

Capivaras de Ouro¹

Aline Cristina da ROCHA²

Ana Aline da SILVA³

Mariana de Souza FIGUEIREDO⁴

Natália BERTOLOTTI⁵

Adriana Maria do Canto Piron DONADON⁶

Faculdade de Comunicação, Artes e Design do Centro Universitário Nossa Senhora do Patrocínio - CEUNSP, Salto, SP

RESUMO

O profissional de Relações Públicas é fundamental na execução de eventos, concedendo planejamento estratégico para cada tipologia e acompanhando todo o seu processo de realização: pré-evento, trans-evento e pós-evento. Uma premiação em meio acadêmico pode ser considerada bastante estimulante aos estudantes de uma universidade, pois além dos alunos realizam trabalhos com mais expectativa e perfeição, podem adquirir na prática as experiências teóricas obtidas em sala de aula. O evento Capivaras de Ouro tem como objetivo principal premiar os melhores trabalhos desenvolvidos por estudantes de comunicação no decorrer do ano letivo da Faculdade de Comunicação, Artes de Design – FCAD.

PALAVRAS-CHAVE: Relações Públicas; Eventos; Premiação; Capivaras de Ouro, Planejamento estratégico.

1 INTRODUÇÃO

O Evento Capivaras de Ouro surgiu no ano de 2010 num coletivo de ideias dos próprios estudantes da Faculdade de Comunicação, que buscavam um reconhecimento diferenciado pela excelência dos projetos que realizavam na Agência Experimental de Comunicação e Artes – AECA.

A intenção dos alunos era fugir do âmbito tradicional acadêmico, isto é, trazer algo inovador e fora da avaliação por meio de notas nos trabalhos que executavam com tanto afincio. Para mudar esse cenário, os estudantes de Relações Públicas, que administram a

¹ Trabalho submetido ao XXII Prêmio Expocom 2015, na Categoria Relações Públicas e Comunicação Organizacional, modalidade Organização de eventos.

² Aluno líder do grupo e recém-graduado no Curso de Relações Públicas, email:aline.rp cristina@gmail.com

³ Recém-graduado no Curso de Relações Públicas, email: anarp.aline@gmail.com

⁴ Recém-graduado no Curso de Relações Públicas, email: marianinha_figueiredo@hotmail.com

⁵ Recém-graduado no Curso de Relações Públicas, email: natalia_bertolotti@hotmail.com.

⁶ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Relações Públicas, email: profdricadonadon@gmail.com.

Agência Experimental de Comunicação Integrada – AECI assumiram o compromisso de planejar, organizar e executar uma cerimônia de premiação aos estudantes.

Pensando no objetivo do evento, faz-se necessária a elaboração de um planejamento, que segundo Kunsch “Possibilita conduzir os esforços para objetivos pré-estabelecidos, por meio de uma estratégia adequada e uma aplicação racional dos recursos disponíveis” (2003, p. 216).

Em 2014, aconteceu a III Edição do evento Capivaras de Ouro, que pôde apontar os trabalhos que mais se destacaram durante o ano letivo e premiar os vencedores da Intercom Sudeste e Nacional.

2 OBJETIVO

Reconhecer os melhores trabalhos elaborados pelos estudantes de comunicação durante o ano letivo e premiar os vencedores dos projetos ganhadores para representar a Instituição em concursos e congressos.

3 JUSTIFICATIVA

Sabe-se da extrema importância do profissional de Relações Públicas em utilizar o evento como uma ferramenta de comunicação dirigida aproximativa, entretanto, além de ampliar o objetivo do evento como relatado acima, os estudantes puderam colocar em prática as teorias obtidas em sala de aula e estenderem seus conhecimentos e networking. Como relata Kunsh:

“Os eventos constituem uma atividade de grande interesse para as organizações, tendo em vista que propiciam o envolvimento direto dos públicos na sua realização. São, por conseguinte, um excelente meio de comunicação dirigida aproximativa entre a organização que os promove e o público que deles participa.” (2003, p.385)”.

Levando em consideração a afirmação da autora, percebe-se que o evento é uma ferramenta eficaz de interação dos públicos. Para tanto, foi por meio dessa ferramenta que se buscou desenvolver algo inovador e que trouxesse a interatividade entre os alunos da faculdade, frente aos trabalhos que se desenvolviam durante o ano letivo.

Sendo assim, ganhar o prêmio “Capivaras de Ouro”, numa cerimônia de premiação, descontração e principalmente reconhecimento, gerou estímulo e mais entusiasmo aos

alunos em desenvolver com tanta excelência seus projetos. Era esse, portanto, o principal intuito do evento, que contou com um cerimonial inovador das edições anteriores.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Foram utilizados técnicas e métodos adquiridos na disciplina Planejamento em Eventos, que foram essenciais para execução desse evento. A priori, foi realizado um brainstorming para pesquisar como mudar a identidade e a imagem do evento, já que as duas edições realizadas anteriormente, nos anos de 2012 e 2013, embora, foi sucesso, ainda não tinha uma identidade própria, assim dificultando a consolidação da imagem perante os estudantes.

Muitas ideias surgiram, foram fomentadas e apresentadas ao Diretor da Faculdade de Comunicação, Artes e Design – FCAD para aprovação.

Após a aprovação do briefing, iniciou-se o planejamento do Evento, a AECEI, administrada pelos estudantes de Relações Públicas, reuniu para distribuição das tarefas como: Comissão Organizadora; Identificação do Evento (data, horário, local, tema, tipologia e dados do cliente), os Objetivos: Geral e Específicos; Justificativa; Público-Alvo; Recursos: Humanos, Materiais e Físico; Implantação do evento; Infraestrutura interna e externa, Segurança de Eventos, Logística, Decoração, Alimentos e Bebidas; Cerimonial, Contratação de serviços de terceiros; Divulgação (os meios de comunicação, peças (materiais) promocional e redes sociais); Assessoria de Imprensa; Previsão Orçamentária, Captação de Patrocínios e Apoio, Fatores Condicionantes, Acompanhamento e Controle e Avaliação.

O primeiro passo foi elaborar uma pesquisa com o objetivo de levantar as informações dos estudantes da FCAD sobre o local da realização do evento; o interesse em participar da premiação e o traje, já que estamos com a proposta de mudar completamente o visual do evento.

A escolha dos produtos que irão participar do Cerimonial de Premiação Capivaras de Ouro e representar a Instituição, são trabalhos elaborados nas AECA durante o ano letivo e apresentadas pelos coordenadores dos cursos aos seus professores, que formam uma comissão para analisar e apontar os três melhores projetos e um vencedor de cada categoria, que são anunciados no dia do evento.

Aproveitando a festividade para homenagear os estudantes que representaram a Instituição em Congressos e Concursos.

Todas essas etapas são planejadas e executadas pelos estudantes que integram a Agência AECI, como: Relações Públicas, Publicitários, Fotógrafos, Radialistas e Jornalistas. Os alunos de Relações Públicas acreditam na comunicação integrada e que o sucesso só é alcançado quando há união de todos os profissionais, sejam eles, internos ou externos.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Dando sequência, uma reunião foi realizada para apresentar o diagnóstico da pesquisa e das propostas do evento, assim, foi em comum acordo que seria um Cerimonial de Premiação Capivaras de Ouro. Posteriormente, as equipes já divididas, começaram a desenvolver suas tarefas.

Ficaram agendadas as sextas-feiras, para acertos de pequenas dúvidas, apresentação das atividades desenvolvidas, troca de experiências e auxílio em todos os aspectos que forem necessários, utilizando o check-list como referencial e adaptando no cronograma as mudanças necessárias.

Simultaneamente, elaboração e levantamento dos Recursos: Humanos, Materiais e Físico, já que houve a opção de ser no âmbito interno do Campus, com o apoio do Departamento de Marketing do CEUNSP⁷. Os estudantes dos cursos da FCAD puderam participar dos recursos humanos, com horas complementares e os materiais utilizados são todos pertencentes ao local (Auditório Brasital).

O público-alvo: estudantes, egressos, com a participação de diretores, professores, colaboradores, mídias locais/regiões e convidados externos.

Infraestrutura/Segurança de Eventos, todos foram analisados com muito esmero. O local agendado foi o Auditório Brasital, localizado dentro do Campus, para facilitar os estudantes, já que muitos dependem de ônibus e vans para retornarem as suas residências. Com o intuito de que todos os trabalhos indicados participassem.

Os convites foram entregues com antecedência e a presença deveria ser confirmada (RSVP). Para auxiliar a equipe de logística foi necessário:

- Acompanhar a montagem da estrutura (decoração, som e iluminação) do evento (dia 27/11);

⁷ Centro Universitário Nossa Senhora do Patrocínio - CEUNSP

- Recepção dos serviços terceirizados (estacionamento, carga e descarga);
- Controle do acesso dos hotesses e seguranças do evento;
- Ensaios com os mestres de cerimônias, multimídias, som e iluminação;
- A entrada dos convidados, que foram separados: uma entrada aos participantes que irão representar a Instituição em 2015 e os ganhadores de prêmios em 2014;
- A recepção das mídias locais e regionais;
- Controle das entrevistas com diretores e coordenadores;
- Layout de entrada e saída dos ganhadores para receberem o troféu;
- Acompanhamentos dos convidados ao coquetel;
- Organizar os locais especiais aos convidados junto ao cerimonial;
- Acompanhar a desmontagem do evento, pós-evento.

Referente à decoração, som e iluminação, foi contratada uma empresa para realização dos serviços. Como também, um Buffet para servir um coquetel após a premiação aos ganhadores de 2014 e os indicados para 2015, diretores, coordenadores, professores e a mídias presentes.

O cerimonial idealizado fugiu das regras normais, embora, elaborado com as pouças e circunstâncias, a responsabilidade como mestres de cerimônias ficou a uma aluna de Relações Públicas e de Rádio/TV, ambos locutores da rádio CLIP FM 88,9 em Indaiatuba.

A elaboração do roteiro (cerimonial) foi realizado com muito cuidado, já que tivemos: 42 categorias participantes para concorrer como representantes da Instituição em 2015, 11 títulos ganhos em 2014, além das homenagens a todos os orientadores dos produtos como Menção Honrosa.

Todos os contratos de serviços terceirizados foram analisados pela equipe responsável, junto à equipe financeira, e somente concretizado mediante assinatura do contrato.

Todas as divulgações e identidade visual do evento, foram elaboradas por estudantes de Publicidade e Propaganda, que fazem parte do membro da AECI. Antes de ser apresentada ao cliente, foi realizada um brainstorming com a equipe para escolha das

melhores peças como: troféu, placas, convite, cartaz, rótulo para garrafa de água, banner da chamada do evento e dos patrocinadores.

Ficou a cargo da Assessoria de Imprensa para elaboração dos press-release, acompanhar a mídias locais/regionais, pós-release e clipping, como também, consolidar todas as imagens e comunicações realizadas sobre o evento.

O investimento previsto do evento foi em R\$ 4.800,00 (quatro mil e oitocentos reais) e o real foi de R\$ 4.533,50, o evento pode contar com 03 patrocinadores e quatro apoiadores

Em nenhum momento a comissão geral deixou de acompanhar e controlar todas as etapas do planejamento, no pré, trans e pós-evento.

Após o evento foi realizado uma pesquisa de satisfação o qual pode diagnosticar que o evento transcorreu sem nenhum contratempo e com muito sucesso.

6 CONSIDERAÇÕES

O evento Capivaras de Ouro nos possibilitou aplicar na prática um universo teórico crucial para a concretização de qualquer evento, ferramenta esta que decerto é fundamental na comunicação dirigida aproximativa no âmbito das Relações Públicas. Levando em conta a avaliação do evento, por intermédio das pesquisas de opiniões aplicadas, o evento foi realizado de modo gratificante e aceitável por todos os envolvidos, atingindo os objetivos pré-estabelecidos e superando as expectativas. Certamente, a III edição do Capivaras de Ouro superou as edições anteriores e proporcionou aos participantes um mar de experiências que agregam ao estudante uma bagagem mais robusta e de grandes valores a sua carreira profissional.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

KUNSCH, Margarida M. K. Planejamento de relações Públicas na Comunicação integrada. São Paulo: Editora Summus, 2006.

LEMOS, André; LÉVY, Pierre. O Futuro da internet: em direção a uma ciberdemocracia planetária. 1. Ed. São Paulo: Paulus, 2010.

ZITTA, Carmem;. Organização de Eventos: da ideia à realidade. Brasília. Ed. Sanac-DF, 2009.

FORTES, Waldyr Gutierrez e SILVA, Mariângela Benine Ramos. Eventos – Estratégias de Planejamento e Execução, 2011.

GIACAGLIA, Maria Cecília. Organização de Eventos: Teoria e Prática, 2011.

ZANELLA, Luiz Carlos. Manual de Organização de Eventos, 5ª edição, 2012.