



Comunicação Mostra: a responsabilidade social em evento multidisciplinar¹

Tuanny Yasmim ERNST²

Bruna DUARTE³

Deise BILINSKI⁴

Sônia Regina da SILVA⁵

Centro Universitário para o Desenvolvimento do Alto Vale do Itajaí, Rio do Sul, SC

RESUMO

O Comunicação Mostra é um evento sem fins lucrativos organizado pelos acadêmicos da 5ª fase do curso superior de Tecnologia em Comunicação Institucional, do Centro Universitário para o Desenvolvimento do Alto Vale do Itajaí – Unidavi, de Rio do Sul/SC. Aplicado de forma multidisciplinar busca possibilitar aos estudantes praticar os conhecimentos adquiridos no decorrer dos cinco semestres letivos do curso e melhor se prepararem para a realidade do mercado de trabalho, ao mesmo tempo em que contribuem para a cidadania, arrecadam recursos financeiros e ou materiais, a serem doados a instituições beneficentes que abrangem a região do Alto Vale do Itajaí.

PALAVRAS-CHAVE: comunicação; evento beneficente; cidadania; multidisciplinar.

1 INTRODUÇÃO

O Comunicação Mostra é um evento desenvolvido pelos acadêmicos do curso superior de Tecnologia em Comunicação Institucional (TCI) do Centro Universitário para o Desenvolvimento do Alto Vale do Itajaí – Unidavi com o objetivo de colocar em prática os conhecimentos adquiridos no decorrer do curso. Voltado à responsabilidade social, todos os recursos financeiros e ou materiais arrecadados são revertidos para uma entidade filantrópica da região do Alto Vale do Itajaí.

Em três edições realizadas o Comunicação Mostra já auxiliou o orfanato Clube de Mães - Lar da Menina, o asilo de idosos Conferência São Vicente de Paulo e a Associação

¹ Trabalho apresentado no IJ 7 - Comunicação, Espaço e Cidadania do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 4 a 6 de junho de 2015.

² Aluna-líder do grupo e estudante do 5º. Fase do Curso de Tecnologia em Comunicação Institucional da Unidavi email: tu_yasmim@hotmail.com

³ Estudante da 5º. fase do Curso de Tecnologia em Comunicação Institucional da Unidavi, email: brunad_@hotmail.com

⁴ Coorientadora. Professora do Curso de Tecnologia em Comunicação Institucional da UNIDAVI, email: bilinski@unidavi.edu.br

⁵ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Tecnologia em Comunicação Institucional, email: sore@unidavi.edu.br



Protetora dos Animais Desamparados. O evento ocorre sempre ao término do quinto e último semestre do curso e é necessariamente organizado pelos formandos, desde a escolha da entidade a ser beneficiada até o planejamento; a organização, que compreende a definição da programação, data e local; a seleção e produção dos materiais de divulgação; o acompanhamento nas mídias; a arrecadação de fundos para viabilizar a sua execução e a avaliação dos resultados.

Para que o desafio seja cumprido os estudantes são divididos em três grupos: Organização, Financeiro e Marketing e, após a realização do evento apresentam relatório final como forma de socializar os resultados obtidos.

Tem como objetivo planejar, organizar, divulgar e executar um evento voltado à responsabilidade social e direcionado a instituições beneficentes da região do Alto Vale do Itajaí.

2 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Os acadêmicos da 5ª fase de TCI iniciam o planejamento do Comunicação Mostra já na primeira aula das disciplinas: “Organização e Gestão de Eventos” e “Produção Interdisciplinar de Comunicação”. Em uma mesma noite de aulas os professores das duas disciplinas apresentam os planos de Ensino e de Aulas para que os acadêmicos conheçam os procedimentos metodológicos e avaliativos, como a participação nos encontros de operacionalização do produto/evento e o desempenho nas atividades e funções a serem estabelecidas no grupo.

O andamento das atividades é acompanhado em aulas de orientações dentro da disciplina de Produção Interdisciplinar de Comunicação. Os professores das demais disciplinas do mesmo semestre letivo (Planejamento Estratégico de Comunicação, Empreendedorismo e Consultoria em Comunicação, Produção e Multimídia Corporativa, Comunicação e Responsabilidade Social) fazem o assessoramento em sala de aula durante o decorrer do processo de planejamento, organização e produção de materiais informativos.



Por abranger conhecimentos de forma multidisciplinar o Comunicação Mostra requer que o aluno de TCI também retome a aprendizagem dos demais semestres do curso, o que envolve outras disciplinas estudadas, como: Rádio e Web Rádio Corporativo, Assessoria de Imprensa e Media Training, Redação para Novas Mídias, Aplicação e Técnicas de Publicidade e Propaganda, Marketing e Pesquisa de Mercado e Opinião Pública, Fotografia Digital, Produção e Tratamento de Imagens, Construção de Página WEB e Gestão de Internet, TV e WEB TV Corporativa, Psicologia da Comunicação, Ética e Legislação na Comunicação.

O curso de Tecnologia em Comunicação Institucional da Unidavi possui a duração de dois anos e meio, o que compreende cinco semestres letivos. Como o Comunicação Mostra é realizado no último semestre, acaba sendo “a prova de fogo” e o trabalho de conclusão dos formandos.

2.1 PROCEDIMENTOS

Os procedimentos relacionados ao Pré-evento (planejamento, organização, seleção e produção de materiais informativos, arrecadação de fundos), Evento (execução) e Pós-evento (avaliação e agradecimento aos parceiros) ocorrem da seguinte forma:

2.1.1 Definição da entidade a ser beneficiada

Acadêmicos e professores relatam e colocam em votação opções de entidades filantrópicas que necessitam de apoio. São discutidos prós e contras relacionados às propostas apresentadas. O passo seguinte é trazer para a sala de aula pessoas que possam apresentar e oferecer mais informações relacionadas à entidade a ser beneficiada. Neste momento também se discutem possíveis atividades dentro da programação do evento e o público-alvo.

2.1.2 Composição de três grupos de trabalho

Organização, Financeiro e Marketing. Mesmo que divididos em equipes os alunos devem apresentar as decisões para opinião do grande grupo, semanalmente.



Organização: propõe data, local, horário e as ações que serão aplicadas no planejamento e logística do evento. Também é responsável pela programação, cerimonial, protocolo e repasse das decisões para as demais equipes.

Financeiro: acompanha e colabora com as decisões da equipe de Organização e se encarrega de captar recursos e doações no comércio, indústria e ou particulares para atender à execução do evento. Redige e solicita à coordenação de curso documentos necessários para o contato com os possíveis patrocinadores e apoiadores.

Marketing: define estratégias de divulgação e marketing e produção das mídias a serem utilizadas (redes sociais, VTs, spots, material gráfico, ações corpo a corpo). Faz o planejamento e contato com os veículos de comunicação visando inserções e atualização dos materiais. Por tratar-se de evento beneficente busca-se parcerias para o maior número possível de inserções gratuitas.

3- **Execução:** na semana que antecede a data do evento a formação das três equipes iniciais se dissolve e o grande grupo define as funções de cada um nos preparativos finais e no dia do evento. É feito o *chek-list* e toda a turma se encarrega da montagem da estrutura, atuação no dia e desmontagem da estrutura ao final.

4 – **Avaliação:** as equipes iniciais: Organização, Financeiro e Marketing se reúnem para o pós-evento que compreende o retorno à comunidade, à imprensa, aos patrocinadores, apoiadores e entidade beneficiada dos resultados obtidos. Também redigem e encaminham correspondência de agradecimento aos parceiros. Após uma avaliação coletiva do evento cada equipe produz um relatório final que, posteriormente, é socializado em sala de aula, porém aberto ao público em geral. A avaliação do aluno é realizada por meio da participação, desempenho e frequência nas sessões de desenvolvimento, na execução e na apresentação final do evento.

3 O EVENTO

De acordo com o minidicionário de língua portuguesa evento é “eventualidade, acontecimento, sucesso (2008, p.384). Também CANTON, Antonia Marisa, descreve



que: “O evento vem ampliar as possibilidades do entretenimento, das atividades lúcidas que, por diversos mas aliados métodos, tendem para a integração social.” (2002, p. XVII, Introdução). Portanto, o Comunicação Mostra - a responsabilidade social em evento multidisciplinar se encaixa nessa descrição.

As entidades beneficiadas por esse evento: Orfanato Clube de Mães – Lar das Meninas, Asilo São Vicente de Paulo e APAD contam com o auxílio de voluntários. CANTON (2002, p. 37), acrescenta que: “O voluntário é o cidadão que, motivado pelos valores de participação e solidariedade, doa seu tempo, trabalho e talento de maneira espontânea e não remunerada, para causas de interesse social e comunitário.”

A primeira edição do Comunicação Mostra, em 2013, foi realizado em um local fechado. No ano passado, 2014 e esse ano de 2015 será realizado em um local aberto. A autora MATIAS (2010, p.106), descreve que eventos realizados em locais abertos são:

Propostos a um público, podem ser divididos em evento aberto por adesão e evento aberto em geral. O evento aberto por adesão é aquele apresentado e sujeito a um determinado segmento e público, que tem a opção de aderir mediante inscrição gratuita e/ou pagamento de taxa de participação. O evento aberto em geral é aquele que atinge todas as classes de público.

O pré-evento é de extrema importância. E deve ser pensado no início dos trabalhos. Assim BAML (2003 p. 25), conceitua como sendo:

O pré-evento compreende escolha da comissão organizadora, definição do público-alvo, escolha do local e estudo de toda a infraestrutura necessária para a realização do evento. Concluída a preparação, o evento finalmente torna-se concreto. Nesse momento, os participantes devem confiar que serão prontamente atendidos por qualquer membro da equipe de organizadores.

3.1 Evento Beneficente

De acordo com a Revista Eletrônica de Tecnologia e Cultura, evento beneficente se dá por:



Algo que os organizadores do evento e a própria instituição a ser beneficiada devem lembrar é que quando a captação de recursos se dá por meio de patrocinadores, estes esperam receber de alguma forma o valor investido, seja pela divulgação da imagem, seja por qualquer outro meio como, por exemplo, a participação em alguma porcentagem dos lucros.

A internet é uma aliada para a promoção dos eventos. Sendo que o artigo: Comunicação de Marketing e Cibercultura: Um estudo exploratório sobre a comunicação de marketing no contexto dos meios digitais, diz que:

A Internet já pode ser caracterizada como um meio massivo, que cumpre os diferentes objetivos de comunicação de marketing, porém, seu principal diferencial é a assertividade, permitida pelas diversas opções de segmentação em um ambiente com alto nível de granularidade. São inúmeros contextos e conteúdos com possibilidade de cruzamento com critérios de segmentação demográficos, comportamentais e atitudinais mais específicos, como hábitos de navegação, por exemplo.

Na terceira edição do Comunicação Mostra – um evento animal, haverá um brechó. Sobre esse tema, o artigo: **O Consumo de roupas de Brechó: um olhar antropológico**, resume o que deve ser feito nesse item.

A decisão de vender roupas também é percebida como um facilitador do funcionamento das entidades, pois enquanto as peças eram destinadas a doações havia sempre a preocupação de que os doativos fossem para as pessoas certas, "que precisavam mesmo", para que os recursos não fossem "desperdiçados".

O objetivo final desse evento pode ser resumido pela citação que está na Revista Eletrônica de Tecnologia e Cultura: “Seja qual for o método escolhido para gerar receita é indispensável que ele atinja o objetivo final financeiro da organização do evento beneficente: a arrecadação de fundos para as causas, instituição, entidade ou organização a ser beneficiada.”

Essas são as metas a serem alcançadas para a realização do evento em prol das entidades beneficentes de Rio do Sul, Santa Catarina.



3.2 Comunicação Mostra

A primeira edição do evento foi realizada no dia 20 de junho de 2013 e contou com o tema: **Comunicação Mostra – a cada olhar uma descoberta**. Foi realizado às 19h de uma quinta-feira no Parque Universitário da Unidavi. Contou com a participação de produtores audiovisuais, fotógrafos, cineastas, artistas plásticos e músicos que mostraram, por meio de suas artes, a realidade de pessoas que fazem a diferença no cenário cultural e social no Alto Vale. Essa edição arrecadou, como forma de ingresso, 1 kg de alimento não perecível de cada visitante que foram doados ao Clube das Mães – Lar da Menina, de Rio do Sul.

A segunda edição do evento teve como tema: **Comunicação Mostra - expresse ideias e sentimentos**. Aconteceu no dia 10 de maio de 2014, sábado, véspera do Dia das Mães, e fez uma ação solidária para arrecadação de produtos de higiene e fraldas geriátricas aos internos do Asilo São Vicente de Paulo, de Rio do Sul. Foi realizado na Praça Ermembergo Pellizzetti, na área central da cidade, das 9h às 17h e recebeu o apoio da CDL (Câmara de Diretores Lojistas de Rio do Sul) e do SENAC (Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial). A edição contou com as seguintes atrações: Oficinas de fotografia, dança, pintura, moda, caricaturista, moldura, jogos interativos, distribuição de mudas de árvores, brinquedos infláveis e tenda para doações, além de serviços de manicure e hidratação de cabelos para as mães. Houve também a participação de idosos internos do Asilo.

Na segunda edição os estudantes realizaram três visitas ao Asilo: uma antes e duas depois do evento. Além de levarem os produtos arrecadados os acadêmicos puderam ver de perto e acompanhar os trabalhos realizados pela entidade, fazendo com que tivessem acesso à realidade do lugar. A turma relatou que o evento ficou marcado na vida de cada um de maneira especial, contribuindo para a cidadania e o bem-estar de quem o realizou e das pessoas beneficiadas.

Nesse ano de 2015, a terceira edição será **Comunicação Mostra – um evento animal** e ajudará a APAD (Associação Protetora dos Animais Desamparados), de Rio do Sul. Está marcada para o dia 16 de maio, sábado, das 13h às 17h no Parque Universitário da Unidavi. Essa ação solidária tem como principal objetivo arrecadar fundos que serão



revertidos em castrações para os animais de rua recolhidos pela APAD. Além disso, também serão aceitos doação de ração para cachorros e gatos e cobertores que servirão para aquecer os animais durante o inverno.

Esta terceira edição contará com atrações musicais, brechó com roupas novas e usadas, brinquedos infláveis para as crianças, desafio com customização de roupas do brechó e desfile das peças; praça de alimentação, tenda da conscientização e adoções de animais.

4 CONSIDERAÇÕES

Ao final da organização de um evento como o Comunicação Mostra - responsabilidade social em evento multidisciplinar, é possível perceber o quanto é difícil, complexo e gratificante organizar um evento beneficente. Aprende-se como, de fato, é o passo a passo de uma ação que envolve tantas pessoas e atividades. O cuidado que se deve ter ao pensar em todos os detalhes; o respeito e a atenção para com os patrocinadores, colaboradores, beneficiados e com todo o público participante. Tudo precisa ser muito bem planejado.

O trabalho em conjunto e a divisão de tarefas entre os acadêmicos são desafios que permitem perceber o quanto é importante saber lidar com a divergência de ideias, opiniões e competências. São desafios que colocam o aluno futuro gestor de comunicação, mais próximo da realidade do mercado de trabalho.

Com esse trabalho a turma pode aprimorar tanto os conhecimentos teóricos, quanto a aplicação prática de conteúdos estudados em diferentes disciplinas do curso. Também foi possível explorar a criatividade e a valorização de causas sociais promovendo assim o compromisso com a melhoria da qualidade de vida da comunidade regional e o exercício da cidadania.

O Comunicação Mostra é um evento que traz benefícios para as entidades e faz com que, ao mesmo tempo, os acadêmicos se motivem a lutar por um mundo melhor. O evento faz a diferença na vida de cada um deles, que vêem formas de praticar



conhecimentos e responsabilidade social, seja em prol de crianças, adolescentes, idosos e ou animais desamparados.

REFERÊNCIAS

BAHL, Miguel. **Eventos**: a importância para o turismo do terceiro milênio. São Paulo: Roca, 2003.

CANTON, Antonia Marisa. **Eventos**: ferramenta de sustentação para as organizações do terceiro setor. São Paulo: Rocca, 2002.

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo**. São Paulo: Saraiva 2006.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **MiniAurélio**: o minidicionário da língua portuguesa. 7ª edição. Curitiba: Ed. Positivo, 2008.

MATIAS, Marlene. **Organização de eventos**: procedimentos e técnicas. Ed. 5. São Paulo: Manole, 2010.

Revista Eletrônica de Tecnologia e Cultura (www.revista-fatecjd.com.br), artigo: Captação e Gestão de Recursos Financeiros para Eventos Benéficos. **Revista RETC** – Edição 12ª, abril de 2013, página 48. Acesso em 11. 04. 2015

Universidade de São Paulo, artigo: **Comunicação de marketing e cibercultura**: um estudo exploratório sobre a comunicação de marketing no contexto dos meios digitais, São Paulo, 2012. Acesso em 11.04.2015.