

Planejamento do 7º Madrugadão Feevale¹

Júlia Schuh dos REIS²

Fernanda HAUBERT³

Caroline Delvati COLPO⁴

Universidade Feevale, Novo Hamburgo, RS

RESUMO

O Madrugadão Feevale é organizado pelos Cursos de Jornalismo, Publicidade e Propaganda e Relações Públicas da Universidade Feevale, através da Agência Experimental de Comunicação (AGECOM). Os acadêmicos da agência são responsáveis pelo planejamento e execução do evento, com orientação dos professores. O evento, que em 2013 chegou a sua 7ª edição com a presença de alunos de diversas Universidades do país, visa proporcionar aos estudantes de comunicação e áreas afins a experiência do mercado de trabalho, através de uma competição na qual as equipes criam uma campanha publicitária para um cliente real durante uma madrugada.

PALAVRAS-CHAVE: Competição; Comunicação; Evento; Feevale; Publicidade

1 INTRODUÇÃO

Ao realizar um evento, a organização busca a promoção da sua marca e a comunicação com seus públicos. Segundo Cristina Giácomo (2007, p.40), evento é um “acontecimento previamente planejado, a ocorrer num mesmo tempo e lugar, como forma de minimizar esforços de comunicação, objetivando o engajamento de pessoas a uma ideia ou ação.” Este engajamento pode ser considerado o comprometimento que o público terá antes, durante e depois do evento, com a participação e a divulgação do mesmo.

Buscando disseminar a ideia de uma experiência prática para os acadêmicos de comunicação e áreas afins, além da oportunidade de adquirir conhecimentos, criar sua rede de contatos e vivenciar um pouco do que o mercado oferece, foi criado o Madrugadão Feevale.

¹ Trabalho submetido ao XXI Prêmio Expocom 2014, na Categoria Relações Públicas e Comunicação Organizacional, modalidade Organização de Evento.

² Aluna líder do grupo e estudante do 4º. Semestre do Curso de Relações Públicas, email: juliaschuh@feevale.br.

³ Estudante do 3º. Semestre do Curso de Relações Públicas, email: fernandahaubert@feevale.br

⁴ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Relações Públicas, email: carolcolpo@feevale.br

Organizado pelos alunos e professores da Agência Experimental de Comunicação (Agecom) e realizado através do Instituto de Ciências Sociais e Aplicadas (ICSA) da Universidade Feevale, a competição, que no ano de 2013, esteve em sua 7ª edição, ocorreu nos dias 8 e 9 de novembro, teve como principal finalidade a integração dos acadêmicos dos cursos de Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas e áreas afins de diversas Universidades do Rio Grande do Sul, além da criação de uma campanha publicitária para um cliente real.

Paralelamente ao evento aconteceram o 2º Art Show, uma série de atividades criativas, e o 4º Mídia Experience, competição voltada para os estudantes de Jornalismo e Relações Públicas, na qual estes devem realizar a assessoria de imprensa e a cobertura jornalística das equipes participantes do 7º Madrugadão Feevale.

Por agregar diferentes atividades em um mesmo espaço e em um mesmo momento, este evento pode ser considerado multifuncional e, aproveitando da visibilidade do Madrugadão Feevale, o Mídia Experience e as atividades do Art Show podem, segundo Luiz Carlos Zanella “ampliar a área de atuação do evento principal e conseqüentemente a participação do público.” (ZANELLA, 2011, p.54)

2 OBJETIVO

O evento tem o intuito de reunir acadêmicos de diversas Universidades dos cursos de Comunicação, Design, Letras, Fotografia, Audiovisual, Artes Visuais, Moda, Administração e Jogos Digitais, para criar, em uma madrugada, uma campanha publicitária para um cliente real, proporcionando às equipes troca de experiências e participação nas diversas etapas de criação de uma campanha, oferecendo assim uma simulação da atuação do profissional no mercado de trabalho.

Além disso, os alunos de Jornalismo, Relações Públicas e Publicidade e Propaganda, com o auxílio dos professores, da agência experimental de comunicação que organiza o evento têm a oportunidade de praticar os ensinamentos da graduação, ao planejar e organizar um evento de grande porte.

Nota-se que tanto a equipe de organização quanto os competidores são afetados, de alguma forma, pelo evento. Segundo Luiz Carlos Zanella, um evento geralmente provoca fortes emoções para os participantes, para os promotores e organizadores e, enfim para todos que convivem com o turbilhão de atividades que compõem seu universo. (ZANELLA, 2011, p. 1). Portanto, todos os envolvidos com o 7º Madrugadão Feevale estimularam a vontade de

relacionar-se com pessoas diferentes e presenciar acontecimentos marcantes, além de agregar novos conhecimentos, tendo a oportunidade de crescimento pessoal e profissional.

3 JUSTIFICATIVA

Este evento justifica-se pela disponibilização de um espaço no qual os estudantes podem explorar seu lado criativo, ampliar/criar o seu *networking*⁵, colocar em prática o que foi desenvolvido em sala de aula, e trabalhar em equipe. A proposta de o evento acontecer durante a madrugada, oferecendo pouco tempo para a criação da campanha, é um quesito a ser considerado, pois ele simula um aspecto do atual mercado da comunicação. Além disso, o evento traz outras atividades criativas que busca atingir o público alvo, que são, na sua maioria, jovens entre 17 e 24 anos.

Um evento é sinônimo de acontecimento, que requer o deslocamento de pessoas interessadas à determinado local para participar de uma competição ou assistir à uma palestra, etc. Os eventos vem da capacidade do homem de gerar ideias e aplicá-las, ao ponto de muitas vezes, atingir grandes proporções. Ele é prestigiado e amplamente aceito pela sociedade. Segundo Francisco Paulo de Melo Neto

Sem eventos não se atrai público, não se vende, não se promovem marcas e produtos, não se faz diversão para si e para os outros. Enfim, nada se faz sem eventos. Esse princípio traduz a importância dos eventos como fatores de alavancagem da indústria do entretenimento, a macro indústria do desenvolvimento da humanidade. (NETO, 2012, p. 111)

Ao considerar a citação acima pode-se entender que os eventos transformam os seus públicos, no âmbito social, cultural e profissional, e ainda apresentam-se como um ótimo meio de divulgação da organização promotora, parceiros e patrocinadores.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

O 7º Madrugadão Feevale começou a ser pensado ainda no final de 2012, pouco depois da 6ª edição do evento. Por ser uma competição, que segundo Luiz Carlos Zanella

É disciplinado por regulamento e coordenado por um grupo de especialistas. O regulamento é o instrumento da maior relevância e, um concurso ou competição e deve conter detalhadamente todos os aspectos relacionados com o evento, tais como datas, duração, participantes, júri, procedimentos, critérios de avaliação, recursos e julgamento, prêmio. O regulamento resguarda os interesses das pessoas e entidades promotoras, patrocinadores, empresas e outros participantes. (ZANELLA, 2011, p. 6)

⁵ Rede de contatos, ou rede de relacionamentos profissionais, quando se diz que temos *networking*, significa que temos acesso a pessoas que podem nos ajudar profissionalmente

No primeiro momento foi revisado o regulamento, e com base nos resultados obtidos nas avaliações e perspectivas do ano anterior, foram melhorados alguns aspectos, como, por exemplo, a descrição das áreas afins. Pode-se então começar a pensar nas estratégias para o planejamento e elaboração do projeto para a próxima edição do evento.

Juntamente com a construção do projeto de planejamento e execução do evento, que Francisco Paulo de Melo Neto entende “como uma promessa de entretenimento, um fato importante, um acontecimento de destaque, momentos inesquecíveis ou simplesmente momentos de distração.” (NETO, 2000, p. 45), foi desenvolvido um cronograma para a realização das atividades e uma previsão orçamentária, de acordo com as necessidades identificadas.

Cada núcleo da Agecom tornou-se responsável por uma parte do evento, conforme a área de atuação de cada habilitação. Algumas tarefas foram designadas ao Núcleo de Eventos de Extensão da Universidade Feevale, como as inscrições e o credenciamento das equipes. A Comissão Organizadora ainda contou com o auxílio de estudantes dos Cursos de Comunicação da instituição sede do evento, que atuaram como monitores das equipes e staffs, ajudando em tarefas ligadas a organização e execução da competição, durante a madrugada.

O evento de 2013 obteve participação de 20 equipes na competição de publicidade e 5 equipes na competição voltada aos acadêmicos de Jornalismo e Relações Públicas, vindas de 14 instituições de ensino superior, totalizando aproximadamente 250 pessoas. Além disso, ao considerar os envolvidos com a organização, os staffs e monitores voluntários que auxiliaram no melhor andamento do evento, o cliente do 7º Madrugadão, os jurados do 4º Mídia Experience e os demais envolvidos que participaram das atividades do 2º Art Show, chega-se a um total de 400 pessoas no evento.

A elaboração de uma programação foi outro método adotado, tanto da parte interna, ligada somente a organização do evento, como a parte externa, a programação do evento divulgada para os participantes. Segundo Maria Cecília Giacaglia (2006), “com base nas atividades do evento, é preciso definir o programa geral com horários, duração e conteúdo, o qual deve ser elaborado cuidadosamente e divulgado nos mínimos pormenores, pelo menos para as pessoas envolvidas.” (GIACAGLIA, 2006, p.30)

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Pré- evento:

A partir da decisão da data de realização do evento, dias 08 e 09 de Novembro, a organização do evento foi dividida entre os núcleos da Agência Experimental de Comunicação - estagiários, voluntários e coordenadores -, setor administrativo da Agecom, e setor de Eventos de Extensão da Universidade Feevale.

Após esta divisão foram elaborados os regulamentos dos eventos, as fichas de inscrição, além de decididos os valores de inscrição e, com base nas edições anteriores, foi criado um projeto para o evento, com todas as etapas para o planejamento, organização e execução.

Depois da realização de pesquisas em busca de ideias para a temática da 7ª edição do evento, e da realização de um *brainstorm*⁶ entre os participantes dos núcleos e o setor administrativo da Agecom, ficou decidido que a coruja zumbi, da última edição, se transformaria em Elvis Presley, remetendo a ideia de que ela não morreu (afinal zumbi é um morto-vivo), assim como o mito do rock. Pode-se perceber que no ano de 2013 assuntos ligados ao Rei do Rock estavam em alta, pois ocorreram o Elvis Experience, exposição com objetos do cantor, e o Elvis in Concert, apresentação que ressuscitou Elvis através de imagens reproduzidas em telão localizado no palco, que contou com a participação de uma banda formada por alguns dos músicos que o acompanharam durante a vida.

Para escolher o tema do evento foi necessário pensar diferente, que para De Bono (1192: 52) citado por Francisco Paulo de Melo Neto é o pensamento lateral, que

Tem muito a ver com a percepção. No pensamento lateral nós procuramos propor diferentes visões. O pensamento lateral está ligado à exploração tanto quanto à percepção, O pensamento lateral preocupa-se muito com a possibilidade e com o que poderia ser. O pensamento lateral preocupa-se diretamente com as mudanças de conceitos e percepções. (NETO, 2012, p. 45)

Escolhido o tema, foi criado um cronograma com ações de divulgação do Madrugadão, e o desenvolvimento das peças gráficas começou a ser realizado pelo núcleo de publicidade, iniciando pela transformação da coruja de zumbi para Elvis. O núcleo também ficou responsável pela criação de ações publicitárias, cartazes de divulgação, além de buscar parcerias com cursos e empresas para participarem do 2º Art Show. O Guia de Sobrevivência, entregue aos participantes, também foi elaborado pelos estagiários e voluntários do núcleo de publicidade.

O Núcleo de Relações Públicas ficou responsável pelos orçamentos de peças gráficas; releases de divulgação para a imprensa; envio de e-mail marketing utilizando do *mailing* com

⁶ Técnica de dinâmica de grupo, atividade desenvolvida para explorar a potencialidade criativa de um indivíduo ou de um grupo, colocando-a a serviço de objetivos pré-determinados.

dados de edições anteriores; convocação, capacitação e divisão dos monitores e staffs; prospecção de patrocinadores e apoiadores, este realizado em parceria com o setor de Marketing da instituição. Além disso, realizou o gerenciamento de conteúdo para a *fanpage* do evento, na qual foram apresentados os preparativos, os apoiadores, as equipes inscritas, e assuntos relacionados ao Rei do Rock.

Os acadêmicos da Feevale interessados em participar do evento, foram capacitados semanas antes do evento, e posteriormente divididos entre staffs, responsáveis pelas atividades do 2º Art Show, e monitores, que auxiliaram as equipes dentro da instituição.

Já o Núcleo de Jornalismo realizou entrevistas, reportagens e às divulgou no blog do evento, as quais foram divulgadas na *fanpage* do evento. O setor administrativo da Agecom solicitou os recursos de infraestrutura como auditório, salas, laboratórios e espaços para atividades paralelas, de acordo com o número esperado de participantes. Já os materiais foram solicitados conforme o cronograma e previsão orçamentária: compra de troféus, camisetas, crachás, bottons e materiais para decoração.

A responsabilidade pelas inscrições, realizadas online, das equipes das duas competições (7º Madrugadão Feevale e 4º Mídia Experience) ficou a cargo do setor de Eventos de Extensão.

Os núcleos de Jornalismo, Publicidade e Relações Públicas também criaram a competição “Incorpore o Elvis”, na qual uma pessoa, representando uma equipe do 7º Madrugadão, deveria realizar uma performance do Rei do Rock na abertura do evento, e esta seria avaliada pelos próprios participantes e a melhor ganharia uma premiação ao final do evento. Este tipo de competição auxilia na criação de uma atmosfera propícia para o sucesso do evento que, para Francisco Paulo de Melo Neto pode ser criada através da

Criação de torcidas organizadas, prêmios para melhores fantasias, concursos de fantasias, prêmios relâmpagos para os torcedores mais animados ou casais mais apaixonados, distribuição de camisetas e alegorias na entrada do evento, projeção instantânea de imagens da torcida em telões. O fundamental é criar uma imagem da atmosfera livre e descontraída para o evento. (NETO, 2012, p. 57)

Os apoiadores que participaram da 7ª edição do evento foram: Red Bull, Piá, Florestal, Vitrine do Pão, Requite e Sabor, Pizza Prime, Q Temaki, Empório Caron e o Diretório Central de Estudantes (DCE) da Feevale.

O evento:

O credenciamento das equipes no dia 08 de Novembro, ficou sob responsabilidade do setor de Eventos de Extensão da Feevale, que a partir das 18h recebia os participantes, identificava-os com crachás e entregava os kits contendo o Guia de Sobrevivência, *pendrive* e *bottons*. Os monitores, que foram informados antecipadamente quais equipes auxiliariam, receberam os participantes, indicando informações básicas sobre o evento e a instituição.

O 2º Art Show começou às 18h45 com o show da banda The Shinings na Cidade dos Containers, dentro da Universidade Feevale Câmpus II e, a partir deste horário, muitas coisas aconteceram nos Espaço dos Puffs, entre os prédios verde e amarelo da instituição, tais como: customização de saias de couro, organizado por alunos do Curso de Moda e que contou com material da Empório Caron; e espaço da Red Bull, no qual encontrava-se exposição de fotos, interação dos alunos do Curso de Artes Visuais com serigrafia e pintura de murais, assim como jogo de futebol de botão e Xbox 360. Vale ressaltar que algumas destas atividades tinham influenciado o Rei do Rock, como a customização das saias pelo Curso de Moda. As 22h aconteceu o show da banda Dupper, também realizada na Cidade dos Containers. Outra atividade, foi a realizada pelo Curso de Direito, no qual os acadêmicos do curso deveriam investigar uma morte que aconteceu na instituição, algo como um jogo de Detetive.

Antes mesmo da abertura do evento as equipes do 4º Mídia Experience já começavam a cobertura jornalística, assessorando as equipes das suas universidades até o final da manhã seguinte. A Agecom, através dos alunos de jornalismo da Feevale também realizaram a cobertura pelo blog (www.madrugadaofeevale.blogspot.com.br) e *fanpage* (www.facebook.com/MadrugadaoFeevale) do evento, além de vídeos divulgados pelo canal do evento no YouTube (www.youtube.com/MadrugadaoFeevale). Os acadêmicos do Curso de Fotografia realizaram a cobertura fotográfica.

A abertura oficial do evento aconteceu no Salão de Atos da Universidade Feevale, pelas 22h, com a leitura do cerimonial, apresentação das equipes e universidades presentes, informações sobre as regras que deveriam ser seguidas, avisos gerais. Porém, antes da apresentação do cliente, aconteceu a competição “Incorpore o Elvis” que contou com a participação de 4 equipes do 7º Madrugadão, as quais deveriam apresentar um representante vestido de Elvis Presley para realizar a performance de uma das músicas do Rei do Rock.

O evento contou com a participação das seguintes universidades: Centro Universitário Franciscano, ESPM, Faccat, Faculdade da Serra Gaúcha, Feevale, Metodista do Sul – IPA, PUCRS, Senac, UCS, Ulbra, UniRitter, UNISC e Unisinos.

Depois de muito esperar, as equipes descobriram o cliente do 7º Madrugadão Feevale, a ABRAMEQ (Associação Brasileira das Indústrias de Máquinas e Equipamentos para os

Setores do Couro, Calçado e Afins) e o SinmaqSinos (Sindicato da Indústria de Máquinas e Implementos Industriais e Agrícolas do Vale dos Sinos).

Após a leitura do briefing foi proporcionado um momento para esclarecimento de possíveis dúvidas, e às 23h as equipes se encaminharam para as salas de aula determinadas para cada um. Foram disponibilizados horários nos laboratórios de rádio, TV e foto para auxílio na criação das peças, agendado pelos monitores de cada equipe. Aproximadamente às 3h da manhã ocorreu a distribuição das pizzas de calabresa e marguerita da Pizza Prime, acompanhadas de refrigerantes. A Comissão Organizadora recebeu sanduíches disponibilizados pela Padaria Requite e Sabor. Mais tarde as meninas da Red Bull interagiram com as equipes e distribuíram o energético nas salas de aula.

Pouco antes das 7h começou a movimentação dos monitores das equipes para fazer a entrega dos *pendrives* com as campanhas. Neste mesmo momento foi servido um café da manhã, da Vitrine do Pão, para os participantes, enquanto era feita a conferência dos arquivos entregues. A apresentação das campanhas começou às 8h do dia 09 de Novembro, no Salão de Atos da Universidade Feevale. Cada equipe escolheu um integrante para ser o Atendimento e defender a sua ideia, no tempo máximo de 5 minutos. A ordem de apresentação foi definida por sorteio feito na abertura do evento pela organização.

As premiações começaram logo após o término das apresentações, começando pela competição “Incorpore o Elvis” que teve como vencedor Djeison Petry, da equipe da Faccat. A premiação do 4º Mídia Experience ocorreu em seguida, tendo a equipe Focas Insones, da UCS, como a grande vencedora. Em seguida foram premiadas os melhores nas categorias: a ARM ganhou o melhor atendimento com Barbara Santos; na categoria planejamento quem ganhou foi Vivian Ataide da equipe Riders on the Brainstorm, que também ganhou na categoria melhor redator com Vitor Kretschmer; e Marlise Da Silva da equipe Fox ganhou como melhor diretora.

A avaliação da melhor campanha foi realizada pelo cliente que escolheu a equipe Riders on the Brainstorm, da Universidade de Santa Cruz do Sul, como vencedora do 7º Madrugadão Feevale, que além de troféu, certificado de vencedor, também ganhou um almoço, pago pelo cliente, para toda a equipe.

Com a campanha “Nós Acreditamos”, que tinha como ideia mostrar que as invenções mais surpreendentes ainda estão para acontecer, a equipe buscou apresentar a ideia de que para as inovações acontecerem elas precisam de uma peça bem importante para funcionar: pessoas com ideias, inspirações para inventar e criar ações para o futuro da sua carreira e das indústrias.

Com o fim das premiações ocorreu o encerramento do evento, com o protocolo elaborado pelo Núcleo de Relações Públicas da Agecom. O evento foi encerrado no horário previsto no planejamento.

Pós-evento:

A 7ª edição do evento obteve a participação de 20 equipes de 14 universidades diferentes, totalizando aproximadamente 260 participantes. Também participaram do evento: os acadêmicos no 3º Mídia Experience; cerca de 40 monitores e staffs; 50 acadêmicos na gravação de um vídeo LipDub; 30 alunos de cursos parceiros no Art Show; 05 professores de outras instituições e 15 pessoas entre funcionários e professores da Universidade Feevale. Com isto o evento contou com mais de 400 pessoas.

Ao final do evento, os membros das equipes das duas competições responderam a um questionário, no qual foram avaliadas questões de caráter quantitativo e qualitativo para que os alunos pudessem dar sugestões de melhoria ao evento. Maria Cecília Giacaglia (2003) mostra o valor de se usar das duas técnicas para a avaliação:

O retorno quantitativo do evento pode ser mais fácil e rápido de obterem informações necessárias, com variáveis mais fáceis de se medir. Todavia aquelas que também buscam uma avaliação qualitativa são recompensadas por resultados mais abrangentes e fiéis do evento (GIACAGLIA, 2003, p. 224).

O Núcleo de Relações Públicas, depois do evento, foi o responsável pelo envio de releases para os veículos de comunicação, divulgando o que aconteceu no evento. Além disso, realizou a clipagem com as reportagens que saíram na mídia antes, durante e após o 7º Madrugadão Feevale. E-mails foram enviados em agradecimento a participação de alunos, funcionários e professores da instituição. Todos os envolvidos na organização e execução do evento receberam certificado de participação.

Já os agradecimentos aos apoiadores do evento foram realizados pelo setor de Marketing da Feevale, via e-mail, com o envio de fotos da integração do público com a sua marca. E o envio dos certificados de participação e de vencedor das equipes participantes foi encaminhado pelo correio pelo setor de Eventos de Extensão.

6 CONSIDERAÇÕES



Este evento tem imensa importância para a comunidade acadêmica e para a universidade que sedia a competição. Além de integrar os estudantes de diferentes cursos e instituições, ainda desenvolve o indivíduo que trabalha a partir da sua criatividade, iniciativa e trabalho em equipe.

Ao proporcionar aos estagiários e voluntários da Agecom, a oportunidade de participar de um evento como parte da comissão organizadora, a agência experimental de comunicação oferece todo o aparato necessário para praticar a teoria aprendida em aula. Para a realização do 7º Madrugadão, os membros da equipe organizadora tiveram a oportunidade de aplicar todas as etapas do processo de planejamento e organização de eventos como: elaboração do projeto; captação de recursos; planejamento e organização; execução; avaliação e elaboração do relatório final. Os participantes das equipes também puderam explorar os conhecimentos adquiridos na graduação, através de uma experiência dinâmica, criativa e que requer engajamento.

O andamento do evento ocorreu conforme o planejamento, seguindo os horários da programação e as atividades previstas, e contou com a participação de cerca de 400 pessoas, e buscou ampliar a participação de outros cursos da instituição para incentivar a diversidade de atividades criativas e artísticas do evento.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

GIACAGLIA, Maria Cecília. **Eventos: como criar, estruturar e captar recursos**. São Paulo: Cengage Learning, 2006.

GIACAGLIA, Maria Cecília. **Organização de Eventos, Teoria e Prática**. São Paulo: Ed. Cengage Learning, 2003.

GIÁCOMO, Cristina. **Tudo Acaba em Festa**. São Paulo: Summus, 2007.

NETO, Francisco Paulo de Melo. **Criatividade em Eventos**. São Paulo: Editora Contexto, 2012.

ZANELLA, Luis Carlos. **Manual de Organização de Eventos: Planejamento e Operacionalização**. São Paulo: Ed. Atlas S.A., 2011.