

## Festival Cultural Rádio Unesp FM<sup>1</sup>

Célia Maria Retz Godoy dos Santos<sup>2</sup>

Bruna Mantuan<sup>3</sup>

Cybelle Vasnconcelos Gomes<sup>4</sup>

Fabiana Freitas Maniero<sup>5</sup>

Gabriel Barbosa Paes<sup>6</sup>

Gabriela Godoi do Prado<sup>7</sup>

Laís Ribeiro Thomaz<sup>8</sup>

Maria Eduarda Gomes<sup>9</sup>

### RESUMO

Com o intuito de aproximar o público universitário e a comunidade bauruense com a Rádio Unesp FM, a RPjr – Empresa Júnior de Relações Públicas, com base em sua missão, idealizou e executou um evento cultural gratuito em comemoração aos 20 anos da Rádio. Concurso de bandas, intervenções e exposições artísticas e culturais fizeram parte das ações realizadas nos dias 24, 25 e 26 de maio de 2011, com o objetivo de atrair o público jovem, auxiliando assim, no reposicionamento de sua marca tanto na Unesp quanto na cidade. Visando o intercâmbio cultural e a integração, foram firmadas parcerias dentro e fora do câmpus, o que possibilitou a repercussão esperada do evento.

**PALAVRAS-CHAVE:** Festival, Rádio, intercâmbio cultural, reposicionamento de marca.

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XIX Prêmio Expocom 2012, na categoria IV Relações Públicas, modalidade c – Organização de Evento.

<sup>2</sup> Orientador do trabalho. Professor do curso de Relações Públicas. *E-mail:* [celiaretz@faac.unesp.br](mailto:celiaretz@faac.unesp.br)

<sup>3</sup> Aluno líder do grupo e estudante do 5º semestre de graduação do curso de Comunicação Social com habilitação em Relações Públicas da Faculdade de Arquitetura Artes e Comunicação (FAAC) – Unesp de Bauru. *E-mail:* [bru\\_mi@hotmail.com](mailto:bru_mi@hotmail.com).

<sup>4</sup> Estudante do 5º semestre de graduação do curso de Comunicação Social com habilitação em Relações Públicas da Faculdade de Arquitetura Artes e Comunicação (FAAC) – Unesp de Bauru. *E-mail:* [cybellev\\_gomes@hotmail.com](mailto:cybellev_gomes@hotmail.com).

<sup>5</sup> Estudante do 3º semestre de graduação do curso de Comunicação Social com habilitação em Relações Públicas da Faculdade de Arquitetura Artes e Comunicação (FAAC) – Unesp de Bauru. *E-mail:* [fabianafreitas.rp@gmail.com](mailto:fabianafreitas.rp@gmail.com).

<sup>6</sup> Estudante do 5º semestre de graduação do curso de Comunicação Social com habilitação em Relações Públicas da Faculdade de Arquitetura Artes e Comunicação (FAAC) – Unesp de Bauru. *E-mail:* [gabrielpaesrp@gmail.com](mailto:gabrielpaesrp@gmail.com).

<sup>7</sup> Estudante do 7º semestre de graduação do curso de Comunicação Social com habilitação em Relações Públicas da Faculdade de Arquitetura Artes e Comunicação (FAAC) – Unesp de Bauru. *E-mail:* [gabrielagprado@yahoo.com.br](mailto:gabrielagprado@yahoo.com.br).

<sup>8</sup> Estudante do 5º semestre de graduação do curso de Comunicação Social com habilitação em Relações Públicas da Faculdade de Arquitetura Artes e Comunicação (FAAC) – Unesp de Bauru. *E-mail:* [tmz.lais@gmail.com](mailto:tmz.lais@gmail.com).

<sup>9</sup> Estudante do 3º semestre de graduação do curso de Comunicação Social com habilitação em Relações Públicas da Faculdade de Arquitetura Artes e Comunicação (FAAC) – Unesp de Bauru. *E-mail:* [eduardagomesrp@gmail.com](mailto:eduardagomesrp@gmail.com).

## 1. INTRODUÇÃO

A Rádio Unesp FM, sediada no câmpus da Unesp de Bauru, é uma emissora pública, com caráter cultural e educativo que mantém uma grade de programação diversificada, oferecendo aos seus ouvintes cultura, educação e prestação de serviços. A rádio pretendia que a sua programação fosse aberta também aos projetos de docentes e discentes da universidade. Entretanto, diagnosticou que não estava atingindo o seu objetivo neste sentido.

No ano de 2011, quando completou 20 anos de existência, com o intuito de divulgar e reposicionar sua marca, de maneiras criativas e inovadores, promoveu diversas ações a fim de se aproximar do público jovem. A originalidade do projeto também tomou como base o conceito de marketing cultural que “é uma das ferramentas de comunicação mais seguras para que o produto associado a determinado evento tenha reforçado a imagem desejada” (MUYLAERT, 1995). Dentre as ações propostas a Rádio alterou sua grade de programação, realizou um concurso de vinhetas e o Festival Cultural 20 anos Rádio Unesp FM.

Visando atingir um de seus objetivos que era a integração com os projetos internos da universidade, a Rádio Unesp FM procurou a Empresa Júnior de Relações Públicas da Unesp de Bauru – RPjr – para o planejamento e a execução do Festival. O evento proporcionou que a Rádio se aproximasse do público jovem e promovesse um intercâmbio cultural entre os projetos e cursos das faculdades do câmpus de Bauru. “A cultura mostra-se uma forma bastante eficaz de estabelecer comunicação direta com os mais diversos públicos-alvos, ao romper as resistências levantadas às formas tradicionais de comunicação, promovendo empatia entre a empresa e seu público.” (FONSECA, 2003)

O Festival cultural foi realizado em três dias, sendo a abertura uma exposição musical no SESC – Serviço Social do Comércio - de Bauru. Já no segundo e terceiro dia foi executado um concurso de bandas no Anfiteatro Guilherme Rodrigues Ferraz - “Guilhermão”, sediado dentro do câmpus. Além disso, contou com exposições de trabalhos artísticos e intervenções culturais.

O concurso contava com 12 bandas de diversos gêneros musicais, sendo que algum membro desta deveria possuir algum vínculo com a Unesp. As bandas foram julgadas por três conceituados professores do Instituto de Artes do câmpus de São Paulo, os quais

avaliaram três músicas, sendo duas *cover* a escolha da banda e uma de autoria própria. A banda vencedora ganhou 24 horas de gravação em um estúdio musical e o direito de ter sua música tocada na grade da Rádio Unesp FM durante um ano. O segundo lugar ganhou 1.200 reais em compras em uma loja de instrumentos musicais e o terceiro lugar uma viagem para conhecer o Instituto de Artes.

Seguindo essa linha de desenvolvimento do projeto, o Festival aprofundou o contato do público universitário com a Rádio Unesp FM. Com essas ações atingiu seu objetivo, fidelizando o público universitário e melhorando a imagem perante a comunidade bauruense, além de promover um intercâmbio sociocultural.

## **2. OBJETIVO**

O Festival Cultural Rádio Unesp FM visou a divulgação e o reposicionamento da marca da Rádio Unesp FM a partir de uma maior proximidade e familiarização desta com o público jovem. Deste modo, o concurso de bandas, as exposições e as intervenções culturais despertaram o interesse do público-alvo do evento para a Rádio, servindo como elo entre o social, o acadêmico e a comunidade.

## **3. JUSTIFICATIVA**

Dentro do diagnóstico detectado em uma falha com um dos públicos da Rádio, o Festival foi uma ferramenta inovadora para atingir o objetivo da divulgação e reposicionamento da marca, fugindo dos meios tradicionais já utilizados pela Rádio. “O planejamento desempenha o papel decisivo nas organizações. Planejar estrategicamente a sua comunicação e conseguir aceitação dos públicos é um dos grandes desafios para a prática das relações públicas na contemporaneidade.” (KUNSCH, 2003). Esse tipo de desafio citado por Kunsch (2003) estimulou a organização do evento a proporcionar aos expectadores e as bandas uma vivência com uma produção cultural ampla e diversificada.

Devido à sua abrangência cultural, nada mais apropriado do que comemorar seus 20 anos de atuação com um festival de bandas e apresentações culturais. A opção de delimitar os universitários da Unesp de Bauru como público-alvo para esse Festival ocorreu devido à necessidade da Rádio obter maior contato com esse público. A abrangência do Festival, no entanto, foi estendida para toda a comunidade bauruense.

#### 4. MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

O projeto contou com amplo arcabouço teórico para sua realização, utilizando conceitos de profissionais que são referências para profissão de Relações Públicas. Dentre estes, o planejamento estratégico e a execução do evento foram baseados em teorias de Cleuza Cesca e Margarida Kunsch, porém necessitamos de algo mais específico da produção cultural, para isso foram abordados conceitos de Marketing Cultural referenciados por Roberto Muylaert.

De acordo com a ideia de Cleuza Cesca de que “A Organização de eventos é trabalhosa e exige grande responsabilidade. Acontece ‘ao vivo’, e qualquer falha comprometerá o conceito/imagem da organização para a qual é realizado e do seu organizador.” (CESCA, 2008), o planejamento do Festival Cultural Rádio Unesp FM, visou a estruturação de um cronograma de atividades que envolvia desde a captação de recursos financeiros, busca de parceiros, seleção de jurados, estratégia de divulgação, criação do regulamento, criação do concurso, definição de regras, contato com a imprensa; até a premiação, execução do evento e o pós-evento, incluindo o *feedback* e o *clipping*, que envolviam técnicas e conceitos de relações públicas.

A partir de toda a pesquisa sobre planejamento e análise de ferramentas para a execução do concurso, o cronograma do projeto foi estabelecido da seguinte maneira:

CRONOGRAMA DE ATIVIDADES - FESTIVAL CULTURAL 20 ANOS RÁDIO UNESP FM	
Atividade	Período
Elaboração da proposta e planejamento	outubro e novembro de 2010
Captação de recursos	novembro de 2010 até janeiro de 2011
Elaboração do material de divulgação	novembro de 2010 até janeiro de 2011
Contato com os jurados do concurso	dezembro de 2010 até janeiro de 2011
Elaboração do regulamento do concurso	dezembro de 2010 até fevereiro de 2011
Divulgação	fevereiro até maio de 2011
Inscrições das bandas	março até abril de 2011
Contato com a imprensa	março até maio de 2011
Sorteio de ordem de apresentação das bandas	dia 16 de maio de 2011
Execução do evento	dias 24, 25 e 26 de maio de 2011
<i>Clipping</i>	junho de 2011
<i>Feedback</i> do evento	junho até julho de 2011

Na execução do evento, contamos com um júri formado por três professores renomados do Instituto de Artes, que ajudaram a fortalecer a imagem e a credibilidade do

projeto. A banca julgadora tinha o papel fundamental de avaliar critérios como letra da música, afinação e presença de palco. Esta banca foi formada por: Achille Guido Picchi, Alexandre Roberto Lunsqui e Lutero Rodrigues da Silva.

Sobre a execução podemos acrescentar que o seu tempo de duração foi estrategicamente escolhido para que se pudessem abordar diversas atividades culturais. O primeiro dia contou com uma exposição musical do cantor Marcelo Jeneci no SESC - Bauru que pode aumentar a visibilidade do projeto e chamar um público mais diversificado da cidade de Bauru, juntamente com os universitários, para os próximos dias de evento. O segundo e o terceiro dia do Festival, executados no câmpus da Unesp de Bauru, além de realizar um concurso de bandas pôde contar com diversas exposições de projetos internos da universidade. Esses projetos envolveram questões artísticas que puderam expor à comunidade a cultura que vai além da música, fazendo uma ponte entre a academia e a sociedade.

A realização do evento quebra um estereótipo e prova que as Relações Públicas não se definem simplesmente pela execução de um evento, mas que, nesse caso, também contou com uma ampla ação de reposicionamento de marca e produção cultural, envolvendo o planejamento de um conceito que foi transmitido ao público-alvo durante a execução do projeto.

## 5. DESCRIÇÃO DO PRODUTO DO PROCESSO

A Rádio Unesp FM procurou a RPjr com o intuito de realizar um evento comemorativo pelo seu 20º aniversário. Este evento era parte de um projeto com diversas ações que objetivavam, além da comemoração, o reposicionamento da marca e a ampliação de sua visibilidade dentro e fora da universidade. Quando essa proposta chegou até a RPjr, a empresa a partir de um *brainstorm* idealizou um festival cultural que contemplasse os objetivos iniciais do cliente.

Uma vez definido o objetivo, ou seja, uma vez constituído o *briefing* completo do que se deseja transmitir, aí então, e só aí, chega, a hora da criatividade, que nada mais é do que a colocação mais convincente possível daquilo que se pretende em relação à concorrência, se é que ela existe. (MUYLAERT, 1995, p. 42)

Condizendo com a missão e os valores da RPjr, o projeto de caráter social, acadêmico e cultural proporcionou a oportunidade de aplicar teorias de Relações Públicas na organização do evento, na assessoria de imagem e na gestão da marca, além de agregar valores humanitários aos membros da RPjr.

Em outubro de 2012 iniciou-se o trabalho a partir da elaboração da proposta do Festival Cultural 20 anos Rádio Unesp FM e do planejamento das atividades. Para viabilizar o projeto, a RPjr estruturou uma captação de recursos com o intuito de conseguir o apoio de: Unesp – Universidade Estadual “Júlio de Mesquita Filho”, Fundunesp – Fundação para o desenvolvimento da Unesp, FunDeB – Fundação para o Desenvolvimento de Bauru, PROEX – Pró-Reitoria de Extensão Universitária, FAAC – Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, FEB – Faculdade de Engenharia de Bauru, FC – Faculdade de Ciências, Prefeitura Municipal de Bauru, Secretaria Municipal de Cultura de Bauru, Jornal da Cidade e Musicalle Instrumentos. As parcerias que contribuíram para o engrandecimento do evento foram: DesignJr – Empresa Júnior de Design da Unesp Bauru, SESC – Serviço Social do comércio, Enxame Coletivo e Agência Propagação.

Durante a estruturação do concurso de bandas, a RPjr elaborou um regulamento, visando organizar e formalizar as regras de participação e avaliação. Tal avaliação foi realizada por três jurados renomados na área musical, sendo eles Achille Guido Picchi, Alexandre Roberto Lunsqui e Lutero Rodrigues da Silva, a partir de critérios como originalidade, criatividade, presença de palco, interação com o público e musicalidade.

A parceira DesignJr elaborou o material gráfico conceituando visualmente a nova percepção que a Rádio queria transmitir: mais jovem e atrativa. Esse material, composto por 50 cartazes, 3.000 *flyers*, dois *banners*, dois *outdoors*, três faixas e 100 camisetas, foi divulgado dentro e fora do câmpus, nos pontos mais estratégicos, como por exemplo nas cantinas das faculdades e no centro da cidade. Além disso, a RPjr utilizou suas mídias digitais, Facebook, Twitter e blog, para atingir o público-alvo.

Como mídia alternativa, a RPjr propôs um desafio musical, através do game Guitar Hero, nos horários de maior circulação de alunos na cantina da FEB, com o intuito de chamá-los para o grande concurso de bandas do Festival. Durante a virada cultural a banda convidada para se apresentar no Festival Pé de Macaco, vestindo a camiseta de divulgação, chamou todo o público presente para participar do aniversário da Rádio.

Foi elaborado um *press kit* contendo *ecobag*, caneta reciclada, chaveiro, palheta personalizada, camiseta, CD, credenciais personalizadas, *release* e materiais informativos

do evento. O mesmo foi enviado para os principais veículos de comunicação da cidade de Bauru e da universidade.

As inscrições das bandas no concurso foram feitas através do *hotsite* <http://www.wix.com/festival20anos/unespfm> e efetivadas com o pagamento de R\$50,00 por banda. Arelado ao intuito do evento de aproximar o público universitário, um dos pré-requisitos para inscrição era que pelo menos um membro de cada banda tivesse algum vínculo com a Unesp de Bauru.

Depois de todo planejamento do evento e estrutura finalizada a execução se deu nos dias 24, 25 e 26 de maio de 2011. Para a realização do Festival, a empresa subdividiu-se em apoio interno, apoio externo e apoio geral. A equipe de apoio interno ficou responsável pelos seguintes setores: palco, bandas, jurados, som e projetor. A equipe de apoio externo tinha a função de organizar e orientar as exposições artísticas. Já o apoio geral fornecia informações e também estava preparado e atento aos possíveis contratempos do evento.

Abaixo segue a programação dos três dias do Festival:

PROGRAMAÇÃO - FESTIVAL CULTURAL 20 ANOS RÁDIO UNESP FM	
<b>1º dia – 24/05/2011</b>	
20:00	Abertura SESC - BAURU
20:30	Show de Abertura do Marcelo Jeneci
22:00	Encerramento das atividades
<b>2º dia - 25/05/2011</b>	
18:00	Início das atividades no “Guilhermão” com exposições de arte
18:30	Intervenção cultural: Trio de violões e <i>Quiz</i> Musical
19:00	Apresentação das bandas do concurso
21:00	Intervenção cultural: TUSP – Mostra do teatro da USP
21:30	Apresentação das bandas do concurso
22:30	Encerramento das Atividades
<b>3º dia - 26/05/2011</b>	
18:00	Início das atividades no “Guilhermão” com exposições de arte
18:30	Apresentação das bandas do concurso
20:00	Intervenção Cultural: Malabares do Enxame Coletivo e <i>Quiz</i> Musical
20:30	Apresentação das bandas do concurso
21:30	Show da banda convidada Pé de Macaco
22:30	Encerramento com a divulgação das bandas vencedoras do concurso

De forma grandiosa, a abertura do festival se deu com o show do cantor e compositor Marcelo Jeneci, em parceria com o SESC – Bauru.

Buscando o intercâmbio cultural com os mais variados cursos das três faculdades do câmpus de Bauru, no segundo dia de evento, o “Guilhermão” foi palco da integração dos

projetos de extensão, LabSol – Laboratório de Design Solidário da Unesp de Bauru, Projeto Taquara, dos Centros Acadêmicos, dos graduandos do curso de Educação Artística e também de artesãos da cidade de Bauru. O trio de violões do Instituto de Artes do câmpus de São Paulo e o TUSP – Teatro da USP enriqueceram a programação. Juntamente com essas intervenções, também foi realizado um *quiz* musical com os expectadores que incentivou a troca de conhecimentos premiando o público com palhetas e infláveis personalizados.

No terceiro dia, as exposições artísticas e o *quiz* musical continuaram ocorrendo. Como intervenção, o parceiro Enxame Coletivo realizou uma apresentação de malabares circences. O encerramento ocorreu com o show da banda convidada Pé de Macaco e com a divulgação e premiação das três bandas vencedoras. A terceira colocada ganhou uma visita ao Instituto de Artes da Unesp na cidade de São Paulo e um troféu. O segundo lugar recebeu R\$1.200,00 em compras na loja de instrumentos musicais Musicalle e um troféu. A grande vencedora foi contemplada com 24 horas de gravação em estúdio, inclusão de uma música na grade de programação na Rádio Unesp FM e um troféu.

A cobertura foi transmitida ao vivo pela Rádio Unesp FM 105.7. A ACI FAAC – Assessoria de Comunicação e Imprensa, a Jornal Jr – Empresa Júnior de Jornalismo da Unesp Bauru, a WEB TV da Unesp Bauru e a Agência Propagação também completaram a cobertura do evento.

Após o Festival, foi realizado o *clipping* para mensurar a repercussão deste. Foram publicadas matérias nos jornais de maior circulação em Bauru como o Bom Dia e o Jornal da Cidade, sendo que neste último, o evento ocupou a primeira página do Caderno de Cultura.

O *feedback* com o cliente, fundamental para o bom relacionamento e para certificação do alcance dos objetivos de ambas as partes, foi realizado através de uma reunião presencial duas semanas após o evento. O Festival foi muito elogiado pelos ouvintes da Rádio, que ligavam parabenizando a iniciativa. Além disso, a meta de 2.000 pessoas somadas nos três dias de evento foi ultrapassada e os alunos se interessaram e buscaram a Rádio para compor sua programação.

## 6. CONSIDERAÇÕES

O Festival Cultural 20 anos Rádio Unesp FM divulgou e reposicionou a marca desta através do entretenimento. A visão erudita deu lugar ao novo perfil mais atrativo, o qual proporcionou uma grade inovadora, ouvintes universitários, jovens da cidade e também alunos integrados na programação.

De acordo com seu caráter social e cultural, o evento proporcionou às bandas do cenário musical de bauru a oportunidade de reconhecimento e desenvolvimento, através da apresentação no dia do evento, da divulgação e dos incentivos em forma de prêmios. A presença de três jurados conceituados musicalmente provenientes do Instituto de Artes do câmpus de São Paulo abrangeu o intercâmbio de conhecimento para além da Unesp de Bauru estreitando, também, os laços entre as universidades.

O alcance e a boa receptividade do Festival proporcionou uma mudança positiva para a Rádio, que hoje tem sua audiência com público diversificado e uma maior proximidade com os universitários e com a população bauruense. Com isso, a equipe RPjr aplicou a sua missão e seus valores no evento de caráter acadêmico, social e cultural, fortalecendo assim o conhecimento e experiência apreendidos em um projeto desafiador.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CESCA, Cleuza G. **Organização de eventos: Manual para planejamento e execução**. São Paulo: Editora Summus, 2008. 9ª edição.

KUNSCH, Margarida. **Planejamento de relações públicas na Comunicação Integrada**. São Paulo: Editora Summus, 2003.

MUYLAERT, Roberto. **Marketing Cultural e Comunicação Dirigida**. São Paulo: Editora Globo, 1995. 4ª edição.

REIS, Ana Carla Fonseca. **Marketing Cultural e Financiamento da Cultura: teoria e prática em um estudo internacional**. São Paulo: Editora Pioneira Thomson Learning, 2003.