

## **Produto de Comunicação Institucional Radiofônico<sup>1</sup>**

Rogério Vieira MAGALHÃES<sup>2</sup>

Sergio RODRIGUES<sup>3</sup>

Cainã HORÁCIO<sup>4</sup>

Camila SANTANA<sup>5</sup>

Adriana M.C.P. DONADON<sup>6</sup>

Centro Universitário Nossa Senhora do Patrocínio, Salto, SP

### **RESUMO**

Este trabalho foi executado como auxílio ao Departamento de Eventos da Agência Experimental de Comunicação Integrada – AECI, na divulgação das campanhas voltada ao Terceiro Setor na conscientização da importância da participação de todos os estudantes nos eventos realizados pelos estudantes de Relações Públicas, juntamente com os cursos de comunicação da Faculdade de Comunicação, Artes e Design – FCAD, com uma comunicação massiva, interna, como divulgar as atividades desenvolvidas pelo setor, utilizando a comunicação radiofônica como veículo de comunicação eficiente para as Relações Públicas.

**PALAVRAS-CHAVE:** Rádio; Comunicação; Divulgação; Radiofônico ; Resultados.

1 Trabalho submetido ao XXIII Prêmio Expocom 2016 na Categoria Relações Públicas, modalidade Produto Institucional de Comunicação Radiofônico

2 Estudante líder estudante do 5º. Semestre do Curso Relações Públicas, email: rprogeriovieira@gmail.com

3 Estudante do 5º. Semestre do Curso de Relações Públicas, email: cômico.sergio@gmail.com

4 Estudante do 7º Semestre do Curso de Relações Públicas, email: caina.horacio@gmail.com

5 Estudante do 7º Semestre do Curso de Relações Públicas, email: rpcamisantana@gmail.com

6 Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Relações Públicas, email: Adriana.donadon@ceunsp.edu.br

## **1 INTRODUÇÃO**

Desde os primórdios no meio em que estamos, temos a necessidade de nos comunicar, e este ato de grande importância nos ajuda a expressar o que queremos demonstrar, passar uma informação, pedir e dentre outras até agradecer. Então por meio diversos tipos de maneiras de se comunicar, a linguagem foi encaixada em vários tipos de objetos e meios de se passar adiante o que se necessita expor, e se tratando de um meio de comunicação instantâneo temos uma que anda lado a lado com a internet, o Rádio, que necessita da voz humana para poder expor tudo aquilo que se deseja que quem estiver do outro lado..., um fantástico sistema de comunicação e de interação de longo alcance.

Segundo Beltrão (1968) o rádio foi o primeiro veículo de comunicação de massa, a qual possibilita todo terem acesso da informação em tempo real chegando a qualquer lugar do mundo.

Não desmerecendo o poder da mais moderna forma de comunicar hoje, a Internet, o rádio continua a levar o entretenimento aos diversos públicos. Assim, proporciona entrevistas, sorteios, divulgação de importantes acontecimentos facilitando a nossa vida em vários âmbitos, e entre um eles é que pode-se realizar outras atividades ao mesmo tempo em que nos interage e divulga a sua programação bem como os anunciantes.

## **2 OBJETIVO**

O objetivo da Comunicação Institucional Radiofônico foi divulgar e conscientizar a importância da participação de todas as ações desenvolvidas pelos estudantes do curso de Relações Públicas.

### 3 JUSTIFICATIVA

A divulgação de todo material, campanha, informação deve ser direcionada ao público a que se destina, ou seja, o público alvo, pois o objetivo é alcançar o maior número de pessoas possíveis para que as nossas campanhas sejam um sucesso, e que além de interagir com os alunos e membros da faculdade nós, conseguimos passar informações sobre prevenção de doenças e a necessidade de ajudar a quem precisa.

Então a ideia dos spots na comunicação radiofônica nos trouxe resultados e aprendizado além das expectativas. E muito, além disso, trouxe a oportunidade dos alunos que executam os trabalhos poder colaborar com seu próprio objeto de estudo e aprendizado, pois sem o conhecimento deles não seria possível a produção, edição e execução nos alto-falantes e posteriormente a repercussão que se tomou.

O rádio e divulgação por meio de spot sempre será uma forma de comunicação interativa, e de confiança que a cada dia consegue mais e mais ouvintes. Ter a oportunidade de poder utilizar desse meio de comunicação dentro da faculdade e em estúdio de gravação, nos tornará profissionais mais capacitados e sempre que for conveniente a utilização desse meio a proporcionar a informação ao público, que possibilite uma informação rápida e segura.

Foram divulgadas e executadas 04 campanhas voltadas para várias áreas como a do conhecimento, prevenção, educação e arrecadação por meio de doação de ração canina para animais em uma entidade cuidadora durante a Feira de Engenharia em nosso centro universitário.

### 4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Todos os semestres dentro da Agência Experimental de Comunicação Integrada (AECI), que faz parte da Agência de Comunicação e Artes (AECA) da Faculdade de Comunicação, Artes e Design – FCAD realiza-se um *brainstorming* para elaborar o roteiro em correlação a programação das atividades da AECI, com os Departamentos envolvidos Eventos, Mídias, Responsabilidade Social e Comunicação Interna.

Todos os trabalhos são de efeitos de ações sociais, para isso foi realizada reunião com o Gerente da Rádio Universitária, para viabilizar o nosso projeto, agendamento e

fomentação do roteiro. Verificado que não haveria a possibilidade de nos atender na gravação, pelo motivo de agenda, procuramos parceiros para auxiliarem nessa tarefa.

Por isso, todos os spots foram gravados com o parceiro da AECI, Estúdio DromeSom, na cidade de Laranjal Paulista, situado à Rua Ordele, nº 31 – Centro.

Antes da gravação foram realizadas reuniões com os responsáveis da Rádio, e vários rascunhos como as chamadas e roteiros, foram elaborados objetivando a encontrar a melhor forma de divulgar e conscientizar o nosso público alvo. Chegamos ao consenso referente ao roteiro e das chamadas. O qual foi gravado com êxito.

Logo ao término dos estudos e apresentações das formas e métodos que poderiam ser utilizados da propaganda e todo o seu conteúdo referente às campanhas dos “spots radiofônicos”.

Considerando a segunda etapa, elaboramos o planejamento das inserções na Rádio Universitária, juntamente com o Gerente responsável, a qual ocorreu sem contratemos.

Devido ao grande movimento de estudantes, e demais colaboradores da faculdade e diante da impossibilidade de usufruir das dependências de uma rádio com estúdio de gravação dentro do centro acadêmico, conseguimos alcançar um público expressivo e participativo a partir do rádio e dos acadêmicos que somos.

## **5 DESCRIÇÃO DOS EVENTOS**

Então logo em conjunto com seus responsáveis por gravações radiofônicas e transmissões de seus programas, a diretoria da Comunicação da Agência Experimental de Comunicação Integrada - (AECI), juntamente com a responsável pelo setor de Responsabilidade Social e Terceiro Setor da agência, e os nossos colaboradores, fomos atendidos e gravamos os spots para a divulgação das nossas campanhas, e solicitamos que fossem feitas a reprodução e transmissão das chamadas durante os intervalos dos dias que se antecederam os eventos e durante o intervalo das aulas nos dias da semana em um programa super divertido que acontece em nossa rádio universitária.

Em nosso texto radiofônico buscamos colocar o que há de mais importante em cada campanha realizada, então ficou muito claro e expressivo o motivo pelo qual estamos executando aquele serviço tão importante quanto a utilização do sistema de comunicação por meio de rádio.

Foram chamadas no formato de “spots” de aproximadamente 30 segundos, e pudemos conhecer o processo de produção das gravações e edição dos produtos radiofônicos desenvolvidos por seus responsáveis, e que conseguiu atingir um número grande de participantes aos sorteios dos brindes e também nas colaborações aos que necessitam em instituições fora do nosso centro acadêmico.

Geralmente em cada edição de sorteios referente às campanhas realizadas, vimos que esteve presente em média de 200 pessoas, então diante do número expressivo, tivemos conta do produto radiofônico que produzimos.

## **5.1 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO**

O produto que produzimos foram “spots”, que são mensagens faladas e gravadas com fundo musical e com duração de aproximadamente 30 segundos, a partir de um roteiro para cada evento construído pela nossa agência de comunicação com opiniões e sugestões dos integrantes e coordenadores dos setores envolvidos na causa.

O processo de gravação foi produzido e executado por meio de uma gravadora com estúdio na cidade de Laranjal Paulista, uma vez já conhecido em nosso meio por nos ajudar em outras gravações do gênero.

Foram spots de caráter educativo e preventivo, com o intuito de alertar e arrecadar produtos e alimentos para serem doados a quem necessita.

Então foram quatro campanhas: Tivemos spot e divulgação sobre a campanha Outubro Rosa referente à prevenção do câncer de mama, um spot para a campanha Novembro Azul sobre o câncer de próstata, outro para a divulgação da Feira de Engenharia dos alunos do curso de engenharia do CEUNSP, este solicitando a doação de ração para cães para serem entregues à uma entidade da cidade de Sorocaba, e por último um spot para divulgação do Prêmio Capivaras de Ouro que premia os trabalhos vencedores do Intercon e Expocom de

2015 e também divulga os trabalhos ganhadores para concorrer no próximo Intercom e Expocom em 2016.

Esses spots foram gravados e reproduzidos, além de ao vivo durante o intervalo de aula contamos com a presença dos participantes para o sorteio dos brindes, sempre com muita interação, alegria e informação, esses sorteios ficaram sob minha responsabilidade ao vivo bem como o seu processo de criação e execução.



**PARTICIPE DA**  
**LUTA CONTRA O**  
**CÂNCER DE PRÓSTATA**

No dia 18 de novembro, venha para o CEUNSP com uma peça de roupa (Camiseta, Camisa, Vestido) na cor azul e concorra a diversos brindes que serão sorteados pela rádio FCAD.

\*O prêmio só será entregue para pessoas que estiverem presentes no bloco K na hora do sorteio.

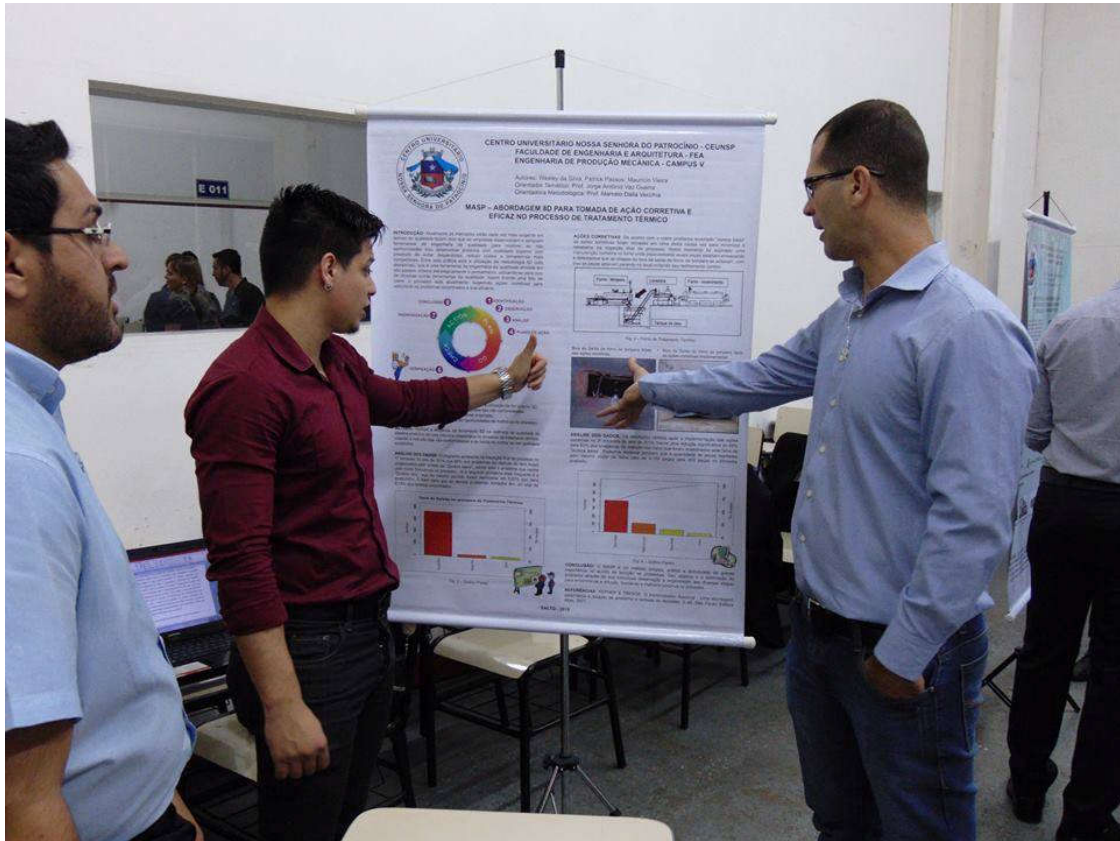
**18/11**  
20h40 - Bloco K

**NOVEMBRO AZUL**  
**VERGONHA É NÃO SE CUIDAR**

**AEC!**  
Agência Experimental de Comunicação Interdisciplinar

Arte: Raphael Chespiaksoff

<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=602277366544105&set=gm.386459974844948&type=1&theater> - 02/02/15 15:31



<https://www.facebook.com/aeci.ceunsp/photos/a.849870921778819.1073741859.406895872742995/849871208445457/?type=3&theater> 09/05/16 10:15



**Outubro Rosa**

VENHA DE CAMISETA ROSA E CONCORRA A PRÊMIOS

**Sorteio pela Rádio FCAD**

Além do sorteio às 20h50 haverá um stand durante toda a noite com outras atrações! VENHA CONFERIR

**Participe da luta contra o Câncer de Mama**

**Data:** 09/10/2015 | **Horário:** 19h30 às 22h  
**Local:** Bloco K | CEUNSP Salto/SP

**Parceria:**   **Realização:** 

<https://www.facebook.com/aeci.ceunsp/photos/a.407507942681788.1073741831.406895872742995/834597586639486/?type=3&theater> 09/05/16 09:44





<https://www.facebook.com/aeci.ceunsp/photos/a.407507942681788.1073741831.406895872742995/848775478555030/?type=3&theater> 09/05/16

## 6 CONSIDERAÇÕES

Foi um trabalho sério, importante e de grande repercução entre os alunos, colaboradores e docentes, assim como fora do nosso centro acadêmico, pois contou com a ajuda das mídias sociais na internet, utilizada pelo nosso setor competente e sem esquecermo-nos da ajuda

recebida da nossa querida rádio, que nos orientou na produção dos spots gravados e reproduzidos, além de nos fornecer a rádio para os sorteios dos brindes aos presentes durante as campanhas e congresso de comunicação.

Com esse Produto de Comunicação Institucional Radiofônico, conseguimos passar ao público presente e aos que acompanharam por outros meios, a necessidade da prevenção de doenças e também a de colaborar e ajudar ao próximo.

E os resultados foram aparecendo logo depois da primeira campanha, pois notamos a credibilidade que a nossa rádio possui, e transmitiu à todos o trabalho executado por nossa agência de comunicação.

Tudo isso sempre com a supervisão da diretoria da agência e também dos responsáveis do setor de Responsabilidade Social e 3º Setor.

## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

LEÃO, Rudyard C.(2003). Ficção Radioativa. Disponível em <http://www.klepsidra.net> (acesso em 31/03/2005)

LOPES, Rodrigo Garcia. *Vozes e Visões*. (1996) Panorama da Arte e Cultura Norte-Americanas Hoje. São Paulo: Editora Iluminuras.

PEIXOTO, Fernando. Descobrimo o que já estava descoberto. In: Sperber, George (org.). 1980. Introdução à Peça Radiofônica. São Paulo: Editora E.P.U.

SCHÖNING, Klaus. Ouvir Peças Radiofônicas. Em defesa de uma criança abandonada. (1979). In: Sperber, George (org.). 1980. Introdução à Peça Radiofônica. São Paulo: Editora E.P.U.

SPERBER, George (org.). 1980. Introdução à Peça Radiofônica. São Paulo: Editora E.P.U.

TRIGO-DE-SOUZA, Lígia Maria. 2002–2003. Rádio. Internet.br: o rádio que caiu na rede... Revista USP – 80 anos de Rádio, n 56.

## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICA DAS IMAGENS:**

<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=602277366544105&set=gm.386459974844948&type=1&theater> - 02/02/15 15:31

<https://www.facebook.com/aeci.ceunsp/photos/a.849870921778819.1073741859.406895872742995/849871208445457/?type=3&theater> 09/05/16 10:15

<https://www.facebook.com/aeci.ceunsp/photos/a.407507942681788.1073741831.406895872742995/834597586639486/?type=3&theater> 09/05/16 09:44

<https://www.facebook.com/aeci.ceunsp/photos/a.407507942681788.1073741831.406895872742995/848775478555030/?type=3&theater> 09/05/16 10:20