar e estruturada permite integrar planejamento estratégico, logística e engajamento humano de forma equilibrada (Shana, 2019; Resende, 2022). A próxima seção aplicará esses conceitos ao desenho do **planejamento trienal**, detalhando o ciclo de eventos ano a ano.

Figura 2: Pilares do Método TEvEP para a Rede LideraGOV

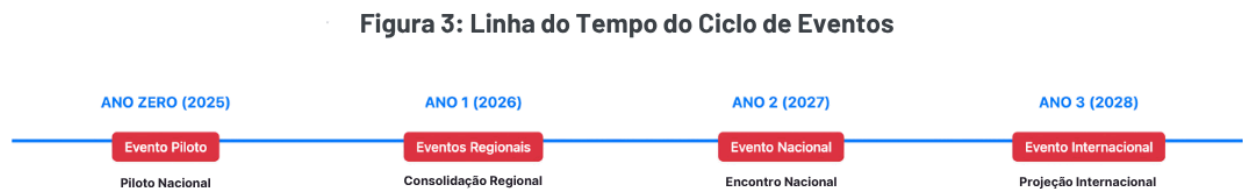


Fonte: Elaborado pelo autor

## 2. Planejamento Trienal de Eventos

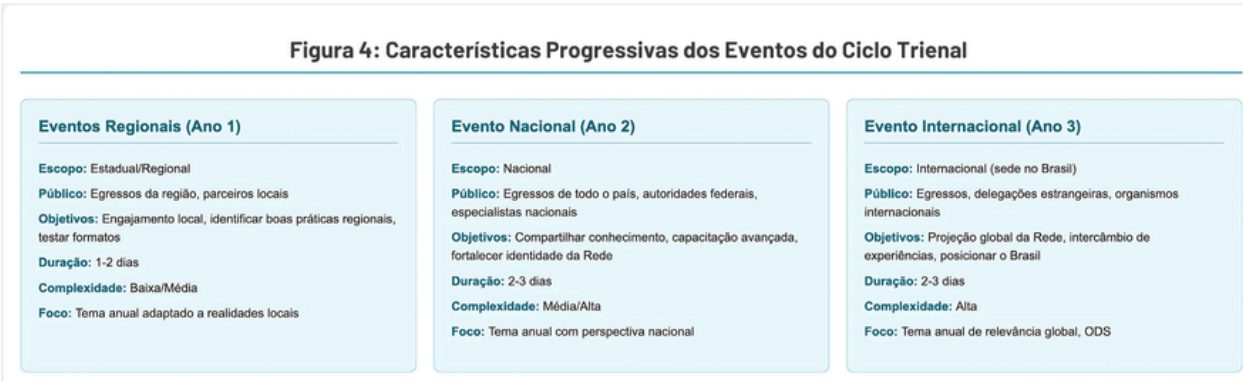
Esta seção descreve o ciclo de três anos de eventos, com as características e objetivos de cada etapa anual. A Figura 1 ilustra de forma esquemática o fluxo do ciclo, destacando os marcos principais em cada ano. (Figura 3: Linha do tempo do ciclo trienal de eventos – Ano 1 com eventos regionais, Ano 2 com evento nacional, Ano 3 com evento internacional).

Figura 3: Linha do tempo do ciclo trienal de eventos (2026-2028)



Fonte: Elaborado pelo autor

Figura 4: Características progressivas dos eventos do ciclo trienal



Fonte: Elaborado pelo autor



## 2.1 Ano Zero (2025) – Piloto Nacional

**Objetivo:** Realizar um evento piloto para testar o modelo de encontro nacional, validar metodologias de engajamento e aprofundar a colaboração com redes parceiras, servindo como base para o planejamento do ciclo trienal.

Antes de iniciar o ciclo trienal formal, o ano de 2025 será dedicado à realização de um evento piloto nacional. Este evento funcionará como um teste em ambiente real, permitindo à equipe organizadora experimentar formatos, logísticas e estratégias de comunicação em uma escala controlada.

Uma parceria estratégica será explorada com a iniciativa **Líderes Cariocas**, buscando sinergia e troca de experiências entre as redes. Este piloto permitirá não apenas testar a capacidade de mobilização da Rede LideraGOV, mas também medir o interesse e o formato mais adequado para um evento de porte nacional. Os aprendizados colhidos aqui — tanto os sucessos quanto os desafios — serão documentados e utilizados para refinar o planejamento dos eventos de 2026, 2027 e 2028.

## 2.2 Ano 1 – Consolidação Regional

**Objetivo:** Engajar a comunidade de egressos em nível regional, identificar lideranças locais e boas práticas, e preparar terreno para ampliações futuras. No primeiro ano do ciclo, a prioridade é **ativar a Rede LideraGOV regionalmente**, reconhecendo as peculiaridades e demandas de diferentes partes do país. Conforme acordado, serão realizados **dois eventos regionais, um por semestre**, cobrindo regiões distintas (por exemplo, um evento no Nordeste no primeiro semestre e outro no Sul no segundo semestre, de modo a abranger públicos diversos).

Cada evento regional terá duração aproximada de 1 a 2 dias e deverá reunir egressos dos estados da região, além de autoridades locais e parceiros estratégicos (como universidades, escolas de governo ou organizações internacionais com atuação regional). O formato pode ser de um **fórum regional de inovação em gestão pública**, incluindo painéis temáticos, oficinas

práticas e espaços de networking. Uma recomendação metodológica importante é que esses eventos adotem **dinâmicas participativas** – por exemplo, “rodadas de solução de problemas” onde os participantes co-criam soluções para desafios regionais. Isso garante alinhamento com a premissa de protagonismo dos membros da Rede (Resende, 2022) e gera conteúdo que pode ser aproveitado nos eventos subsequentes.

**Tema Anual:** Logo no início do Ano 1, o Comitê Gestor em conjunto com as comissões temáticas deverá definir o **tema central do ano** (ver Seção 4.3 sobre metodologia de escolha de temas). Supondo, para exemplificar, que se escolha o tema “**Transformação Digital e Governo Aberto**”, os eventos regionais poderão enfocar subtemas relacionados a essa pauta (adequados ao contexto local). Todas as comunicações do ano e atividades formativas (trilhas) tangenciarão essa temática, criando **coerência programática**.

**Recursos e Logística:** Os eventos regionais, por serem descentralizados, exigirão mobilização de recursos locais. Uma estratégia proposta é firmar **parcerias com governos estaduais ou consórcios regionais** para apoio logístico (cessão de espaço, equipamentos) e patrocínios de empresas locais interessadas em inovação pública. O relatório aponta a importância de buscar parceiros/patrocinadores desde o primeiro ano (item 9 das ações necessárias). Assim, já no Ano 1, serão mapeados potenciais patrocinadores regionais (por ex., empresas de tecnologia com atuação governamental) e apresentadas propostas de cota de apoio em troca de visibilidade nos eventos. Em termos de equipe, a organização local contará com voluntários da Rede na região (egressos que atuarão como pontos focais, integrando a Subcomissão Organizadora – vide seção 5) e suporte da Comissão de Eventos nacional para padronização de qualidade. O método TEvEP orientará a elaboração de checklists e planos de ação detalhados para cada regional, garantindo que **tempo, espaço, pessoas e objetivos do evento** sejam cuidadosamente alinhados.

**Resultados Esperados Ano 1:** Espera-se ao final do ano ter mobilizado uma parcela significativa dos egressos (meta indicativa: participação de pelo menos 30% dos membros da região em cada evento), coletado insumos valiosos sobre demandas e iniciativas regionais e fortalecido laços entre os membros. Além disso, os eventos regionais servirão como laboratório para aprimorar a metodologia e logística, preparando a equipe para desafios maiores. A avaliação

pós-evento (ver seção 9) medirá satisfação dos participantes, lições aprendidas e impacto imediato (como acordos de colaboração iniciados em decorrência do evento). Esses resultados alimentam o planejamento do evento nacional.

## 2.3 Ano 2 – Encontro Nacional

**Objetivo:** Reunir a Rede em âmbito nacional para compartilhar conhecimentos gerados nas regiões, promover capacitação avançada e fortalecer a identidade unificada do LideraGOV. No segundo ano, culminando o tema anual, será realizado um **grande evento nacional**, idealmente em Brasília (conforme já sugerido nas reuniões). O evento nacional será um ponto de convergência: trará representantes de todas as regiões (participantes e também organizadores regionais do ano 1), incluirá a apresentação das melhores práticas mapeadas nos eventos regionais e oferecerá painéis com especialistas de destaque nacional.

**Formato e Conteúdo:** Propõe-se que este evento nacional seja no formato de um **Congresso de Inovação em Liderança Pública**, com duração de 2 a 3 dias. A programação incluiria:

- **Cerimônia de abertura** com autoridades federais e representantes do PNUD/ONU (dado que a iniciativa tem vínculo com organismos internacionais).
- **Palestras magnas** sobre o tema anual (por exemplo, se o tema for Transformação Digital, convidar um especialista renomado, nacional ou estrangeiro).
- **Painéis temáticos** com gestores públicos apresentando cases de sucesso – inclusive aqueles identificados nos eventos regionais do Ano 1, garantindo reconhecimento e voz às iniciativas locais no palco nacional.
- **Trilhas de capacitação:** sessões simultâneas de oficinas ou minicursos relacionados às competências de liderança (em parceria com ENAP ou outras escolas). Isso integra o evento com a frente de **trilhas de aprendizagem** da Rede, reforçando o aprendizado contínuo (Lifelong Learning, conceito já adotado no Produto 3 da Rede).

- **Espaço de networking e mentoria:** áreas onde egressos podem interagir livremente, possivelmente com a presença de mentores (ex-líderes experientes) para aconselhamento de carreira no setor público.
- **Plenária final** para síntese do conhecimento compartilhado e indicações de próximos passos (inclusive sugestões de tema para o próximo ano, engajando participantes no processo).

**Tema Anual:** No Ano 2, mantém-se o mesmo tema definido no ano anterior ou redefine-se um novo? A proposta é que a cada ano haja **um novo tema**, de modo que o evento nacional tenha um foco específico. Por exemplo, se no Ano 1 o tema foi Transformação Digital, no Ano 2 o tema poderia ser “**Diversidade e Liderança Inclusiva**” – assunto mencionado como possível nas reuniões iniciais. Essa escolha será feita ao término do Ano 1, pelo Comitê Gestor com base em tendências e sugestões colhidas. A **metodologia de escolha de temas anuais** (Seção 4.3) prevê pesquisa com os egressos e análise de prioridades governamentais para embasar a decisão. Uma vez definido o tema do Ano 2, ele direcionará tanto os preparativos do evento nacional quanto as ações de comunicação e formação daquele ano. Assim, o congresso nacional de Ano 2 torna-se o ápice de um ano de atividades focadas no tópico escolhido, garantindo profundidade e relevância.

**Logística e Recursos:** Organizar um evento nacional de grande porte requer planejamento minucioso e recursos significativos. Com base no TEvEP, o **tempo** de planejamento para este evento começa já no início do Ano 2 (ou final do Ano 1), constituindo comissões específicas (Científica para conteúdo, Organizadora para logística, Divulgação para comunicação – ver estrutura na seção 5). A **escolha do espaço** recairá preferencialmente sobre Brasília por ser local central e por facilitar a articulação com órgãos federais; locais possíveis incluem auditórios de instituições parceiras (ENAP, IPEA, TCU etc.) para minimizar custos. Os **parceiros e patrocinadores** prospectados no Ano 1 devem ser engajados aqui: por exemplo, uma grande consultoria ou empresa de tecnologia pública pode patrocinar o evento (custeando coffee-breaks, material gráfico, transmissão online), e em troca ter espaço de exposição de marca. Também se buscará apoio de organismos internacionais (como representações da OCDE, Banco Mundial, etc.) principalmente para o conteúdo (trazer palestrantes) e eventual apoio financeiro

via projetos. A sustentação do evento nacional depende de combinar fontes: orçamento público (quando disponível), patrocínio privado e cooperação institucional. Por isso, a estratégia de sustentabilidade financeira (Seção 7) detalhará mecanismos como **quotas de patrocínio** e até uma **pequena taxa de inscrição** se necessário – lembrando que, conforme boas práticas, um valor simbólico pode ajudar no comprometimento dos inscritos sem impedir participação (Vaave, 2024 sugere que taxas modestas não afastam ex-alunos e cobrem custos extras).

**Resultados Esperados Ano 2:** O evento nacional deverá consolidar a Rede LideraGOV como uma comunidade ativa e influente. Espera-se a participação de um grande número de egressos (meta: pelo menos 150-200 participantes presencialmente, representando todas as regiões, além de transmissão online aberta para quem não puder vir). Os resultados incluem: um **relatório nacional de boas práticas** compilando as experiências apresentadas, o fortalecimento do **networking** nacional entre egressos (medido pelo surgimento de novos projetos colaborativos ou grupos temáticos pós-evento) e a **visibilidade** da Rede frente a altos gestores – importante para apoio político-institucional. Adicionalmente, o evento nacional servirá para lançar as bases do evento internacional do ano seguinte, por exemplo anunciando oficialmente a realização deste e gerando expectativas.

## 2.4 Ano 3 – Evento Internacional

**Objetivo:** Projetar a Rede LideraGOV internacionalmente, proporcionando troca de experiências com líderes públicos de outros países e posicionando o Brasil como referência em desenvolvimento de lideranças no setor público. No terceiro ano, o ciclo culmina em um **evento internacional de porte**, sediado no Brasil, mas com participação de delegações estrangeiras e organismos internacionais. Essa iniciativa alinha-se com a visão de ampliar horizontes da Rede e também atende à ambição de internacionalização mencionada no documento base.

**Formato e Conteúdo:** Prevê-se um evento de 2 a 3 dias com características de conferência global. Poderia ser denominado, por exemplo, “**Conferência Internacional Rede LideraGOV – Inovação e Liderança Pública Global**”. Alguns componentes essenciais:

- **Sessão de abertura de alto nível**, possivelmente com a presença de ministros ou do governador local anfitrião, além de representantes de organismos internacionais (PNUD, ONU, BID, etc.).
- **Delegações internacionais**: convidar países parceiros em administração pública (por exemplo, representantes de escolas de governo de países da OCDE, da comunidade CPLP – países lusófonos, e de referências regionais como Canadá, UK, etc.) para enviarem palestrantes ou painéis. O evento pode ser apoiado por uma organização como a ENAP ou Ministério da Gestão para formalizar esses convites bilaterais.
- **Prêmio LideraGOV**: introduzir, conforme sugestão do item 10, o prêmio LideraGOV no segundo e terceiro ano. Este prêmio poderia ser entregue durante as conferências nacionais e internacional, reconhecendo projetos de destaque conduzidos por egressos da Rede ou parceiros. As categorias e critérios devem ser definidos no Ano 2, mas poderiam incluir “Inovação em Política Pública”, “Liderança Emergente”, “Parceria de Impacto”, etc. O prêmio, além de reconhecer talentos, agrega prestígio e atratividade ao evento. **Benchmarking**: premiações são comumente usadas em conferências internacionais para incentivar inscrições de trabalhos e participação qualificada.
- **Mesas-redondas globais**: debates que comparem os desafios de liderança pública no Brasil com os de outros países, promovendo aprendizado mútuo. Por exemplo, uma mesa sobre “Liderança para a Transformação Digital” com um gestor brasileiro apresentando um case e um especialista de Estônia ou Coréia do Sul compartilhando suas experiências.
- **Workshops multilaterais**: sessões práticas onde equipes mistas (brasileiros e estrangeiros) discutem soluções para problemas comuns (ex.: inclusão de minorias no serviço público, combate à corrupção via tecnologia, etc.). Essa dinâmica reforça o networking internacional e pode gerar cooperações duradouras.
- **Visitas técnicas**: se logisticamente viável, incluir visitas a órgãos públicos locais de excelência (por ex., se o evento ocorrer em Brasília: visitas guiadas ao Ministério da Gestão e Inovação em Serviços Públicos, à ENAP, etc., mostrando iniciativas inovadoras in loco).

**Tema Anual:** No Ano 3, novamente será definido um tema que norteie as atividades. Considerando o perfil internacional, possivelmente um tema de interesse global. Exemplo: **“Liderança Pública para os ODS (Objetivos de Desenvolvimento Sustentável)”**, conectando com a Agenda 2030 da ONU. Isso permitiria sinergia com organismos da ONU e atrair casos internacionais alinhados. Novamente, a escolha ocorrerá no final do Ano 2, e todo o conteúdo de trilhas e comunicação no Ano 3 reforçará tal temática até culminar no evento. Dessa forma, o evento internacional terá conteúdo profundo e contextualizado, pois a Rede já terá maturado discussões no decorrer do ano.

**Logística e Parcerias:** Este será provavelmente o evento mais complexo do ciclo, exigindo **planejamento antecipado** (iniciado ainda no Ano 2) e uma forte rede de parcerias. A sede poderá ser Brasília (por facilitar apoio de ministérios e embaixadas) ou outra capital com infraestrutura internacional (São Paulo, Rio de Janeiro, etc., caso haja patrocínio local). A definição do local ocorrerá até metade do Ano 2 para já iniciar reservas de locais e negociações de apoio. Parcerias críticas incluem: o **Ministério das Relações Exteriores** (para facilitação de contatos com outros países e possivelmente apoio a passagens de delegações oficiais), a **ENAP** e outras escolas de governo estrangeiras (como co-organizadoras de sessões temáticas), organismos internacionais como PNUD, OCDE, CAF (que podem aportar recursos financeiros ou técnicos), e **patrocinadores privados globais** (empresas de consultoria, tecnologia governamental, bancos de desenvolvimento). A captação de patrocínio neste nível envolverá apresentação do evento nos fóruns apropriados já no Ano 2 (por exemplo, durante o evento nacional, prospectar interessados para o internacional).

Em termos de **espaço**, será necessária uma infraestrutura tipo centro de convenções ou grande auditório com capacidade ampliada (meta de público: 300+ pessoas). Além disso, devem ser previstos serviços de tradução simultânea, transmissão online internacional, material bilíngue, etc., o que demanda fornecedores especializados – esses detalhes estarão previstos no orçamento e plano logístico do evento. A Comissão de Eventos, junto com as subcomissões e equipes de apoio, deve se profissionalizar ao máximo para este momento. Considera-se, conforme item 14 dos pontos levantados, a possibilidade de uma **capacitação específica em TEvEP para a equipe de eventos** antes do Ano 3, caso haja disponibilidade de recursos. Tal capacitação funcionaria

como um **treinamento avançado** para assegurar que todos os membros da equipe dominem técnicas de planejamento e resolução de imprevistos, elevando a capacidade interna de gerenciamento do grande evento.

**Resultados Esperados Ano 3:** O sucesso do evento internacional será medido tanto em termos quantitativos (participação, número de países representados, cobertura de mídia) quanto qualitativos (satisfação dos participantes, acordos de cooperação gerados, aprendizagem percebida). Espera-se posicionar a Rede LideraGOV como **referência global em formação de lideranças públicas inovadoras**, algo que pode ser comprovado caso, por exemplo, resulte na assinatura de um Memorando de Entendimento entre a Rede e uma instituição estrangeira para intercâmbio de conhecimento. Adicionalmente, o evento deixará um **legado** para os anos seguintes: os materiais e conhecimentos compartilhados formarão um acervo, o prêmio LideraGOV consolidado poderá virar tradição a cada ciclo, e as parcerias estabelecidas abrirão portas para novos projetos internacionais da Rede. Ao término do Ano 3, encerra-se o ciclo proposto, cabendo ao Comitê Gestor e às comissões avaliarem o ciclo, institucionalizar aprendizados e então iniciar novo planejamento trienal – possivelmente ajustando o modelo conforme necessário para o próximo triênio.

### 3. Propostas Metodológicas para os Eventos

Nesta seção, apresentamos propostas metodológicas que orientarão a concepção e execução de cada evento do ciclo. Isso inclui tanto a **metodologia de planejamento** em etapas (inspirada no TEvEP e nas melhores práticas de gestão de projetos de eventos), quanto abordagens para definição de **temas anuais** e formatação inovadora das atividades de cada encontro. O objetivo é garantir que os eventos não sejam simplesmente reuniões tradicionais, mas sim **experiências de aprendizado e colaboração memoráveis**, conectadas aos propósitos maiores da Rede.



## 3.1 Etapas de Planejamento de Cada Evento (Ciclo TEvEP)

Seguindo os princípios TEvEP e frameworks de gestão de eventos, cada evento percorrerá sete etapas fundamentais de planejamento e execução:

1. **Concepção e Propósito:** Etapa inicial em que se define claramente **por que** o evento será realizado e **o que se pretende alcançar**. Aqui, elabora-se um *briefing* com objetivo geral, objetivos específicos, público-alvo, escopo (tamanho, duração) e métricas de sucesso preliminares. Por exemplo, no Evento Nacional do Ano 2, o propósito conceitual poderia ser “Compartilhar e difundir práticas inovadoras de liderança pública, fortalecendo a identidade da Rede LideraGOV e gerando recomendações para políticas públicas”. Essa clareza inicial é crucial – conforme TEvEP, definir objetivos claros transforma sonhos em realidade (Apostila TEvEP – Carol, p.20). Nessa fase, também já se considera como o evento se conecta com o tema anual e com os demais eventos do ciclo (coerência).
2. **Planejamento e Comissões:** Uma vez definido o escopo, estrutura-se a **governança do evento**. Institui-se a Comissão de Eventos responsável pelo evento específico e suas subcomissões (ver seção 5 sobre estrutura operacional). São atribuídas responsabilidades: coordenação geral, programação científica, logística, comunicação, etc. Também se elabora um **plano de trabalho** contendo cronograma macro até a data do evento e um checklist de atividades (inspirado no TEvEP, mapear recursos, gerenciar tempo, delegar tarefas e antecipar problemas são ações-chave – Carol Resende enfatiza aprender a delegar e antecipar obstáculos, Resende, 2022). Ferramentas práticas nessa etapa incluem o uso de **mapas mentais e cronogramas detalhados** (por exemplo, diagrama de Gantt) para visualizar todas as frentes de trabalho e suas interdependências.
3. **Captação de Recursos e Parcerias:** Com o desenho inicial pronto, inicia-se a mobilização de recursos necessários. Isso envolve fechar parcerias (instituições co-realizadoras, apoiadores) e **captar patrocínios**. Metodologicamente, sugere-se desenvolver um **kit do patrocinador** – documento com apresentação da Rede, alcance do evento, contrapartidas de visibilidade – para abordar potenciais financiadores. Além disso,

se o evento requer inscrição paga ou co-financiamento dos participantes (por exemplo, para custear viagem no evento internacional), este é o momento de estruturar tais mecanismos. Uma dica prática advinda de benchmarks é considerar **inscrições antecipadas com desconto** ou crowdfunding institucional (se cada órgão governamental custear a viagem de seus servidores egressos, p.ex.). Nessa etapa, a **logística grossa** também é fechada: reserva de local, bloqueio de data, contratação de serviços principais (tecnologia de transmissão, catering, tradução etc., conforme o caso).

4. **Desenho da Programação e Conteúdo:** Com a garantia de viabilidade, passa-se a detalhar o conteúdo. Aqui, a **Comissão Científica** (ou de programação) define o tema final do evento (se já não estiver dado pelo tema anual), lança *calls* para contribuições (por exemplo, convidar egressos a submeterem propostas de apresentação de projetos – fomentando envolvimento), confirma palestrantes e facilitadores. A programação deve buscar equilíbrio entre formatos: momentos expositivos, momentos interativos, tempos de intervalo para networking e atividades culturais ou de descontração. Aplicando conceitos modernos, podemos inserir **metodologias ativas**: world café, painéis estilo “fishbowl” (conversa circular com plateia participando), hackathons relâmpago (em eventos regionais, por ex., resolver um problema em 2h), entre outros. O importante é alinhar o formato ao público e objetivo – eventos de liderança devem **dar exemplo de liderança** também na forma de condução, evitando excesso de palestras unilaterais. Nesta fase, produz-se o **programa preliminar** e materiais de divulgação inicial (save the date, anúncio de keynotes etc.), pois conteúdo atraente ajuda inclusive na captação de recursos (etapa 3).
5. **Divulgação e Engajamento Pré-evento:** A etapa seguinte é promover o evento e engajar o público-alvo para garantir ampla participação. A **Subcomissão de Divulgação** implementará um plano de comunicação específico: envio de convites formais para autoridades, campanha nas redes sociais da Rede LideraGOV, uso da lista de e-mails dos egressos com teasers da programação, e mobilização dos parceiros para divulgarem em suas redes. Ferramentas do plano de comunicação estratégico da Rede serão ativadas – por exemplo, se houver podcast ou boletim mensal, estes canais destacarão o evento

próximo. Além da divulgação externa, é importante promover **engajamento prévio**: realizar *webinars preparatórios* ou fóruns de discussão online sobre o tema algumas semanas antes, para já aquecer os motores e envolver quem pretende participar. Isso segue a lógica de que o evento começa antes de seu dia oficial – uma comunidade engajada antes terá mais proveito durante (Morrogh, 2024 destaca que eventos bem-sucedidos têm planejamento cuidadoso e também preparo dos participantes). Todas as comunicações trarão informações claras de logística (data, horário, local ou link, como se inscrever) e reforçarão o propósito (“não perca a oportunidade de...”). Essa clareza organizacional é vital para conforto dos envolvidos – ninguém deve ficar em dúvida sobre como participar ou o que esperar.

6. **Execução do Evento:** Chegado o momento, a etapa de execução envolve a **coordenação in loco ou online** do que foi planejado. A chave aqui é seguir o roteiro planejado, mas com **flexibilidade para lidar com imprevistos**. Aplicando TEvEP, a equipe deve estar preparada com planos de contingência: ter folga de tempo entre sessões para acomodar atrasos, backups de apresentação e equipamentos, pessoas de apoio para encaminhar participantes, etc. Garantir o **conforto** de todos significa verificar itens como: receptivo eficiente no credenciamento, acessibilidade (ex.: tradução de libras, locais para PCDs), clima organizacional acolhedor (staff identificados e prestativos). Durante o evento, é recomendável usar técnicas de engajamento contínuo – por exemplo, enquetes em tempo real via aplicativo, mural para feedback ou perguntas. Assim os participantes se sentem parte ativa (Resende, 2022 enfatiza o protagonismo dos stakeholders, e aqui isso significa fazer com que a audiência interaja e contribua). Se for um evento híbrido (parte presencial, parte virtual, se adotado), deve-se dedicar atenção para que a experiência online seja tão rica quanto a presencial, evitando que participantes remotos se sintam excluídos. Estudos recentes indicam que **eventos híbridos ampliam significativamente o alcance e engajamento** quando bem executados (ElectroIQ, 2025 reporta que 80% dos organizadores consideram que híbridos aumentam o público e engajamento, e 63% veem mais oportunidades de networking). Portanto, sempre que possível, os eventos do ciclo terão alguma forma de participação virtual, ainda que o foco principal seja presencial –

isso garante inclusão de quem não pode viajar e até economiza recursos (híbridos podem reduzir custos e emissões em comparação a apenas presenciais, contribuindo para sustentabilidade também – ElectroIQ, 2025).

7. **Avaliação e Follow-up:** Finalizado o evento, inicia-se imediatamente a etapa de avaliação e continuidade. Aplicam-se pesquisas de satisfação (idealmente via formulário online enviado aos participantes no último dia ou logo após), coleta-se feedback das equipes e documenta-se todo o ocorrido (relatórios de participação, financeira, etc.). Essa avaliação servirá não só para prestar contas aos patrocinadores e ao Comitê Gestor, mas sobretudo para **aprender e aprimorar** – dentro do espírito de melhoria contínua. Itens a avaliar incluem: conteúdo (relevância, qualidade), logística (pontualidade, conforto, alimentação, etc.), utilidade percebida (se os participantes sentiram valor prático), e sugestões. Os indicadores definidos lá na concepção serão medidos aqui (por ex., % de egressos da região presentes, número de interações geradas, alcance online, mídia espontânea gerada). Em seguida, o **follow-up** envolve dar retorno aos participantes e manter o engajamento: divulgar um resumo ou *infográfico* dos principais resultados, disponibilizar gravações ou materiais apresentados, enviar certificados de participação se cabível. Além disso, aproveita-se para convidá-los às próximas iniciativas (criando já expectativa para o próximo evento no ciclo). No caso do último evento do ciclo (internacional), o follow-up inclui a transição para um novo ciclo – possivelmente anunciando a continuidade do programa de eventos para os anos seguintes, com base no sucesso obtido. Assim, fecha-se o ciclo com chave de ouro e já planta-se a semente do futuro.

Essa sequência metodológica, aplicada a cada evento e calibrada conforme a escala (regional, nacional, internacional), garantirá padronização e excelência. **Figura 2** a seguir apresenta um fluxograma simplificado dessas etapas de planejamento e execução, do planejamento inicial à avaliação final, evidenciando a natureza cíclica de aprendizado: cada evento informa melhorias para o próximo. (*Figura 5: Fluxograma das etapas de planejamento e realização de eventos segundo TEvEP e melhores práticas*).

Figura 5: Fluxograma das etapas de planejamento e realização de eventos



Fonte: Elaborado pelo autor

## 3.2 Formato e Inovações Metodológicas dos Eventos

Além das etapas de organização, é necessário inovar **no formato e metodologia** das atividades dos eventos para diferenciá-los e maximizar seu impacto. Algumas propostas metodológicas concretas a serem adotadas nos eventos Rede LideraGOV:

- **Aprendizado Ativo e Experiencial:** Ao invés de somente palestras tradicionais, privilegiar metodologias que engajem ativamente os participantes. Ex.: oficinas hands-on, simulações (um mini “jogo de políticas públicas” onde grupos precisam tomar decisões frente a um cenário fictício), estudos de caso em grupo com apresentação de soluções. Isso reforça a fixação do conteúdo e torna a experiência mais memorável e útil, em linha com o conceito de *andragogia* (educação de adultos orientada à experiência prática).

- **Espaços de Colaboração Coletiva:** Em cada evento, dedicar um momento para construção coletiva de algo. Por exemplo, no evento nacional, pode haver uma sessão “Hackeando Desafios da Gestão” onde participantes se dividem por temas e constroem planos de ação, cujo conteúdo é posteriormente compilado em um e-book da Rede **pela Subcomissão Científica, podendo servir de insumo para as Trilhas Formativas.**
- **Mentoria e Networking Estruturado:** Aproveitar que os eventos reúnem diversas gerações de líderes para promover mentoring flash (sessões rápidas onde líderes seniores conversam com jovens profissionais) e networking orientado. Uma técnica é o “Speed Networking” – encontros rápidos em rodadas para que todos conheçam novas pessoas – facilitando conexões que de outra forma dependeriam do acaso. Outra ideia é previamente mapear interesses dos participantes (via inscrição) e criar momentos onde pessoas com interesses ou desafios comuns se encontrem (com apoio de facilitadores).
- **Elementos Culturais e Inspiracionais:** Inovar também significa sair do script puramente técnico. Trazer elementos culturais (apresentações artísticas locais nos eventos regionais, por exemplo) para ambientar os participantes, e momentos inspiracionais – como depoimentos pessoais de líderes transformadores (storytelling de carreira). Tais elementos geram engajamento emocional, aumentando o senso de comunidade. Eventos de alumni bem-sucedidos muitas vezes incorporam celebração das conquistas dos membros para reforçar orgulho de pertença (Vaave, 2024).
- **Tecnologia Interativa:** Usar aplicativos de eventos ou plataformas interativas para enquetes em tempo real, perguntas do público via smartphone, quizzes sobre os temas discutidos com premiação simbólica para vencedores. Essa gamificação sutil mantém a energia alta e permite colher dados durante o evento (por exemplo, opinião sobre determinado assunto antes e depois de uma palestra, medindo impacto do conhecimento transmitido).
- **Sustentabilidade no formato:** Incorporar princípios de eventos sustentáveis, que também é uma inovação metodológica. Por exemplo, uso mínimo de papel (agenda e materiais digitais), incentivo a caronas ou transporte público para chegar ao evento, compensação de carbono (plantio de árvores correspondente às emissões do evento

nacional/internacional). Isso alinha-se à agenda ESG (ambiental, social e governança) e dá o exemplo que líderes públicos também devem se engajar nesses valores. A propósito, eventos híbridos são uma inovação que permite maior sustentabilidade – como apontado, podem reduzir a pegada de carbono em até 30% comparados a eventos 100% presenciais (ElectroIQ, 2025), portanto avaliar a conveniência de ter partes virtuais é não só estratégico como responsável ambientalmente.

Cada inovação proposta deve ser adequada ao contexto de cada evento (tamanho, perfil do público). A Comissão de Eventos terá um papel de curadoria metodológica – capacitando-se e buscando referências (benchmarking) de eventos semelhantes para incorporar ideias de sucesso. Por exemplo, consultar cases de conferências de alumni de escolas de governo de outros países pode render ideias interessantes (há relatos de programas de ex-alunos que fazem *leadership bootcamps* ou *policy hackathons* em seus encontros anuais). Essas referências internacionais podem ser usadas especialmente no evento internacional, aumentando sua qualidade e atratividade.

### 3.3 Escolha de Temas Anuais e Articulação com Trilhas

Conforme mencionado, um ponto central da estratégia é adotar **temáticas anuais** que orientem os conteúdos dos eventos e demais atividades da Rede. A escolha desses temas não deve ser arbitrária; propõe-se uma **metodologia participativa e baseada em evidências** para seleção:

- **Pesquisa com Egressos:** Ao final de cada ciclo anual (por exemplo, logo após os eventos regionais do Ano 1, ou após o nacional do Ano 2), aplicar uma breve pesquisa com os membros da Rede perguntando sobre quais temas ou desafios da gestão pública **mais os interessam ou preocupam no momento**. Essa coleta de opiniões traz legitimidade e ajuda a identificar assuntos quentes. Por exemplo, pode-se descobrir que “Gestão de

Crises e Resiliência” surge como tema demandado em virtude de eventos recentes (pandemia, crise econômica etc.).

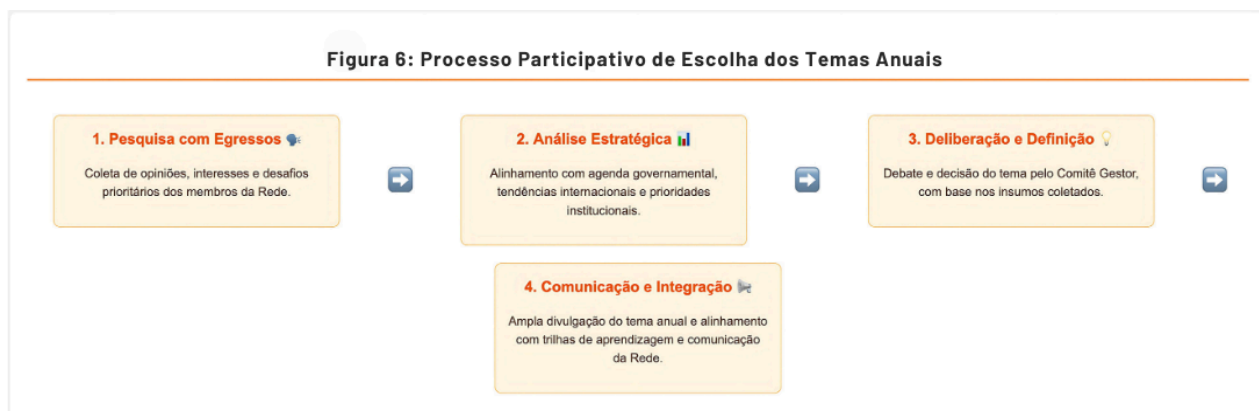
- **Alinhamento com Agenda Governamental:** Em paralelo à consulta interna, analisar documentos orientadores do governo (federal e estaduais) e tendências internacionais. Exemplo: a cada ano o Governo Federal define prioridades (digamos, transformação digital, sustentabilidade, inclusão). Se a Rede abordar um desses temas, aumenta a relevância institucional e possibilidade de apoio. Também monitorar tendências globais via relatórios da OCDE, ONU (ex.: a OCDE tem focado em integridade pública; a ONU em inovação para ODS).
- **Discussão em Comitê Gestor:** Munido desses insumos, o Comitê Gestor da Rede, que conta com representantes-chave, debate e define o tema. Idealmente, já se planejam **três temas (um para cada ano)** no início do triênio, para que haja lógica de evolução entre eles. Por exemplo, poderia-se adotar uma trilogia temática: Ano 1 – Inovação Tecnológica; Ano 2 – Gestão de Pessoas/Diversidade; Ano 3 – Cooperação Internacional e ODS. Essa sequência cobriria diferentes dimensões de liderança pública. Entretanto, também é viável decidir ano a ano para ajustar a temas emergentes.
- **Comunicação da Escolha:** Uma vez definido, o tema anual deve ser amplamente comunicado à Rede, com uma mensagem do Comitê Gestor explicando *por que* aquele assunto é importante. Isso estabelece um **contrato psicológico** com os membros: todos sabem que, naquele ano, terão várias oportunidades de debater e aprender sobre aquele tópico. As **trilhas de aprendizagem** (formação continuada) então alinham seus conteúdos. Por exemplo, se o tema for “Diversidade e Inclusão”, a trilha formativa pode ofertar mini-cursos sobre viés inconsciente, gestão inclusiva, e o podcast da Rede entrevista especialistas sobre políticas de inclusão, etc., criando convergência de esforços.
- **Eixo Central dos Eventos:** Nos eventos em si, o tema anual aparece em títulos de painéis, na seleção de palestrantes e cases, e até na identidade visual (slogan do evento). Isso torna o **branding** do evento forte e conectado com a comunidade. O item 8 das ações solicitava justamente um mecanismo para que o tema permeie trilhas e eventos – a



governança aqui descrita assegura isso, pois as comissões trabalharão de forma integrada sob orientação do Comitê Gestor.

- **Flexibilidade para Subtemas Regionais:** Especialmente para os eventos regionais do Ano 1, é interessante permitir variações do tema adaptadas ao contexto local. Por exemplo, se o tema nacional é “Inovação em Serviços Digitais”, um evento regional no Centro-Oeste pode focar “Inovação no Agronegócio Sustentável” (variando dentro do macro tema) enquanto o do Sudeste foca “Inovação na Gestão Urbana Digital”. Essa elasticidade mantém todos alinhados ao eixo comum, porém dá liberdade para relevância local. Os resultados de cada regional então retroalimentam a discussão nacional sob o guarda-chuva unificador.

Figura 6: Processo participativo de escolha dos temas anuais



Fonte: Elaborado pelo autor

Em termos de **benchmark**, muitas redes e programas de liderança adotam essa prática de tema anual ou bienal para orientar conferências. Por exemplo, a National School of Government no Reino Unido ao realizar seu Alumni Summit define um tema central como “Liderança Colaborativa em Tempos de Crise” (2021) e todo o conteúdo orbita isso. Essa prática aumenta a profundidade e evita abordagens dispersivas.

Concluindo, a metodologia de escolha de temas anuais aqui proposta garantirá **pertinência, participação e alinhamento estratégico**. Cada evento terá assim um contexto temático forte, reforçado pelas atividades contínuas da Rede, resultando em maior valor agregado aos participantes e maior potencial de legado (cada ano quase como um “volume” de conhecimento produzido sobre um assunto crucial da liderança pública).

## 4. Estrutura Operacional e Governança da Rede para Eventos

Para viabilizar o ambicioso plano trienal, é necessária uma estrutura operacional clara, com papéis e responsabilidades bem definidos, funcionando em rede de forma colaborativa. Esta seção apresenta a proposta de **organização em comissões e subcomissões**, bem como a integração dessas instâncias com a governança já existente da Rede LideraGOV. Além disso, aborda-se a divisão de funções entre participantes (voluntariado dos egressos, apoio institucional da ENAP/PNUD, etc.) e mecanismos de coordenação contínua.

### 4.1 Comitê Gestor e Coordenação Estratégica

No topo da estrutura está o Comitê Gestor da Rede LideraGOV, instância já existente e responsável pelas diretrizes estratégicas. O Comitê Gestor (composto por representantes da ENAP, PNUD e possivelmente líderes eleitos dos egressos) terá um papel fundamental como **principal apoiador, promotor e garantidor** do ciclo de eventos. Suas atribuições incluirão:

- Aprovar o plano trienal de eventos (este documento) e dar respaldo político-institucional para sua execução.
- Facilitar articulações de alto nível, por exemplo, contatar ministros ou governadores para apoio, aprovar uso de marca LideraGOV, entre outros.
- Monitorar periodicamente o andamento do planejamento (exigindo relatórios de progresso da Comissão de Eventos).
- Decidir sobre questões estratégicas pontuais, como confirmação de tema anual, aprovação de orçamento e captação de recursos, escolha da cidade do evento internacional, etc.
- Atuar como instância de resolução de conflitos caso haja impasses entre comissões.

O Comitê Gestor, entretanto, não deve microgerir os eventos, mas sim delegar e confiar nas comissões operacionais, dentro do espírito de rede colaborativa e empoderamento. Para garantir essa fluidez e um canal de comunicação direto, **um dos membros do próprio Comitê Gestor poderá ser designado como Ponto Focal** para a Comissão de Eventos. Esta pessoa atuará como um elo de ligação, garantindo suporte ágil e o alinhamento estratégico entre as decisões do Comitê e a execução do plano. Essa figura funciona como o “patrocinador do projeto” no jargão de gestão de projetos, com a missão de apoiar a equipe, remover barreiras e zelar pela visão estratégica, sem que isso represente uma nova função ou ônus para a equipe.

## 4.2 Comissão de Eventos e Subcomissões

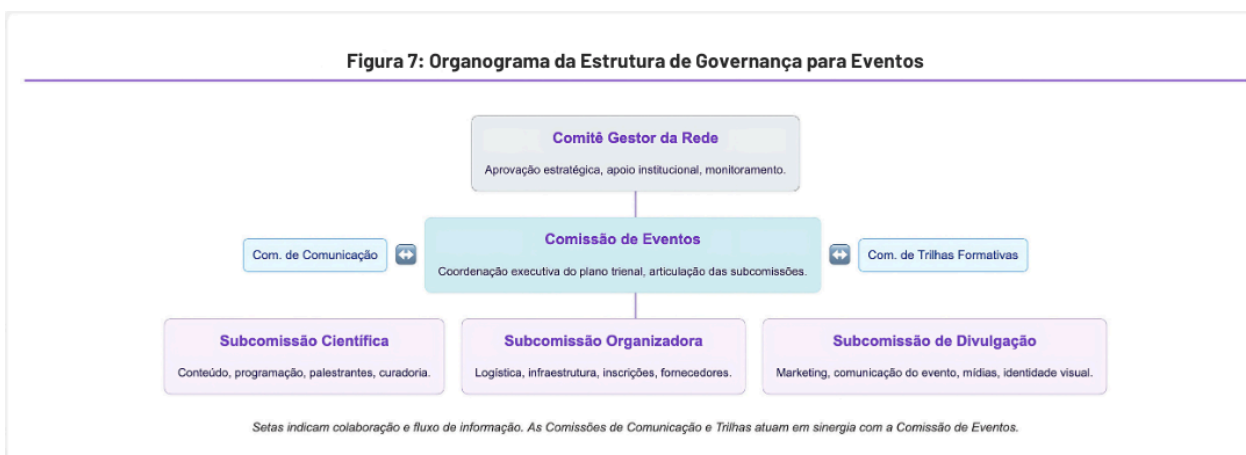
A **Comissão de Eventos** será o núcleo executor do plano de eventos. Recomenda-se que ela seja composta por um grupo representativo de egressos e eventualmente apoio de servidores da ENAP/PNUD que estejam dedicados ao projeto. Um tamanho de 10 membros chave é desejável, podendo ampliar conforme necessidade por evento. A Comissão de Eventos terá coordenação própria (um líder ou dois co-líderes) que articulam as subcomissões temáticas:

- **Subcomissão Científica (Programação):** Responsável pelo conteúdo programático dos eventos – definição de temas, convite de palestrantes, curadoria de apresentações, organização de publicações pós-evento. Normalmente formada por pessoas com perfil acadêmico ou de conteúdo, incluindo egressos com experiência em desenho instrucional ou gestores de conhecimento. Essa subcomissão assegura a **qualidade técnica** e relevância do que será apresentado, alinhando com o tema anual e objetivos de cada evento.
- **Subcomissão Organizadora (Logística):** Cuida de todos os aspectos logísticos e operacionais: reserva e preparação de local, equipamentos de áudio e vídeo, coordenação de inscrições e recepção, alimentação, transporte, hospedagem (se aplicável para convidados), entre outros. É recomendável que esta subcomissão inclua membros localizados nas regiões dos eventos (no caso dos regionais, grupos locais; no nacional e

internacional, equipe de Brasília ou da cidade-sede). Aqui entram também as funções de secretariado do evento (crachás, certificados, etc.). A subcomissão organizadora deve seguir checklists detalhados e coordenar fornecedores. **Nota:** Para apoio profissional, pode-se considerar, se houver verba, contratar um organizador de eventos terceirizado especialmente para o evento internacional – ainda assim, a subcomissão interna é necessária para direcionar e fiscalizar.

- **Subcomissão de Divulgação (Comunicação):** Encarregada de promover os eventos e documentar sua realização. Envolve marketing (convites, redes sociais, release para imprensa), design gráfico (identidade visual do evento, banners, apresentações templates), gestão de mídias (site do evento ou página dentro do portal LideraGOV, transmissão online). Idealmente, trabalha em estreita cooperação com a **Comissão de Comunicação** da Rede (já existente para o plano de comunicação estratégico). De fato, pode haver interseção de membros entre esta subcomissão e a Comissão de Comunicação geral, para garantir alinhamento de linguagem e uso otimizado dos canais da Rede.

Figura 7: Organograma para a estrutura de governança para eventos



Fonte: Elaborado pelo autor

Essas três subcomissões refletem as áreas críticas de trabalho e espelham o que foi citado no item 4 das ações (formação de comissões científica, organizadora, divulgação). Elas devem

atuar sincronizadas, sob coordenação geral da Comissão de Eventos. Visualmente, a estrutura pode ser representada em um **organograma**: Comitê Gestor no topo, abaixo dele a Comissão de Eventos, e abaixo desta as três subcomissões. Além disso, em paralelo à Comissão de Eventos, existem as outras comissões da Rede (Comunicação, Trilhas Formativas), com as quais a interação é contínua (setas laterais no organograma indicando colaboração transversal).

### 4.3 Integração entre Equipes (Eventos, Comunicação, Trilhas)

Para que o plano seja bem-sucedido, a **integração interequipes** deve sair do papel e ocorrer de fato. Algumas medidas propostas para isso:

- **Reuniões mensais integradas:** Pelo menos uma vez por mês (ou bimestre no início e aumentando a frequência conforme se aproximam os eventos), realizar uma reunião de alinhamento envolvendo os coordenadores da Comissão de Eventos, o responsável da Comissão de Comunicação e o responsável da Comissão de Trilhas Formativas. Nessas reuniões, atualiza-se o status do planejamento de eventos, verifica-se se as comunicações previstas estão sendo executadas (ex: lançamento de chamada de inscrição) e se as atividades formativas estão alinhadas (ex: curso preparatório oferecido antes do evento). Essa rotina garante sincronização e permite ajustes rápidos.
- **Documento Único de Plano Integrado:** Desenvolver e manter um documento síntese (pode ser uma planilha ou ferramenta online de gestão de projetos tipo Trello/Asana) que liste todas as ações do ciclo de eventos, junto com ações de comunicação e formação correlatas, com prazos e responsáveis. Por exemplo, se em março do Ano 2 está previsto um webinar sobre o tema anual (ação de trilha), isso consta lá, e também em maio a abertura das inscrições do evento nacional (ação de eventos) e uma campanha de anúncios (ação de comunicação). Ter tudo visível num só cronograma integrado ajuda cada equipe a apoiar a outra e visualizar interdependências.

- **Definição clara de interfaces:** No início do ciclo, formalizar quais entregas cada comissão faz para a outra. Exemplo: a Comissão de Eventos fornece à Comunicação o conteúdo (texto e imagens) para divulgação X semanas antes do evento; a Comunicação se compromete a publicar e promover; a Comissão de Trilhas por sua vez se compromete a inserir nos conteúdos dos cursos menções ao evento e incentivar participantes a comparecer. Essa contratualização interna (mesmo que informal) evita lacunas ou suposições incorretas.
- **Equipe de suporte compartilhada:** Se houver profissionais contratados (por ex. assessores de comunicação remunerados pelo projeto PNUD), deve-se designar parte de seu tempo para apoiar as demandas dos eventos – por exemplo, um designer gráfico para criar artes do evento, ou um analista para atualizar o site com as informações. Assim não sobrecarrega voluntários para tarefas mais técnicas. O mesmo vale para recursos de TI (como configuração de plataforma de inscrições ou streaming).

Essa integração reflete o item 6 das ações necessárias: garantir a **integração entre equipes de comunicação, trilha formativa e eventos**. Ao implementar esses mecanismos, a Rede evita silos e obtém sinergia – todos trabalham rumo a metas comuns, cada um contribuindo com sua expertise.

## 4.4 Participação dos Egressos e Voluntariado

Como uma rede de ex-alunos, o capital humano dos próprios membros é o seu ativo mais valioso. Portanto, o modelo operacional deve ir além de um convite genérico e promover um voluntariado estruturado e com propósito, focado em três pilares: envolvimento significativo, engajamento contínuo e reconhecimento de valor.

- **Envolvimento Significativo:** Os egressos serão envolvidos desde as fases iniciais do planejamento, garantindo que seu conhecimento e suas perspectivas moldem os eventos. As estratégias incluem: \* **Cocriação de Conteúdo:** Convidar voluntários a participarem ativamente

da Subcomissão Científica, ajudando a definir os temas anuais, a selecionar palestrantes e a desenhar as sessões interativas dos eventos.

- **Liderança de Frentes:** Designar egressos com habilidades específicas para liderar frentes de trabalho, com títulos claros que valorizem sua contribuição (ex: "Coordenador(a) Voluntário(a) de Parcerias Regionais"). Isso permite que apliquem e desenvolvam suas competências. \* **Comitês Regionais:** Nos eventos regionais, formar comitês locais com voluntários da região para cuidar de aspectos como a articulação com parceiros locais, a organização de visitas técnicas e a curadoria de elementos culturais regionais.
- **Engajamento Contínuo:** Para manter a motivação e o alinhamento, a comunicação com a equipe de voluntários será uma prioridade.
  - **Canais Exclusivos:** Criar canais de comunicação dedicados aos voluntários (como grupos em plataformas de mensagens ou na comunidade de alumni) para atualizações rápidas, troca de ideias e fortalecimento do espírito de equipe.
  - **Reuniões de Alinhamento:** Realizar reuniões periódicas e exclusivas com toda a equipe voluntária para compartilhar o andamento do planejamento, celebrar marcos alcançados e alinhar os próximos passos, garantindo que todos se sintam parte integrante do processo. \* **Banco de Voluntários:** Manter um cadastro ativo onde egressos possam indicar suas habilidades e áreas de interesse (comunicação, logística, captação de recursos, etc.), permitindo que a Comissão de Eventos acione as pessoas certas para as tarefas certas.
- **Reconhecimento de Valor:** O reconhecimento do trabalho voluntário será uma prática constante e visível, indo além de agradecimentos formais.
  - **Destaque na Comunidade:** Criar uma seção de "Voluntário(a) Destaque" na newsletter ou nas redes sociais da Rede, contando a história e a contribuição de voluntários-chave.



- **Networking Exclusivo:** Promover sessões de networking exclusivas para os voluntários com palestrantes de alto nível, mentores ou autoridades presentes nos eventos.
- \* **Reconhecimento Formal e Público:** Garantir que os voluntários e membros de comissões sejam devidamente reconhecidos com certificados de contribuição, agradecimentos nominais durante as cerimônias de abertura e encerramento dos eventos, e menção especial em relatórios e publicações.
- \* **Prêmio Rede LideraGOV:** Fortalecer a sugestão de criar uma categoria específica no Prêmio Rede LideraGOV para o "Maior Engajamento na Rede" ou "Voluntário(a) do Ano", celebrando publicamente as contribuições mais impactantes.

- 

## 4.5 Articulação Institucional

A estrutura operacional não atua isolada – ela deve se articular com instituições parceiras. Isso significa:

- **ENAP (Escola Nacional de Administração Pública):** Como idealizadora do programa LideraGOV, a ENAP pode oferecer infraestrutura (espaços em Brasília, plataformas de ensino para trilhas), assim como conteúdo (seus formadores como palestrantes) e até apoio logístico (mobilização de sua rede). Um acordo formal com a ENAP deve ser buscado para que ela seja co-realizadora institucional do evento nacional e internacional.
- **Órgãos Públicos Federais e Estaduais:** A Rede deve se vincular a eles não só via patrocínio, mas também para engajar seus servidores e obter liberações de participação. Exemplo: oficializar órgãos onde egressos trabalham, convidando-os a permitir que aqueles egressos participem dos eventos em horário de trabalho, dado o caráter formativo. Essa sinalização institucional aumenta adesão e reconhece o valor do evento como capacitação.
- **Instituições Internacionais (PNUD e outras):** Manter O Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento informado e envolvido – eles podem ajudar na ponte com outros países e trazer metodologias internacionais. Outras agências da ONU ou cooperação

bilateral (GIZ alemã, AFD francesa, etc.) podem ser envolvidas, seja como fonte de conteúdo ou recursos.

Em resumo, a estrutura operacional proposta – Comitê Gestor no estratégico, Comissão de Eventos e subcomissões no tático-operacional, integradas com comunicação e trilhas – configura uma **governança matricial colaborativa**, apta a implementar o plano. Essa forma de organização segue princípios modernos de gestão de projetos em rede, distribuindo liderança e envolvendo stakeholders (Shana, 2019 enfatiza que planejamento eficaz requer clareza de papéis e colaboração não-linear). Com essas engrenagens estabelecidas, o próximo passo é detalhar o cronograma e plano de ação, garantindo execução dentro das realidades de recursos disponíveis.

## 5. Cronograma de Execução

Uma vez definidas as estratégias e estrutura, é essencial apresentar um **cronograma realista** para implementação do plano trienal de eventos. O cronograma a seguir está dividido por ano e principais marcos, contemplando tanto os eventos em si quanto preparativos e ações correlatas. Ele respeita as limitações de recursos e tempo da equipe, conforme requerido (ação 15: calendário realista), e alinha-se com eventos já programados pelo LideraGOV ou outras agendas (ação 16: alinhar datas).

### Ano Zero - 2025: Piloto Nacional:

#### 2º Semestre de 2025:

- **Mês 7-8:** Formalização da parceria com 'Líderes Cariocas' e definição do escopo do evento piloto. Formação de um comitê organizador conjunto.
- **Mês 9:** Planejamento detalhado do evento (local, data, programação, convidados). Lançamento do "save the date".
- **Mês 10:** Divulgação e abertura das inscrições para o evento piloto.
- **Mês 11:** Realização do Evento Piloto Nacional. Coleta intensiva de feedback e avaliação.
- **Mês 12:** Elaboração do relatório de lições aprendidas do piloto para subsidiar o planejamento de 2026.

### Ano 1 – Eventos Regionais:

- **Mês 1:** Aprovação formal do Plano Trienal pelo Comitê Gestor; definição do Tema do Ano 1; instalação da Comissão de Eventos e subcomissões.
- **Mês 2-3:** Planejamento detalhado do 1º Evento Regional (Região 1); parceria com governo local confirmada; lançamento de comunicação “*save the date*” para egressos da região. [**Obs:** evitar choques com calendário do programa LideraGOV 2026 – por

exemplo, se há módulos presenciais do programa ocorrendo, não marcar eventos regionais simultâneos].

- **Mês 4:** Captação de patrocínios regionais; convite e confirmação de palestrantes locais; abertura de inscrições do 1º Regional.
- **Mês 5: Evento Regional 1** (exemplo: Recife – abrangendo Nordeste) realizado no fim de maio. (Alinhar para não coincidir com, por ex., Marcha a Brasília de Prefeitos ou grandes feriados). Avaliação do Evento Regional 1 coletada imediatamente.
- **Mês 6:** Análise de lições aprendidas do 1º evento; ajustes no planejamento do 2º Evento Regional. Divulgação de resultados do 1º evento para toda Rede (newsletter).
- **Mês 7-8:** Preparação do **Evento Regional 2** (Região 2, exemplo: Porto Alegre – Sul) com estrutura espelhada; intensificar divulgação nacionalmente convidando interessados de outras regiões também, se houver vagas.
- **Mês 9:** Realização do **Evento Regional 2** (início de setembro idealmente, evitando semanas próximas a eleições ou feriados de 7 de Setembro). Aplicação de avaliação.
- **Mês 10:** Consolidação das experiências dos regionais em um relatório síntese; reunião do Comitê Gestor para escolher **Tema do Ano 2** com base nas tendências observadas e sugestões colhidas nos regionais. Início do planejamento do Evento Nacional (reserva de local em Brasília, por exemplo).
- **Mês 11-12:** Captação inicial de patrocínio para evento nacional (contatando empresas que apoiaram regionais e novos parceiros maiores). Calendário preliminar de 2026 fechado, evitando conflito com eventos do governo (ex: provavelmente marcar o nacional para maio 2026, considerando que segundo semestre 2026 tem eleições municipais, o que poderia dificultar participação de servidores). Equipe de Trilhas inicia programação de cursos alinhados ao novo tema anual definido.

## **Ano 2 – Evento Nacional:**

- **Mês 1-3:** O planejamento detalhado do evento tem início, **guiado pela metodologia TEvEP para garantir a integração de todas as frentes de trabalho**. As comissões são

renovadas, se necessário. O tema do Ano 2 é confirmado publicamente e é lançada a identidade visual do evento nacional.

- **Mês 4:** Abertura da chamada de trabalhos e cases para que os egressos possam submeter propostas e contribuir com o conteúdo do evento.
- **Mês 5:** Seleção dos cases e palestras recebidos na chamada e finalização da programação preliminar do evento.
- **Mês 6: Momento estratégico para capacitação e benchmarking.** Se houver viabilidade, este mês é ideal para realizar a **capacitação em TEvEP para a equipe de eventos**, preparando o time para o desafio do evento internacional do ano seguinte. Em paralelo, avalia-se a possibilidade de uma **missão de benchmarking**, com o envio de representantes da Rede para observar eventos de liderança internacionais e realizar networking preparatório.
- **Mês 7-8:** Início do período de inscrições. Inicia-se a mobilização de órgãos públicos, oficiando ministérios e secretarias sobre o evento para obter apoio institucional e liberação de servidores.
- **Mês 9:** Sprint final de preparação: confirmação final de palestrantes, fechamento das cotas de patrocínio e parcerias. A equipe de logística realiza a vistoria do local, testa equipamentos e finaliza a contratação de serviços. Lançamento de uma campanha de contagem regressiva nas redes sociais da Rede.
- **Mês 10: Evento Nacional realizado no final de outubro**, alinhado à Semana do Servidor Público. A data é estratégica por ocorrer após o período de transição do novo ciclo de governo. Imediatamente após, é enviada uma pesquisa de satisfação aos participantes.
- **Mês 11:** Follow-up do evento nacional, com divulgação de resultados, relatórios e gravações para a rede e stakeholders. O Comitê Gestor inicia as tratativas para o evento internacional.
- **Mês 12:** Recesso e balanço do ano, com revisão do andamento do cronograma geral e planejamento das pendências para o ano seguinte.

### Ano 3 – Evento Internacional:

- **Mês 1:** Campanha intensiva internacional: criação de website bilíngue do evento, envio de convites formais finais a palestrantes internacionais, solicitação de indicações de painelistas a parceiros (OCDE, CLAD, etc.). Continuação da captação de patrocínio (nesta altura, fechamento das últimas cotas).
- **Mês 2:** Finalização da programação detalhada, incluindo logística de cerimônias e protocolo (coordenar com cerimonial do governo se autoridades de alto escalão confirmadas). Tradução de materiais. Subcomissão Organizadora fecha contratações de interpretação simultânea, catering internacionalizado, esquema de segurança (caso autoridades estrangeiras de alto nível participem).
- **Mês 3:** Últimos testes e confirmações. Realização da **Conferência Internacional LideraGOV** (exemplo: fim de março de 2027). Evento ocorre conforme planejado, com equipe ampliada atuando. Provavelmente a maior parte da Comissão de Eventos e voluntários estará mobilizada nos dias, possivelmente com apoio de staff profissional terceirizado para suporte. Entrega do Prêmio LideraGOV na cerimônia de encerramento.
- **Mês 4:** Pós-evento: coleta de feedbacks internacionais (importante enviar formulários em inglês/espanhol também), reunião de toda equipe para *debriefing* e documentação de resultados. Publicação do relatório final trienal da Rede LideraGOV, contendo resumo dos 3 anos, os impactos e recomendações.
- **Mês 5: Apresentação ao Comitê Gestor** e demais interessados (talvez em evento de encerramento do projeto PNUD) dos resultados do ciclo. Este é o momento da prestação de contas: mostrar que as ações do Produto 4 foram implementadas com sucesso e quais legados ficam. Eventualmente, passar bastão para uma nova gestão ou novo ciclo, conforme o futuro da Rede.
- **Mês 6 em diante:** Início de planejamento de um próximo ciclo (se assim decidido), incorporando as lições aprendidas e possivelmente dando continuidade às parcerias estabelecidas. Caso se encerre aqui, garantir a **sustentabilidade do conhecimento** – manter os materiais acessíveis, repositório de vídeos, para que a Rede continue se beneficiando.

## 6. Parcerias e Sustentabilidade

A perenidade e sucesso do ciclo de eventos dependem fortemente de parcerias bem estabelecidas e de um plano de sustentabilidade – tanto financeira quanto operacional. Nesta seção, delineamos estratégias para **buscar parceiros e patrocinadores**, formas de manter a **sustentabilidade financeira** do programa de eventos e considerações sobre sustentabilidade ambiental e institucional.

Figura 8: Dimensões da sustentabilidade dos eventos da Rede LideraGOV



Fonte: Elaborado pelo autor

### 6.1 Estratégia de Parcerias Intersectoriais

Conforme destacado inclusive em notícias recentes sobre inovação no Brasil, a **cooperação intersectorial é fundamental para transformar conhecimento em soluções inovadoras** (FGV, 2025). A Rede LideraGOV deve se posicionar como uma iniciativa que agrega governo, academia, setor privado e sociedade civil em prol de uma melhor gestão pública. Portanto, delineamos parcerias em várias frentes:

- **Órgãos Governamentais (Executivo, Legislativo, Judiciário):** Parcerias com escolas de governo (ENAP, Escolas estaduais de governo) para co-organização de eventos regionais

e nacional. Parcerias com assembleias legislativas ou câmaras municipais (por exemplo, usar o auditório da Assembleia de um estado para um evento regional, atraindo também parlamentares locais ao debate). Também engajar Tribunais de Contas e órgãos de controle, que podem contribuir com conteúdo (seminários) e apoiar participação de seus servidores. Tais parcerias trazem legitimidade institucional e possivelmente recursos (uma Assembleia pode custear coffee-break, por exemplo).

- **Organismos Internacionais e Embaixadas:** Além do PNUD, identificar outras agências da ONU (UNESCO se o tema for educação, ONU Mulheres se tratar de diversidade, etc.) e bancos multilaterais (Banco Mundial, BID) que tenham interesse em apoiar liderança e inovação no setor público. Embaixadas de países com histórico de cooperação (EUA, Canadá, Reino Unido, Alemanha, etc.) poderiam patrocinar palestrantes ou sessões temáticas, via seus fundos de pequena escala para eventos. A conferência internacional oferece uma ótima oportunidade para embaixadas exibirem suas iniciativas – capitalizar isso nos convites.
- **Academia e Think Tanks:** Universidades (especialmente aquelas com cursos de Administração Pública, Ciência Política) e think tanks (como FGV, CLP – Centro de Liderança Pública, etc.) podem ser parceiros técnicos. Isso pode ocorrer por meio de memorandos de entendimento para intercâmbio de pesquisas, co-criação de conteúdos para eventos (por ex., FGV ajuda a desenhar um painel de alto nível). Essas instituições também costumam ter patrocinadores que podem se interessar, e ampliam a divulgação para público acadêmico.
- **Iniciativa Privada (Patrocínios):** Identificar empresas cujo negócio se relaciona com gestão pública ou desenvolvimento de lideranças: consultorias (Deloitte, PwC – muitas têm iniciativas de setor público), empresas de tecnologia govtech, bancos públicos ou privados (Banco do Brasil, BNDES, etc., que têm interesse em modernização do setor público), startups de govtech, e até grandes empresas que investem em ESG e podem ver valor em apoiar liderança pública (p.ex., uma empresa de energia patrocinando debates sobre sustentabilidade em políticas públicas). A elas podem ser oferecidos **planos de cota de patrocínio:**



- o Cota Ouro: investe valor X e recebe destaque de logo em todos materiais, espaço para palestra institucional de 15 min, estande no evento, número de inscrições cortesia, etc.
- o Cota Prata: valor Y (menor) com exposição moderada e alguns benefícios.
- o Cota Bronze: apoio menor, com logo em materiais de menor destaque.

Figura 9: Ecossistema de parcerias estratégicas da Rede LideraGOV



Fonte: Elaborado pelo autor

Esse modelo é comum em eventos e facilita a captação escalonada. Importante atentar que, por se tratar de ambiente público, é preciso transparência e cuidado para não associar a Rede a empresas de forma inadequada. Por isso, a aprovação do Comitê Gestor sobre patrocinadores é mandatória (evitar quaisquer conflitos de interesse).

- **Sociedade Civil e ONGs:** Organizações não governamentais que atuam em governança pública (ex.: Transparência Internacional, Observatórios Cívicos) podem colaborar oferecendo conteúdo, e em troca se beneficiam da visibilidade e network. Além disso, podem ser parceiras para buscar recursos via editais e grants. Exemplo: uma fundação filantrópica como Fundação Lemann ou Ford Foundation pode apoiar iniciativas de

inovação governamental e talvez conceder apoio financeiro se o projeto de eventos estiver alinhado a seus objetivos (vale mapear editais disponíveis a cada ano).

A chave da parceria é o **ganha-ganha**: mostrar para cada potencial parceiro o que ele ganha apoiando a Rede. Seja reputação (associar-se a um projeto da ONU e governo), seja networking (contato com centenas de líderes públicos), seja cumprimento de sua missão (no caso de ONGs e agências). O relatório do Produto 4 enfatiza a busca de parceiros/patrocinadores (ação 9) e esse plano abraça totalmente essa recomendação.

## 6.2 Sustentabilidade Financeira

Para manter o ciclo de eventos realista e executável, é preciso um plano de financiamento sustentável ao longo dos três anos:

- **Orçamento Base:** Verificar se há alguma dotação vinda do contrato PNUD ou do órgão gestor para apoio inicial. Muitas vezes projetos com PNUD têm verba para capacitações ou eventos específicos. Se sim, alocar esses recursos com parcimônia nos pontos críticos (talvez cobrir custos do evento nacional, por exemplo, enquanto busca-se externo para o internacional).
- **Patrocínios e Apoios:** Conforme detalhado acima, estruturar desde cedo a carteira de patrocinadores. Idealmente, conseguir **compromissos plurianuais** – por exemplo, uma empresa ou instituição que tope apoiar todos os anos (talvez escalando sua contribuição nos eventos maiores). Uma alternativa é vincular patrocínio a conteúdos: empresa X patrocina a publicação dos anais do evento, outra patrocina a conferência em si. Diversificar a base de patrocinadores dilui riscos de algum desistir.
- **Inscrições Pagas (se aplicável):** A Rede LideraGOV inicialmente prezou pela gratuidade de participação dos egressos em suas atividades. Mantemos essa premissa para a maioria das situações, por se tratar de formação de servidores (que já é contrapartida de terem passado por seleção etc.). Entretanto, para o **evento internacional**, considerando custos

elevados, pode-se cogitar uma **taxa de inscrição** para participantes não egressos (por ex., se abrir a conferência para outros servidores interessados ou público externo, esses pagariam uma taxa, enquanto egressos teriam gratuidade). Ou ainda, cobrar uma taxa simbólica dos egressos que forem participar presencialmente do internacional, especialmente se não estiverem mais na administração pública e vierem via outros vínculos. Estudos mostram que uma pequena taxa não inibe participação e ajuda no orçamento (Vaave, 2024 menciona isso em contexto de alumni universitário). Essa decisão deve ser calibrada: preferencialmente buscar cobrir tudo via patrocínio, mas ter a opção de cobrança se necessário.

- **Uso de Infraestrutura Gratuita:** Reduzir despesas aproveitando locais e serviços gratuitos dos parceiros governamentais. Como exemplificado: auditórios cedidos sem custo, sistemas de videoconferência oficiais ao invés de contratar, designers da instituição apoiando na comunicação. Cada item economizado conta para a sustentabilidade. Essa otimização tem limite (não sacrificar qualidade), mas faz parte do esforço.
- **Planejamento de Contingências:** Incluir sempre uma margem de contingência de pelo menos 10-15% nos orçamentos de cada evento, para surpresas. Também, se um evento gastar menos por sucesso de economia, guardar a sobra para o próximo (fundo acumulativo, ainda que informal). O cronograma foi pensado para os eventos irem crescendo em custo – regionais menores, nacional médio, internacional maior – então poupar nos primeiros ajuda no último.
- **Transparência Financeira:** Para sustentabilidade de confiança, manter livros financeiros abertos, prestar contas claras ao Comitê Gestor e patrocinadores do uso do dinheiro. Isso assegura continuidade: patrocinadores satisfeitos com retorno e transparência continuam investindo, órgãos públicos vendo valor podem institucionalizar apoio futuro. Recomenda-se inserir no relatório final de cada evento um anexo com demonstrativo simples de receitas e despesas, aumentando a credibilidade do processo.

Figura 10: Modelo de cotas de patrocínio (exemplo)

Figura 10: Modelo de Cotas de Patrocínio (Exemplo)

Bronze	Prata	Ouro
Investimento: Valor Z	Investimento: Valor Y	Investimento: Valor X
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Logo em materiais de menor destaque</li> <li>✓ Agradecimento público</li> <li>✓ 1 Inscrição cortesia (eventos pagos)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Logo em destaque moderado</li> <li>✓ Menção em redes sociais</li> <li>✓ Estande pequeno (se aplicável)</li> <li>✓ 2 Inscrições cortesia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Logo em destaque máximo em todos materiais</li> <li>✓ Palestra institucional (curta)</li> <li>✓ Estande premium</li> <li>✓ 4+ Inscrições cortesia</li> <li>✓ Menção especial na abertura/encerramento</li> </ul>

*Nota: Valores e contrapartidas exatas a serem definidos pela Comissão de Eventos.*

Fonte: Elaborado pelo Autor

Em termos de valores exatos, não detalhamos aqui pois depende de levantamentos (que podem ser feitos em fase posterior). Mas qualitativamente, um evento regional pode ser feito com orçamento bastante reduzido (se local gratuito, custos limitados a coffee break e material, possivelmente < R\$30 mil cada). Um evento nacional mediano talvez precise de R\$100-150 mil (dependendo se cobre passagens para alguns palestrantes). Já o internacional poderia demandar > R\$300 mil se for grande porte – daí a importância do apoio múltiplo.

## 6.3 Sustentabilidade Institucional e de Conhecimento

Além de dinheiro, há que pensar na continuidade institucional:

- **Documentação e Memória:** Cada evento deve gerar atas, listas de presença, relatórios, fotos, vídeos. Esses registros formarão a **memória da Rede**. Sugere-se criar um repositório (possivelmente no portal da Rede LideraGOV ou em plataforma pública) para armazenar todos os materiais produzidos nos eventos (apresentações, documentos). Isso garante que mesmo se pessoas saírem, o conhecimento fica. Também serve para referência caso outro time vá organizar eventos futuros.
- **Capacitação da Equipe:** Já mencionamos a ideia de treinar a equipe em TEvEP. Em geral, promover aprendizado interno (aprender fazendo e também treinando formalmente) aumenta a capacidade da Rede de seguir com menos dependência externa. Ex: no primeiro regional, pode trazer alguém experiente para assessorar, mas nos seguintes a equipe já aprendeu e toca sozinha. Essa transferência de know-how é sustentabilidade.
- **Engajamento Contínuo:** A Rede não vive só dos grandes eventos, então manter engajamento nos intervalos (via as trilhas de aprendizagem e rede online) sustenta o interesse para os próximos eventos. Isso está previsto pela integração, mas vale frisar: eventos de sucesso são parte de um **programa contínuo**, não eventos isolados.
- **Renovação de Lideranças:** Por fim, planejar renovação: envolver membros mais jovens e diversos nas comissões de organização, para que se sintam donos e deem continuidade nos próximos ciclos. Uma rede se fortalece quando há renovação geracional de seu núcleo organizador. Assim, ao fim deste ciclo trienal, haverá uma nova safra de egressos capacitada para assumir o protagonismo.

## 6.4 Sustentabilidade Ambiental

Como toque adicional, e alinhado aos valores de inovação e responsabilidade, cada evento buscará ser ambientalmente sustentável. Já citamos ações como reduzir papel e incentivar formatos híbridos. Pode-se também compensar emissões (plantando árvores via parceiros), optar por fornecedores locais (reduz deslocamento), evitar descartáveis, e conscientizar os participantes sobre essas escolhas. Não só por consciência, mas isso também pode atrair patrocínio de empresas “verdes” e mostra coerência se temas como ODS forem tratados. Em eventos atuais, esse é um critério de sucesso – muitos congressos incluem se atingiram metas de sustentabilidade (ex.: % de resíduos reciclados). A Rede, ao adotar isso, posiciona-se modernamente.

Em resumo, a sustentabilidade do ciclo de eventos é tratada de forma **multidimensional**: financeira, de conhecimento, institucional e ambiental. Com parcerias robustas e boa gestão, espera-se que o ciclo se pague e gere frutos que o mantenham vivo no longo prazo. O próximo item aborda a comunicação, que é também intrinsecamente ligada ao engajamento de parceiros e divulgação do valor do projeto, retroalimentando o ciclo virtuoso de sustentabilidade.

## 7. Comunicação e Engajamento da Rede

Mesmo com um plano de eventos excelente, sem comunicação eficiente muitos esforços podem se perder. Portanto, esta seção foca no **plano de comunicação** para apoiar o ciclo de eventos e no engajamento contínuo dos participantes via canais da Rede LideraGOV. Vale lembrar que já existe um Plano de Comunicação Estratégica da Rede (Produto anterior), e aqui partimos dele para especificar ações voltadas aos eventos.

### 7.1 Identidade e Marca dos Eventos

Para gerar reconhecimento e unidade, todos os eventos do ciclo estarão sob a marca mãe da Rede LideraGOV, mas cada qual com sua **identidade visual específica** alinhada ao tema anual. Sugere-se desenvolver um **logo ou selo** do ciclo (por exemplo, “LideraGOV Conecta – Ciclo Trienal de Eventos 2026-2028”), e variações para cada ano (LideraGOV Conecta Regional 2026, Nacional 2027, Internacional 2028). Cores e designs harmoniosos facilitam que o público identifique que fazem parte de uma mesma iniciativa contínua. Essa branding será aplicado em todos materiais: convites, site, apresentações, banners nos eventos, etc. É algo a ser criado logo no início por designers (talvez a equipe de comunicação do projeto). Uma identidade forte também ajuda na **memória** – os egressos lembrarão “ah 2026 foi o LideraGOV Conecta Brasília, tema X”.

## 7.2 Canais de Divulgação

A Rede LideraGOV dispõe (ou deverá dispor em breve) de vários canais, como:

- **Portal ou site oficial:** seção dedicada aos eventos, com informações sempre atualizadas (programação, inscrições, notícias).
- **Ambiente Virtual do Alumni (Plataforma):** provavelmente existe ou está em construção uma comunidade online (Rede Alumni LideraGOV). Esse será um canal primário de engajamento – criar grupos ou fóruns específicos para discutir os eventos, compartilhar expectativas e depois trocar impressões pós-evento.
- **E-mail marketing:** uso de mailing segmentado por região para convites personalizados (ex.: “Olá, egresso da região Norte, participe do evento X”).
- **Redes Sociais:** LinkedIn (muitos egressos estão ali e preferem comunicação profissional), WhatsApp ou Telegram (grupos da rede, para lembretes rápidos), além de Twitter e Facebook conforme apropriado para anúncios públicos. O **LinkedIn** em particular pode ser explorado para dar visibilidade – ex: posts sobre palestrantes confirmados, ou um artigo pós-evento resumindo insights (ótimo para compartilhar externamente).
- **Podcast/YouTube:** Caso a Rede possua um podcast (foi sugerido um no plano de comunicação), episódios especiais podem ser gravados antes de eventos (teasers com palestrantes) e depois (resumos). Lives no YouTube ou Instagram também engajam, por exemplo um bate-papo com a comissão organizadora respondendo dúvidas dos egressos dias antes do evento.

A **estratégia multicanal** deve ser coordenada para entregar mensagens consistentes e no timing certo. Um cronograma de postagens e envios, integrado ao cronograma geral (Seção 6), será elaborado pela Subcomissão de Divulgação. *Exemplo:* 8 semanas antes do evento, enviar save-the-date; 6 semanas antes, post no LinkedIn sobre tema; 4 semanas, abrir inscrições; 2 semanas, divulgar programação final; 1 semana, contagem regressiva com depoimento de um



palestrante; pós-evento, compartilhar fotos e agradecimentos, etc. Essa cadência mantém o público atento e empolgado.

## 7.3 Conteúdo Relevante e Narrativas

Para além de anunciar, a comunicação deve **engajar via narrativas**. Isso significa contar a história da Rede e dos eventos de forma atrativa:

- Apresentar *personas* da Rede – p.ex., entrevistar um ex-aluno que será facilitador no evento regional e contar como ele aplicou na carreira os conhecimentos LideraGOV. Esses relatos humanizam a rede e fazem outros quererem participar para também ter histórias para contar.
- Comunicar o **propósito maior**: sempre reforçar porque esses eventos importam. Não é apenas “mais uma conferência” e sim “um movimento de transformação da gestão pública liderado pelos próprios servidores”. Essa mensagem inspira engajamento por propósito. Alinhar com valores do público: por exemplo, “Venha cocriar soluções – sua experiência local pode influenciar políticas nacionais”.
- Aproveitar **datas comemorativas** ou ganchos externos para linkar aos eventos. Ex: no Dia do Servidor Público (28/10) anunciar algo relativo ao congresso nacional; no Dia Internacional da Mulher (08/03) destacar que nosso evento incorpora diversidade e terá painéis de liderança feminina.
- **Storytelling visual**: usar fotos de eventos passados (se houver acervo de edições prévias do LideraGOV, usar nostalgia e mostrar “relembre como foi... agora será maior ainda”). Se não, usar referências de eventos semelhantes para criar expectativa (imagens de conferências cheias, etc., claro deixando claro que é ilustrativo).

No corpo deste documento e em apresentações ao Comitê, inclusive sugerimos alguns **esquemas visuais** (fluxogramas, organogramas, timeline) que podem ser adaptados para

comunicação externa simplificada. Por exemplo, a timeline do ciclo (Figura 1) pode virar um infográfico “Jornada LideraGOV 2026-2028” para divulgar internamente.

## 7.4 Engajamento e Feedback Contínuo

Comunicação não é mão única; deve-se criar canais para os egressos se expressarem e contribuírem:

- Formular perguntas e enquetes nas redes sobre preferências de programação (“Qual assunto você mais quer ver no evento nacional?” – isso engaja e ainda dá dados).
- Espaços para sugestões abertas (um formulário ou e-mail para onde enviar ideias).
- Durante os eventos, usar hashtags (#LideraGOVConecta, etc.) e incentivar participantes a postar e marcar a Rede – ampliando o alcance orgânico.
- Após eventos, além de survey formal, abrir um debate no fórum online para as pessoas comentarem livremente suas impressões, gerando discussões. A comunicação monitora e responde, mostrando acolhimento do feedback.

Tudo isso faz o público sentir-se parte ativa, não mero espectador. O objetivo final é **fortalecer o sentimento de comunidade** – comunicação efetiva cria laços, reconhecimento mútuo e orgulho de pertencer à Rede.

## 7.5 Relações Públicas e Imprensa

Para eventos de maior porte (nacional e internacional), vale acionar assessoria de imprensa para cobertura. Produzir press releases e enviar a veículos de comunicação (jornais, sites governamentais). Por exemplo, um release: “Conferência nacional reúne 200 jovens líderes do setor público para discutir inovação” – isso pode sair no Portal Gov.br, newsletters, etc., dando visibilidade ao programa LideraGOV além do círculo dos egressos. No internacional, buscar até

mídia internacional especializada (mandar nota para publicações da OCDE, etc.). Essa projeção na mídia reforça a imagem institucional e pode atrair mais apoio.

## 7.6 Alinhamento com Plano de Comunicação Estratégico

Devemos garantir que todas essas ações específicas de eventos conversem com o plano maior de comunicação da Rede. Segundo o Plano Estratégico (Resende, 2024), a Rede adota abordagem figital (física + digital) e utiliza matriz de comunicação para coordenar mensagens, públicos, canais e objetivos. Aplicando isso aqui: para cada evento (objetivo), definimos público (egressos regionais, nacionais, parceiros...), mensagem (convite/envolvimento), canal (conforme acima), e medimos (número de inscritos alcançados, engajamento nos posts, etc.). Esses indicadores de comunicação também entram no monitoramento.

Adicionalmente, a integração das narrativas dos eventos nos demais produtos de comunicação da Rede é crucial. Exemplo: se há uma newsletter mensal da Rede LideraGOV, os eventos terão seção garantida (antes para anunciar, depois para reportar). Se o site da Rede tem um blog de artigos, publicar análises dos temas debatidos nos eventos ali, dando continuidade intelectual ao assunto mesmo após o término do encontro.

Em suma, a comunicação orquestrada e robusta é o que **dá vida ao plano**, garantindo que a mensagem chegue e ressoe com o público, e que a Rede LideraGOV colha não apenas os frutos internos (engajamento dos egressos), mas também consolide... a imagem institucional da Rede perante parceiros e lideranças externas – consolidando sua reputação como uma **comunidade proativa de inovação no setor público**.

## 8. Avaliação e Monitoramento

Para assegurar que o ciclo de eventos alcance os objetivos propostos e permita aprimoramentos contínuos, será implementado um robusto sistema de **avaliação e monitoramento**. Esse sistema abrange a avaliação de cada evento individualmente e do ciclo trienal como um todo, com métricas quantitativas e qualitativas, bem como mecanismos de acompanhamento periódico pelo Comitê Gestor.

### 8.1 Avaliação de Cada Evento

Imediatamente após cada evento (regional, nacional ou internacional), conduzir-se-á uma **avaliação sistemática** junto aos participantes e à equipe organizadora:

- **Pesquisa de Satisfação Pós-Evento:** Aplicada via formulário online (enviado por e-mail ou disponibilizado via QR Code no encerramento), cobrindo itens como organização, relevância do conteúdo, qualidade dos palestrantes, infraestrutura, aplicabilidade do conhecimento adquirido e satisfação geral. Utilizaremos escalas (por exemplo, 1 a 5) e campos abertos para comentários. A meta é atingir um nível de satisfação mínimo (ex.: média acima de 4.0). Também perguntaremos se os participantes se sentem motivados a continuar engajados na Rede após o evento – um indicador de impacto no engajamento.
- **Indicadores de Participação e Alcance:** Número de inscritos vs. presentes (% comparecimento), perfil dos participantes (região, órgão de origem, gênero – para monitorar diversidade), número de visualizações online (se híbrido/virtual), alcance nas redes sociais (menções, compartilhamentos da hashtag do evento). Esses números fornecem evidências do alcance. Por exemplo, espera-se crescimento de participantes a cada ano – se um regional teve 50 pessoas e o nacional 200, é um sinal positivo de escala.
- **Avaliação de Aprendizado:** Ainda que eventos não sejam treinamentos formais, podemos avaliar o **ganho de conhecimento ou sensibilização**. Uma prática é aplicar uma ou duas perguntas de autoavaliação antes e depois (por exemplo: “você se sente mais

preparado para aplicar práticas inovadoras após o evento?”). Alternativamente, painéis interativos podem coletar palavras-chave de aprendizados principais. Esses dados qualitativos mostram se o objetivo formativo foi atingido. Outra abordagem inspirada no modelo de Kirkpatrick de avaliação de treinamentos é colher histórias ou depoimentos de aplicação: algumas semanas após o evento, enviar breve questionário perguntando se o participante conseguiu utilizar algo aprendido ou se inspirou alguma iniciativa em seu trabalho – isso avalia efeito comportamental.

- **Reunião de Debriefing da Equipe:** Tão importante quanto ouvir os participantes é a **autoavaliação pela equipe organizadora**. Em até uma semana pós-evento, a Comissão de Eventos e subcomissões farão um debriefing estruturado: o que funcionou bem (pontos fortes a manter), o que não saiu conforme esperado (pontos fracos), imprevistos ocorridos e como foram resolvidos, sugestões para próximos eventos. Essa discussão franca gera um relatório interno de lições aprendidas. Pelo método TEvEP, “lidar com imprevistos, aprender com os erros e celebrar o sucesso” é parte integrante do processo (Resende, 2023). Assim, documentar aprendizados de cada etapa garante melhoria contínua.
- **Compartilhamento de Resultados:** Os principais achados das avaliações serão compartilhados com o Comitê Gestor e, quando pertinente, com todos os membros da Rede. Por exemplo, publicar na comunidade online um resumo: “95% dos participantes avaliaram o evento como ótimo ou bom; sugestões recebidas incluem X e Y, que serão considerados no próximo evento”. Essa transparência mostra responsividade e fecha o ciclo de feedback, aumentando a confiança dos egressos de que suas opiniões geram ação.

## 8.2 Monitoramento Contínuo do Plano Trienal

Além das avaliações pontuais, haverá monitoramento **ao longo dos três anos**:

- **Indicadores-Chave de Desempenho (KPIs):** Definiremos KPIs para o programa de eventos como um todo, tais como: crescimento no engajamento da rede (número de membros ativos ano a ano, medido por participação em eventos ou plataforma online),

número de parcerias estabelecidas, recursos captados, e realização das etapas dentro dos prazos. Por exemplo, um KPI poderia ser “Realização de 100% dos eventos planejados no ano, no prazo previsto, dentro do orçamento aprovado” ou “Engajamento de representantes de todas as 5 regiões do país no evento nacional”.

- **Acompanhamento pelo Comitê Gestor:** Conforme descrito na governança, o Comitê Gestor se reunirá periodicamente (sugestão: trimestralmente) para acompanhar o progresso do plano. Nesses encontros, a Comissão de Eventos apresentará um **relatório de monitoramento** contendo status das atividades (usando o cronograma como referência), riscos identificados e necessidades de decisão. Item 12 das ações solicitava preparar apresentação ao Comitê em 27 de maio – isso se refere justamente a prestar contas parciais e validar encaminhamentos. Esse hábito permanece ao longo do ciclo. Se algum ajuste estratégico for necessário (por exemplo, alterar data de um evento, reforçar equipe, realocar orçamento), o Comitê toma decisão informada a tempo.
- **Gestão de Riscos e Mitigações:** O monitoramento incluirá uma **análise de riscos dinâmica**. Já no planejamento, foram mapeados riscos (ex.: baixa adesão, cortes orçamentários, mudança de prioridades governamentais) e definidas ações mitigadoras (como planos alternativos, escalabilidade do evento conforme recursos). A cada ponto de controle, revisa-se a matriz de riscos: se um risco está aumentando, implementa-se a mitigação. Por exemplo, se até meio do Ano 1 perceber baixa inscrição no regional, intensifica-se divulgação extra ou contata-se diretamente egressos-chave para garantir quorum. O plano de comunicação (Resende, 2024) já traz uma matriz SWOT e análise de riscos para a Rede, que pode ser aproveitada e complementada no contexto dos eventos.
- **Indicadores de Impacto de Longo Prazo:** Ao final do triênio, além dos outputs imediatos (eventos realizados, pessoas treinadas), interessa medir o **impacto** na Rede enquanto comunidade. Indicadores qualitativos como: nível de conexão percebida entre os membros (pode ser avaliado via pesquisa social ao término: “você sente que a Rede tornou-se mais forte e conectada através dos eventos?”), casos de colaboração surgidos (quantos projetos interinstitucionais iniciaram por conta de encontros na Rede), reconhecimento externo (a Rede foi mencionada em publicações, recebeu prêmios ou

convites para fóruns importantes?). Esses são sinais de sucesso transformacional que extrapolam números brutos. Pode-se compilar histórias de sucesso – por exemplo, um egresso relata que graças ao evento X implementou uma inovação no seu órgão – isso mostra resultado prático.

- **Avaliação Final e Recomendações:** Ao concluir o terceiro ano, será produzido um **Relatório Final de Avaliação do Ciclo**, consolidando todos os resultados e avaliando em que medida o objetivo geral foi atingido: manter a rede ativa e fortalecida, com eventos organizados de forma sustentável (conforme enunciado no item 16 do documento base). Esse relatório trará também recomendações – por exemplo, se o modelo trienal se mostrou efetivo e deve continuar, ou se ajustes são sugeridos (talvez reduzir ou aumentar frequência de eventos, ou incorporar novas temáticas). Essas recomendações orientarão os gestores da Rede para os próximos passos, garantindo que o conhecimento gerado não se perca. Em essência, a Rede aplicará a si mesma o conceito de *lifelong learning*: aprender continuamente com suas experiências para evoluir.

## 8.3 Indicadores Resumidos

Para facilitar o acompanhamento, listamos alguns indicadores quantificáveis por dimensão:

- *Engajamento:* N° de participantes nos eventos (total e % de convidados externos), Taxa de crescimento de participação a cada ano, N° de visualizações online.
- *Satisfação:* Média de avaliação dos participantes (por item e geral), NPS (Net Promoter Score) – ex.: % que recomendariam o evento a um colega.
- *Aprendizado/Conhecimento:* % de participantes que declararam ter aprendido algo novo (autoavaliação), N° de materiais produzidos (anais, publicações).
- *Parcerias:* N° de parceiros envolvidos por evento, Valor financeiro captado vs. necessário (cobertura % dos custos via patrocínio).

- *Comunicação:* Alcance das campanhas (visitas no site do evento, engajamento em posts), crescimento de seguidores da Rede nas redes sociais durante o ciclo.
- *Operacional:* Aderência ao cronograma (marcos cumpridos no prazo), variação orçamentária (desvio entre orçamento planejado e realizado em %), N° de voluntários mobilizados.

Esses indicadores serão coletados pela Comissão de Eventos em conjunto com Comunicação e apresentados em **dashboards simples** ao Comitê Gestor. A cultura de avaliação será incorporada no trabalho de todos, reforçando a accountability.

Por meio desse sistema integrado de avaliação e monitoramento, a Rede LideraGOV poderá **mensurar o sucesso** de seu ciclo de eventos e, mais importante, **aprender continuamente** para inovar em suas práticas. A avaliação deixa de ser um rito burocrático e torna-se parte da metodologia de implementação, retroalimentando a tomada de decisão. Esse enfoque garante que o plano permaneça **aplicável, realista e inovador**, conforme a expectativa, pois estará sempre sendo ajustado à luz de evidências e feedback.



## 9. Considerações Finais

A proposta de planejamento de eventos da Rede LideraGOV, estruturada como um ciclo trianual progressivo e fundamentada na metodologia TEvEP, representa uma oportunidade estratégica para consolidar a rede de egressos e ampliar seu impacto na transformação da administração pública brasileira.

O modelo proposto avança além da realização pontual de eventos, constituindo um sistema integrado de desenvolvimento, conexão e colaboração entre lideranças públicas de diferentes regiões e contextos. Sua implementação bem-sucedida dependerá da adequada articulação entre planejamento estratégico, governança participativa, recursos adequados e parcerias sustentáveis.

Recomenda-se que a implementação tenha início com a formação do Comitê Diretor e a validação estratégica da proposta, seguida pelo desenvolvimento detalhado do planejamento para os eventos regionais do primeiro ano. O investimento inicial em capacitação metodológica e estruturação de processos será fundamental para o sucesso de todo o ciclo.

A qualidade do ciclo trianual de eventos e seu impacto transformador dependerão não apenas da excelência de sua execução, mas do compromisso contínuo com a inovação, a inclusão, o aprendizado acumulativo e a gestão baseada em evidências. A Rede LideraGOV tem agora a oportunidade de posicionar-se como referência nacional e internacional em desenvolvimento de lideranças públicas, contribuindo significativamente para a modernização e aprimoramento do Estado brasileiro.

## Referências Bibliográficas

ENTERPRISEALUMNI. *The Complete Guide to Corporate Alumni Event Planning in 2025*. EnterpriseAlumni Blog, 27 dez. 2024. Disponível em: <https://enterprisealumni.com/blog/the-complete-guide-to-corporate-alumni-event-planning-in-2025>. Acesso em: 05 maio 2025.

ELECTROIQ. *Virtual Events Statistics and Facts (2025)*. ElectroIQ, 2025. Disponível em: <https://electroiq.com/stats/virtual-events-statistics/>. Acesso em: 05 maio 2025.

FGV – FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS. *Evento destaca importância da cooperação intersetorial para promover inovação no Brasil*. Notícias FGV, 08 abr. 2025. Disponível em: <https://portal.fgv.br/noticias/evento-destaca-importancia-da-cooperacao-intersetorial-para-promover-inovacao-no-brasil>. Acesso em: 05 maio 2025.

MORROGH, Richard. *How to Build a Successful Corporate Alumni Program*. In: ENTERPRISEALUMNI (Org.). **Alumni Program Best Practices**, 2024. (Comentário sobre importância de eventos no engajamento de alumni).

NEW ZEALAND. Public Service Commission. *Progress in promoting diversity, equity and inclusion across the Public Service in 2023*. Wellington: NZPSC, jun. 2024. Disponível em: <https://www.publicservice.govt.nz/publications/progress-in-promoting-diversity-equity-and-inclusion-across-the-public-service-in-2023/>. Acesso em: 05 maio 2025.

RESENDE, Carolina Costa. *Plano de Comunicação da Rede LideraGOV*. Brasília: PNUD/ENAP, jan. 2024. (Relatório técnico).

RESENDE, Carolina Costa. *Apostila TEvEP – Planejamento em 4 Dimensões: método de gestão do tempo e eventos*. Brasília, 2023. (E-book).

RESENDE, Carolina Costa. **Tempo, Evento, Espaço e Pessoas: uma Abordagem Inovadora em Redes de Inovação**. Belo Horizonte: PUC Minas, 2022. (Artigo/Workshop apresentado em 2022, integrando TEvEP e redes colaborativas).

SHANA, Eduardo. *TEvEP: Planejamento em 4 Dimensões (Tempo, Evento, Espaço, Pessoas)*. São Paulo: Homo Sapiens, 2019. (Palestras e material do criador do método TEvEP).

VAAVE. *A Comprehensive Guide to Plan a Successful Alumni Event*. Blog Vaave, 11 jun. 2024. Disponível em: <https://www.vaave.com/blog/alumni-event-planning-guide/>. Acesso em: 05 maio 2025.