

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA  
"JÚLIO DE MESQUITA FILHO"  
CAMPUS DE BAURU  
FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES E COMUNICAÇÃO

CHIRLENE SAMARA DE SOUZA  
LARISSA BIANCHI CASTILHO  
VICTOR AUGUSTO VASCONCELOS DIAS  
VICTOR PEROZZI OEHLMEYER

**PLANEJAMENTO E EXECUÇÃO DO EVENTO 40 ANOS DO CURSO DE  
RELAÇÕES PÚBLICAS DA UNESP - CÂMPUS DE BAURU**

BAURU  
2023

CHIRLENE SAMARA DE SOUZA  
LARISSA BIANCHI CASTILHO  
VICTOR AUGUSTO VASCONCELOS DIAS  
VICTOR PEROZZI OEHLMEYER

**PLANEJAMENTO E EXECUÇÃO DO EVENTO 40 ANOS DO CURSO DE  
RELAÇÕES PÚBLICAS DA UNESP - CÂMPUS DE BAURU**

Trabalho de Conclusão de Curso de graduação  
apresentado à Universidade Estadual Paulista “Júlio  
de Mesquita Filho” como requisito parcial para a  
obtenção do título de Bacharel em Relações Públicas.

Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Dra. Raquel Cabral

BAURU  
2023

D541p

Castilho, Larissa Bianchi  
Dias, Victor Augusto Vasconcelos  
Oehlmeyer, Victor Perozzi  
Souza, Chirlene Samara de

Planejamento e execução do evento 40 anos do curso de Relações Públicas - câmpus  
de Bauru / Larissa B. Castilho, Victor A. V. Dias, Victor P. Oehlmeyer, Chirlene  
S. de Souza. -- Bauru, 2023

54 p. : tabs., fotos

Trabalho de conclusão de curso (Bacharelado - Relações Públicas) - Universidade  
Estadual Paulista (Unesp), Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design,  
Bauru

Orientadora: Raquel Cabral

1. Relações públicas. 2. Eventos especiais. 3. Memória coletiva. I. Título.

Sistema de geração automática de fichas catalográficas da Unesp. Biblioteca da Faculdade de Arquitetura, Artes,  
Comunicação e Design, Bauru. Dados fornecidos pelo autor(a).

Essa ficha não pode ser modificada.

CHIRLENE SAMARA DE SOUZA  
LARISSA BIANCHI CASTILHO  
VICTOR AUGUSTO VASCONCELOS DIAS  
VICTOR PEROZZI OEHLMEYER

**PLANEJAMENTO E EXECUÇÃO DO EVENTO 40 ANOS DO CURSO DE  
RELAÇÕES PÚBLICAS DA UNESP - CÂMPUS DE BAURU**

Trabalho de Conclusão de Curso de graduação  
apresentado à Universidade Estadual Paulista “Júlio  
de Mesquita Filho” como requisito parcial para a  
obtenção do título de Bacharel em Relações Públicas.

Orientadora: Dr.<sup>a</sup> Prof.<sup>a</sup> Dra. Raquel Cabral

Bauru, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_

**BANCA EXAMINADORA**

---

**Prof<sup>a</sup> Dra. Raquel Cabral**  
Universidade Estadual Paulista (UNESP)  
Orientadora

---

**Prof<sup>a</sup> Dra. Mariana Carareto**  
Universidade Federal de Goiás (UFG)

---

**Prof. Ms. Pablo Monteiro**  
Doutorando do Programa de Mídia e Tecnologia da FAAC/Unesp

Dedicamos esse trabalho aos nossos familiares, que com muito amor nos ensinaram o caminho da ética, do respeito ao próximo e do valor aos estudos. À nossa instituição acadêmica com o seu prestigiado corpo docente e a todos os colegas e amigos de curso que contribuíram e deram apoio nas horas mais difíceis.

## AGRADECIMENTOS

Primeiramente agradeço a Deus, que é um ser de Luz que me ama incondicionalmente, e que me protegeu não só nesses tenebrosos últimos anos, mas sobretudo, ao longo de toda a minha vida desde a mais tenra idade.

À minha mãe Miria, que sempre cuidou de mim, com amor, zelo, procurando assim me fortalecer como pessoa dona do próprio destino, sempre guardo comigo suas palavras: “filha mire sempre o cume do maior pinheiro”. Este ensinamento e sua extrema dedicação que sempre foi e será essencial para minha jornada nessa terra.

À minha companheira, esposa e melhor amiga de todas as horas, Bianca, pela sua compreensão e apoio nos momentos de maiores desafios. Agradeço de coração e alma. Sem seu apoio em todas áreas e momentos, eu jamais estaria aqui.

Aos meus amigos e colegas, que estiveram por perto acreditando no meu potencial e entendendo os meus momentos de ausências.

À professora coordenadora e agora orientadora Raquel Cabral, excelente profissional, amiga que pude contar em todos os momentos (até em suas férias) e, que mesmo nos momentos de desalentos para com o curso, Raquel com um sorriso nos olhos e de forma doce desfilou palavras que resgataram o amor e a importância da nossa profissão.

A todos os demais professores do curso. Sem vocês, sem o conhecimento e a paciência eu não teria o entendimento da importância da vivência acadêmica e dos mestres literários.

Por fim, aos professores Pablo Monteiro e Mariana Carareto, por terem prontamente e com imenso carinho aceitado o convite para a banca examinadora.

Chirlene Samara de Souza

## AGRADECIMENTOS

Não poderia deixar de começar agradecendo e dedicando essa dissertação à minha família, em especial, ao meu pai Vanderlei e minha mãe Margarete, que nunca mediram esforços para me proporcionarem uma vida e ensino de qualidade, por sempre me apoiarem e estarem ao meu lado em momentos nos quais mais precisei. Sou grata pelos inúmeros sacrifícios que fizeram e fazem diariamente para que eu pudesse chegar até aqui.

Aos meus amigos e minhas companheiras de casa, em especial à República Cabo C pelo apoio, carinho e pelos melhores momentos da minha vida que dividimos juntas. Por estarem comigo nessa fase tão especial e a tornarem inesquecíveis. Elas que carregarei eternamente comigo seja onde eu estiver. Obrigada por serem as melhores pessoas da minha vida.

Aos professores por toda dedicação e ensinamentos que guiaram meu aprendizado e foram essenciais na minha formação. A todos aqueles que fizeram parte da minha trajetória, desde o ensino básico, fundamental, médio e agora na graduação. Especialmente à professora orientadora deste trabalho de conclusão, Raquel, por ter desempenhado essa função com dedicação e maestria.

A todos os servidores da Unesp de Bauru que lutam diariamente para que alguém como eu possa ter um ensino superior de qualidade. A todos os docentes, faxineiros, zeladores e servidores técnicos pelo esforço e dedicação.

Dedico um agradecimento especial à minha cachorra Helena, minha companheira, e que em muitos momentos foi meu refúgio e porto seguro.

Por fim, agradeço a mim pelo esforço e dedicação em todos esses anos. Pela força e superação que, em muitos momentos, tive que buscar para, enfim, chegar até aqui.

Larissa Bianchi Castilho

## **AGRADECIMENTOS**

Primeiramente agradeço a Deus, que me guardou e deu forças durante essa jornada. Também agradeço a todos que compartilharam e fizeram parte dessa história, criei aqui memórias que vão caminhar comigo por toda a vida.

Quero agradecer também aos meus queridos amigos, em especial, a Bianca Souza, Gabriela Barbosa, Guilherme Ferreira, Guilherme Magalhães e Tainá Bernardes. Sem eles eu não seria nada nessa UNESP, agradeço a parceria, bons momentos e risadas. Vou levá-los no meu coração e alma.

Por fim, agradeço a Raquel Cabral, uma grande professora e pessoa iluminada, que topou o desafio de nos ajudar com mais essa etapa da graduação.

Victor Augusto Vasconcelos Dias

## **AGRADECIMENTOS**

Primeiramente, gostaria de agradecer aos meus pais, Fábio e Ana Cristina, por serem meu apoio e inspiração, e que não mediram esforço algum para que eu estivesse aqui: em uma universidade pública gratuita e de qualidade, e para conseguir trilhar meu caminho com meus próprios passos. Sem eles, jamais teria sido possível cada momento e experiência até aqui vivida na Unesp.

Agradeço também aqueles e aquelas que estiveram comigo nesses anos de faculdade: aos meus amigos e amigas que foram minha segunda família durante todo esse tempo em Bauru e que levarei para minha vida. Agradeço aos professores e professoras que contribuíram com todo o ensinamento e formação; aos servidores e a cada um que passou por mim nesses quase cinco anos e que, de alguma forma, contribuíram para que este trabalho fosse entregue.

Também não posso deixar de agradecer a Atlética Unesp Bauru e a RPjr, que ao longo da graduação foram projetos essenciais para me formar profissional na área de Relações Públicas.

E de modo especial, agradeço à professora Raquel Cabral, que aceitou o desafio de nos orientar neste trabalho de conclusão, e que ao longo dos anos de curso nos ensinou muito sobre nossa área.

Victor Perozzi Oehlmeyer

*“A cultura histórica tem o objetivo de manter viva a consciência que a sociedade humana tem do próprio passado, ou melhor, do seu presente, ou melhor, de si mesma.”*

(BENEDETTO CROCE)

## RESUMO

No ano de 2022, o curso de Relações Públicas da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (UNESP) comemorou 40 anos de fundação. Diante disso, surgiu à necessidade e a oportunidade de celebrar a trajetória, dos docentes, discentes e servidores. E, por conta do período de isolamento enfrentado na pandemia do Covid-19, a convivência e os laços entre estudantes, professores e profissionais do curso se afrouxaram, destacou-se a relevância em proporcionar um momento a fim de reviver e ao mesmo tempo fortalecer as relações das pessoas que fazem ou fizeram parte do curso. Diante disso, surgiu o evento de 40 anos do curso de Relações Públicas. Partindo de um conceito de forte afetividade e humanização da comunicação, o que primeiramente para isso foi necessário identificar os públicos de interesse e determinar o que o evento buscava de fato promover e alcançar para então planejar suas diversas etapas e atividade. E para planejar o evento 40 anos do curso de Relações Públicas ficou sob responsabilidade da Comissão Organizadora do Curso, em parceria com a Agência Toth Eventos & Comunicação e a empresa Júnior de Relações Públicas do mesmo curso. Já, a Toth Eventos & Comunicação procurou ter a preocupação em atender aos diferentes públicos, a partir do casamento do conhecimento teórico com o prático adquiridos pelos seus integrantes durante sua trajetória de formação. O evento teve duração de 4 dias, entre 27 de novembro a 01 de dezembro de 2022, e contou com palestras, oficinas, rodas de conversas, debates e atividades culturais com diferentes personalidades acadêmicas e do mercado da área de relações públicas, além de profissionais de outras áreas. Portanto o objetivo deste relatório é apresentar as etapas do planejamento das Atividades Culturais e das Oficinas que ficou sob responsabilidade da Agência Toth Eventos & Comunicação, além do apoio oferecido às demais atividades de toda a programação do evento.

**Palavras-chave:** relações públicas; Unesp; planejamento de evento; memórias.

## ABSTRACT

In 2022, the Public Relations graduation course at São Paulo State University “Júlio de Mesquita Filho” (UNESP) celebrates its 40th anniversary. Due to this fact, it's pointed out the need and opportunity to celebrate this milestone in the history of the graduation course path. During its trajectory, hundreds of professors, students, and employees passed through here, forming countless qualified and trained professionals in the area. After a period of isolation faced by the Covid-19 pandemic, the ties and integration between students, professors and graduation professionals were loosened so it is important to highlight the relevance of providing a moment that revives these relationships, besides remembering, sharing and reminding the history of the course. Therefore, the event of 40 years of the Public Relations course emerges. Starting from a concept of strong affectivity, but also, with the aim of providing a space for sharing experiences and knowledge, in first place was necessary to identify the stakeholders and determine what the event seeks to promote and achieve, so that we can plan its various stages. Therefore, we can start from the understanding that events are a form of relationship in the context of Public Relations with the aim of connecting and bringing organizations closer to their audiences. The planning of the Event of 40 years of the Public Relations course was responsibility of the Organizing Committee of the Course, together with Toth Agency. Toth Events & Communication was born with the concern to serve different audiences, combining the theoretical and practical knowledge that the students of the course acquired during their trajectory. The event lasted 4 days, from November 27 to December 1, 2022, and featured lectures, workshops, conversations, and debates, in addition to cultural activities, which were divided into different shifts and times. In addition, the guests, lecturers, and lecturers were chosen with great care and care, with the aim of bringing professionals and graduates who had ties to the course and the university. Therefore, the objective of this report is to present the planning stages of Cultural Activities and Workshops that were under the responsibility of Toth Events & Communication, in addition to the support offered to other activities in the event's programming.

**Key-words:** public relations; Unesp; event planning; memories.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 — Logotipo da Agência Toth Eventos & Comunicação.....	25
Figura 2 — Logotipo do evento de 40 anos do curso de Relações Públicas da Unesp.....	26
Figura 3 — Banner de divulgação do evento RP 40 anos.....	45
Figura 4 — Banner de divulgação do evento RP 40 anos.....	45

## LISTA DE FOTOS

Foto 1 — Captura de tela do site institucional “Memória de RP da Unesp” .....	26
Foto 2 — Registro da Oficina “Planejamento e Design para o Terceiro Setor de Túlio Pagnan” .....	27
Foto 3 — Registro da Oficina “Gestão de Eventos no pós pandemia com Helena Salla” .....	29
Foto 4 — Registro fotográfico da Atividade Aula de Yoga e Relaxamento ao Pôr do Sol com Júlia Rodrigues.....	29
Foto 5 — Registro fotográfico da Atividade Aula de Forró com a Casa do Forró de Bauru..	30
Foto 6 — Transmissão ao vivo do evento pelo canal oficial do Abrapcorp.....	40
Foto 7 — Captura de tela do perfil de divulgação do evento RP 40 anos.....	41
Foto 8 — Captura de tela do perfil de divulgação do evento RP 40 anos.....	42

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 — Programação do Evento RP 40 Anos.....	34
Quadro 2 — Cronograma de Realização.....	49

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO.....</b>	<b>15</b>
<b>1.1. Contextualização.....</b>	<b>16</b>
<b>1.2. Justificativa do projeto.....</b>	<b>18</b>
<b>1.3. Apresentação da Agência.....</b>	<b>22</b>
<b>1.4. Cliente.....</b>	<b>25</b>
<b>1.5. Objetivos.....</b>	<b>27</b>
<b>2. BRIEFING.....</b>	<b>31</b>
<b>3. DIRETRIZES GERAIS DA PROPOSTA DE TRABALHO.....</b>	<b>32</b>
<b>4. CRONOGRAMA DE REALIZAÇÃO.....</b>	<b>49</b>
<b>5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>51</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>52</b>
<b>ANEXO A — CARTA DE LIVRE CONSENTIMENTO DO CLIENTE.....</b>	<b>53</b>

## 1 INTRODUÇÃO

O curso de Relações Públicas da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (UNESP) comemorou no ano de 2022, quatro décadas de existência. Efetivamente, trata-se de um marco e um presente para todos os envolvidos, pois além de formar centenas de profissionais na área da comunicação que atuam no interior do estado de São Paulo, capital e por todo o Brasil, é um curso que tem amplo impacto na produção científica da área.

Diante da célebre data e dos últimos acontecimentos que a humanidade enfrentou, a pandemia de Covid-19 e suas duras consequências, o corpo docente, discentes, servidores técnico-administrativos e demais profissionais ligados ao curso entenderam que seria de suma importância a promoção de um evento que fizesse com que os laços e todo o espírito acadêmico fossem fortalecidos.

A relevância de um evento é ampla e se fundamenta em princípios basilares da área de Relações Públicas, os quais vão assumi-lo como uma estratégia de relacionamento. Ao tomarmos como partida os conceitos de comunicação dirigida, o evento tem como função “criar ou fortalecer a imagem de organizações, serviços, ideias e pessoas” e “promove entre os participantes uma aproximação” (FORTES; SILVA, 2011, p. 37). Já, de acordo com Cesca (2008), evento seria “[...] a execução do projeto devidamente planejado de um acontecimento, com o objetivo de manter, elevar ou recuperar o conceito de uma organização junto a seu público de interesse” (CESCA; 2008, p. 20). E, nessa perspectiva, a elaboração e execução do evento em comemoração aos 40 anos do curso de Relações Públicas da Unesp se desenhou no sentido de buscar fortalecer o relacionamento com seus públicos estratégicos, envolvendo-os numa dinâmica colaborativa e promovendo um clima comemorativo que contribui fortemente para sedimentar relações marcadas pelo registro da memória do curso.

E assim, a agência Toth Eventos & Comunicação, formada por futuros profissionais do próprio curso, deu início ao trabalho de elaboração do projeto a partir de reuniões com as representantes da Comissão Organizadora e do corpo docente. Foram inúmeras reuniões com a Profa. Dra. Raquel Cabral e a Profa. Dra. Maria Eugênia Porém, com intuito de realizar o briefing, sistematizar e planejar as atividades que iriam compor o evento.

Já, durante o evento, a organização e apoio às palestras, oficinas e atividades culturais ficaram à cargo da agência Toth Eventos & Comunicação. Durante toda a programação do

evento, a agência também se envolveu com todas as atividades e buscou oferecer auxílio e suporte em diversas frentes de trabalho.

Como forma de encerrar a parceria com a Comissão Organizadora formada pelas docentes do curso, a Toth Eventos e seus integrantes teve como última missão produzir este relatório, que tem como objetivo o relato em torno do planejamento específico do conjunto das palestras, oficinas, atividades culturais, e detalhar o processo de apoio e suporte no pré-evento, durante o evento e no pós-evento. Além disso, e especialmente o próprio relatório é também um registro da memória e da ação de relacionamento realizada ao longo do evento do curso, para assim ser também uma fonte de conhecimento de interessados.

### **1.1 Contextualização**

Fundado no ano de 1982, o curso de Relações Públicas comemorou 40 anos de existência em 2022, e em todos esses anos de história, mais de 1.500 profissionais se graduaram. Perante tal celebre data, surgiu a necessidade e a vontade de promover um evento em comemoração.

Sendo importante ressaltar, que o curso de Relações Públicas, não diferente do campus de Bauru e da universidade pública, enfrentou muitos desafios e dificuldades ao longo de sua existência, sofrendo com sucateamento e com a falta de investimentos. Diante desse cenário, a celebração dos 40 anos do Curso de Relações Públicas comemorou acima de tudo os esforços e a resistência de todos que passaram pela instituição, sejam eles: docentes, discentes, funcionários administrativos ou demais públicos.

Para o entendimento e contextualização, há de se apresentar um breve relato da origem do evento. Onde, de acordo com Marlene Matias (2002, p. 2), os eventos tiveram como primeiros registros nos Jogos Olímpicos da Era Antiga, datados de 776 a.C. E, como hoje eles aconteciam em quatro em quatro anos, porém possuíam um caráter religioso e, era um momento em que todas as armas e desavenças eram deixadas de lado, até porque de acordo com a história, Zeus, o Deus considerado o mais poderoso do panteão grego estaria disfarçado entre os participantes, portanto as vilas gregas no qual ocorria as competições tratavam muito bem todos os visitantes, já que entre eles poderia estar o próprio Zeus.

Assim e de acordo com a própria autora Marlene Matias (2002, p. 2) “os eventos são acontecimentos que possuem suas origens na Antiguidade e que atravessam diversos períodos da história da civilização humana, atingindo nossos dias”. E, em consonância e atualizando para as necessidades dos dias atuais, Silva (2008, p. 2) apresenta, que o evento é também “[...] uma

estratégia de comunicação que atinge o público-alvo desejado; divulga a marca de uma empresa, promove os seus produtos, potencializa as suas vendas e contribui para expansão e a conquista de novos mercados”. O que, para a autora, se o evento for bem elaborado, poderá ao final recuperar e fortalecer a imagem da instituição juntamente com os seus públicos de interesse.

Fortes e Silva (2011, p. 36), argumenta também que o evento permite “[...] minimizar esforços, fazendo uso da sua capacidade de sinergia com a finalidade de reunir pessoas em torno de uma ideia ou ação”. Portanto, os 40 anos do Curso de Relações Públicas foi, sem dúvida, uma oportunidade para a própria instituição compartilhar sua história, recuperar e fortalecer sua imagem perante seus públicos de interesse.

Dentro dessa conjuntura, se o evento for uma comemoração de aniversário e o foco for a história da organização, ele terá como potencial de, ao mesmo tempo, comemorar as conquistas da organização, fortalecer memórias, e construir relacionamentos com seus públicos. E assim, oferecer uma oportunidade única para a organização se conectar com seus públicos de uma forma mais interpessoal e interativa.

Inclusive, a identidade do evento de 40 anos do curso de Relações Públicas teve como premissa a afetividade e a memória. Segundo o autor Melo Neto (2007, p. 20), “como fato, o evento deve ser marcante, cheio de sensações, gerador de emoções para o público presente e telespectadores e bem divulgado”. Com isso, o evento se propõe a construir e promover a integração e humanização daqueles que estão em processo de formação, e aqueles que passaram pelo curso, visando enaltecer a importância do ensino superior gratuito e de qualidade para todos, independente de classe social, etnia, credo, orientação sexual e/ou pessoa com deficiência.

Além disso, o evento também configura uma ferramenta para fortalecer o relacionamento entre docentes e discentes, proporcionando oportunidades de interação, experiências aprimoradas de aprendizagem, networking e aprendizado colaborativo. Nesse ambiente, estudantes e professores podem construir relacionamentos mais fortes e criar um ambiente de aprendizado mais proativo e colaborativo.

É nesse espaço de comemoração em que o evento de 40 Anos do curso de Relações Públicas buscou se encontrar. Um lugar para se compartilhar histórias autênticas e emocionantes sobre as memórias, vivências e o impacto do curso ao longo dessas quatro décadas de existência. Nesse contexto, seu propósito foi promover um momento especial e inesquecível, proporcionando uma conexão mais profunda com o presente, passado e futuro.

## 1.2 Justificativa do projeto

O planejamento e a gestão de eventos se configuram em uma das dimensões profissionais e técnicas mais destacadas das Relações Públicas, pois permite que as organizações executem ações que envolvam seus públicos de interesse de forma mais próxima e comuniquem suas mensagens de forma estratégica. Nesse cenário, podemos entender que o "evento é a execução do projeto devidamente planejado de um acontecimento, com o objetivo de manter, elevar ou recuperar o conceito de uma organização junto ao seu público de interesse" (CESCA, 2008, p. 20).

Porém, dentre os autores brasileiros, existem divergências sobre os passos fundamentais para a organização de um evento. Com isso, utilizamos para o planejamento dos 40 anos do curso de Relações Públicas, uma adaptação dos modelos de organização propostos por Waldyr Fortes e Mariângela Silva (2011), com foco no Estágio II, em conjunto com o modelo de planejamento de Cesca (2008). Isso resultou em um processo que envolveu uma série de atividades, incluindo a definição de objetivos, orçamento, seleção do local, divulgação e gerenciamento de logística e processos que garantam o sucesso das ações propostas.

Um dos primeiros passos no planejamento de eventos é definir objetivos claros para o evento. Isso envolve identificar os públicos de interesse e determinar o que a organização espera alcançar com o evento. Por exemplo, a organização pode querer aumentar o reconhecimento da marca, gerar potenciais consumidores ou construir relacionamentos com seus públicos.

Quando pensamos no orçamento, estamos falando do escopo e da escala do evento. Para isso, os relações-públicas devem considerar uma série de fatores, incluindo o custo do local, alimentação, atrações culturais e outras despesas relacionadas ao evento. É importante administrar cuidadosamente o orçamento para garantir que o evento seja financeiramente viável e não exceda os recursos da organização.

A seleção do local é outra decisão fundamental do planejamento do evento, pois pode ter um grande impacto no sucesso do evento. Os profissionais de relações públicas devem considerar o tamanho e a capacidade do local, bem como sua localização, acessibilidade e comodidades. O local deve ser apropriado para o evento e atender tanto às necessidades da organização quanto a de seus públicos de interesse.

Já a divulgação ajuda a criar antecipação e atrair participantes para o evento. Dentro dessa área é possível utilizar diversas estratégias, como, por exemplo, mídia social, e-mail

marketing e divulgação em mídia tradicional para promover o evento e gerar interesse entre os públicos.

Finalmente, a gestão logística é um aspecto crítico do planejamento de eventos, pois envolve a coordenação de todos os vários elementos para garantir que ele ocorra sem problemas. Nessa etapa é importante pensar em todos os processos e repassar os cenários possíveis, tendo em vista os possíveis riscos e pontos de atenção. Tal prática pode auxiliar em eventuais crises e imprevistos na execução do evento.

O planejamento de eventos configura uma estratégia de relacionamento pertinente e relevante na área de Relações Públicas, pois permite que as organizações se conectem com seus públicos de interesse de forma mais próxima e interativa. Por meio desses eventos, as organizações podem construir e manter relacionamentos com clientes, funcionários, acionistas e outros grupos-chave que são importantes para a organização.

Ao hospedar eventos como os de networking, conferências e feiras comerciais, por exemplo, as organizações podem criar oportunidades para que as partes interessadas se envolvam com a empresa e seus representantes em um ambiente controlado. Isso pode ajudar a fortalecer o vínculo entre a organização e seus públicos, gerando uma maior confiança e lealdade. Em relação a tais encontros, e em contraste com os corriqueiros momentos que partilhamos em ambientes públicos, Fortes e Silva pontuam:

O encontro de pessoas tem-se revestido de um significado ainda maior. Seja no âmbito das entidades, no mundo das ciências ou dos esportes, seja na comercialização de produtos e serviços, no relacionamento entre as pessoas, a realização de eventos se impõe. O que distingue cada evento é a sua organização e a criação de oportunidades para que as pessoas mantenham um contato efetivo - de modo que se transformem em um público, tenham a oportunidade de mostrar diferentes pontos de vista a outras pessoas e sintam, simultaneamente, a reação de todos. (FORTES; SILVA, 2008, p. 15).

Planejar atividades culturais no contexto de um evento oferece uma oportunidade para as organizações comunicarem seus valores e cultura. Fortes e Silva afirmam que o planejamento desse tipo de estratégia oferece ao público a oportunidade de usufruir de “manifestações artísticas e culturais de qualidade, e, às organizações, o ganho da visibilidade necessária à divulgação de suas marcas” (2011, p. 37). Assim, as atividades culturais podem assumir várias formas, como apresentações, exposições e oficinas que destacam costumes e práticas culturais de um determinado grupo ou comunidade. Alinhar tais atividades com as necessidades e interesses do público pode auxiliar na construção de relacionamentos e na criação de memórias

Partindo do universo dessas práticas, com foco no âmbito mercadológico, a pesquisadora Raquel Figueiredo afirma:

As empresas fazem Marketing Cultural porque este tema vem ganhando força no meio empresarial e porque esta disciplina apresenta soluções relativamente baratas a três novas exigências do mercado: necessidade de diferenciação das marcas; diversificação do mix de comunicação das organizações para melhor atingir seu público; e necessidades das empresas se posicionarem como socialmente responsáveis. Por isso, a organização deve selecionar a ação cultural que mais se adapta à proposta da empresa, à sua missão, visão e valores, pois a estratégia deve ser muito bem estudada, definida e direcionada para que seja bem-sucedida. (FIGUEIREDO, 2015, p. 20).

Dessa mesma forma, ao incorporar atividades culturais em seus eventos, as organizações podem demonstrar seu compromisso com a inclusão e a diversidade e construir conexões mais fortes com seus públicos de interesse. Participando desses tipos de eventos, as partes interessadas podem aprender e apreciar diferentes experiências, e a organização pode demonstrar seu compromisso com seus valores e sua pluralidade. Em tais trocas, a organização pode informar, mas também ser informada, afinal, como a pesquisadora Maria Casagrande Zan afirma, um evento:

Por sua dinâmica de interação com o público de interesse, produz e transmite informação. Além de utilizar as mais diversas linguagens comunicacionais [...], seu ambiente e decoração, seu tema e seu conteúdo, e principalmente seu público, podem gerar ideias, pensamentos, sentimentos e valores, promovendo um relacionamento recíproco com que está presente (ZAN, 2011, p. 78).

Com isso, os eventos e as atividades culturais podem ser uma ferramenta poderosa para criar memórias e construir o reconhecimento da marca. Quando executados de forma planejada, os eventos podem produzir uma boa imagem junto aos participantes e ajudar a moldar sua percepção da organização. Os eventos podem então “contribuir para a criação, diferenciação e fortalecimento da imagem da marca e produtos, despertando o interesse e a atenção dos públicos envolvidos” (ZAN, 2011, p. 74).

Nesse contexto, uma das principais funções dos eventos é envolver as partes interessadas e criar experiências significativas que sejam memoráveis e impactantes. Ao projetar eventos interativos, visualmente atraentes e emocionalmente ressonantes, os profissionais de Relações Públicas podem criar experiências que provavelmente serão lembradas pelos participantes.

Sobre os laços construídos durante a realização de eventos, Raquel Figueiredo afirma:

O evento tem um caráter diferenciador, pois é uma ação com início e fim e de curta duração, onde os participantes estão ligados a sensações imediatas, que com a criatividade e o planejamento devidos podem estreitar laços deste público à organização além da ocasião efêmera do evento (FIGUEIREDO, 2015, p. 12).

E ao organizar eventos que refletem a cultura e os valores da empresa, os profissionais de Relações Públicas podem ajudar a moldar a reputação da organização e construir confiança entre organização e público. Isso pode ser particularmente importante para organizações que buscam construir reconhecimento de marca, se estabelecer em um mercado competitivo ou celebrar grandes marcos.

Além de construir relacionamentos e gerar memórias, as atividades culturais também podem ajudar a aprimorar a experiência geral do evento para os participantes. Ao oferecer uma variedade de atividades culturais, as organizações podem criar um evento mais dinâmico e envolvente que atraia um público mais amplo e deixe uma impressão duradoura, como elencado anteriormente.

E, de acordo com Silva (2008, p. 2): “Quando o evento é bem-organizado e planejado, pode manter, elevar ou recuperar a imagem/conceito de uma organização junto ao seu público de interesse”. O que de forma direta, justifica-se também a necessidade de sua elaboração e realização, até mesmo como uma forma de atração de novos estudantes e de fortalecimento de sua imagem e prestígio perante o mercado.

Já as condições de infraestrutura no campus universitário, como espaços físicos e equipamentos para a realização das atividades estão de acordo para que todos, sem exceção, possam participar. Sem contar que Bauru, cidade “coração” do estado de São Paulo, dispõe tanto de inúmeras hospedarias, meios de transporte, restaurantes com uma rica culinária e de atividades recreativas, como visitas ao Parque Zoológico Municipal, Jardim Botânico, passeios no centro cultural, teatros, cinemas, museus, entre tantas outras atividades, que possibilitaram aos convidados e participantes uma experiência única e duradoura.

Pensando no acesso ao evento, o mesmo ocorreu por diferentes vias. A primeira pela Rodovia Comandante João Ribeiro de Barros, a segunda pela Avenida Nações Unidas e a terceira pela Avenida Antenor de Almeida via bairro Jardim Colonial. Todos os acessos ou vias estão em boas condições de tráfego.

O Custo-Benefício do evento não se deu diretamente pela estimativa de geração de empregos, ocupações de vagas em hotéis ou de renda, mas sim como um momento de integração e promoção do curso e do conhecimento junto aos públicos de interesse.

Por fim, a importância em apoiar o evento foi muito além de todo o referencial teórico das Relações Públicas. A sua realização também revelou a própria conjuntura social global e atual, pela qual nos últimos dois anos, todos cidadãos do planeta se viram obrigados ao isolamento em suas residências a fim de conter o contágio da pandemia de Covid-19, que infelizmente ceifou milhares de vidas e impactou diretamente o mercado de eventos. Portanto, o evento foi um momento de comemoração à vida e de retorno às atividades presenciais, ainda que utilizando meios de proteção, como a máscara, além de reforçar a importância de estar ao lado de outras pessoas, de abraçar, de ouvir e olhar nos olhos de cada uma.

### 1.3 Apresentação da Agência

Toth Eventos & Comunicação é uma agência de eventos situada na cidade de Bauru, interior do estado de São Paulo. Sua criação foi idealizada por quatro estudantes de Relações Públicas em fevereiro de 2022.

Desde o início da agência, os integrantes tiveram como preocupação não somente a criação de uma empresa de eventos que atendesse aos diferentes públicos e organizações, mas garantir que em cada ação realizada existisse uma preocupação real com o embasamento teórico adquirido ao longo dos anos na graduação. Tínhamos a convicção de que esse casamento do conhecimento prático com o teórico se transformaria numa química perfeita para o sucesso da agência.

O nome da agência surgiu a partir de uma pesquisa intensa à procura de algo ou alguém que representasse uma ligação com o mundo da sabedoria e do conhecimento. Daí surge o deus Toth do Egito e sua relação:

[...] pelos antigos egípcios à escrita e à sabedoria. Para eles, Toth teria sido o responsável pela criação da escrita hieroglífica, da matemática, arquitetura, medicina, e todas as demais ciências das quais os egípcios faziam uso. Segundo a crença dessa civilização, essa divindade compreendia todos os mistérios da mente humana. (MUSEU EGÍPCIO E ROSACRUZ & MUSEU TUTANKHAMON, 2021).

Conforme Ferreira (2018), Toth era o deus da escrita e da sabedoria, protetor dos escribas, criador do calendário e deus da lua. E é lembrado por possuir corpo de homem e cabeça do pássaro Íbis, e muitas vezes carrega consigo uma paleta e uma placa egípcia com as inscrições de todo o conhecimento do universo, passado a ele em forma de escrita hieroglífica e transformada em palavras na comunicação para todos os seres humanos.

Assim, acreditamos que a Agência Toth Eventos & Comunicação é uma manifestação moderna do antigo deus egípcio da sabedoria, comunicação e escrita. Assim como o patrono

dos escribas e inventor da escrita, a agência representa a constante busca por conhecimento e a importância de transmitir ideias com precisão. Esses valores estão no centro de nossa empresa, pois nos esforçamos para fornecer mensagens precisas aos nossos clientes, que se traduzem nos mais diversos tipos de eventos.

Na antiga mitologia egípcia, Toth também era conhecido como o "senhor das palavras divinas" e foi creditado por registrar os segredos dos deuses. Isso nos inspira a usar nossa experiência em Relações Públicas e em gestão de eventos para ajudar nossos clientes a compartilhar suas histórias e mensagens com o mundo de maneira poderosa e impactante.

Assim como Toth, que usou suas habilidades para trazer equilíbrio e harmonia ao mundo, acreditamos que a comunicação tem o poder de criar mudanças e construir relacionamentos fortes e duradouros. Esta é a base da nossa marca e a força motriz por trás de tudo o que fazemos na Agência Toth.

Além de ser o deus da sabedoria, comunicação e escrita, Toth também era reverenciado por sua criatividade e adaptabilidade. Como uma divindade que muda de forma, ele foi capaz de assumir várias formas e realizar muitas tarefas diferentes. Isso reflete o compromisso de nossa empresa em encontrar soluções criativas para as necessidades dos eventos de nossos clientes e nossa capacidade de adaptação ao atual cenário que se encontra em constante mudança.

Toth também era conhecido como o "deus da lua" e, na antiga mitologia egípcia, a lua era associada à acessibilidade e à capacidade de alcançar pessoas de todas as esferas da vida. Isso está alinhado com nosso compromisso com a acessibilidade. Acreditamos que uma comunicação bem planejada deve estar ao alcance de todos e nos esforçamos para tornar o nosso trabalho o mais acessível possível aos nossos clientes e seus públicos de interesse.

Diante disso, os integrantes da Agência Toth Eventos & Comunicação buscam constantemente inspiração nesse deus aliando a tecnologia, o conhecimento teórico adquirido ao longo da graduação e, por fim, os talentos dos próprios integrantes e colaboradores para arquitetar e produzir eventos únicos e inspiradores, que prezam sobretudo pela boa relação, pela cooperação e pela produção de memórias afetivas.

## **Missão**

Trabalhar a partir de três pilares: o do conhecimento teórico, o das tecnologias e dos diferentes talentos humanos, a fim de produzir soluções personalizadas, humanizadas e perfeitas para o cliente e seu evento, fazendo com que esse acontecimento, ou melhor, o evento seja único, inesquecível e inclusive fonte de promoção e de protagonismo da organização.

**Visão**

Ser uma agência de eventos e de comunicação referência na produção e sistematização de grandes encontros organizacionais, atuando de forma embasada, criativa e humanizada a fim de que todos possam celebrar e participar de forma acessível e igualitária.

**Valores**

A Toth Eventos & Comunicação é alicerçada na ética, na criatividade, na adaptabilidade, no protagonismo, no respeito à diversidade, acessibilidade e por fim na responsabilidade social.

**Identidade Visual**

A identidade visual da Agência Toth Eventos & Comunicação é inspirada na elegância e sofisticação da arte e design do Egito Antigo. Assim como as intrincadas esculturas e hieróglifos encontrados nas tumbas dos faraós, nossa identidade visual é um testemunho da beleza atemporal e do poder duradouro da comunicação.

Nosso logotipo, que apresenta a icônica cabeça de Íbis de Toth, é uma interpretação moderna desse antigo símbolo de sabedoria e conhecimento. As linhas elegantes e as curvas limpas do design refletem nosso compromisso com o profissionalismo e a excelência, enquanto a paleta de cores dourada com o contraste de tons terrosos evoca o glamour atemporal e a opulência da antiguidade egípcia, conforme se observa na figura 1.

Figura 1— Logotipo da Agência Toth Eventos & Comunicação.



Fonte: Arquivo da Agência Toth Eventos & Comunicação.

Nossa identidade visual também incorpora elementos de modernidade e inovação, como tipografia elegante e elementos de design minimalista. Isso reflete nossa abordagem inovadora na gestão de eventos e nossa capacidade de adaptação aos mais diversos cenários e públicos.

No geral, a identidade visual da Agência Toth Eventos & Comunicação é uma mistura de elegância atemporal e sofisticação moderna, refletindo nosso compromisso em fornecer serviços de alta qualidade aos nossos clientes.

#### **1.4 Cliente**

O cliente em questão é o curso de Relações Públicas, da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design (FAAC) da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (UNESP), no campus de Bauru, estado de São Paulo. Nosso contato se deu com as docentes da Comissão Organizadora do evento.

Segundo o site da FAAC (2021), Relações Públicas nasceu em 1974 com o nome de Comunicação Social Polivalentes, porém em janeiro de 1981 sob a Portaria do MEC nº 031, passou a ser chamado de Curso de Comunicação Social com habilitação em Relações Públicas e, reconhecido pela Portaria MEC nº 072 no início do ano de 1983.

No ano de 2015 a fim de atender às novas necessidades e desafios impostos do mercado profissional e acadêmico houve a necessidade de se implantar um novo currículo acadêmico.

E, assim, com o trabalho de todo o corpo docente na época, dos demais profissionais e colaboradores, uma nova matriz curricular nasceu, passando então, o curso a se intitular como “Bacharelado em Relações Públicas”, da área das ciências sociais aplicadas.

É importante destacar que Relações Públicas, assim como todos os cursos da UNESP, é totalmente gratuito e seu ingresso se dá a partir de vestibular anual. E, estando no curso, os discentes têm acesso a um corpo docente com vasta formação, além de um espaço acadêmico com rica biblioteca, equipamentos e laboratórios de informática, ou seja, todo o suporte para que tenham formação de qualidade e acesso ao mercado de trabalho.

Para a celebração dos 40 anos do curso, foi criada uma identidade visual para registrar a data, conforme pode ser visto na imagem.

Figura 2— Logotipo do evento de 40 anos do curso de Relações Públicas da Unesp.



Fonte: Arquivo do Curso de Relações Públicas da Unesp.

Além disso, vale destacar que para maior interação com seus diversos públicos e com o objetivo de registrar a memória organizacional do curso, foi criado um site institucional que abriga informações, fotografias, vídeos de depoimentos de egressos, professores e ex professores do curso, além de servidores técnico-administrativos ligados ao curso, conforme

pode ser observado na captura de tela (foto 1), disponível no endereço: [www.faac.unesp.br/memoriarp](http://www.faac.unesp.br/memoriarp)

Foto 1 — Captura de tela do site institucional “Memória de RP da Unesp”



Fonte: Arquivo do Curso de Relações Públicas da Unesp.

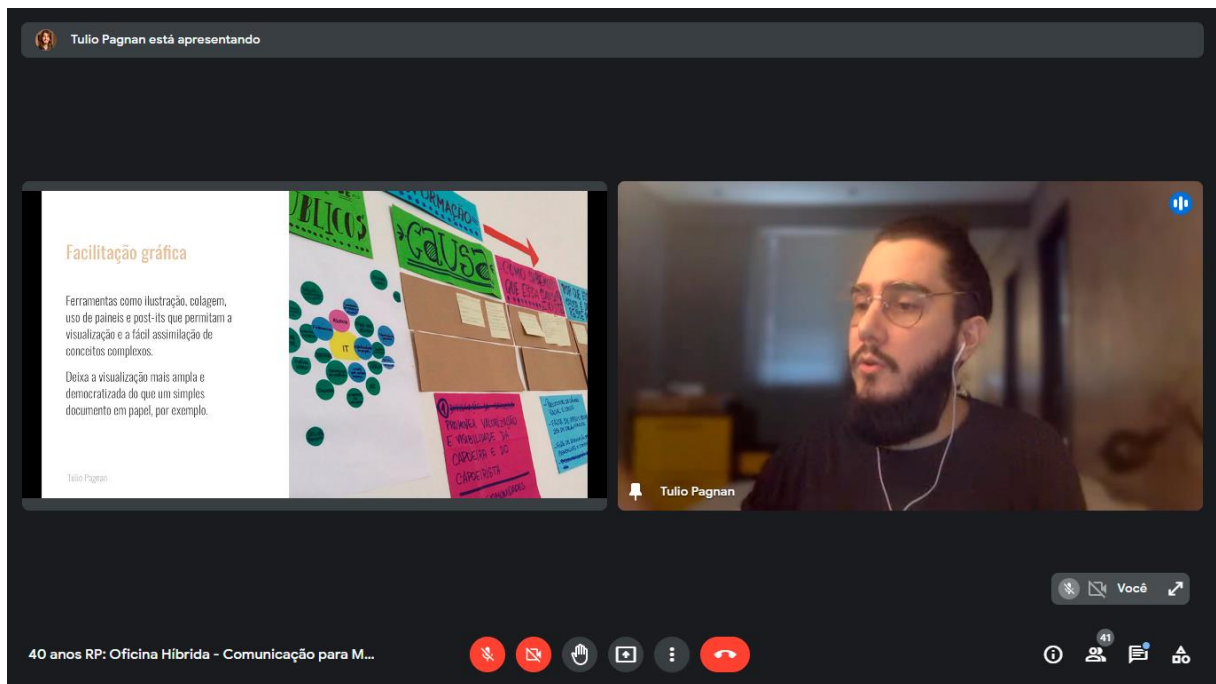
## 1.5 Objetivos

Em um momento de celebração de 40 anos do curso de Relações Públicas da Unesp Bauru, a agência Toth, em parceria com o corpo docente do curso, realizou o planejamento, consultoria e execução das oficinas ofertadas na semana do evento, além das atividades culturais, previstas para acontecerem nos intervalos das palestras e oficinas.

Foram duas oficinas oferecidas ao público inscrito no evento com temas que foram apresentados na área de eventos e planejamento de comunicação voltado para o terceiro setor.

No dia 29 de novembro às 14 horas, tivemos a participação virtual de Túlio Pagnan, mestre em Comunicação Social pela UFMG e bacharel em Publicidade e Propaganda pela mesma instituição e atualmente líder de Brand Experience na Qulture.Rocks, empresa do ecossistema UOL EdTech, que falou sobre a comunicação no contexto da mobilização social, trazendo a temática mais específica para o planejamento e design do terceiro setor. Ela ocorreu no formato híbrido por meio de uma sala disponível para a oficina e transmissão ao vivo para o público que pôde comparecer, conforme podemos observar na foto 2.

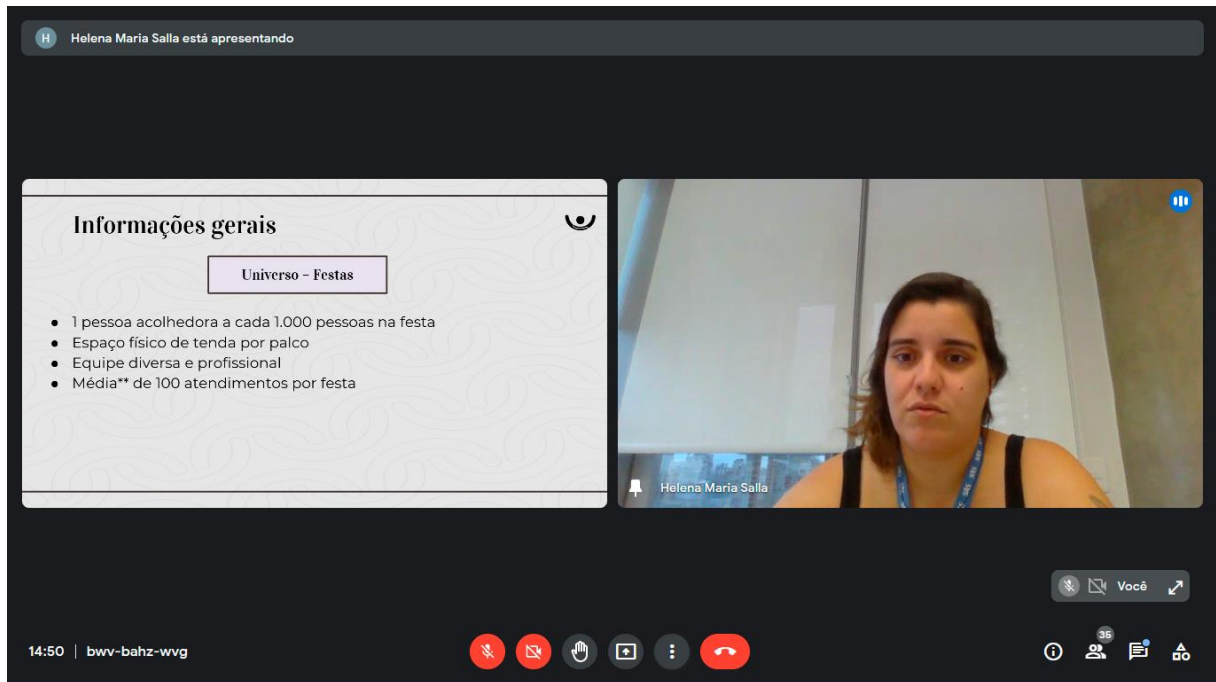
Foto 2 — Registro da Oficina “Planejamento e Design para o Terceiro Setor de Túlio Pagnan”



Fonte: Arquivo do Evento de 40 anos do curso de RP da Unesp

Já no dia 30 de novembro, no mesmo horário e formato, tivemos a participação de Helena Salla, Consultora Educacional da Plataforma de Educação SAS. Bióloga e Pedagoga de formação, Mestre e Doutora em Educação para a Ciência. Atua como professora de Ciências e Biologia há 13 anos. Atualmente atua como professora de Biologia no cursinho popular do Trevo e Embaixadora do Arco Instituto. Em sua oficina no formato híbrido, trouxe o debate sobre as práticas de eventos no período pós-pandêmico, conforme podemos observar na foto 3.

Foto 3 — Registro da Oficina “Gestão de Eventos no pós pandemia com Helena Salla”



Fonte: Arquivo do evento de 40 anos do curso de RP da Unesp

As atividades culturais programadas para os intervalos entre as oficinas e as palestras da noite se concentraram na aula de yoga e relaxamento ao pôr do sol, dado por Júlia Rodrigues, relações-públicas formada pela Unesp Bauru, e que ocorreu no dia 29 de novembro de 2022 às 18h, conforme podemos ver na foto 4.

Foto 4 — Registro fotográfico da Atividade Aula de Yoga e Relaxamento ao Pôr do Sol com Júlia Rodrigues



Fonte: Arquivo do Evento de 40 anos do curso de RP da Unesp

E no dia 30 de novembro de 2022 às 18h, tivemos uma aula de forró, ministrada pelo Leon Mastrangeli, da Casa do Forró de Bauru-SP. Ambas as atividades culturais foram

pensadas como forma de integração do nosso público, além de atrairmos elementos culturais do campus para o nosso evento, como pode ser observado na foto 5.

Foto 5 — Registro fotográfico da Atividade Aula de Forró com a Casa do Forró de Bauru<sup>1</sup>



Fonte: Arquivo do Evento de 40 anos do curso de RP da Unesp

---

<sup>1</sup> Instagram da Casa do Forró de Bauru: <https://www.instagram.com/casadoforrobauruoficial/>

## 2 BRIEFING

### **Evento RP 40 Anos - Data de produção: 22. 06 22**

(Empresa ou Instituição /Contratante): FAAC - Unesp Bauru - Curso Relações Públicas / Professora e Coordenadora Raquel Cabral

Razão social: INSTITUIÇÃO DE ENSINO: Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” UNESP - Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação – Campus de Bauru

Endereço: ENDEREÇO: Av. Eng. Luiz Edmundo Carrijo Coube, 14-01 - Vargem Limpa - Bauru SP CEP: 17033-360

TELEFONE: (14) 3103-6056

E-MAIL: graduacao@faac.unesp.br

Home Page: <https://www.faac.unesp.br/#!/graduacao/cursos/relacoes-publicas/apresentacao/>

Contato: Profa.<sup>a</sup> Dra.<sup>a</sup> Raquel Cabral (raquel.cabral@unesp.br)

Cargo (Departamento): Coordenadora de Curso (à época)

Segmento de atuação da Instituição: educação superior

Produto e/ou linha de produto ou serviço: Educação

### **1. EVENTO**

1.1 Título: RP 40 Anos

1.2 Objetivo geral do evento (promocional ou institucional)

Institucional. Promover a integração por meio do encontro de profissionais atuantes no mercado, nas academias, de estudantes e das demais pessoas interessadas na área de Relações Públicas (ciências sociais aplicadas) e reforçar o registro da memória e da afetividade dos públicos ligados ao curso.

1.3 Objetivos específicos do evento

Consolidar e tornar o Curso de Relações Públicas da FAAC Unesp Bauru uma referência no mercado e comunidade científica da área.

1.4 Qual é a tipologia do evento (tipo de evento)?

1. Eventos sociais (Comemoração)

2. Encontros de Networking (troca de ideias com *coffee break*)

3. Palestras (profissionais estabelecidos no mercado e nas academias realizam apresentações sobre um determinado tema)
4. Webinar (evento realizado e transmitido pela Internet)

### **3 DIRETRIZES GERAIS DA PROPOSTA DE TRABALHO**

#### **DADOS BÁSICOS:**

**1. Título do evento:**

“RP 40 Anos”

**2. Entidade e/ou empresa promotora:**

Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” UNESP - Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação – Campus de Bauru

Endereço: ENDEREÇO: Av. Eng. Luiz Edmundo Carrijo Coube, 14-01 - Vargem Limpa - Bauru SP CEP: 17033-360

TELEFONE: (14) 3103-6056

E-MAIL: [graduacao@faac.unesp.br](mailto:graduacao@faac.unesp.br)

Home Page: <https://www.faac.unesp.br/#!/graduacao/cursos/relacoes-publicas/apresentacao/>

**3. Equipe organizadora:** Agência Toth Eventos & Comunicação e Comissão Organizadora do curso de RP

**4. Cidade-sede:** Bauru - SP

**5. Local do evento, Data e horário:** Câmpus Unesp Bauru, de 28 de novembro a 01 de dezembro de 2022.

**Endereço:** Av. Eng. Luís Edmundo Carrijo Coube, 14-01 - Vargem Limpa, Bauru - SP, 17033-360. Proximidades: Ao lado do 4º Batalhão de Caçadores - 4º BC e Hospital Estadual de Bauru  
Telefones: (14) 3103-6000. De 28/11/2022 a 01/12/2022.

#### **6. Objetivo e Justificativa**

**6.1 Objetivo geral do evento (promocional ou institucional):**

Institucional. Promover a integração por meio do encontro de profissionais atuantes no mercado, nas academias, de estudantes e das demais pessoas interessadas na área de Relações Públicas (ciências sociais aplicadas) e reforçar o registro da memória e da afetividade dos públicos ligados ao curso.

## 6.2 Objetivos específicos do evento:

Consolidar e tornar o Curso de Relações Públicas da FAAC Unesp Bauru uma referência no mercado e comunidade científica da área.

## 6.3 Justificativa

A importância do evento é celebrar e marcar na memória de cada participante, sejam os presentes ou não, esse importante momento, o aniversário de 40 anos de um curso acadêmico. Ademais, pode se intuir que a celebração também é um importante meio de comunicação para promoção de um espírito integrador acadêmico e para o próprio fortalecimento da imagem da instituição perante os públicos de interesse.

## 7. Público de interesse e previsão de participantes

O evento é destinado a todos os públicos de interesse do curso (estudantes atuais e egressos, docentes e servidores técnico-administrativos atuais e antigos, além de toda comunidade interessada na temática). Com número estimado de participantes 250 participantes (Graduandos, Docentes, Convidados e Profissionais da área)

## 8. Programação do evento

Quadro 1 —Programação do Evento RP 40 Anos.

(Continua)

<b>28/11 (segunda-feira)</b>	
18h	RECEPÇÃO E CREDENCIAMENTO
Apresentação cultural	
19h00	<b>ABERTURA OFICIAL DA SEMANA</b>
19h30	<b>MESA DE ABERTURA – Cerimonialista</b>
	Fernanda Henriques   Juarez Xavier   Denis Renó - DCSO  Arlindo Rebechi – DCHU   Magê

Quadro 1 — Programação do Evento RP 40 Anos.

(Continua)

20h	<p><b>PALESTRA “Memória Organizacional como estratégia de Relações Públicas”</b></p> <p>Rosana Miziara Lopes sócia-fundadora do Museu da Pessoa</p> <p>Emiliana Pomarico Ribeiro Gerente executiva da Escola ABERJE de Comunicação</p> <p>Mediação: Danilo Rothberg</p>
21h15	<p><b>APRESENTAÇÃO PROJETO “MEMÓRIAS DE RP”</b></p> <p>Roseane Andrelo   Danilo Rothberg</p>
22h	<p><b>ENCERRAMENTO</b></p>
<b>29/11 (terça-feira )</b>	
<b>OFICINA – SALA 70</b>	

<p><b>Comunicação para Mobilização Social:</b></p> <p><b>Planejamento e Design para terceiro setor</b></p> <p><b>Túlio Pagnan</b></p> <p>(Líder de Brand Experience na Cultura, Rocks, e membro do Grupo de Pesquisa Mobiliza UFMG)</p> <p><b>Mediador: Victor Vasconcelos</b></p>
--

Quadro 1 — Programação do Evento RP 40 Anos.

(Continua)

18h	Aula de Yoga no Bosque
	<b>MEETING “Se politize, RP” – CENTRAL DE SALAS</b>
19h	<p><b>ABERTURA</b></p> <p>Diretoria RPJr</p>
19h30	<b>PALESTRA “Se politize, RP”</b>
	<p>Vivian Mendes</p> <p>Comissão de Familiares de Mortos e Desaparecidos Políticos</p> <p>Presidenta do diretório estadual do Partido Unidade Popular em SP</p> <p>Carla Jorge</p> <p>Relações-públicas Diretora da Agência Teodora</p>
21h30	<b>ENCERRAMENTO</b>
<b>30/11 (quarta-feira)</b>	

	<b>OFICINA – SALA 70</b>
14h	<p><b>Práticas em Eventos no Pós-pandemia</b></p> <p>Helena Salla</p> <p>Grupo Toy Eventos e SAS Educação</p> <p>Mediador: Victor Oehlmeyer – estudante de RP</p>
18h	<p>Aula de Forró universitário na cantina FEB</p>

Quadro 1 — Programação do Evento RP 40 Anos.

(Continua)

	<b>PALESTRA: Relações Públicas, Diversidade e Interculturalidade – CENTRAL DE SALAS</b>
19h	<p>Maria Aparecida Ferrari Relações-públicas e Docente da USP</p> <p>Mediação: Caroline Luvizotto Docente da Unesp</p>
	<b>RODA DE CONVERSA: RPresenta</b>
21h	<p>Guilherme Teixeira   Taynara Ferrarezi   Catarina Rangel Egressos do curso de Relações Públicas da Unesp</p> <p>Debatedora: Felipe Faustino (Lolla Viola) Egressa do curso de Relações Públicas da Unesp</p> <p>Mediação: Tamara Guaraldo Docente da Unesp</p>
22h30	<b>ENCERRAMENTO</b>
<b>01/12 (quinta-feira)</b>	

8:30h	<b>COFFEE: ENCONTRO COMEMORATIVO 40 ANOS ( Guilhermão)</b>
	Acolhimento: Célia Retz
	Docentes  Funcionários  Convidados

Quadro 1 —Programação do Evento RP 40 Anos.

(Continua)

10h	<b>MESA DE DEBATE: A PESQUISA EM RELAÇÕES PÚBLICAS E COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL (Anfiteatro Guilhermão)</b>
	<p>Margarida Kunsch – relações-públicas, docente da USP e Fundadora da ABRAPCORP</p> <p>Maria Aparecida Ferrari – relações-públicas e docente da USP</p> <p>Ricardo Freitas – relações-públicas, docente da UERJ e Presidente da ABRAPCORP</p> <p>Daniel Reis – relações-públicas, docente da UFMG e Vice-presidente da ABRAPCORP</p> <p>Mediação: Raquel Cabral relações-públicas e docente da Unesp</p>
11:30h	<b>PRÊMIO ABRAPCORP DE PROJETOS EXPERIMENTAIS 2022 - (Anfiteatro Guilhermão)</b>
	<p>Margarida Kunsch   Ricardo Freitas   Daniel Reis</p> <p>Apresentação: Magê Coordenadora do Curso de RP da Unesp</p>
17:00h	<b>“CAFÉ COM MARGARIDA” – (Sala 70 do campus)</b>
	Margarida Kunsch

	<p>Mediação: Guilherme Ferreira Estudante de RP</p>
	<p><b>PALESTRA: OLHARES DE RELAÇÕES PÚBLICAS PÚBLICAS (Anfiteatro Guilhermão)</b></p>
19:30h	<p>Carolina Terra relações-públicas egressa da Unesp e docente Faculdade Cásper Líbero</p> <p>Mediação: Célia Retz Docente da Unesp</p>

Quadro 1 — Programação do Evento RP 40 Anos.

(Conclusão)

	<p><b>PAINEL: JORNADA DE RELAÇÕES PÚBLICAS DA UNESP</b></p>
20h30	<p>Carolina Terra (Academia)   Matheus de Souza (Artes)   Larissa Dionísio (Terceiro Setor)   Angélica Santini (Agência de Comunicação)</p> <p>Egressos RP Unesp</p> <p>Mediação: Angélica Ruiz Diretora Técnica Acadêmica da FAAC/Unesp</p>
	<p><b>ENCERRAMENTO</b></p>
22h	<p><b>FESTA DE ENCERRAMENTO</b> Bateria Naumteria</p>

Fonte: Arquivo do Evento de 40 anos do curso de RP da Unesp

## 9. Inscrições e informações de taxa de inscrição e/ou ingresso

As inscrições para as palestras, debates, oficinas e atividades culturais foram realizadas previamente, a partir de formulário do Google, no qual foi elaborado pela Seção Técnica de Apoio ao Ensino, Pesquisa e Extensão (STAEPE) da FAAC. As inscrições eram gratuitas, sendo parte da programação aberta à comunidade da Universidade e da cidade de Bauru.

## 10. Plataformas ou recursos digitais que serão utilizados

As oficinas “Práticas em Eventos no Pós-pandemia” e “Comunicação para Mobilização Social: Planejamento e Design para terceiro setor” ocorreram em formato híbrido, e para sua realização foi utilizada a plataforma de videochamadas Google Meet. Além disso, o evento foi transmitido ao vivo pela Web TV via canal oficial do Abrapcorp no Youtube, conforme podemos ver na foto 6.

Foto 6 —Transmissão ao vivo do evento pelo canal oficial do Abrapcorp



Fonte: Arquivo do Evento de 40 anos do curso de RP da Unesp

## 11. Previsão orçamentária das oficinas e atividades culturais

### 11.1 Receitas (via patrocínios ou parcerias)

As oficinas ministradas pela Helena e pelo Túlio, assim como as oficinas culturais de aula de forró e yoga, foram realizadas através de parcerias firmadas entre a Comissão Organizadora e os ministrantes.

- Oficina “Comunicação para Mobilização Social: Planejamento e Design para terceiro setor” - ministrante: Túlio Pagnan. Realização mediante parceria.

- Oficina “Práticas em Eventos no Pós-pandemia” - ministrante: Helena Salla. Realização mediante parceria.
- Aula de Yoga e Relaxamento por Julia Rodrigues. Realização mediante parceria.
- Aula de Forró por Leon Mastrangeli - Casa do Forró. Realização mediante parceria e divulgação do estabelecimento.

## **11.2 Despesas**

### 11.2.1 Recursos humanos (equipe / prestadores de serviços):

Para atender às diversas demandas ao longo dos quatro dias de evento, que ocorreram em diferentes horários, os integrantes da Agência se dividiram e se organizaram entre as atividades para atendê-las. Além de também contar com o apoio da Comissão Organizadora do Curso, formado por integrantes da Empresa Júnior de Relações Públicas da Unesp Bauru (RPJr), que nos auxiliaram nas atividades.

### 11.2.2 Recursos materiais:

Os materiais utilizados durante os dias de evento foram fornecidos pela própria Unesp, como recursos digitais, computadores, mesas, cadeiras e toalhas. Os brindes entregues aos participantes foram obtidos com recursos financeiros da Faculdade de Arquitetura Artes Comunicação e Design (FAAC) da Unesp para a realização do evento.

### 11.2.3 Recursos de divulgação

A divulgação do evento foi realizada pelos membros da Comissão Organizadora do Curso, os quais se dividiram para formar uma Comissão de Divulgação. Ela foi realizada de maneira multimidiática via redes sociais, conforme observado nas imagens 7 e 8.

Foto 7 — Captura de tela do perfil de divulgação do evento RP 40 anos



Fonte: Arquivo do Evento de 40 anos do curso de RP da Unesp

Foto 8 — Captura de tela do perfil de divulgação do evento RP 40 anos



Fonte: Arquivo do Evento de 40 anos do curso de RP da Unesp

## 12. Plano de patrocínio / captação de recursos e/ou parcerias e apoios

Para a realização das oficinas e das atividades culturais, contamos com a participação de profissionais que contribuíram com seus conhecimentos para o evento. Para ambas as atividades relacionadas às oficinas e atividades culturais, os profissionais participaram de forma voluntária. Já os materiais e equipamentos utilizados foram cedidos pela Unesp Bauru.

Na oficina do Túlio Pagnan, o Victor Dias, membro da Agência Toth Eventos & Comunicação, fez contato para convidá-lo a participar. Já com Helena Salla, Victor Oehlmeyer fez o contato e a convidou para ministrar a oficina sobre eventos pós-pandemia.

Nas atividades culturais, Chirlene Samara ficou encarregada de realizar o contato com a Júlia Rodrigues para a aula de Yoga, e o convite à Casa do Forró foi feito pela Prof<sup>a</sup> Raquel.

## 13. Release e/ou outros materiais de divulgação do evento

Para divulgação do evento, foi produzido um release pela Comissão Organizadora do Curso, que foi publicado no site institucional da FAAC/Unesp e no site da Reitoria da Unesp no Unesp Acontece, conforme se observa na sequência.

### **Release**

O curso de Relações Públicas da Unesp completa 40 anos em 2022 com conquistas acadêmicas e profissionais: cerca de 2 mil profissionais formados na graduação, além de mestres e doutores na área. Para comemorar, professores, alunos e ex-alunos realizam, de 28 de novembro a 1 de dezembro, o evento “40 anos do curso de Relações Públicas da Unesp”, que acontecerá no campus de Bauru.

A programação, com abertura prevista para às 18 horas do dia 28, terá como tema “Memória organizacional como estratégia de Relações Públicas” e contará com a presença de Rosana Mizziara Lopes, sócio-fundadora do Museu da Pessoa, e de Emiliania Pomarico Ribeiro, gerente executiva da Escola Aberje de Comunicação. Na sequência, haverá o lançamento do projeto “Memórias de Relações Públicas da Unesp”, um site com parte da memória do curso.

No dia 29, às 14 horas, será oferecida a oficina “Comunicação para mobilização social: planejamento e design para terceiro setor”, com Túlio Pagnan, líder de brand experience na Culture.Rocks. No mesmo dia, às 19 horas, Vivian Mendes, relações públicas e membro da Comissão de Familiares de Mortos e Desaparecidos Políticos, e Carla Jorge, diretora da Agência Teodora, falam sobre “Se politize, RP”.

No dia 30, a programação terá início às 14 horas com a oficina “Práticas em Eventos no Pós-pandemia”, com Helena Salla, do Grupo Toy Eventos e SAS Educação. Às 19 horas, Maria Aparecida Ferrari, docente da USP, ministra a palestra “Relações Públicas, Diversidade e Interculturalidade”. Na sequência, haverá uma roda de conversa intitulada RPresenta com egressos do curso de Relações Públicas.

Para finalizar o evento, no dia 1 de dezembro, a programação começará às 8h30, com um encontro com professores e funcionários da ativa e já aposentados. Às 10 horas, acontecerá o debate “A pesquisa em relações públicas e comunicação organizacional”, com Margarida Kunsch, docente da USP; Maria Aparecida Ferrari (USP); Ricardo Freitas, docente da UERJ (Universidade Estadual do Rio de Janeiro) e presidente da Abrapcorp Daniel Reis, docente da UFMG (Universidade Federal de Minas Gerais).

Ainda no dia 1, às 11h30, haverá a entrega do Prêmio Abrapcorp de Projetos Experimentais 2022, e às 17h30, o “Café com Margarida”, um espaço de conversa entre alunos de graduação

e a consagrada pesquisadora Margarida Kunsch. Finalizando a programação, no período da noite, acontecerá a palestra “Olhares de Relações Públicas”, com Carolina Terra (Cáster Líbero) e o painel “Jornada de Relações Públicas da Unesp”, com Carolina e os relações públicas Matheus de Souza, Larissa Dionísio e Angélica Santini. A bateria Naumteria encerra a programação.

Para Raquel Cabral, relações públicas formada pela Unesp e professora do curso, a comemoração do aniversário de 40 anos está sendo muito esperada. “É a celebração de uma jornada de muitas histórias, desafios e de conquistas. Queremos vivenciar esse momento com todas e todos aqueles que fizeram parte dessa trajetória de sucesso que tem formado tantos profissionais de excelência ao longo dos anos”, comenta.

A professora Maria Eugênia Porém, atual coordenadora do curso, salienta que o evento promete uma diversidade de reflexões sobre a profissão e a pesquisa em relações públicas, o que vai ao encontro do perfil da área. Além disso, ela destaca que a programação também busca promover o relacionamento entre alunos, egressos, professores e funcionários da Unesp, agregando afetividade às discussões propostas.

**Serviço:** O evento “40 anos do curso de Relações Públicas da Unesp” acontece de 28 de novembro a 1 de dezembro, na Unesp, e tem parte da programação aberta à comunidade. A inscrição, gratuita, pode ser feita clicando aqui.

Confira a programação completa do evento e acesse o Instagram Comemorativo do Curso para conferir as novidades!

Além do release como instrumento de divulgação, também destacamos a produção de banners que foram utilizados no perfil do evento no Instagram, conforme se observa na figura 3 e 4.

Figura 3 — Banner de divulgação do evento RP 40 anos.



Fonte: Arquivo do Evento de 40 anos do curso de RP da Unesp

Figura 4. Banner de divulgação do evento RP 40 anos.



Fonte: Arquivo do Evento de 40 anos do curso de RP da Unesp

#### 14. Outras contribuições da agência Toth ao evento de 40 anos de RP da unesp

Além do planejamento das atividades culturais e das oficinas, a Agência Toth também ficou responsável pela participação na entrega do evento e na produção do vídeo documentário. Na realidade, o vídeo completo foi produzido pelos estudantes do curso de Rádio, TV e Internet da FAAC/Unesp, Pedro Lucas Pereira de Almeida, Bill Bernardino da Luz e Guilherme Henrique Firmino, que também ficaram responsáveis pelo roteiro juntamente conosco. Contudo, nossa agência teve a responsabilidade de criar uma versão reduzida do vídeo completo para ser exibido durante o evento.

Também é importante lembrar os nomes dos colaboradores pelas demais atividades, primeiramente as pessoas responsáveis pelas mídias e divulgação: Isabelle Victória O. Eustáquio, Constanza Naghayoish Guerreiro e Henrique Marinhos de Souza. E por fim, e não menos importante, os membros que integraram a comissão do Meeting 2022 da empresa júnior de relações públicas: Alice Moura Rodrighero, Ana Clara Cáceres Angeli, Ana Vitória Machado de Oliveira, Beatriz Unger Braz, Bruno Felipe Celestrino Guerreiro, Helena Fregni Alfieri, Isabelle Victoria Oliveira Eustáquio, Kailainy Vicentini do Carmo, Livia Vilas Boas Garcia, Maria Eduarda Fonseca Capra, Marina Iwashita Canelas, Yasmin Francieli Guabiraba da Cruz, e a RP Junior como um todo.

Em qualquer evento, a equipe de produção desempenha um papel crucial para garantir o sucesso e o bom andamento das atividades propostas. O papel e as habilidades esperadas do relações-públicas nesse ambiente podem ser caracterizados pela visão de Fortes e Silva:

O sucesso profissional nesse ambiente complexo — planejamento, organização e realização de eventos - depende de várias habilidades e características muito especiais, como paciência, organização, senso de humor, habilidade comunicativa, diplomacia, conhecimento de normas de cerimonial e protocolo, educação, disposição, atenção aos detalhes, visão do todo e, principalmente, paixão pela excelência (FORTES; SILVA, 2011, p. 36).

No evento de 40 anos do curso de Relações Públicas não foi diferente, durante os 4 dias de evento foram se configurando uma ampla gama de tarefas, incluindo a preparação do local, gerenciamento de inscrições, coordenação da logística e garantia da segurança e bem-estar dos participantes.

Uma das principais responsabilidades da equipe é garantir que todos os aspectos do evento sejam executados adequadamente conforme o planejamento. A equipe também deve estar preparada para lidar com quaisquer problemas que possam surgir durante o evento, demandando atenção constante e proatividade na resolução de problemas.

Além da participação na entrega do evento, também pudemos auxiliar na criação e edição de um vídeo documentário sobre os 40 anos do curso de Relações Públicas na UNESP Bauru. Durante o processo de construção desse vídeo, da ideia inicial ao produto, tivemos consciência de que a jornada para dar vida a uma história é complexa e requer uma combinação de criatividade, habilidade técnica e muita colaboração.

O primeiro passo na criação de um documentário é desenvolver um conceito ou ideia. Dessa forma, o conceito que escolhemos seguir nesse projeto foi a combinação das memórias envolvendo os 40 anos do curso, e dar um vislumbre de como esse período histórico se desdobrou. Dando assim, uma visão tanto intimista quanto social/histórica dos momentos vividos durante esses anos.

Com o conceito estabelecido, o próximo passo foi realizar uma extensa pesquisa. Nesse caso, foi necessário coletar diversas informações sobre a UNESP Bauru, o curso de Relações Públicas, e sobre a sociedade ao decorrer das décadas. A fase de pesquisa foi crucial para garantir que o produto audiovisual fosse preciso, informativo e confiável.

Após a conclusão da pesquisa, foi dado início ao processo de pré-produção. Isso inclui, em resumo, a confecção do roteiro. A fase de pré-produção é importante para determinar o estilo geral e o tom do documentário, com isso, decidimos por seguir um tom tanto informativo quanto afetivo. As informações históricas e a construção dos contextos em que o curso nasceu e se desenvolveu deram o tom informativo. Já as inserções de depoimentos enviados por discentes e docentes do curso trouxeram o tom afetivo. Tais depoimentos foram muito importantes para a construção do vídeo, trazendo uma grande carga afetiva, repleta de histórias e memórias que ecoam da universidade para fora.

Por fim, a fase de pós-produção é onde as edições finais são feitas, o som e a música são adicionados e o corte final do vídeo é criado. Esta é a fase em que todos os elementos do filme são reunidos para criar o produto final. A edição é uma etapa crucial no processo de criação de um de um vídeo documentário, desempenhando um papel vital na formação do produto final. Foi nessa fase em que todo o processo construído anteriormente se desdobrou, combinando todos os elementos reunidos e capturados durante a fase de produção e moldando-os em uma história coesa e atraente.

Em conclusão, a criação de um vídeo documentário que transmitisse os valores defendidos pelo evento foi recompensadora. Desde o desenvolvimento do conceito inicial até a fase final de pós-produção, a jornada de dar vida às memórias vividas no curso de Relações Públicas da UNESP Bauru foi essencial para a finalização do evento. Foi uma forma de reunir

todas as narrativas que o evento abraçava, e ficar como um produto para que futuras gerações de RPs possam se emocionar e se identificar com aqueles que estiveram em seus lugares.

Durante o último dia do evento transmitimos um *teaser* — versão reduzida do vídeo documentário. Nele foi possível criar antecipação no público e uma grande curiosidade para conferir o resultado final, o qual ficará disponível dentro do portal de memórias do curso de Relações Públicas da Unesp Bauru, que se encontra no endereço eletrônico <https://www2.faac.unesp.br/memoriarp/>.





## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao final desta jornada, cabe destacar que o planejamento e participação na execução do evento foi uma oportunidade singular para desenvolver competências na área de Relações Públicas. Considerando o setor de eventos, a Agência Toth Eventos & Comunicação pôde conhecer, interagir e realizar diversas ações que produziram um processo de ensino-aprendizagem, revelando que teoria e prática se complementam.

Portanto, também cabe pontuar que estarmos a frente de um evento de 40 anos do curso de Relações Públicas na Unesp Bauru foi uma honra imensa, pela qual pudemos ter contato com diversas personalidades da nossa profissão, além de colocar em prática todo nosso aprendizado ao longo dos anos em um evento de ampla relevância para toda nossa comunidade.

Ademais, a Agência Toth Eventos & Comunicação se sentiu muito acolhida e agradecida pela oportunidade de confiar em nosso trabalho para o evento ser entregue. Foram meses de preparação, conversas, reuniões, discussões e planejamento para que pudéssemos chegar a essa semana tão esperada por docentes e discentes do nosso curso. Além disso, poder receber grandes nomes acadêmicos e do mercado em nosso Anfiteatro Guilhermão nos dá a certeza de que estamos no lugar certo, produzindo conhecimento e discussão acerca de temas importantes para nossa sociedade.

Por fim, com o apoio das docentes do curso e, em especial, à Raquel Cabral, que esteve conosco ao longo dos meses, fez com que conseguíssemos entregar nossa participação no evento, além de poder marcar na história do nosso curso e de nossas vidas, a oportunidade de se sentir parte do curso de Relações Públicas da Unesp Bauru.

## REFERÊNCIAS

- ALVES, Nadine. Os principais tipos de eventos que você pode organizar. **Sympla**, [s.d.]. Disponível em: <https://blog.sympla.com.br/tipos-de-eventos/>. Acesso em: 24 de jun. de 2022.
- CESCA, Cleuza Gertrude Gimenes. **Organização de eventos: manual para planejamento e execução**. 11. ed. rev. e atual. São Paulo: Summus, 2008.
- FERREIRA, Lucas. Thot. **Antigo Egito**, 2018. Disponível em: <https://antigoegito.org/deusthoth/>. Acesso em: 27 de jun. de 2022.
- FIGUEIREDO, Raquel Rodrigues. **Relações públicas versus marketing no setor da cultura em Portugal EGEAC: um estudo de caso**. Lisboa: Escola Superior de Comunicação Social, 2015. Dissertação (Mestrado em Gestão Estratégica das Relações Públicas).
- FORTES, W. G., SILVA, M. B. R. **Eventos: estratégias de planejamento e execução**. 1ª ed. São Paulo-SP: Summus, 2011.
- MALDONADO, Mário A. Relações Públicas. **FAAC UNESP**, Bauru, 17 de maio de 2021. Disponível em: <https://www.faac.unesp.br/#!/graduacao/cursos/relacoes-publicas/>. Acesso em: 18 de dez. de 2022.
- MATIAS, Marlene. **Organização de Eventos**. 2ª ed. Barueri -SP: Manole Ltda, 2002.
- MELO NETO, Francisco Paulo. **Marketing de eventos**. 5 ed. Rio de Janeiro: Sprint, 2007.
- TV UNESP. Relações Públicas - Estratégias de Comunicação. **TV Unesp**, [s.d.]. Disponível em: <https://tv.unesp.br/edicao/1476>. Acesso em: 20 de dez. de 2022.
- SILVA, Mariângela B.R. **O evento como estratégia na comunicação das organizações: modelo de planejamento e organização**. Universidade Estadual de Londrina, 2008. Disponível em: <https://docplayer.com.br/2428914-O-evento-como-estrategia-na-comunicacao-das-organizacoes-modelo-de-planejamento-e-organizacao.html>. Acesso em: 12 de dez. de 2022.
- SILVA, Thays. Deus Toth: a deificação da sabedoria e da escrita. **Museu Egípcio e Rosa Cruz**, [s.d.]. Disponível em: <http://museuegipcioerosacruz.org.br/deus-toth-a-deificacao-da-sabedoria-e-da-escrita/>. Acesso em: 24 de jun. de 2022.
- TV UNESP. **Conheça o curso de Relações Públicas do câmpus em Bauru**. YouTube, 15 de dezembro de 2020. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=YAxdffB8yFM&t=135s>. Acesso em: 15 de nov. de 2022.
- TV UNESP. **Guia de Profissões | Relações Públicas**. YouTube, 28 de novembro de 2016. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=6oinWbELK6I&t=240s>. Acesso em: 12 de Nov. de 2022.
- ZAN, Maria Rosana Casagrande A. **Patrocínio a eventos: a sinergia da comunicação integrada de marketing**. São Caetano do Sul - SP: Difusão Editora, 2011.

## **ANEXO A — CARTA DE LIVRE CONSENTIMENTO DO CLIENTE**

A carta de aceite do cliente não está catalogada, pois a demanda e o pedido para realização do evento em comemoração aos 40 (quarenta) anos de fundação e consolidação do curso de Relações Públicas da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design - Câmpus Unesp Bauru, partiu do próprio cliente, convite esse prontamente aceito pela agência Toth Eventos & Comunicação.