



GERIR

MOTIVAÇÃO

Há estrelas rock nas empresas

Reforçar o envolvimento e a **motivação dos funcionários é o que as empresas têm a ganhar com as bandas internas de música.**

Festivais empresariais crescem / Textos Catarina Nunes / Fotos Nuno Fox

Diogo Anahory adora cantar e tem pena de não ter feito da sua vida a música, mas profissionalmente também não se perdeu. Muito pelo contrário. Seguiu uma bem-sucedida carreira na publicidade e hoje é sócio e diretor criativo da agência BAR. A paixão antiga mantém-se e é na banda aBARDinanco que o publicitário faz o gosto à voz.

“A banda não existe propriamente. Nasceu comigo e com a minha vontade em cantar. É um grupo de maduros que se juntou pela primeira vez em 2011 para ir tocar no Eurobest (festival europeu de publicidade que decorre em Lisboa) e que se junta para ensaiar um mês antes dos concertos”, conta Diogo Anahory vocalista do grupo que encerrou o festival de bandas de empresas, Brands Like Bands, que decorreu no final de setembro no Hard Rock Café, em Lisboa.

A aBARDinanco é uma das nove bandas que participou no Brands Like Bands, que este ano teve a primeira edição e é herdeiro da conferência que leva o mesmo nome. “Tudo começou em 2009, na primeira conferência Brands Like Bands que encerrou com uma atuação da banda da YDreams, a YBand. Desde então e com o percurso que temos feito com algumas

empresas verificámos que seria interessante estimular as organizações para outro patamar criativo, criando elas as suas próprias bandas. A ligação das pessoas com a música já existia foi só lançar o desafio”, recorda Fernando Gaspar Ramos, responsável pela organização do Brands Like Bands.

Tratar as marcas como bandas

A ideia por trás deste conceito é transportar o mundo da música para as estratégias de marketing e comunicação. “Com novos modelos de *benchmarking* e *insights* inspiracionais e criativos, conseguir propiciar por esta via uma nova interpretação sobre os atuais desafios das marcas”, acrescenta Fernando Gaspar Ramos. O festival Brands Like Bands não teve patrocinadores – “uma situação que queremos inverter em 2014”, avança o responsável – e foi concretizado graças às parcerias estabelecidas com a Câmara Municipal de Lisboa, o Hard Rock Café e a Musifex, que disponibilizou o equipamento de som, bem como a Iivity (comunicação), a World Print ▶

Reforçar laços Houve colegas da mesma empresa que se conheceram pela primeira vez no festival Brands Like Bands, no Hard Rock Café







◆ **MIND SOURCE BAND**

Mind Source

Nuno Ferreira (guitarrista), Joana Neves (vocalista), Sara Matias (back vocal) e Pedro Carrilho (teclas) são a equipa de consultores da Mind Source que forma a banda da empresa

Criação O convite para participar no Brands Like Bands, este ano, levou a Mind Source a formar uma banda

Repertório Música portuguesa dos Amor Electro, Ala dos Namorados e Sétima Legião

Ensaios Uma vez por semana, no piso por baixo das instalações da consultora para que todos os funcionários possam assistir

◆ **ABARDINANÇA**

BAR

Guilherme Afonso (bateria), Inês Valenti (back vocal), André Gaspar (guitarra) e Diogo Anahory (voz)

Criação Em 2012, para participar no Eurobest, festival europeu de publicidade que decorre em Lisboa

Repertório Bon Jovi, U2, Whitesnake, Kings of Leon, Lenny Kravitz, Xutos e Huey Lewis and the News

Ensaios Um mês antes dos concertos, num estúdio alugado em Alfragide, em Lisboa



► (transporte de material) e Antena 3 e Meios&Publicidade (divulgação).

O Empresas Rock é outro dos projetos que Fernando Gaspar Ramos lançou e que se cruza com o Brands Like Bands, uma vez que, através da música e de casos de estudo de bandas, pretende promover a inovação de processos criativos. Incentivar um maior envolvimento e motivação coletiva e combater a desmotivação são os objetivos. "A criatividade é uma atitude que se quer coletiva. O que muda com o Empresas Rock é o estímulo. Basta ver a

presença que a música tem na vida das pessoas quando estas vão, estão e saem do trabalho", argumenta Fernando Gaspar Ramos.

Na Mind Source, a Mind Source Band é o pretexto para promover o convívio entre os colaboradores da consultora. "Acreditamos que esta experiência pode mudar de forma positiva a vida de cada talento que faz parte desta formação, pela partilha de experiências, pelo investimento em conhecer novas realidades musicais e no relacionamento interpessoal entre colegas",

sustenta Sara Matias, back vocal da banda e consultora do departamento de marketing e comunicação da Mind Source.

A Mind Source Band foi a segunda das três bandas que atuaram no último dia do festival Brands Like Bands, à qual se juntou ainda a Best Sound Machine, da Optimus, que se recusou a falar com a Exame. Na Mind Source, o grupo de música funciona como uma forma de estimular a comunicação e aproximar todos os funcionários da consultora. "A Mind Source Band não está de todo confinada aos seus ►



Best Sound Machine A banda da Optimus (atual Zon Optimus): Mário Ribeiro, Nuno Maia Costa, Marta Dias, Quintino Marau e Franquelim Filipe

► elementos, mas investimos para que esta experiência seja transversal a todos os colaboradores, através da possibilidade de assistirem aos ensaios, da partilha de fotografias na rede social Mind Source e na nossa página no Facebook”, explica Sara Matias.

Apesar de salientar o envolvimento da consultora com a Mind Source Band, Sara Matias escusa-se a falar sobre o tipo de apoio e incentivo que a empresa dá a este projeto, bem como dos custos envolvidos e de quem os suporta. A aBARdinação, por seu lado, é composta também por elementos que não trabalham na agência de publicidade, mas os seus custos são suportados na totalidade pela BAR.

“É irrisório. É o custo de alugar o estúdio onde ensaiamos quatro ou cinco vezes antes de termos um concerto”, explica Diogo Anahory, avançando que é a agência de publicidade que dirige que suporta essa despesa, que entra nas contas como um custo de autopromoção. O criativo publicitário acrescenta, em tom humorístico, que o próprio nome e as instalações da agência têm a ver com uma banda de música. “Isto de ser um bar é a forma de estar mais perto da carreira que não tive”, graceja.

Músicos e cantores frustrados?

Entre os advogados poderá haver vários músicos e cantores frustrados. É uma classe profissional que já tem direito ao seu próprio festival de bandas de empre-

ROCK 'N' LAW

Música rima com solidariedade

Começou em 2009, com o objetivo de angariar fundos para projetos de solidariedade, e de lá para cá já reuniu 253 mil euros. O Rock 'n' Law vai a caminho da quinta edição, que se realiza em junho do próximo ano em data a anunciar, e continua a querer rimar música com solidariedade.

Além de se ter tornado no evento anual que reúne advogados e respetivos amigos e famílias, o Rock 'n' Law já contribuiu para financiar instituições tão díspares como a Associação Portuguesa para as Perturbações do Desenvolvimento e Autismo, a Fundação Ferreira Freire, a Casa do Povo do Curral das Freiras e a Fundação do Gil Mariana Rebelo de Andrade, responsável da Call to Action, empresa que angaria os fundos e organiza o Rock 'n' Law, avança que na última edição, que decorreu em junho no Kais em Lisboa, conseguiram reunir 52587 euros. Nas quatro edições anteriores, o Rock 'n' Law angariou 22128 euros, 41932 euros, 73266 euros e 61876 euros, respetivamente, desde a primeira à penúltima.

Mariana Rebelo de Andrade explica que o Rock 'n' Law tem três formas de financiamento. “A venda de bilhetes e os donativos das sociedades de advogados, que revertem diretamente para os projetos apoiados, e as marcas que patrocinam e apoiam, que cobrem os custos do evento”, refere, avançando que a organização está orçada em entre 30 mil e 35 mil euros.

Este festival de bandas de advogados é promovido pelas sociedades Campos Ferreira, Sá Carneiro & Associados, CMS Rui Pena & Arnaut, Cuatrecasas Gonçalves Pereira, Garrigues, Gomez-Acebo & Pombo, Linklaters, Miranda Correia Amendoeira & Associados, Morais Leitão Galvão Teles Soares da Silva & Associados, PLMJ, Sérvulo & Associados, Sociedade Rebelo de Sousa & Associados, Uría Menéndez-Proença de Carvalho e Vieira de Almeida.

sas, neste caso, de sociedades de advogados (veja caixa ao lado). A Fora da Lei foi formada em 2009 por advogados da PLMJ, para participarem no projeto Rock 'n' Law.

Para Luís Pais Antunes, teclas e guitarra da Fora da Lei – além de sócio coordenador da PLMJ da área de prática Telecomunicações, Media e Tecnologias, a banda é uma forma de maior convívio. “Contribui também para uma maior proximidade geracional e estatutária, já que a banda integra colegas com idades e estatuto profissional muito diversos, e facilita a integração de novos colegas”, refere Luís Pais Antunes.

Força de vontade, dedicação e boa onda são os aspetos que para o sócio da PLMJ a experiência da banda transporta para a vida profissional e vice-versa. “Do ponto de vista de PLMJ no seu todo, é uma forma de manifestação da sociedade fora do seu espaço tradicional que é a advocacia”, sustenta o teclista e guitarrista da Fora da Lei.

Segundo Luís Pais Antunes, não há propriamente custos envolvidos neste projeto. Houve apenas a necessidade de insonorizar a sala (nas instalações da PLMJ) utilizada como estúdio e a aquisição de algum equipamento de som, investimento financiado pela própria sociedade de advogados.

A Fora Lei estreou-se no Rock 'n' Law de 2009 e de lá para cá tem participado neste evento todos os anos, além de tocar nos eventos da PLMJ, ações de solidariedade e programas de televisão. Os temas escolhidos variam entre cerca de uma dezena de originais e covers escolhidos em função dos eventos em causa. “Há sempre música portuguesa, Jorge Palma e Ornatos, por exemplo, Muse, Kings of Leon, John Mayer, etc”, elenca Luis Pais Antunes, acrescentando que ensaiam sempre que podem. “Juntar a banda toda é um exercício quase impossível. Normalmente, é mesmo só na semana anterior e, muitas vezes, ‘em prestações’”, avança.

Para Fernando Gaspar Ramos, organizador do Brands Like Bands, os festivais de bandas de empresas demonstram que, não obstante os compromissos profissionais e pessoais, há pessoas que nunca deixaram os seus sonhos e paixões. Há mais vida para além do escritório. ●