



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE**  
**DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – DCOS**  
**PUBLICIDADE E PROPAGANDA**

**JAMILLY VIEIRA SANTOS**

**FESTIVAL ESTUDANTIL DE MÚSICAS AUTORAIS – IFSTAR: UMA**  
**PROPOSTA DE DIVULGAÇÃO**

**São Cristóvão–SE**  
**2024**

**JAMILLY VIEIRA SANTOS**

**FESTIVAL ESTUDANTIL DE MÚSICAS AUTORAIS – IFSTAR: UMA  
PROPOSTA DE DIVULGAÇÃO**

Trabalho de Conclusão de Curso realizado como requisito para obtenção de grau de bacharel em Publicidade e Propaganda pela Universidade Federal de Sergipe.

Orientador: Prof. Dr. Claudomilson F Braga

**São Cristóvão–SE  
2024**

Dedico todo meu trabalho a Deus, minha família,  
amigos e pessoas preciosas em minha vida!

## AGRADECIMENTOS

Ó Santíssima trindade, agradeço imensamente por esta conquista que me concedeste. Ela não é apenas minha, mas vossa, pois tudo que é meu pertence a vós. Sou grata pelos dons que me deste, permitindo que eu os multiplique em minha vida. Espero ter cumprido a tua vontade!

Minha Mãe, Maria Santíssima, agradeço-te, minha grande intercessora. Tenho certeza de que, durante as dificuldades desse processo, rogaste por mim a Deus.

À minha querida avó paterna, Maria Célia Cruz, grande sábia da minha vida, agradeço pelas lições que vão além do que se aprende em sala de aula. Meu carinho e gratidão a ti. Estendo meus agradecimentos aos meus amados pais, Cleida Santos e Jean Cruz, que sempre me incentivaram, mesmo em meio às suas dificuldades. À minha “boadrasta”, Angelica Bittencourt, que me apoiou como se eu fosse sua própria filha. A toda a minha família, incluindo minhas irmãs Katiane e Islayne, minha avó materna Augusta, tias, primas e meus amigos de infância, da igreja e da escola, que sempre se alegraram com minhas conquistas e me apoiaram incondicionalmente.

Deixo também aqui uma lembrança especial do meu gatinho Nino, que Deus me deu como um conforto nos momentos difíceis. Ele foi meu modelo nos trabalhos acadêmicos de fotografia que realizei durante a pandemia, meu lindo modelo. Recordo-me dele com muito carinho, especialmente agora que ele se foi recentemente.

Às minhas queridas colegas de turma, Beatriz, Nicole, Vitória, Talita e Bruna, assim como a toda a turma de 2020, levarei sempre comigo as boas memórias desses quatro anos de curso.

Agradeço à Pró-reitoria de Pesquisa e Extensão do IFS pela confiança e acolhimento no desenvolvimento deste projeto, especialmente aos servidores José Osman, Otacílio Cerqueira e James Bertish. Também sou grata às minhas companheiras de trabalho, que estiveram ao meu lado tanto nas questões profissionais quanto nas pessoais, e é claro, nos nossos cafezinhos. Que Deus as abençoe!

Sou muito grata a todos os professores que me transportaram para um novo mundo de conhecimentos sobre comunicação ao longo desses quatro anos, mesmo em tempos difíceis de pandemia. Agradeço especialmente ao orientador Claudomilson Braga, que me guiou sabiamente neste projeto. Também sou grata aos professores James Bertish e Raquel Carriço, que prontamente aceitaram fazer parte da minha banca e contribuíram para a realização deste projeto.

Por fim, deixo meu agradecimento a todos que contribuíram nesta jornada,

mesmo que não tenha mencionado seus nomes. Sinto uma gratidão profunda por todos vocês. Que Deus os abençoe!

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1: Fachada do Museu da Gente Sergipana.....	14
Figura 2: Nova logomarca do IFSTAR.....	16
Figura 3: Antiga logomarca IFSTAR.....	16
Figura 4: Ilustração do Museu da Gente Sergipana.....	25
Figura 5: Ilustração de estrela.....	26
Figura 6: Planeta IFSTAR.....	26
Figura 7: Cores da 5ª edição.....	27
Figura 8: Peça de divulgação online da 5ª edição.....	27
Figura 9: Peça para outdoor.....	27
Figura 10: Peça para cartaz.....	27

## QUADROS

Quadro 1: Cronograma.....	20
Quadro 2: Matriz <i>SWOT</i> .....	20
Quadro 3: Roteiro para Vídeo de Animação: IFSTAR - 5 <sup>a</sup> .....	28
Quadro 4: <i>Spot</i> de Rádio – Convocação para Inscrições.....	30
Quadro 5: <b>Spot</b> de Rádio – Convite para o festival.....	31
Quadro 6: Divulgação <i>Offline</i> .....	36
Quadro 7: Divulgação <i>Online - Feed</i> .....	38
Quadro 8: Divulgação <i>Online - Stories</i> .....	40
Quadro 9: Listagem Geral.....	41
Quadro 10: Cronograma Geral.....	42

## **LISTA DE TABELAS**

Tabela 1 - Total de inserções por meio de comunicação.....	34
Tabela 2 - Custo e Alcance.....	45

## RESUMO

O IFSTAR, criado em 2018 no Campus Lagarto do Instituto Federal de Sergipe (IFS), é um festival competitivo de música voltado exclusivamente para estudantes de instituições de ensino em Sergipe. Este projeto teve como objetivo desenvolver uma proposta de divulgação para a 5ª edição do Festival de Música Autoral Estudantil de Sergipe, visando promover o evento, aumentar a participação estudantil e engajar a comunidade local. O plano de divulgação foi elaborado com base em uma análise das edições anteriores, considerando o público-alvo, a natureza do evento, os objetivos da edição e a concorrência. As estratégias destacam os aspectos culturais, estudantis e musicais, focando na identificação de novos talentos musicais por meio de composições autorais. O festival é reconhecido como um dos maiores do gênero em Sergipe, proporcionando aos participantes uma oportunidade de se apresentarem para produtores e entusiastas, além da comunidade estudantil. Um dos principais focos do plano é o uso estratégico de mídias sociais para ampliar a divulgação e alcançar um público mais amplo. Com isso, espera-se aumentar as inscrições e consolidar o IFSTAR como um evento importante no calendário cultural de Sergipe, incentivando a valorização dos talentos locais e a continuidade de iniciativas culturais no futuro.

**Palavras-chave:** IFS; festival estudantil; Sergipe; música autoral.

## **ABSTRACT**

IFSTAR, created in 2018 at the Lagarto Campus of the Federal Institute of Sergipe (IFS), is a competitive music festival exclusively for students from educational institutions in Sergipe. This project aimed to develop a promotional plan for the 5th edition of the Sergipe Student Original Music Festival, with the goal of promoting the event, increasing student participation, and engaging the local community. The promotional plan was developed based on an analysis of previous editions, taking into account the target audience, the nature of the event, the edition's objectives, and competition. The strategies highlight cultural, student, and musical aspects, focusing on identifying new musical talents through original compositions. The festival is recognized as one of the largest of its kind in Sergipe, providing participants with the opportunity to perform for producers, enthusiasts, and the student community. One of the plan's main focuses is the strategic use of social media to expand promotion and reach a broader audience. With this approach, the goal is to increase registrations and establish IFSTAR as a key event in Sergipe's cultural calendar, promoting local talent and encouraging the continuation of cultural initiatives in the future.

**Keywords:** IFS; student festival; Sergipe; original music.

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	9
<b>2 BRIEFING</b> .....	13
<b>2.1 Dados Gerais: O Festival</b> .....	13
<b>2.2 Histórico/Cenário</b> .....	15
<b>2.3 Fato Principal</b> .....	17
<b>2.4 Público-alvo</b> .....	17
<b>2.5 Benefícios para o público-alvo</b> .....	17
<b>2.6 Concorrência</b> .....	18
<b>2.7 Objetivos da 5ª Edição</b> .....	18
<b>2.8 Posicionamento/Diferencial do evento historicamente</b> .....	19
<b>2.9 Polices</b> .....	19
<b>2.10 Cronograma</b> .....	20
<b>3 MATRIZ SWOT</b> .....	20
<b>4 DIAGNÓSTICO</b> .....	21
<b>5 PROGNÓSTICO</b> .....	21
<b>6 ESTRATÉGIAS DE CRIAÇÃO</b> .....	22
<b>6.1 Posicionamento</b> .....	22
<b>6.2 Afirmação básica da comunicação</b> .....	22
6.2.1 Justificativa da afirmação básica .....	23
6.2.2 Atributos complementares da afirmação básica .....	23
<b>6.3 Conceito criativo</b> .....	23
6.3.1 Tema .....	24
6.3.2 Abordagem .....	24
6.3.3 Assinatura da campanha .....	24
6.3.4 Tema e proposta de posicionamento .....	24
<b>6.4 Justificativa</b> .....	24
<b>6.5 Descrição técnica</b> .....	25
<b>6.6 Identidade visual (peças para divulgação)</b> .....	25
<b>6.7 Roteiro do vídeo animado e spot de rádio</b> .....	28
<b>6.8 Spots de rádio para inscrições para o festival</b> .....	30
<b>7 PLANO DE MÍDIA</b> .....	32
<b>7.1 Público-alvo da campanha</b> .....	32

<b>7.2 Mídias digitais existentes</b> .....	32
<b>7.3 Descritivo da verba</b> .....	33
<b>7.4 Objetivos de mídia</b> .....	33
<b>7.5 Estratégia</b> .....	34
<b>7.6 Tática</b> .....	35
<b>7.7 Cronograma de divulgação e mídia</b> .....	42
<b>7.8 Resumo de verba e alcance</b> .....	43
<b>8 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	45
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	47
<b>APÊNDICE</b> .....	50
<b>ANEXOS</b> .....	52

## 1 INTRODUÇÃO

Nas décadas de 1970 e 1980, o Brasil vivenciou a efervescência de grandes festivais de música, e em Sergipe, não foi diferente. Esses espetáculos foram palco para a descoberta de notáveis artistas sergipanos, como Chico Queiroga e Antônio Rogério, que participaram do Festival Novo Canto (Festival de Música Estudantil) em 1986, 1987 e 1988 (Menezes, 2007). Atualmente, novos festivais ganham destaque em Sergipe, com um deles sendo o IFSTAR, a cujo objeto se dirige este trabalho.

No ano de 2024, o Festival Estudantil de Músicas Autorais - IFSTAR caminha para sua quinta edição. O evento, organizado anualmente pelo Instituto Federal de Sergipe (IFS), tem como propósito exaltar a rica cultura do estado. Conforme a definição do termo “evento”, que, segundo Canton (1997, p.19), abrange “todo fato ou acontecimento, espontâneo ou organizado, que ocorre na sociedade”, o espetáculo representa um acontecimento significativo, aguardado com entusiasmo por estudantes e amantes da música em Sergipe.

O IFSTAR teve sua origem em 2018, no Campus do Instituto Federal de Sergipe (IFS), situado em Lagarto. Estabelecido como um festival de música competitivo, o evento é exclusivo para estudantes matriculados em instituições de ensino aprovadas pelo Ministério da Educação (MEC) no território sergipano. Os participantes enfrentam várias fases de avaliação, onde podem ser eliminados ou avançar para a etapa final. Geralmente, são selecionados 12 finalistas e os jurados decidem os vencedores do 1.º, 2.º e 3.º lugares, frequentemente premiados com valores em dinheiro.

A condição para a inscrição é que as músicas apresentadas sejam totalmente autorais e inéditas, promovendo, assim, a produção artística local. O evento está em ascensão e vislumbra tornar-se um dos maiores festivais estudantis anuais de músicas autorais no Nordeste do Brasil. O IFSTAR já ostenta o título de maior festival desse tipo em Sergipe.

Desenvolver um plano de divulgação é essencial para o sucesso de qualquer projeto, produto, serviço ou evento, como no caso deste trabalho. O Instituto Federal de Sergipe decidiu idealizar este planejamento visando alcançar o máximo de seu público-alvo, identificando-o de forma mais específica para agir de maneira mais eficaz. Além de buscar aumentar a visibilidade e promover o IFSTAR em diferentes canais de comunicação para criar um melhor reconhecimento e memória da marca, o plano visa também identificar pontos fortes e fracos em relação à concorrência. Por conseguinte,

igualmente importante definir metas e objetivos claros para a equipe manter o foco e alcançar os resultados desejados.

O plano de divulgação foi idealizado considerando o público-alvo, categoria de evento, objetivos da edição, concorrências e demais fatores ligados ao diagnóstico feito a partir das edições passadas, objetivando diminuir baixas e atingir metas maiores. Foi escolhido este projeto devido à sua grande capacidade de crescimento e importância cultural, visando torná-lo um festival de grande referência no estado e no Nordeste. E para tanto, se fez necessário um estudo próximo à comissão organizadora, levantando questões importantes sobre os objetivos a se alcançar, também sobre desafios enfrentados e experiências acumuladas a cada edição.

O festival de música se classifica como um evento. De acordo com Zanella (2004, p.69), o evento é:

Uma concentração ou reunião formal e solene de pessoas e/ou entidades realizada em data e local especiais, com o objetivo de celebrar acontecimentos importantes e significativos, estabelecer contatos de natureza comercial, esportiva, social, familiar, religiosa, científica, etc (Zanella 2004, p.69).

Se o princípio que caracteriza evento em uma de suas definições é gerar interação de forma próxima, para celebrar ou enaltecer algo, também pode-se entender evento segundo Silva (2009, p.12), como uma forma de “linguagem de comunicação, atividade de marketing, relações-públicas, ou mesmo uma estratégia de marketing institucional para a valorização da marca e prática da ideia”. O IFSTAR é, portanto, um evento institucional, por levar no prefixo da marca o nome “IFS” referente ao Instituto Federal de Sergipe, mas sobretudo o festival é um evento artístico, cultural e competitivo. É artístico, por promover artistas e suas canções autorais preparadas exclusivamente para o evento gerando produto cultural durável, e é cultural, ao proporcionar visibilidade para artistas locais, a fim de fomentar a cultura sergipana e é competitivo, pois o evento onde indivíduos ou grupos competem em várias categorias para ganhar prêmios, reconhecimento ou troféus.

Os festivais, eventos culturais e festas temáticas são atividades que possuem uma representatividade muito grande para a comunidade, pois, além de promover o envolvimento dos residentes, proporcionam a oportunidade de receber visitantes, promover a localidade e impulsionar a economia local (Tum, Norton e Wright 2007 *apud* Barbosa, 2013, p.89).

Um festival é uma categoria de evento, porque incorpora todas essas características que definem um evento: concentração de pessoas em um mesmo lugar e

tempo determinados do qual compartilham um interesse em comum; tem o objetivo de promover algo, há uma programação pré-definida; impacto social e econômico e entre outros. Um exemplo de festival artístico e cultural é o “*Rock in Rio*”. Sendo realizado anualmente na Cidade do Rio de Janeiro, leva o nome da cidade, mas sobretudo, tem o objetivo de enaltecer a cultura do rock. Com uma grande programação de artistas predominantemente do cenário musical do gênero e de ritmos populares do Brasil, levando apreciadores de todo o país a comparecer ao espetáculo todo ano, gerando o aumento do turismo local.

Numa experiência cultural autêntica, a inclusão da população como “ator principal” é imprescindível, além da preservação e leitura da essência do patrimônio cultural, que deve ser vivenciado, pelos visitantes, em seu verdadeiro sentido e valor (Ministério do Turismo, 2010, p.60 *apud* Cunha, 2014, p.26).

Este trabalho se inicia com a apresentação do briefing, abordando dados gerais, histórico e fatos principais. Esses elementos elucidam o conceito, a importância e os feitos históricos do festival, ressaltando um ponto crucial: o objetivo primordial do evento, que permanece inalterado temporalmente. Este objetivo consiste em fomentar oportunidades de inserção no mercado musical para novos artistas em Sergipe, ao mesmo tempo, tem em vista reintroduzir a cultura de festivais no estado. Esse esforço visa não apenas descobrir novos talentos, mas também valorizar a rica cultura sergipana.

Em seguida, são detalhados o público-alvo e suas características distintivas, para eventos musicais estudantis, esse público abrange uma ampla faixa etária, desde alunos do ensino fundamental até doutorandos, destacam-se características específicas que permitem filtrar e definir de maneira mais precisa os grupos a serem alcançados. Prosseguindo, é feita uma análise da concorrência no estado, reconhecendo seu impacto potencial no sucesso do festival, como a participação do público durante o período do evento.

Nos próximos capítulos, a fim de conduzir o diagnóstico e prognóstico, empregou-se a abordagem técnica da matriz *SWOT* para analisar as ameaças, oportunidades, forças e fraquezas. A partir dessa avaliação, tornou-se evidente a necessidade estratégica de aumentar significativamente o investimento de tempo e recursos na divulgação do festival.

As estratégias de concepção do projeto abordam os aspectos culturais, estudantis e musicais. A proposta foi elaborada com o intuito de identificar e destacar talentos com

potencial para brilhar na cena musical do próprio estado através de suas composições autorais. Dado que o evento se destaca como o maior festival estudantil de música autoral em Sergipe, os participantes têm a oportunidade de apresentar seu talento não apenas à comunidade estudantil, mas também a produtores e admiradores dentro e fora do estado. Isso se deve na maioria ao uso estratégico a ser explorado nas mídias sociais como uma das principais ferramentas de divulgação, proporcionando a facilidade de conectar-se com pessoas de diversas localidades. Assim, a criação deste plano de divulgação se tornou essencial para garantir resultados mais expressivos, contribuindo para o contínuo crescimento do evento, maior reconhecimento e apreço pela rica cultura musical de Sergipe.

## 2 BRIEFING

Nome do evento: IFSTAR

Descrição do projeto: Festival estudantil de música autoral do estado de Sergipe

Praça: Sergipe

### 2.1 Dados gerais: O festival

O festival estudantil de músicas autorais IFSTAR é realizado anualmente por uma comissão organizadora definida pela reitoria do IFS, na qual são incluídos professores, diretores, setor da comunicação e eventos da instituição, dentre outros. Seus principais objetivos são:

Fomentar e promover a produção e interpretação musical criativa, oriunda exclusivamente do ambiente estudantil do estado de Sergipe; promover o resgate cultural local, bem como a melhoria das relações pessoais e institucionais em todos os campi do Instituto Federal de Sergipe; auxiliar na promoção do crescimento intelectual e colaborar para a formação de sujeitos críticos, éticos e conscientes (Regulamento do IFSTAR 2023).

Contendo como público-alvo os estudantes regularmente matriculados no IFS e em outras instituições de ensino, salvo que o projeto abarque todo o estado de Sergipe. Em 2020, o festival realizou sua terceira edição em meio à pandemia da Covid-19. Conforme as diretrizes estabelecidas pelo regulamento IFSTAR-2020, uma decisão adotada pela comissão organizadora foi a transmissão do evento pelo programa Canal Elétrico da TV Atalaia. Este canal televisivo tem um histórico significativo na promoção de talentos musicais locais e na cobertura de eventos relacionados ao cenário musical no estado de Sergipe. Se fez necessário a veiculação do conteúdo audiovisual (apresentações ao vivo das eliminatórias e ganhadores finais) no meio televisivo devido às restrições de realização de eventos públicos em meio a pandemia, esta estratégia também teve como objetivo alcançar a toda a sociedade sergipana, como também alunos do estado e do IFS.

No ano de 2023, vivenciou-se um momento diferente do de 2020, e as restrições antes impostas já não estavam mais em vigor; livres do período de pandemia que afetou a humanidade e o estado de Sergipe por mais ou menos 3 anos. Após este período, se fez necessário a volta das movimentações artísticas presenciais com público, as quais tiveram quedas por conta deste evento epidemiológico.

Para abordar brevemente a última edição, é crucial ressaltar que o evento presencial ocorreu no Museu da Gente Sergipana, situado no Centro da capital Aracaju.

O museu dedica-se integralmente à exposição do patrimônio cultural material e imaterial do estado de Sergipe. A escolha desse espaço para sediar o festival revelou-se de extrema importância, uma vez que o museu é amplamente reconhecido por irradiar a rica cultura sergipana, o que contribuiu significativamente para a divulgação e o propósito do festival.

Figura 1 - Fachada do Museu da Gente Sergipana



Fonte: G1 SE

Na última edição, a comissão demonstrou interesse em elaborar um plano de divulgação abrangente para o festival. A ênfase principal da divulgação concentrou-se nas ferramentas online, por meio de matérias em *sites* e do uso das plataformas TikTok, Instagram, YouTube e Twitter, para veicular vídeos curtos e *cards* estáticos. Além disso, foram realizadas entrevistas para a TV Sergipe e TV Atalaia, emissoras locais. O plano delineado incluía estratégias tanto offline quanto online, mas devido à limitação de investimento, a implementação completa do plano não foi alcançada com a máxima efetividade.

No entanto, observou-se um aumento significativo no engajamento nas redes sociais durante esta edição, o que impactou positivamente no número de inscritos, que chegou a 54, representando um crescimento de 53,70% em relação à edição anterior. Além disso, registrou-se uma diversidade considerável de participantes, abrangendo alunos do ensino fundamental, médio e superior, provenientes de instituições estaduais, públicas, privadas e do próprio Instituto Federal de Sergipe.

Diante disso, novas estratégias de divulgação online e offline, parcerias e ações publicitárias também buscarão não apenas a participação de diversos alunos, artistas de todo o estado, mas também o envolvimento da população sergipana no dia da realização da seletiva, que será presencial. Isso visa impulsionar a consagração do festival como o maior evento estudantil de música autoral no estado de Sergipe.

## 2.2 Histórico/Cenário

O festival IFSTAR, criado em 2018, é um evento de música autoral estudantil que surgiu com o propósito de proporcionar aos estudantes do estado a oportunidade de exhibir seu talento por meio de obras autorais, estimulando a produção musical local. Além disso, tem em vista resgatar a tradição de festivais das décadas de 1980 e 1990. A primeira edição ocorreu no campus Lagarto, com Morgana, ex-participante do The Voice Kids Brasil, como vencedora. Na segunda edição, em 2019, expandiu-se para diferentes cidades, tendo Louise Wine como vencedora. A terceira edição, televisionada pela TV Atalaia, teve novamente Morgana como vencedora. Na quarta edição, com seletiva online e etapa final presencial, as vencedoras foram Joanna Correia (3º lugar) estudante do IFS no Médio Integrado, Roberta Lima (2º lugar) doutoranda na UFS e Morgana (1º lugar) graduanda na Centro Maurício de Nassau - UNINASSAU.

O histórico de divulgação das edições tem se concentrado predominantemente no meio online desde a primeira edição em 2018. Inicialmente, a conta do IFSTAR no Facebook, juntamente com as contas do próprio IFS e dos campi da instituição, era utilizada para a divulgação de informações. No entanto, em 2023, a plataforma mais amplamente empregada para esse fim foi o Instagram.

As principais plataformas utilizadas para a divulgação em vídeo, incluindo entrevistas e apresentações, foram o YouTube, TikTok e Instagram. Embora o canal do IFS fosse previamente utilizado para a divulgação de materiais audiovisuais, na última edição optou-se por utilizar o canal do próprio festival.

Conforme relatado pelos membros das comissões de 2018 a 2020, não havia investimento em planos de comunicação, estratégias de branding ou identidade visual. As ações eram guiadas pela observação e intuição, baseadas também nas experiências acumuladas dos eventos do festival. Diante desse cenário, na última edição, em 2023, foi concebida uma nova logomarca para o festival.

Figura 2 - Nova Logomarca IFSTAR



Fonte: Site IFS

Figura 3 - Antiga Logomarca IFSTAR



Fonte: Site IFS

A nova logomarca apresenta uma aplicação mais eficaz no meio digital, destacando letras mais preenchidas e definidas. Observa-se que a estrela, elemento presente em ambas as versões da logomarca, ganha maior proeminência na atual, tornando-se mais presente, minimalista, mas, ao mesmo tempo, definida, deixando um impacto mais marcante para permanecer na memória. Além disso, nota-se a inclusão, na nova logomarca, da marca do IFS e do letrero “Festival Estudantil de Músicas Autorais”. Esses complementos adicionais são relevantes para identificar o evento e enfatizar sua origem. A escolha da identidade visual também reflete o nome do festival, incorporando elementos que evocam o universo e os astros de maneira conotativa, remetendo às estrelas humanas, que também produzem seu brilho próprio, como aos astros das galáxias.

### **2.3 Fato principal**

Promover oportunidades de abertura de mercado musical para novos artistas em Sergipe e ainda introduzir novamente a cultura de festivais no estado, possibilitando a descoberta de novos talentos e valorização da cultura sergipana. O festival também possibilita ao artista a chance de vivenciar uma experiência profissional, com estrutura completa de palco, som, luz e bastidores.

### **2.4 Público-alvo**

Dado que se trata de um festival estudantil, o público-alvo inclui estudantes do Estado de Sergipe, provenientes de escolas públicas ou particulares, Institutos Federais, faculdades, universidades e instituições de ensino reconhecidas pelo Ministério da Educação (MEC). Isso abrange alunos do ensino fundamental, médio e superior/técnico. No entanto, esse público pode ser subdividido em dois segmentos distintos: aqueles que participarão como competidores e aqueles que participarão como espectadores. Visto que o evento é concebido para artistas e a população de Sergipe, sendo que a audiência representa o maior contingente de pessoas envolvidas. Em última análise, dada à importância da presença de ambos os segmentos de público para o êxito do evento, o plano visa alcançar cada setor do público-alvo por meio de ações direcionadas.

### **2.5 Benefícios para o público-alvo**

Os artistas participantes poderão usufruir de diversos benefícios, como ter suas músicas ouvidas e destacadas em um grande festival. A oportunidade de vivenciar uma experiência completa de palco, iluminação, som e bastidores, a gravação e divulgação da apresentação realizada no evento, a criação de conexões com o público, o reconhecimento como um talento sergipano e a possibilidade de receber um prêmio em dinheiro. Por outro lado, os espectadores do evento desfrutarão da apreciação de expressões culturais em primeira mão, apresentadas por artistas locais, gratuitamente. Eles terão a oportunidade de vivenciar momentos únicos e emocionantes, testemunhando o surgimento de novas estrelas no cenário artístico do estado.

## 2.5 Concorrência

A concorrência se enquadra entre outros eventos de cunho musical e autoral no estado de Sergipe. A principal concorrência identificada foi o SESCOCANÇÃO, com objetivos semelhantes, incentiva:

A expressão cultural sergipana, através da composição musical autoral, levando em consideração os elementos: qualidade artística, representatividade regional, originalidade, criatividade e pesquisa; promover o intercâmbio entre artistas (músicos, compositores, técnicos, etc.); discutir os processos próprios do fazer musical através de ações de formação; intensificar e fomentar o cenário musical no Estado de Sergipe; descobrir e valorizar novos talentos (Regulamento Sescanção, 2022).

Entretanto, o público-alvo desta concorrência não se restringe a apenas estudantes como o IFSTAR, mas se torna uma ameaça, pois estudantes também são permitidos participar, adentrando assim no público-alvo do IFSTAR. Segundo o artigo “Música sergipana na contemporaneidade: entre o tradicional e o moderno” produzido pela jornalista e mestra em Sociologia da UFT, Verônica Menezes, “O Sescanção em nível local, o festival realizado pelo Sistema Fecomércio, pode ser considerado hoje o evento mais articulador da música em Sergipe. Em 2006 o festival realizou sua décima edição, inscrevendo cerca de 200 músicas em diferentes estilos” (p. 9). Sendo assim, por conter uma visível popularidade e notável tradição, tem uma alta chance do público do IFSTAR migrar para o SESCOCANÇÃO, caso sejam realizados em períodos próximos.

## 2.6 Objetivos da 5ª Edição

O objetivo principal é ter maior participação de estudantes de todo o estado, trazendo uma maior diversidade de ritmos e também de novas histórias. E por fim, maior audiência no evento presencial, visando assumir o título de maior festival estudantil de música autoral do estado de Sergipe, almejando também se tornar referência de festival estudantil no Nordeste do país.

A. Objetivo principal de todas as edições do Festival:

- Promover a música autoral de artistas estudantes sergipanos, a fim de haver maior valorização musical cultural sergipana.

B. Objetivos específicos desta edição:

- Revelação de novos artistas no estado de Sergipe;
- Implantação das categorias ensino médio, fundamental e

superior/técnico para melhor avaliação dos candidatos;

- Implantação do voto popular na final do evento, para maior pertencimento da comunidade aquilo oferecido como uma manifestação cultural;
- Ser conhecido na sociedade sergipana, para assim evidenciar o título de maior festival estudantil de música autoral;
- Valorizar a cultura sergipana.

C. Objetivos específicos de todas as edições do Festival:

- Revelar estudantes como talentos na música sergipana;
- Retomar a realização de festivais de música competitivos;
- Maior diversidade de participantes, trazendo a cultura sergipana de regiões diferentes do estado;

## **2.7 Posicionamento/diferencial do evento historicamente**

O seu posicionamento está envolto no objetivo do festival, que é descobrir novos talentos estudantis no cenário musical sergipano. E seu diferencial é revelar estudantes de todo o estado, com cargas culturais diferentes, a fim de também valorizar a cultura local.

## **2.8 Polices**

- A. Apenas são permitidos candidatos estudantes do estado de Sergipe;
- B. Não é permitida a participação de pessoas que estejam na comissão organizadora;
- C. O estudante deve estar regularizado na instituição de ensino a qual estuda;
- D. A música deve ser autoral e inédita, ou seja, não pode em hipótese alguma ter sido divulgada antes;

## 2.9 Cronograma

Quadro 1 – Cronograma

1	Período de Inscrições	28 de agosto a 29 de setembro
2	Lista Prévia de Inscritos	30 de setembro
3	Recursos contra a Lista Prévia	01 a 03 de outubro
4	Lista Definitiva de Inscritos	04 de outubro
5	Lista Prévia (12 canções selecionadas + 3 excedentes)	18 de outubro
6	Envio da modalidade de apresentação	19 a 28 de outubro
7	Programação de ensaios com a banda base	29 outubro a 30 de novembro
8	Apresentação no Museu da Gente Sergipana das 12 selecionadas, premiação das 3 vencedoras	5 de dezembro

Fonte: elaborada pela autora (2024)

## 3 MATRIZ *SWOT*

Quadro 2 - Matriz *SWOT*

Forças	Fraquezas
<ul style="list-style-type: none"> <li>• É um festival produzido pelo IFS através de sua comissão organizadora, composta pelo setor da comunicação do IFS, Extensão e demais servidores da instituição, sendo músicos, professores, mestres, dos quais têm experiência na área da música e na realização do IFSTAR;</li> <li>• O festival é aberto a todos os estudantes do estado;</li> <li>• É um evento cultural;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de recursos financeiros;</li> <li>• Pouca participação de estudantes da rede pública do estado e do próprio IFS nas edições anteriores;</li> <li>• Falta de investimento na divulgação offline;</li> <li>• Redes sociais com engajamento mediano;</li> <li>• Poucos recursos humanos;</li> </ul>
Ameaças	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Baixa divulgação por parte dos campi do IFS;</li> <li>• Falta de transporte para trazer alunos dos interiores do estado para o dia do festival;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apoio do Governo do Estado de Sergipe e Ministério da Educação pelo cunho de valorização cultural que abarca a todo o estado;</li> <li>• Crescente interesse local em eventos culturais e musicais, após a grande pandemia da Covid-19;</li> <li>• Parcerias com empresas, que já contribuíram com o festival via chamada pública. Principalmente de empresas que têm sua sede situada em cidades que</li> </ul>

	<p>contêm Campus do IFS;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● O uso das mídias sociais para atingir um maior público de estudantes e apreciadores de música sem maiores custos;</li> <li>● Possibilidade de atrair turistas para o evento, contribuindo para a economia local;</li> <li>● Abertura de chamada pública para arrecadação de verba, tendo em vista que nas outras edições houve bastante envolvimento de empresas;</li> <li>● A votação popular, que pode passar o sentimento de pertencimento à comunidade sergipana;</li> </ul>
--	--

Fonte: elaborada pela autora (2024)

#### 4 DIAGNÓSTICO

Em resumo, as principais vantagens do IFSTAR são: organização feita por uma instituição de ensino federal, no caso o IFS; por ser um evento cultural tem grandes chances de ter parcerias com empresas e apoio com organizações públicas do estado, também pela casualidade do público-alvo ser estudantes de todo o estado, acaba possibilitando uma diversidade de ritmos e culturas. No entanto, uma série de fatores prejudica o reconhecimento deste evento no estado, como: a falta de foco em publicidades ou em meios que atinja o público-alvo, ou seja, os estudantes; pouca participação dos próprios alunos do IFS, por conta da pouca ou nenhuma divulgação nos campi pelos diretores; falta de recursos humanos e financeiros para fins culturais para custear o festival.

#### 5 PROGNÓSTICO

Do ponto de vista do prognóstico, torna-se imprescindível a elaboração de um plano de divulgação abrangente para a quinta edição, demandando investimento de tempo e recursos financeiros a fim de garantir que o evento adote medidas assertivas para superar esse desafio.

Isso implica em identificar quais canais de comunicação serão mais eficazes para assegurar que a mensagem do IFSTAR chegue aos estudantes de todas as regiões do estado. Desde a utilização estratégica das redes sociais até parcerias com instituições de ensino.

Além disso, é fundamental investir na comunicação visual do IFSTAR. Uma identidade visual marcante e alinhada com o conceito criativo da marca não só atrai a atenção do público-alvo, mas também promove uma conexão emocional mais profunda com o evento.

Outro aspecto relevante é garantir recursos humanos suficientes para desempenhar as funções necessárias durante o processo de construção da edição. Uma solução viável seria a integração de voluntários formados nas áreas de jornalismo, publicidade e audiovisual. Como contrapartida, esses voluntários receberiam um certificado de participação da organização do festival, além de oportunidades para contribuir com a realização de um evento de grande porte no estado.

Em resumo, somente através da implementação de um plano de divulgação abrangente, aliado ao investimento na comunicação visual e ao engajamento por meio de ações internas e externas, a quinta edição do IFSTAR poderá superar os desafios na comunicação. Se firmando como um evento ainda mais diversificado e impactante para a comunidade estudantil do estado.

## **6 ESTRATÉGIAS DE CRIAÇÃO**

A cultura musical sergipana será aliada ao conceito criativo, tendo em vista que a categoria do festival, além de ser competitiva, é cultural. Entendendo, que a cultura musical sergipana “é uma grande riqueza de sons, melodias, histórias na oralidade de um povo, nos folguedos folclóricos e outras manifestações e outras manifestações” (Menezes, 2007, p.1) o evento visa fortalecer esta cultura, refletida nas canções, seja no ritmo ou letra, no contexto em que vivem. Contudo, também se entende que “hoje a mistura de gêneros e ritmos musicais com aspectos do folclore e de culturas externas encontra-se acentuada no Brasil e no mundo” (Menezes, 2007, p.5), tendo isto em vista, tanto no visual, quanto o posicionamento de campanha, o uso de elementos que remetem a cultura sergipana vão compor o conceito criativo.

### **6.1 Posicionamento**

O IFSTAR descobre estrelas que brilham por meio de sua música, enquanto valoriza a rica cultura sergipana.

## **6.2 Afirmação básica de comunicação**

Revelando estudantes como estrelas que brilham através de seu som no universo da cultura musical sergipana;

### **6.2.1 Justificativa da afirmação básica**

A afirmação básica se justifica através dos objetivos de todas as edições, como também da atual, dos quais vão revelar estudantes que tenham talento musical de todo o estado no festival, assim, por conseguinte acabará trazendo destaque para o festival por incentivar a presença de participantes com cargas culturais diferentes, findando assim, atingindo o segundo objetivo que é a valorização da cultura Sergipana.

A proposta foi pensada justamente para descobrir e destacar pessoas que têm potencial de ascensão na música no próprio estado com suas músicas autorais. Devido ao evento ser um dos maiores festival estudantil de música autoral no território Sergipano, esses artistas terão a oportunidade de se mostrar tanto para a comunidade estudantil, quanto para produtores e admiradores no estado e além estado, já que a mídia social será uma das principais estratégias de divulgação. A qual propõe justamente a facilidade de se conectar com pessoas de diversos lugares diferentes. Por consequência, a expectativa é uma maior valorização da cultura e música sergipana.

### **6.2.2 Atributos complementares da afirmação básica**

- Estudantil;
- Cultural;
- Extensiva.

## **6.3 Conceito criativo**

A campanha será visualmente representada pela figura imponente do Museu da Gente Sergipana, estabelecendo uma conexão direta para valorizar a cultura sergipana, sendo também o local onde o evento será realizado. Além disso, a atmosfera da campanha será enriquecida com elementos do universo, como planetas e estrelas, com o propósito de enfatizar o brilho próprio que cada um emite, analogamente conectando-o aos artistas que se destacam através de suas músicas.

As cores predominantes escolhidas para compor as peças também refletem o universo: o azul transmite uma sensação de poder e confiança, enquanto o laranja sugere criatividade e prosperidade. Essa combinação de elementos visuais e cores cria uma atmosfera envolvente que convida o público, sendo assim, a redação publicitária deve sempre remeter a temas que envolvam cultura, luz própria e música.

### 6.3.1 Tema

O tema da campanha será “Brilhe através do seu som!”, que está relacionado ao conceito de luz própria que uma estrela emite.

### 6.3.2 Abordagem

A campanha planeja apresentar o festival como uma “vitrine” para novos talentos, com destaque no meu musical sergipano, referindo-se ao meio como uma grande constelação.

### 6.3.3 Assinatura da campanha

Sou uma estrela sergipana.

### 6.3.4 Tema e proposta de posicionamento

O estrelado de um artista só é possível se ele é visto, pois quem não é visto não é lembrado. O IFSTAR promove este lugar para ser notado, fomenta o fazer artístico, o fortalecimento da cultura local, o engrandecimento e surgimento de músicos e o resgate cultural sergipano, estimulando produções estudantis.

Foi escolhido para esta edição do evento o tema “Brilhe através do seu som”. Ao mencionar o brilho, estamos analogicamente conectando-o ao conceito de astros dotados de luz própria, refletindo um artista que se destaca por seu próprio talento. Introduzimos também o substantivo “som” ao tema, relacionando-o ao que é transmitido pelo artista: sua mensagem, seu ritmo e a sua cultura.

## 6.4 Justificativa

Ao adentrar no mundo artístico, pessoas que têm destaque na área são comumente chamadas de estrelas, as quais analogicamente brilham em meio a um universo de pessoas que também estão na área.

A proposta foi pensada justamente para descobrir e destacar pessoas que têm potencial de ascensão na música no próprio estado com suas músicas autorais. Devido ao evento ter grande abrangência no território sergipano, esses artistas terão a oportunidade de se mostrar tanto para a comunidade estudantil quanto para produtores e admiradores no estado. E, já que a mídia social e suas plataformas serão uma das principais estratégias de divulgação, da qual propõe justamente a facilidade de se conectar com pessoas de diversos lugares diferentes, os artistas também poderão ser reconhecidos além-estado, no cenário musical nacional ou até mesmo mundial. Por consequência, a expectativa é uma maior valorização da cultura e música sergipana.

## 6.5 Descrição técnica

- A. Proposta para evento presencial;
- B. O tema do festival escolhido foi “Brilhe através do seu som!”;
- C. O evento contará com a colaboração de diversos profissionais da área da música para a avaliação dos 12 finalistas, dos quais escolheram o pódio de 1º, 2º e 3º lugar.

## 6.6 Identidade visual (peças para divulgação)

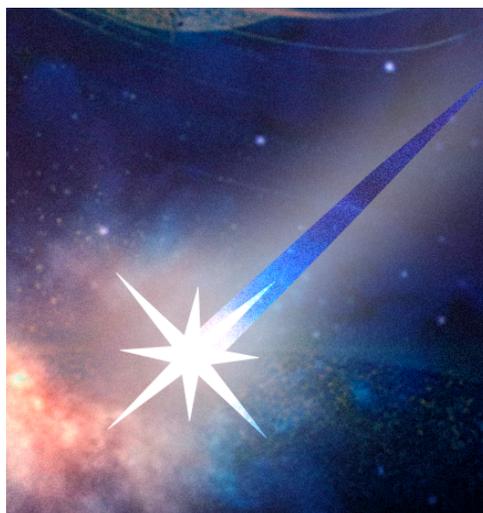
O Museu da Gente Sergipana ocupa uma posição central, destacando a importância da cultura sergipana para o festival e servindo como o palco do evento. A queda da estrela simboliza que ela não está distante no universo, mas mais próxima do que imaginamos, presente entre nós. O azul, associado ao universo, reforça essa proximidade cósmica, enquanto o laranja, cor oficial do festival, transmite energia, criatividade e acolhimento, reforçando a conexão entre as pessoas e a celebração da cultura local no coração do festival. Os arcos ao redor dos planetas simbolizam as ondas sonoras que emanam deles, representando a difusão da música e da arte, que ressoam e se conectam com todos.

Figura 4 - Ilustração do Museu da Gente Sergipana



Fonte: Gerado pela IA GoArt e editada no Photoshop pela autora (2024)

Figura 5 - Ilustração da estrela



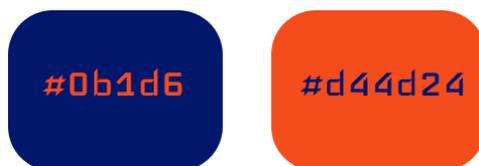
Fonte: elaborada pela autora (2024)

Figura 6 - Planeta IFSTAR



Fonte: elaborada pela autora (2024)

Figura 7 - Cores da 5ª edição



Fonte: elaborada pela autora (2024)

Figura 8 - Peça de divulgação online da 5ª edição



Fonte: elaborada pela autora (2024)

Figura 9 - Peça para outdoor



Fonte: elaborada pela autora (2024)

Figura 10 - Peça para cartaz



Fonte: elaborada pela autora (2024)

## 6.7 Roteiro do vídeo animado e spot de rádio

Esse roteiro usa uma abordagem poética e envolvente para conectar o conceito de estrelas e som ao talento dos jovens artistas sergipanos, criando uma narrativa visual e auditiva impactante.

Quadro 3 - Roteiro para Vídeo de Animação: IFSTAR - 5ª Edição

Cena	Narrador	Áudio	Lettering	Legenda
[Cenário] O vídeo começa com um céu noturno cheio de estrelas cintilando.	-	Uma trilha sonora suave e envolvente começa a tocar, misturando sons naturais com um ritmo leve e pulsante, lembrando o som do universo.	-	-
[Cena 1] A câmera foca em uma estrela brilhante no centro da tela. A estrela começa a pulsar e emitir pequenas ondas sonoras visíveis, como se estivesse tocando uma música própria.	(voz animada e amigável): “Você sabia que cada estrela no universo tem um som único, um ritmo só dela?” “Assim como as estrelas no céu, cada artista tem seu som, sua voz... seu brilho!”	Ouve-se um som suave, quase como um eco distante no espaço, representando o som único que cada estrela emite.	-	“Você sabia que cada estrela no universo tem um som único, um ritmo só dela?” “Assim como as estrelas no céu, cada artista tem seu som, sua voz... seu brilho!”
[Cena 2] A câmera se afasta para mostrar várias estrelas diferentes no céu. As estrelas se transformam em notas musicais que começam a descer do céu, flutuando em direção à Terra. Cada uma emitindo uma onda sonora com um estilo musical próprio.	NARRADOR: “E é exatamente isso que o Festival de Música Autoral Estudantil de Sergipe celebra: o som único de cada jovem artista sergipano!”	Emitir sons das estrelas remetendo ao samba, rock, forró, reggae, rap e MPB. Os sons se misturam de maneira harmônica.	-	“E é exatamente isso que o Festival de Música Autoral Estudantil de Sergipe celebra: o som único de cada jovem artista sergipano!”

<p>[Cena 3] A câmera segue as notas musicais fluindo até chegar a um palco colorido e vibrante. O público dança e se diverte, enquanto as notas musicais continuam a fluir pelo ar, se transformando em constelações no céu. No palco, jovens músicos sergipanos começam a aparecer, tocando e cantando suas músicas autorais. O público aplaude e vibra ao redor.)</p>	<p>“Na sua 5ª edição, com o tema ‘Brilhe através do seu som’, o festival é a oportunidade para os talentos estudantis mostrarem ao mundo o som das estrelas que nascem aqui, em Sergipe!”</p>	<p>Jovens músicos sergipanos tocando e cantando suas músicas autorais.</p> <p>Aplausos e vibração do público.</p>	<p>-</p>	<p>“Na sua 5ª edição, com o tema ‘Brilhe através do seu som’, o festival é a oportunidade para os talentos estudantis mostrarem ao mundo o som das estrelas que nascem aqui, em Sergipe!”</p>
<p>[Cena 4] O palco agora se conecta a outros lugares de Sergipe – praias, praças, escolas, e bairros, mostrando como o som dos artistas alcança cada canto do estado. As cenas mostram diferentes artistas, de estilos diversos, se apresentando em diferentes locais, sempre com a energia e alegria do festival.</p>	<p>“De cada canto de Sergipe, uma nova voz, um novo ritmo... e a chance de brilhar como nunca!”</p>	<p>Batuques e instrumentais que remetem as manifestações sergipanas: Lambe Sujo e Caboclinhos, Chegança, Cacumbi, Taieira, Bacamarteiro, Reisado, São Gonçalo, Pífano e Parafuso.</p>		<p>“De cada canto de Sergipe, uma nova voz, um novo ritmo... e a chance de brilhar como nunca!”</p>
<p>[Cena 5] A câmera volta ao céu estrelado, que agora brilha ainda mais, refletindo a energia do festival. O slogan aparece no centro da tela.</p>	<p>“Venha brilhar através do seu som na 5ª edição do Festival de Música Autoral Estudantil de Sergipe!”</p>			<p>“Venha brilhar através do seu som na 5ª edição do Festival de Música Autoral Estudantil de Sergipe!”</p>

Logo do festival e informações sobre a data, horário e local aparecem na tela. O vídeo termina com uma explosão de cores e notas musicais que formam uma estrela gigante no céu, pulsando ao som da música do festival.	“Inscreva-se, participe, e mostre ao mundo o som da sua estrela!”	Uma explosão e som da música do festival.	Logo do festival e informações sobre a data, horário e local aparecem na tela.	“Inscreva-se, participe, e mostre ao mundo o som da sua estrela!”
[Fim do vídeo] A tela fica escura, e o som de um aplauso caloroso encerra a animação.		Som de um aplauso caloroso encerra a animação.	#BrilheAtravésDoSeuSom #FestivalAutorialEstudantil #SergipeMúsica #5ªEdição	

Fonte: elaborada pela autora (2024)

### 6.8 Spots de rádio para inscrições e convite para o festival

O *spot* para a convocação para inscrições incentiva os estudantes a se inscreverem, destacando a oportunidade de mostrar seu talento e participar de um evento emocionante. Já o *spot* para convidar a audiência para o festival é curto, dinâmico e envolvente, transmitindo o espírito vibrante e convidativo do festival.

Quadro 4 - *Spot* de Rádio: Convocação para inscrições

Narrador	Áudio
	(Trilha de fundo) Som animado de guitarras, tambores e instrumentos variados, criando uma atmosfera de festival.
(voz entusiástica e convidativa): “Ei, estudante! Você tem uma música autoral incrível guardada na gaveta? Chegou a sua hora de brilhar!”	Som de aplausos e vibração do público ao fundo.
“O Festival de Música Autoral Estudantil de Sergipe está de volta para sua 5ª edição! E queremos você no nosso palco!”	Breve pausa, seguida por um trecho de uma música autoral animada.

“Com o tema ‘Brilhe através do seu som’, o festival é a oportunidade perfeita para você mostrar todo o seu talento e conquistar o público com suas composições!”	Som de notas musicais ascendentes, criando uma sensação de expectativa e entusiasmo.
“As inscrições já estão abertas! Reúna sua banda, prepare seu som e inscreva-se agora!”	Som de risadas e aplausos de fundo, aumentando o clima de celebração.
“Não perca a chance de fazer parte deste evento único, que celebra o talento estudantil sergipano! Vem brilhar com a gente!”	Som de uma batida final, seguida por um curto jingle com o slogan.
	JINGLE (voz alegre): “Festival de Música Autoral Estudantil – 5ª Edição: Brilhe através do seu som!”
“Acesse o site e faça sua inscrição! Vem, Sergipe, brilhar com a sua música!”	Termina com uma batida alegre e o som de aplausos entusiasmados.

Fonte: elaborada pela autora (2024)

#### Quadro 5 - *Spot* de Rádio: Convite para o festival

Narrador	Áudio
-	(Trilha de fundo) Som de um céu estrelado com suaves batidas musicais ao fundo, misturando diferentes estilos musicais: samba, forró, rock, rap.
(voz vibrante e entusiástica): “Você sabia que, assim como as estrelas, cada artista tem um som único, um brilho especial?”	Aumenta o som de uma explosão de aplausos e instrumentos musicais variados.
“No Festival de Música Autoral Estudantil de Sergipe, os jovens talentos ganham o palco para brilhar e encantar com suas próprias canções!”	(Música autoral de um artista sergipano começa a tocar brevemente, destacando o ritmo alegre e envolvente.)
“Neste ano, o festival chega à sua 5ª edição com o tema ‘Brilhe através do seu som’! Um convite para todos os estudantes mostrarem seu talento e encantarem o público!”	Som de uma batida crescente, seguida por um trecho de outra música animada e moderna.
“Dia 5 de dezembro, venha ouvir o som das estrelas sergipanas e se emocionar com as músicas autorais de quem está só começando a brilhar!”	Música cessa, ficando apenas um suave som de estrelas cintilando.

<p>“Festival de Música Autoral Estudantil de Sergipe - 5ª Edição. Brilhe através do seu som!”</p>	<p>(Trilha encerra) Som de um jingle curto com o slogan do festival: “Festival de Música Autoral Estudantil – Brilhe através do seu som!”</p>
---	---

Fonte: elaborada pela autora (2024)

## 7 PLANO DE MÍDIA

Agora, objetivando um maior desempenho programático da proposta de divulgação do festival, será desenvolvido o plano de mídia para uma definição mais assertiva dos objetivos de cada mídia. Especificando as estratégias relacionadas aos meios de comunicação escolhidos, ficou definido assim também quais ações serão feitas, e a frequência que cada uma terá nos meios escolhidos, visando alcançar maior quantidade do alvo possível. Para isso, o site canal<sup>1</sup> do anúncio será um aliado para termos dados sobre a cobertura que cada meio e formato têm sobre o público, analisando os perfis demográficos que o site oferece para cada tipo de veículo de comunicação.

### 7.1 Público-alvo da campanha

O público-alvo principal são estudantes de qualquer instituição de ensino aprovada pelo MEC dentro do território sergipano. Já o público-alvo secundário é a população sergipana.

### 7.2 Mídias digitais existentes

O perfil do IFSTAR no Instagram é o principal canal de comunicação do festival para manter um relacionamento com o público, utilizando peças digitais, em formato de vídeo ou imagens estáticas. Conforme a análise dos insights do perfil, constatou-se que 28,4% do público que acompanha os conteúdos na plataforma tem entre 25 e 34 anos, 24,3% está na faixa etária de 35 a 44 anos, e 21,2% está entre 18 e 24 anos. Essa

---

<sup>1</sup> Canal do anúncio: é uma plataforma de classificados online que conecta compradores e vendedores de diversos produtos e serviços. O site se destaca pelos filtros avançados, que permitem aos usuários refinar suas buscas por categorias, localização, preço, tipo de produto ou serviço, e até informações sobre audiência em cada serviço de comunicação.

demografia torna a utilização desse meio de comunicação apropriada para os objetivos da campanha, que visa alcançar tanto estudantes mais jovens quanto aqueles de faixas etárias mais maduras. Embora haja poucos seguidores do ensino fundamental e médio, faixas etárias normalmente associadas às idades entre 6 e 17 anos, a colaboração com o perfil do IFS, que possui muitos seguidores entre alunos do ensino médio, será uma estratégia complementar.

### **7.3 Descritivo da verba**

Por ser um evento promovido pelo Instituto Federal de Sergipe, inicialmente não havia disponibilidade de verba devido à escassez de recursos no orçamento anual da instituição. No entanto, o projeto do IFSTAR foi aprovado no Edital N°. 14/2023/PROPEX/IFS–Programa de Extensão Canto, Cultura E Festival – CCF, adquirindo assim R\$ 25.000,00 para investir na realização do festival. Além da verba adquirida, serão lançados editais de chamada pública com o intuito de viabilizar atividades ou projetos de interesse público. Essa colaboração se dará por meio de parcerias com Organizações da Sociedade Civil (OSCs), também conhecidas como Organizações Não Governamentais (ONGs), e entidades do setor privado que não visam lucro financeiro.

### **7.4 Objetivos de mídia**

#### **A. Definição de target**

O público-alvo principal é composto por estudantes do ensino fundamental, médio e superior/técnico de qualquer instituição de ensino aprovada pelo MEC no território sergipano. No estado, o número de alunos em instituições públicas no ensino fundamental e médio, segundo a Secretaria da Educação (2024), é de 132.299 indivíduos. O ensino superior, seja em instituições públicas ou privadas, a quantidade é de 84.702 indivíduos, conforme o INEP DATA (2023). No Instituto Federal de Sergipe (IFS), segundo a plataforma NILO PEÇANHA (2023), há aproximadamente 11.543 alunos. Finalmente, no ensino superior, segundo a SEMESP (2024), são 84.338 indivíduos. O total de pessoas neste público-alvo é de 312.882. Dados sobre o ensino profissional e EJA foram descartados devido ao menor volume de indivíduos.

Apesar da diversidade no público, optou-se por basear-se na variação de idades

mais frequentes entre os estudantes que participaram de todas as edições do festival. Para melhor aproveitamento das mídias, foram definidas as idades mais proeminentes, que estão entre 10 e 39 anos. Houve também participantes acima de 39 anos, mas em proporção muito menor. O público-alvo secundário, que constitui a audiência do festival, é a população sergipana, que tem aproximadamente 2.210.004, segundo o IBGE (2022). Os interesses comuns aos dois públicos incluem cultura, regionalidade, músicas, gêneros musicais, em geral, festivais e shows.

B. Cobertura: A praça da campanha será ao estado de Sergipe. Por ser um evento anual e verba limitada, o parâmetro é de atingir até 25% do total dos dois públicos somados, aproximadamente 474.280,5 pessoas.

C. Continuidade

Tabela 1 - Total de inserções por meio de comunicação

Semanas	Ago				Set				Out				Nov				Dez
	1°	2°	3°	4°	1°	2°	3°	4°	1°	2°	3°	4°	1°	2°	3°	4°	1°
Instagram	1	1	-	2	1	-	-	2	2	5	1	4	1	6	6	3	7
<i>TikTok</i>	-	-	-	1	-	-	-	-	2	-	-	4	1	6	1	-	2
<i>YouTube</i>	-	-	-	1	-	-	-	-	2	-	-	4	1	6	1	-	2
<i>Spotify</i>	-	-	-	1	1	1	1	-	-	-	-	-	-	1	1	1	1
Rádio	-	-	-	5	5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5	5
Cartaz	-	-	-	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1
Outdoor	-	-	-	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1	1
<i>Busdoor</i>	-	-	-	1	1	1	1	-	-	-	-	-	-	1	1	1	1
TV	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
Total:	3	3	-	13	10	2	2	6	10	15	3	20	5	20	11	12	21

Fonte: elaborada pela autora (2024)

D. Frequência-média: baseada na tabela de inserções, número médio de vezes que o público será exposto por algum dos meios acima é de aproximadamente 9,31.

## 7.5 Estratégia

### A. Análise da concorrência

A maior concorrência do IFSTAR é atualmente o SESCOCANÇÃO. Como relatado anteriormente, este é um festival de música promovido pelo SESC, visando valorizar a música sergipana. Por ser um evento bastante conhecido no estado, com 27 anos de legado, já possui um público estável tanto para competir quanto para a audiência. No último ano, em 2023, o “NATAL ILUMINADO” foi a sede do festival. Este evento é realizado pelo Sistema Fecomércio/SESC/Senac, Sebrae e Prefeitura de Aracaju. Segundo o próprio Sistema Fecomércio, a festa natalina teve uma média superior a 12 mil pessoas durante os 49 dias de programação, que contou com a iluminação das três praças do Centro de Aracaju.

O que chama a atenção é que o festival SESCOCANÇÃO teve pouca divulgação e não possui um perfil próprio nas redes sociais. Toda a promoção foi feita pelo perfil do SESC na plataforma Instagram, que tem 71,5 mil seguidores, e pelo perfil do NATAL ILUMINADO, que possui 19,4 mil seguidores. No entanto, devido aos perfis utilizados e à grande movimentação orgânica na praça onde foi realizado, o evento se tornou de grande impacto.

### B. Definição de meios

- Meios de mídia offline: busdoor, outdoor, cartazes, TV, rádio e ações nas escolas;
- Meios de mídia online: Instagram, YouTube, Spotify e TikTok;

## 7.6 Tática

### A. Estilo de programação

- Mídia Off:

Nas mídias offline foi escolhido cartazes para a divulgação nas escolas, universidades, institutos e entre outras instituições de ensino. Ainda para a divulgação nas instituições de ensino é proposto visitas nestes locais divulgando mais a fundo o festival em sala sobre a natureza e benefícios do evento.

Ademais, serão utilizados os outdoors adjacentes a rodoviária do centro da cidade de Aracaju, onde há grande movimentação tanto de estudantes, quanto de

pessoas que vem de outros municípios, advindo da rodoviária intermunicipal. Também, o uso do busdoor como estratégia de divulgação advém do uso frequente deste meio de transporte público por estudantes e pela comunidade sergipana na zona metropolitana de Aracaju, maior polo urbano de Sergipe e que mais se concentra o número de estudantes. Foram escolhidas as linhas 031- Eduardo Gomes / Centro via Des. Maynard, 061 – Marcos Freire, 021 – Barra dos Coqueiros, 004 – Santa Maria e 607 – Santos Dumont – Mercado, dos quais atingem regiões do sul, centro e norte de Aracaju, além dos municípios São Cristóvão, Nossa Senhora do Socorro e Barra dos Coqueiros, como também tornar o festival conhecido por grande parte da população que está situado na capital que consequentemente usa o meio de transporte.

Além disso, será veiculado um spot na rádio Nova Brasil, durante o programa “Mesa para Dois”, que acontece das 12h às 14h. Esse programa é uma excelente plataforma para alcançar pessoas interessadas em música, entretenimento e cultura. Já a divulgação final do evento será veiculada no quadro do Agenda Combinado da TV Sergipe, o qual divulga eventos culturais no estado de Sergipe.

Quadro 6 - Divulgação Offline

Item	Ação	Mídia	Público	Métrica
01	Cartaz de Pré-divulgação em escolas públicas, nos campi do IFS e Universidades	Offline	Alunos de escolas públicas, do IFS e Universidades do estado.	Aumento de seguidores nas redes sociais
02	1 - Outdoor - 1 INSERÇÃO Local: Praça João XXIII / Ao Lado da Rodoviária Velha Bairro: Centro Espaço 168 Rua Capela Local: Praça João XXIII / Ao Lado da Rodoviária Velha Bairro: Centro	Offline	Alunos de escolas públicas, particulares, do IFS e Universidades do estado e sociedade sergipana.	Aumento de seguidores nas redes sociais e inscrições.
03	Spot de Rádio Anunciando	Offline	Alunos de escolas públicas, particulares, do IFS e Universidades do	Aumento de seguidores nas

	abertura das inscrições		estado e sociedade sergipana.	redes sociais e inscrições.
04	<p>Busdoor - divulgação das inscrições</p> <p>Linhas:  *031- Eduardo Gomes / Centro via Des. Maynard  *061 – Marcos Freire  *021 – Barra dos Coqueiros  004 – Santa Maria  *607 – Santos Dumont - Mercado</p>	Offline	Alunos de escolas públicas, particulares, do IFS e Universidades do estado e sociedade sergipana.	Aumento de seguidores nas redes sociais e inscrições.
05	<p>Cartazes em escolas públicas, nos campi do IFS e Universidades</p> <p>Divulgação das inscrições</p>	Offline	Alunos de escolas públicas, do IFS e Universidades do estado.	Aumento de seguidores nas redes sociais e inscritos
06	<p>1 - Outdoor - 1 INSERÇÃO Sugestão Espaço 169  Rua Capela  Local: Praça João XXIII / Ao Lado da Rodoviária Velha  Bairro: Centro</p> <p>Divulgação da Final do festival</p>	Offline	Alunos de escolas públicas, particulares, do IFS, Universidades do estado e sociedade sergipana.	Aumento de seguidores nas redes sociais.
07	<p>Busdoor - Divulgação da Final do festival</p> <p>Linhas:  *031- Eduardo Gomes / Centro via Des. Maynard  *061 – Marcos Freire  *021 – Barra dos Coqueiros  004 – Santa Maria  *607 – Santos Dumont - Mercado</p>	Offline	Alunos de escolas públicas, particulares, do IFS, Universidades do estado e sociedade sergipana.	Aumento de seguidores nas redes sociais.
08	<p>Cartazes em escolas públicas, nos campi do IFS, Universidades e</p>	Offline	Alunos de escolas públicas, particulares, do IFS, Universidades do estado e sociedade sergipana.	Aumento de seguidores nas redes sociais e inscritos

	terminais rodoviários			
	Divulgação da Final do festival			
09	Divulgação no Agenda Combinado - envio de e-mail em até 15 dias antes do evento	Offline	Alunos de escolas públicas, particulares, do IFS e Universidades do estado e sociedade sergipana.	Aumento de seguidores nas redes sociais.
10	spot convite para o festival informando da votação popular	Offline	Alunos de escolas públicas, particulares, do IFS e Universidades do estado e sociedade sergipana.	Aumento de seguidores nas redes sociais.

Fonte: elaborada pela autora (2024)

- **Mídia Online:**

Com o advento e a popularização da internet graças à Quarta Revolução Industrial, também conhecida como Indústria 4.0, o ambiente virtual se tornou cada vez mais presente no cotidiano da sociedade mundial. Foi escolhida as mídias sociais como Instagram, Facebook, tanto para a divulgação do evento, quanto como meio informativo para os participantes utilizando *cards*. Já o YouTube, *Spotify* e o *TikTok*, que são plataformas de veiculação de vídeos e música, foram escolhidas para a divulgação das apresentações e vídeos de chamadas do festival.

No Instagram, será realizada uma ação visando aumentar seguidores, engajamento e incentivar a produção autoral. Intitulada “Desafio da Poesia Autoral”, a iniciativa convida estudantes a criarem um poema com o tema “estrela”, contendo no mínimo duas estrofes. A participação pode ser individual ou em grupos de até quatro pessoas. Os poemas passarão por uma pré-seleção feita por professores da área, e os finalistas serão submetidos à votação popular no Instagram, no formato de reels, com a colaboração dos autores. O resultado será decidido pelo número de curtidas nas publicações, e o poema com mais engajamento vencerá o desafio. O(s) ganhador(es) será anunciado no dia do evento, receberá(ão) um prêmio e o poema vencedor será exibido no telão.

Quadro 7 - Divulgação online: Feed

POSTS				
Item	Ação	Mídia	Público	Métrica
01	Recrutamento de voluntários	Própria	Estudantes do IFS, em geral e estudantes de publicidade, jornalismo e audiovisual de qualquer instituição de ensino no estado de Sergipe	Compartilhamentos
02	Apresentação da chegada da 5ª edição do festival, com identidade visual do festival.	Própria	Alunos de escolas públicas, particulares, do IFS e Universidades do estado e comunidade sergipana.	Curtidas e compartilhamentos
03	Divulgação da abertura da chamada pública para a obtenção de recursos ou trocas de serviços para o festival	Própria	Organizações da Sociedade Civil (OSCs), entidades e empresas do setor privado	Compartilhamento
04	Divulgação da abertura das inscrições	Própria	Alunos de escolas públicas, particulares, do IFS e Universidades do estado e sociedade sergipana.	Aumento de seguidores nas redes sociais e inscrições.
05	Videochamada do IFSTAR	Própria	Alunos de escolas públicas, do IFS e Universidades do estado.	Aumento de seguidores nas redes sociais e inscritos
06	Divulgação do desafio da poesia autoral	Própria	Alunos de escolas públicas, particulares, do IFS e Universidades do estado e sociedade sergipana.	Curtidas
07	IFSTAR: 5 anos de trajetória	Própria	Alunos de escolas públicas, particulares, do IFS e Universidades do estado e sociedade sergipana.	Visualizações e compartilhamentos
08	Resultado Parcial das Inscrições	Própria	Alunos de escolas públicas, particulares, do IFS, Universidades do estado e sociedade sergipana.	Aumento de seguidores nas redes sociais.
09	Recurso das inscrições	Própria	Alunos de escolas públicas, particulares, do IFS, Universidades do estado e sociedade sergipana.	Aumento de seguidores nas redes sociais e inscritos
10	1ª Etapa: Homologação das Inscrições	Própria	Alunos de escolas públicas, particulares, do IFS e Universidades do estado e sociedade sergipana.	Aumento de seguidores nas redes sociais.
11	Finalistas do IFSTAR	Própria	Alunos de escolas públicas, particulares, do IFS e Universidades do	Curtidas

			estado e sociedade sergipana.	
11	Videochamada dos finalistas	Própria	Alunos de escolas públicas, particulares, do IFS e Universidades do estado e sociedade sergipana.	Compartilhamento
12	Votação desafio da poesia autoral	Própria	Alunos de escolas públicas, particulares, do IFS e Universidades do estado e sociedade sergipana.	Curtidas
13	Divulgação da grande final	Própria	Alunos de escolas públicas, particulares, do IFS e Universidades do estado e sociedade sergipana.	Compartilhamento
14	Banda base	Própria	Alunos de escolas públicas, particulares, do IFS e Universidades do estado e sociedade sergipana.	Curtidas
15	Apresentação dos jurados	Própria	Alunos de escolas públicas, particulares, do IFS e Universidades do estado e sociedade sergipana.	Compartilhamento
15	Vencedores do IFSTAR 2024	Própria	Alunos de escolas públicas, particulares, do IFS e Universidades do estado e sociedade sergipana.	Compartilhamento
16	Transmissão do festival	Própria	Audiência da comunidade sergipana	Visualização simultânea
17	O que rolou no IFSTAR?	Própria	Alunos de escolas públicas, particulares, do IFS e Universidades do estado e sociedade sergipana.	Compartilhamento

Fonte: elaborada pela autora (2024)

#### Quadro 8 - Divulgação online: *Stories*

<i>STORIES</i>				
Item	Ação	Mídia	Público	Métrica
01	Recrutamento de voluntários	Própria	Alunos do IFS e estudantes de publicidade, jornalismo e audiovisual	Compartilhamentos
02	Vem aí o IFSTAR 2024	Própria	Alunos de escolas públicas, particulares, do IFS, Universidades do estado e sociedade sergipana.	Curtidas
03	Abertura das inscrições	Própria	Alunos de escolas públicas, particulares, do IFS e Universidades do estado e sociedade sergipana.	Aumento de seguidores nas redes sociais e inscrições.
04	Divulgação do desafio da poesia autoral	Própria	Alunos de escolas públicas, particulares, do IFS e Universidades do estado e sociedade sergipana.	Curtidas

05	IFSTAR: 5 anos de trajetória	Própria	Alunos de escolas públicas, particulares, do IFS e Universidades do estado e sociedade sergipana.	Visualizações
06	Fim das inscrições	Própria	Alunos de escolas públicas, do IFS e Universidades do estado.	Aumento de seguidores nas redes sociais e inscritos
07	Recurso das inscrições	Própria	Participantes inscritos	
08	Resultado parcial das inscrições	Própria	Alunos de escolas públicas, particulares, do IFS, Universidades do estado e sociedade sergipana.	Aumento de seguidores nas redes sociais.
09	Minha música fez história (artistas que ganharam festivais no período dos anos 80 e 90)		Alunos de escolas públicas, particulares, do IFS, Universidades do estado e sociedade sergipana.	Aumento de visualizações, seguidores e inscritos no festival.
11	Contagem regressiva para o resultado dos finalistas	Própria	Alunos de escolas públicas, particulares, do IFS, Universidades do estado e sociedade sergipana.	Aumento de seguidores nas redes sociais.
12	Finalistas do IFSTAR	Própria	Alunos de escolas públicas, particulares, do IFS, Universidades do estado e sociedade sergipana.	Aumento de seguidores nas redes sociais e inscritos
13	De onde vem este finalista?	Própria	Alunos de escolas públicas, particulares, do IFS e Universidades do estado e sociedade sergipana.	Aumento de seguidores nas redes sociais.
14	Vem para o IFSTAR	Própria	Alunos de escolas públicas, particulares, do IFS e Universidades do estado e sociedade sergipana.	Curtidas e compartilhamentos
15	Contagem regressiva para o festival	Própria	Alunos de escolas públicas, particulares, do IFS e Universidades do estado e sociedade sergipana.	Curtidas e compartilhamentos
16	Vencedores do IFSTAR 2024	Própria	Alunos de escolas públicas, particulares, do IFS e Universidades do estado e sociedade sergipana.	Aumento de seguidores nas redes sociais.

Fonte: elaborada pela autora (2024)

### Quadro 9 - Listagem geral

Item	Conteúdo	Formatos de mídia digital
01	Recrutamento de voluntários	<i>Story e feed</i> estáticos

02	Vem aí, o IFSTAR 2024	<i>Story e feed</i> estáticos
03	Chamada pública	<i>Story e feed</i> estáticos
04	Abertura das inscrições	<i>Story e feed</i> estáticos
05	Divulgação do desafio poema autoral	<i>Feed</i> estáticos
06	Videochamada do IFSTAR	<i>Reels, Shorts, Spotify Ads e TikTok</i>
07	IFSTAR: 5 anos de trajetória	<i>Reels, Shorts e TikTok</i>
08	Resultado Parcial das Inscrições	<i>Story e feed</i> estáticos
09	Recurso das inscrições	<i>Story e feed</i> estáticos
10	1ª Etapa: Homologação das Inscrições	<i>Story e feed</i> estáticos
11	Minha música fez história	<i>Reels, Shorts e TikTok</i>
12	Contagem regressiva para o resultado dos finalistas	<i>Story</i>
13	Finalistas do IFSTAR	<i>Reels, Shorts e TikTok</i>
14	Videochamada dos finalistas	<i>Reels, Shorts e TikTok</i>
15	De onde vem este finalista?	<i>Story</i>
16	Vem para o IFSTAR!	<i>Story, Spotify e feed</i> estáticos
17	Contagem regressiva para o festival	<i>Story</i>
18	Votação desafio da poesia autoral	<i>Reels, Shorts e TikTok</i>
19	Banda base	<i>Reels, Shorts e TikTok</i>
20	Apresentação dos jurados	Carrossel
21	Vencedores do IFSTAR 2024	<i>Story e Carrossel</i>
22	O que rolou no IFSTAR?	<i>Reels, Shorts e TikTok</i>

Fonte: elaborada pela autora (2024)

## 7.7 Cronograma de divulgação e mídia

Quadro 10 - Cronograma geral

Item	Período	Ação
01	24 de maio	Recrutamento de voluntários
02	02 de agosto	Cartaz de Pré-divulgação em escolas públicas, nos campi do IFS e Universidades
03	02 de agosto	Vem aí, o IFSTAR 2024

04	05 de agosto	Chamada pública
05	36º Bissemanal - 26 de agosto a 08 de setembro	1 - Outdoor - 1 INSERÇÃO Sugestão Espaço 169 Rua Capela Local: Praça João XXIII / Ao Lado da Rodoviária Velha Bairro: Centro  Divulgação da Abertura das inscrições
06	28 de agosto a 06 de setembro	Spot de Rádio Anunciando abertura das inscrições
07	28 de agosto a 26 de setembro	Busdoor - divulgação das inscrições Linhas: *031- Eduardo Gomes / Centro via Des. Maynard *061 – Marcos Freire *021 – Barra dos Coqueiros 004 – Santa Maria *607 – Santos Dumont - Mercado
08	28 de agosto	Cartazes em escolas públicas, nos campi do IFS e Universidades (Divulgação das inscrições)
09	28 de agosto	Abertura das inscrições
11	30 de agosto	Videochamada do IFSTAR
12	03 de setembro	Divulgação do desafio da poesia autoral
13	30 de setembro	Resultado Parcial das Inscrições
14	01 a 03 de outubro	Recurso das inscrições
15	04 de outubro	1ª Etapa: Homologação das Inscrições
15	6, 9, 11 e 14 de outubro	Minha música fez história
16	16, 17 e 18 de outubro	Contagem regressiva para o resultado dos finalistas
17	18 de outubro	Finalistas do IFSTAR
18	21 de outubro	Votação desafio da poesia autoral
19	25, 28, 29, 30, 31 de outubro, e 1, 4, 5, 6, 7, 8, 9 de novembro	Videochamada dos finalistas, com partes de suas músicas e letras
20	10 de novembro	IFSTAR: 5 anos de trajetória
21	11, 12, 13, 14, 15, 18, 19, 20, 21, 22, 25 e 26 de novembro	De onde vem este finalista?
22	48º Bissemanal – 18 de novembro a 01 de dezembro	1 - Outdoor - 1 INSERÇÃO Sugestão Espaço 169 Rua Capela Local: Praça João XXIII / Ao Lado da Rodoviária Velha Bairro: Centro

		Divulgação da Final do festival
23	28 de novembro	Vem para o IFSTAR!
24	28 de novembro	Cartazes em escolas públicas, nos campi do IFS, Universidades e terminais rodoviários Divulgação da Final do festival
25	5 de novembro a 4 de dezembro	Busdoor - Divulgação da Final do festival Linhas: *031- Eduardo Gomes / Centro via Des. Maynard *061 – Marcos Freire *021 – Barra dos Coqueiros 004 – Santa Maria *607 – Santos Dumont - Mercado
26	Entre 1 e 4 de dezembro	Divulgação no Agenda Combinado - envio de e-mail em até 15 dias antes do evento
27	28 de novembro a 4 de dezembro	spot convite para o festival
28	2 a 4 de dezembro	Contagem regressiva para o festival
29	4 de dezembro	Banda base
30	5 de dezembro	Apresentação dos jurados
31	5 de dezembro	Live do festival
32	5 de dezembro	Vencedores do IFSTAR 2024
33	6 de dezembro	O que rolou no IFSTAR?

Fonte: elaborada pela autora (2024)

## 7.8 Resumo de verba e alcance

Foram utilizadas em grande maioria informações e *insights* coletados pelas plataformas de patrocínio das próprias empresas provedoras dos anúncios. No *Business Instagram*, através da filtragem por uso de palavras-chave ligadas ao público-alvo e investimento R\$ 870 para 30 dias. Já a plataforma *Google Ads* para anúncio no *YouTube*, o investimento idealizado é de R\$ 30,00 reais por dia, estimando de 2 mil a 5,6 mil visualizações e custo médio por visualização (CPV) de 0,03 a 0,09 centavos. Na plataforma *Spotify Ads* com base no seu orçamento de R\$ 1.500 para 30 dias, a plataforma gerou a estimativa de alcance de 21,2 mil a 39,5 mil pessoas para este período.

Para a plataforma *TikTok*, popular por veicular vídeos curtos, com base nos *insights* do perfil do festival na plataforma, foi estimado que a conta consegue alcançar

1,258 pessoas organicamente, por se tratar de um meio digital que será utilizado como modo complementar não será investido monetariamente. A divulgação na TV não terá custos, pois será realizada através do programa Combinado, que promove eventos culturais gratuitamente. Segundo a plataforma *Globo Ads*, que veicula anúncios para a emissora, o programa alcança uma média de aproximadamente 152 mil telespectadores. Esses dados foram fornecidos pela Kantar Ibope Media, empresa especializada em coleta de dados sobre insights e consumo de mídia na América Latina.

Os dados referentes aos meios de comunicação convencionais, como rádio e outdoor, foram obtidos através do site Canal do Anúncio. É importante destacar que cada meio possui diferentes períodos de veiculação. No caso da rádio Nova Brasil, para o programa Mesa para Dois, o custo diário é de R\$ 76,50, com um potencial de alcance de aproximadamente 1.197.946 ouvintes. Já o outdoor, com uma duração de 15 dias por inserção, tem um custo de R\$ 1.705, incluindo o local e a impressão, e pode atingir até 162.526 pessoas do público.

A análise para os cartazes foi baseada no público-alvo estimado, levando em consideração o número de discentes nas instituições onde a divulgação presencial ocorrerá, com prioridade para universidades e campi do IFS espalhados por todo o estado. O custo por cartaz é de R\$ 0,66, obtido por meio de uma licitação de tipo prego realizada pelo IFS. O custo estimado por pessoa alcançada é de cerca de R\$ 0,0088 (menos de 1 centavo por pessoa). Os cartazes serão colocados em áreas de maior circulação, como refeitórios/cantinas, bibliotecas, guaritas de entrada e saída, além de quadros de avisos.

Além disso, utilizando a mesma modalidade de licitação, o custo mensal para a veiculação de busdoor em 5 linhas de ônibus será de R\$ 506 por inserção. Segundo informações do site da Aracaju Card, empresa responsável pela gestão de bilhetagem eletrônica na região metropolitana de Aracaju, há uma estimativa de 135 mil usuários desse transporte coletivo. Assim, prevemos que este público poderá ser alcançado de alguma forma pela divulgação do IFSTAR.

A seguir, foi elaborada uma tabela com a total dos valores das inserções de cada veículo de comunicação que será utilizado. A tabela também apresenta uma previsão estimada do público-alvo a ser alcançado, com base nos dados fornecidos pelas plataformas de anúncio utilizadas. Para obter uma estimativa mais realista do alcance, foi aplicada uma redução de 50% no número final previsto.

Tabela 2 - Custo e Alcance

Meio de Comunicação	Custo (R\$)	Estimativa de Alcance
Instagram Ads	1.740	98.000 mil - 260.000 mil
TikTok	-	1,258 mil
YouTube (Google Ads)	1.800	2.6 mil – 7,5 mil
Spotify	3.000	21,2 mil - 39,5 mil
Rádio	1.530	1.197,946
Cartaz	132	15.000 mil
Outdoor	3.660	~ 162.500 mil
Busdoor	1.012	~ 135 mil
TV	-	152.544 mil
Total:	12.874	~ 893,024 mil

Fonte: elaborada pela autora (2024)

## 8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O desenvolvimento deste projeto teve como objetivo elaborar um plano de mídia para a 5ª edição do Festival de Música Autoral Estudantil de Sergipe, com o intuito de promover o evento, aumentar a participação dos estudantes e engajar a comunidade local. Com um orçamento de R\$ 25.000,00, às estratégias propostas foram cuidadosamente selecionadas para alcançar o público-alvo, composto majoritariamente por jovens estudantes sergipanos interessados em música e cultura.

O plano de mídia contemplou uma abordagem diversificada, integrando canais digitais como redes sociais (Instagram e *TikTok*), YouTube (*Google Ads*), com meios tradicionais, como rádio local e impressos/outdoors. Além disso, foram incluídas ações de utilização de plataformas de *streaming* como o *Spotify*, com o intuito de alcançar os estudantes que se interessam por músicas em múltiplos pontos de contato.

Estimou-se que, com a aplicação deste plano, o festival poderia alcançar aproximadamente ~893,024 mil pessoas, considerando a combinação das diferentes estratégias e a sinergia entre os canais. Essa abrangência é significativa no contexto estadual, especialmente ao se tratar de um público jovem, ávido por novas experiências culturais e oportunidades de expressão artística.

O sucesso do plano de mídia depende de um acompanhamento contínuo e ajustes conforme o desempenho das campanhas. A avaliação regular do alcance, impressões, cliques e engajamento permitirá maximizar o retorno sobre o investimento e garantir que os objetivos sejam atingidos eficientemente.

Conclui-se, portanto, que o plano proposto é viável e potencialmente eficaz para promover a 5ª edição do Festival de Música Autoral Estudantil de Sergipe, contribuindo para o fortalecimento da cultura musical entre os jovens do estado. Ao investir em uma comunicação estratégica e bem segmentada, espera-se não apenas aumentar as inscrições de estudantes, mas também consolidar o festival como um evento de destaque no calendário cultural sergipano, valorizando os talentos locais e incentivando a continuidade de iniciativas semelhantes no futuro.

## REFERÊNCIAS

- ARACAJU CARD, Gestão de Bilhetagem Eletrônica . Pulo de catraca no transporte público coletivo traz impactos significativos ao setor. 12 jun. 2024. Disponível em: <https://aracajucard.com.br/pulo-de-catraca-no-transporte-publico-coletivo-traz-impactos-significativos-ao-setor/#:~:text=O%20setor%20de%20transporte%20p%C3%BAblico,135%20mil%20passageiros%20por%20dia>. Acesso em: 02 out. 2024
- CANAL DO ANÚNCIO. **Mídia exterior**: Sergipe. Brasil. 2024. Disponível em: <https://app.canaldoanuncio.com/?do=login&redirect=/buscar>. Acesso em: 02 out. 2024.
- CANTON, Marisa. **Evento**: da proposta ao planejamento. Revista Turismo em Análise, São Paulo, Brasil, v. 8, n. 1, p. 19. 1997. DOI: 10.11606/issn.1984-4867.v8i1p18-30. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/rta/article/view/63328>. Acesso em: 19 jan. 2024.
- GARCEZ, Márcio. **Fachada do Museu da Gente Sergipana**. il, arquivo G1 GLOBO. Sergipe. 2022. Disponível em: <https://g1.globo.com/se/sergipe/noticia/2020/09/29/museu-da-gente-sergipana-disponibiliza-virtualidades-virtuais.ghtml>. Acesso em: 29 Jul. 2024.
- GOOGLE. **YouTube Ads**. Brasil. 2024. Disponível em: [https://ads.google.com/intl/pt\\_br/home/campaigns/video-ads/?subid=br-pt-ha-yt-bk-c-000!o3~Cj0KCQjwjY64BhCaARIsAIfc7YYoMAsKv8sfyWerG9XeJkw5eLVeEGLFL0f4VkSThLCD8hJNdOHXcxwaAjHfEALw\\_wcB~166889915184~aud-1026383325320:kwd-7683981707~21108458154~694145449189&gad\\_source=1&gclid=Cj0KCQjwjY64BhCaARIsAIfc7YYoMAsKv8sfyWerG9XeJkw5eLVeEGLFL0f4VkSThLCD8hJNdOHXcxwaAjHfEALw\\_wcB&gclidsrc=aw.ds](https://ads.google.com/intl/pt_br/home/campaigns/video-ads/?subid=br-pt-ha-yt-bk-c-000!o3~Cj0KCQjwjY64BhCaARIsAIfc7YYoMAsKv8sfyWerG9XeJkw5eLVeEGLFL0f4VkSThLCD8hJNdOHXcxwaAjHfEALw_wcB~166889915184~aud-1026383325320:kwd-7683981707~21108458154~694145449189&gad_source=1&gclid=Cj0KCQjwjY64BhCaARIsAIfc7YYoMAsKv8sfyWerG9XeJkw5eLVeEGLFL0f4VkSThLCD8hJNdOHXcxwaAjHfEALw_wcB&gclidsrc=aw.ds). Acesso em: 31 ago. 2024.
- IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Sergipe**: Panorama. Brasil. 2022. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/se/panorama>. Acesso em: 31 ago.2024.
- IFS, Instituto Federal de Sergipe. **Regulamento IFSTAR 2020**. sympla.com.br. Sergipe, set. 2020. Disponível em: <https://www.sympla.com.br/evento-online/ifstar-2020-festival-de-musica-estudantil-do-instituto-federal-de-sergipe/947052?lang=PT>. Acesso em: 28 jul. 2023.
- IFS, Instituto Federal de Sergipe. **Regulamento IFSTAR 2023**. ifs.edu.br. 2023. Disponível em: [https://www.ifs.edu.br/images/propex/DIREX/IFStar/REGULAMENTO\\_DO\\_IFSTAR\\_2023\\_RETIFICA%C3%87%C3%83O\\_4.pdf](https://www.ifs.edu.br/images/propex/DIREX/IFStar/REGULAMENTO_DO_IFSTAR_2023_RETIFICA%C3%87%C3%83O_4.pdf). Acesso em: 23 out. 2023.
- INEP, Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira. **Inep Data**: Estatísticas Censo Escolar. inepdata.inep.gov.br. Brasil. 2023. Disponível em: <https://inepdata.inep.gov.br/analytics/saw.dll?Dashboard>. Acesso em: 31 ago. 2024.
- INSTAGRAM. **Instagram for Business**. Brasil. 2024. Disponível em: [https://business.instagram.com/advertising?locale=pt\\_BR](https://business.instagram.com/advertising?locale=pt_BR). Acesso em: 31 ago. 2024.
- MENESES, Verônica Dantas. **Música sergipana na contemporaneidade**: entre o tradicional e o moderno. In: Intercom–Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Santos, ago./set.

2007. Disponível em:

<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R0757-5.pdf>. Acesso em: 02 fev. 2024.

MTUR, Ministério do Turismo. **Turismo Cultural**: orientações básicas. Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação-Geral de Segmentação. – 3. ed.- Brasília: Ministério do Turismo, 2010. 96p. ; 24 cm *apud* CUNHA, José Roberto de Araújo. **Festivais de músicas como indutores da valorização e promoção do turismo cultural**: uma análise dos festivais Forraço e MPBeco na cidade de Natal, Rio Grande do Norte. p.26, Rio Grande do Norte, Brasil. 2014. Disponível em: <https://repositorio.ufrn.br/handle/123456789/37574>. Acesso em: 25 de julho de 2024.

PNP, Plataforma Nilo Peçanha. **Indicadores de Gestão**: IFS. Ministério da Educação. Brasil. 2023. Disponível em:

<https://app.powerbi.com/view?r=eyJrIjoiZDhkNGNiYzgtMjQ0My00OGVILWJjNzYtZWQwYjI0ThhYWM1IiwidCI6IjllNjgyMzU5LWQxMjgtNGVhYyYjU4LTgyYjJhMTUzNDBmZiJ9>. Acesso em: 31 ago. 2024.

SEDUC, Secretária de Educação do Estado de Sergipe. **Nossas Escolas**: Matrícula por modalidade. Sergipe, Brasil. 2024. Disponível em:

[https://seduc.se.gov.br/escolas/?\\_gl=1\\*1f42d8c\\*\\_ga\\*MTU3ODcxOTI5MS4xNzIxOTc1MDg1\\*\\_ga\\_6J5K13J028\\*MTcyODM2MjM4M4i4xMy4wLjE3MjgzNjIzODIuMC4wLjA](https://seduc.se.gov.br/escolas/?_gl=1*1f42d8c*_ga*MTU3ODcxOTI5MS4xNzIxOTc1MDg1*_ga_6J5K13J028*MTcyODM2MjM4M4i4xMy4wLjE3MjgzNjIzODIuMC4wLjA). Acesso em: 31 ago. 2024.

SEMESP, Excelência a serviço do ensino superior. **Dados Estados e Regiões**: Região Nordeste. ed. 14<sup>a</sup>, São Paulo, Brasil. 2024. Disponível em:

<https://www.semesp.org.br/mapa/educacao-14/regioes/>. Acesso em: 31 ago. 2024.

SESC, Serviço Social do Comércio. **Regulamento SESCOANÇÃO 2022**. sesc-se.com.br. Sergipe. 2022. Disponível em:

<https://www.sesc-se.com.br/evento.php?titulo=sescancao-&id=386>. Acesso em: 13 de set. 2023.

SILVA, Advaldo Maciel da. **Marketing de eventos**. Centro Universitário de Brasília – UNICEUB. Brasília, p.12, jan. 2009. Disponível em:

<https://repositorio.uniceub.br/jspui/handle/123456789/1943>. Acesso em: 11 dez. 2023.

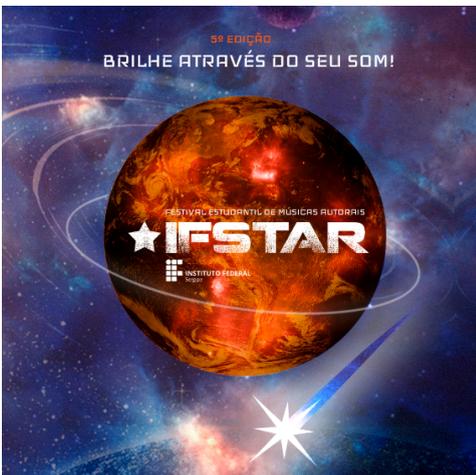
SPOTIFY. **Spotify Advertising**. Brasil. 2024. Disponível em:

[https://ads.spotify.com/pt-BR/?utm\\_source=google&utm\\_medium=cpc&utm\\_campaign=BR-PT-Other%20Names-Brand-Exact&utm\\_content=text-ads&gad\\_source=1&gclid=Cj0KCQjw28W2BhC7ARIsAPerrcKKCMe1W8WuxLiC5XvIMza7aSsZiZNw0k6mBHBky\\_TXp6TqW1ebiRIaAmsaEALw\\_wcB](https://ads.spotify.com/pt-BR/?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=BR-PT-Other%20Names-Brand-Exact&utm_content=text-ads&gad_source=1&gclid=Cj0KCQjw28W2BhC7ARIsAPerrcKKCMe1W8WuxLiC5XvIMza7aSsZiZNw0k6mBHBky_TXp6TqW1ebiRIaAmsaEALw_wcB). Acesso em: 31 ago. 2024.

TUM, J.; NORTON, P.; WRIGHT, J. N. **Management of Event Operations**. In: Tourism Management. v. 28. Elsevier Heinemann, New York, p. 937-938, 2007 *apud* BARBOSA, Fabrício Silva. **Planejamento estratégico para eventos**: um estudo de caso das estratégias de marketing utilizadas pela Oktoberfest de Santa Cruz do Sul–RS. CULTUR: Revista de Cultura e Turismo, v. 7, n. 1, p. 87. Rio Grande do Sul. Fev. 2013. Disponível em: [https://www.ucs.br/ucs/eventos/seminarios\\_semintur/semin\\_tur\\_7/arquivos/08/01\\_17\\_56\\_Bar\\_bosa.pdf](https://www.ucs.br/ucs/eventos/seminarios_semintur/semin_tur_7/arquivos/08/01_17_56_Bar_bosa.pdf). Acesso em: 24 de julho de 2023.

ZANELLA, Luiz Carlos. **Manual de Organização de Eventos**: planejamento e operacionalização. 2ª ed. São Paulo: Atlas, p. 69, 2004.

## APÊNDICE





ANEXOS



