



III Seminário Mídia e Cultura
Cultura, convergência e mobilidade
17 de outubro de 2011
V Seminário Mídia e Cidadania
Mídia, ética e imaginário
18 de outubro de 2011
Universidade Federal de Goiás – Goiânia - GO



Casar Bem – Evento, Marketing e Flash Mob a serviço das Relações Públicas¹

Simone Antoniaci TUZZO²
Claudomilson Fernandes BRAGA³
Universidade Federal de Goiás – UFG, GO

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo descrever o Evento Casar Bem, desenvolvido pelos alunos do sétimo período de Relações Públicas da UFG, durante a disciplina Tópicos Contemporâneos em Comunicação – Eventos. O evento foi desenvolvido durante o primeiro semestre, e foi realizado no dia 03 de junho de 2011 no Shopping Center Bougainville em Goiânia. Seus resultados e repercussões na comunidade acadêmica e junto ao público visitante pôde ser medido a partir de lista de presença, pesquisas de opinião e divulgação de dois Flash Mobs realizados no dia do evento e postados no You Tube. O Casar Bem significa o desenvolvimento do conhecimento e a relação entre a teoria e a prática. O projeto envolve o planejamento de um evento em todas as suas etapas, reafirmando o papel dos relações públicas como gestores de eventos.

PALAVRAS-CHAVE: Evento, Flash Mob, Casamento, Relações Públicas.

1. Introdução

Durante a disciplina Tópicos Contemporâneos em Comunicação – Eventos, ministrada pela Profa. Dra. Simone Antoniaci Tuzzo, os alunos são orientados a desenvolver um trabalho prático de planejamento e desenvolvimento de um Evento acadêmico ou social.

¹ Trabalho apresentado no GT3- Jornalismo, Política e Opinião Pública do V Seminário Mídia e Cidadania, realizado em 18 de outubro de 2011, em Goiânia – GO.

² Doutora em Comunicação, docente efetiva do Programa de Mestrado em Comunicação e do Curso de Comunicação Social com habilitação em Relações Públicas da Universidade Federal de Goiás, e-mail: simonetuz@hotmail.com

³ Doutorando em Comunicação, docente do Curso de Comunicação Social com habilitação em Relações Públicas da Universidade Federal de Goiás, e-mail: milsonprof@gmail.com



III Seminário Mídia e Cultura
Cultura, convergência e mobilidade
17 de outubro de 2011
V Seminário Mídia e Cidadania
Mídia, ética e imaginário
18 de outubro de 2011
Universidade Federal de Goiás – Goiânia - GO



Particularmente no primeiro semestre de 2011, os alunos desenvolveram um projeto denominado Casar Bem, evento no formato de exposição, realizado no Shopping Center Bougainville, na Cidade de Goiânia, tido como um dos mais bem freqüentados shoppings da Cidade.

Desde o início do semestre, diversas reuniões foram realizadas com o Shopping para definição de espaço e adequação do evento para que o formato fosse adequado ao público e ao local. A cada também foi definida de acordo com a adequação do calendário acadêmico e os interesses dos públicos envolvidos.

Todas as etapas necessárias à realização de um evento foram cuidadosamente realizadas para que os parceiros tivessem visibilidade e os alunos pudessem operar em todos os detalhes necessários à realização.

Mais de duas dezenas das principais empresas no segmento de Casamento foram convidadas a exporem seus serviços e produtos na Mostra de Casamento que contou com divulgação, decoração, serviço de filmagem e fotografia e a realização de um Flash Mob com cortejos de casais, damas de honra, pagens e músicos pelo Shopping Center.

Além disso, os alunos do 5º período do Curso de Relações Públicas realizaram duas pesquisas durante o evento, uma com os alunos para medir a importância da realização de um evento na prática e outra com os visitantes da Exposição para medir o grau de satisfação sobre o evento.

2. Objetivos

2.1 Objetivo Geral

Possibilitar aos alunos de Relações Públicas a realização de um Evento desde o seu planejamento até a execução, a fim, integrando a teoria à prática.

2.2 Objetivos Específicos

- Fazer uma ligação pedagógica entre a teoria e a prática de relações públicas;



III Seminário Mídia e Cultura
Cultura, convergência e mobilidade
17 de outubro de 2011
V Seminário Mídia e Cidadania
Mídia, ética e imaginário
18 de outubro de 2011
Universidade Federal de Goiás – Goiânia - GO



- Aproximar os discentes da realidade do mercado de trabalho;
- Trabalhar com um tema de interesse de diversas organizações do Estado de Goiás a fim de apresentar os alunos à potenciais empresas empregadoras;
- Dar visibilidade ao Curso de Relações Públicas da Universidade Federal de Goiás.
- Captar parcerias corresponsáveis pela realização do evento;
- Gerir os fluxos comunicacionais de todas as etapas do evento;
- Garantir a eficácia, propiciando sua efetividade a partir das Relações Públicas;
- Promover a imagem dos Relações Públicas como profissionais competentes na efetividade da comunicação estratégica.

3. Justificativa

Atingir a excelência da formação do estudante de relações públicas é uma meta do curso de graduação em Comunicação Social – habilitação em Relações Públicas da UFG. A Disciplina de Eventos possui uma proposta de integrar o conhecimento científico às experiências profissionais do mercado de trabalho, ampliando a visão do acadêmico às várias atividades que podem ser exercidas enquanto profissional. Essa abertura permite ao futuro egresso conhecer a atividade de planejamento e execução de eventos como uma das atividades dos Relações Públicas.

A competência do profissional é alicerçada sobre o conhecimento teórico, suas habilidades e atitudes. Esse panorama mostra que a formação do estudante deve ser completada, para além da teoria, também com o exercício prático das atividades de sua profissão.

Além disso, a realização de eventos em todas as suas etapas, como processo de gestão e organização dos relações públicas também é ponto fundamental na proposta de realização do Evento Casar Bem, ao passo que os acadêmicos se apresentam como organizadores de um evento de interessa da sociedade e que abraça o mercado de casamento, área em plena expansão mercadológica.



III Seminário Mídia e Cultura
Cultura, convergência e mobilidade
17 de outubro de 2011
V Seminário Mídia e Cidadania
Mídia, ética e imaginário
18 de outubro de 2011
Universidade Federal de Goiás – Goiânia - GO



Cesca apud Simões “reporta-se a evento como instrumento misto de relações públicas. ‘É um acontecimento criado com a finalidade específica de alterar a história da relação organização-público, em face das necessidades observadas.’” (2008, p. 21). O evento é importante para estreitar o relacionamento entre os alunos, o curso e profissionais atuantes, por ser uma oportunidade de discutir as novas interfaces das Relações Públicas.

A pesquisadora Cesca apud Giácomo analisa ainda que o “evento como ‘componente do mix’ da comunicação, tem por objetivo minimizar esforços, fazendo uso da capacidade sinérgica da qual dispõe o poder expressivo, no intuito de engajar pessoas numa ideia ou ação” (2008, p. 21).

Dentro do mix da comunicação, o evento se apresenta como ferramenta importante dos profissionais de Relações Públicas, quer seja na formação de imagem de uma organização ou profissional liberal, quer seja na construção da opinião de públicos específicos.

4. Métodos e técnicas utilizados

O Casar Bem buscou a integração entre a teoria e a prática, para isso o planejamento estratégico utilizado para as atividades de Relações Públicas foi cuidadosamente elaborado em todas as suas etapas.

O tema do evento foi definido com base a contemplar as atividades de Relações Públicas em um evento social, permitindo aos envolvidos o relacionamento com parceiros da área de casamento e áreas afins.

A realização de um *flash mob* durante o evento foi planejada a fim de dar visibilidade à ação mesmo após o término do evento, com a edição de dois vídeos postados no *you tube* na internet.

Pesquisas de opinião foram realizadas a fim de medir o grau de satisfação dos organizadores, expositores e participantes do evento.

5. Descrição do produto ou processo



III Seminário Mídia e Cultura
Cultura, convergência e mobilidade
17 de outubro de 2011
V Seminário Mídia e Cidadania
Mídia, ética e imaginário
18 de outubro de 2011
Universidade Federal de Goiás – Goiânia - GO



Tema, marca e slogan

Em uma reunião de pauta o tema Casamento foi o escolhido pela comissão organizadora por reunir os elementos necessários para o aprendizado de realização de um evento social, unindo mercado, planejamento, cerimonial e parcerias.

Os alunos definiram uma marca e um slogan para o evento, bem como uma lista com as principais empresas de produtos e serviços na área no Estado de Goiás.

A comissão Organizadora

O projeto é realizado pelos estudantes da disciplina de Eventos, do curso de Relações Públicas da Universidade Federal de Goiás - UFG, sob a coordenação da professora Dra. Simone Antoniaci Tuzzo. De modo que o pré-requisito para a participação na comissão organizadora é estar devidamente matriculado na disciplina.

Coletivamente a classe escreveu o projeto do evento que seria entregue às empresas parceiras.

A classe foi dividida em duplas que tiveram a responsabilidade de produzir cartas convite e visitar as empresas parceiras. Cada empresa participaria gratuitamente, num processo de parceria e não de comercialização de espaços.

Empresas Parceiras

Somente uma empresa de casa segmento foi acolhida para o evento, a ideia era não criar uma concorrência e sim uma exposição, por isso, a principal empresa de cada ramo foi convidada para expor o que há de melhor no segmento.

Para o evento, algumas empresas fizeram a exposição e outras empresas se juntaram como parceiras para divulgação e apoio.

As empresas expositoras foram das áreas de: convites, lembranças personalizadas, casa especializada em lista de presentes, decoração, tapete, buquê, arranjos de flores e tecidos, fotografia, filmagem, bebidas, *cocktail*, *buffet*, orquestra, coral, DJ, som, iluminação, sapatos, dia da noiva, vestidos de noiva, vestidos de madrinhas, damas, pajens, traje masculino, noite de núpcias, doces, bolos e bem casados.



III Seminário Mídia e Cultura
Cultura, convergência e mobilidade
17 de outubro de 2011
V Seminário Mídia e Cidadania
Mídia, ética e imaginário
18 de outubro de 2011
Universidade Federal de Goiás – Goiânia - GO



Além disso, empresas apoiadoras também participaram do evento: gráfica, jornal impresso, empresa de *banners*, fornecedores de água, construtora, produtora de cerveja e chops. Essas empresas apoiaram o evento com o fornecimento de *banners*, plotagem do local do evento, fachada e laterais da exposição, divulgação e produção de material gráfico.

O público

Em um evento dessa dimensão, vários são os públicos envolvidos:

- Empresa responsável pela cessão do local – Shopping Center;
- Comunidade estudantil;
- Professores de outras disciplinas que desenvolveram estudos interdisciplinares, como os alunos do 5º período de Relações Públicas que se responsabilizaram pela produção, aplicação e tabulação de pesquisas com os organizadores do evento, parceiros e visitantes;
- Empresas parceiras;
- Imprensa.
- Visitantes.

A escolha da data

A escolha da data foi determinada a partir de um estudo do desenvolvimento das atividades da disciplina, interesses da sociedade e interesses do Shopping Center, sede do evento. O Programa da Disciplina, ao prever as aulas teóricas e a produção de eventos práticos, determina o momento de realização de cada um dos eventos previstos na disciplina.

A divulgação

Para a realização do Casar Bem foram produzidos veículos de comunicação dirigidos e utilizados veículos de comunicação de massa impressos e eletrônicos.

As empresas parceiras foram convidadas a partir de ofícios-convite.

O Jornal Diários da Manhã, um dos principais do Estado de Goiás também foi um dos parceiros do evento e divulgou sistematicamente os releases produzidos pela coordenação do evento, além de realizar a cobertura do Casar Bem no dia de sua realização.



III Seminário Mídia e Cultura
Cultura, convergência e mobilidade
17 de outubro de 2011
V Seminário Mídia e Cidadania
Mídia, ética e imaginário
18 de outubro de 2011
Universidade Federal de Goiás – Goiânia - GO



O portal da UFG e o site do Curso de Comunicação Social da UFG divulgaram o evento.

Foram produzidos panfletos impressos, distribuídos em pontos estratégicos da Cidade.

Foram colocados banners em todas as lojas das empresas parceiras do Casar Bem.

As mídias sociais foram amplamente utilizadas, com a criação de perfil no *facebook* e no *twitter*, postagem diária e cobertura *on line* durante todo o dia de realização do evento.

Canais de comunicação e divulgação:

Mídias sociais (*Twitter e facebook*)

MCM - rádio, jornal e televisão

Comunicação Impressa

E-mail Marketing para lojistas e Relações Públicas

Site da Facomb, do Shopping Bougainville e dos expositores

Convites para autoridades da área acadêmica e social

Revistas e empresas especializadas

Estratégias de Comunicação:

Mídias sociais

Como uma das estratégias de comunicação do evento, foram utilizados canais de mídias digitais. O principal objetivo foi atingir públicos de interesse do evento (noivos, empresas relacionadas a casamento, cerimonialistas e pessoas interessadas no tema) em menor tempo e com orçamento reduzido. A alimentação das mídias sociais foi feita diariamente, além de cobertura simultânea do evento através destes canais.

MCM - rádio, jornal e televisão

Os objetivos foram criar uma relação com as mídias tradicionais para que houvesse propagação do evento pelos meios massivos. Os públicos-alvos foram as rádios e os principais jornais televisivos e impressos.



III Seminário Mídia e Cultura
Cultura, convergência e mobilidade
17 de outubro de 2011
V Seminário Mídia e Cidadania
Mídia, ética e imaginário
18 de outubro de 2011
Universidade Federal de Goiás – Goiânia - GO



Comunicação Impressa

Com a finalidade de atingir o público geral, foram feitas peças gráficas para divulgação do evento, como cartazes, panfletos e publicações em jornal impresso.

E-mail Marketing para lojistas do Shopping Bougainville e para os alunos do curso de Relações Públicas da UFG.

Com a finalidade de adquirir simpatia dos lojistas do shopping bougainville foram enviados convites especiais e folder de divulgação via e-mail, a fim de despertar neles o sentimento de co-responsabilidade no evento.

O interesse é de atrair os públicos dos lojistas do Shopping Bougainville no dia da exposição, assim como seus público;

Com relação aos alunos de RP, a ideia foi divulgar o evento, a ação de Relações Públicas realizada, a integração das diversas turmas do curso e promover a imagem do curso através do evento.

Site da Facomb, do Shopping Bougainville e dos expositores

O objetivo foi informar através dos portais das organizações envolvidas, a realização do evento, ampliando a divulgação e propagação de conteúdos para todos os públicos.

Revistas e empresas especializadas

O objetivo foi se inserir no ramo específico de revistas e empresas especializadas para divulgar o trabalho de Relações Públicas, criar mídias espontâneas de nicho e atrairmos os públicos destes segmentos.

Pesquisa de avaliação

As pesquisas realizadas (pesquisa de opinião e satisfação com visitantes e outra pesquisa de opinião com os organizadores), cujo objetivo foi identificar o nível de satisfação dos visitantes do shopping com a realização do evento e averiguar o quanto a ação de Flash Mob pode ser considerada estratégia de promoção de eventos no âmbito das Relações Públicas.



III Seminário Mídia e Cultura
Cultura, convergência e mobilidade
17 de outubro de 2011
V Seminário Mídia e Cidadania
Mídia, ética e imaginário
18 de outubro de 2011
Universidade Federal de Goiás – Goiânia - GO



A pesquisa de opinião com os organizadores objetivou identificar a importância da aprendizagem a partir do binômio teoria prática.

Finalização do Projeto de Evento

Todo evento é subsidiado por um projeto, que sistematizam objetivos, pré-evento, evento e pós-evento. O projeto de evento é fundamental para a sua eficácia, pois a partir dele é previsto todas as possibilidades do evento. Após a sua realização, todos os alunos produziram relatórios para avaliar os pontos fortes e fracos da ação.

Certificados

Os organizadores e as empresas parceiras receberam certificados de participação no evento.

6. Considerações Finais

O ser humano precisa de rituais para viver e em todas as sociedades os ritos e símbolos traduzem a cultura e a forma de vida de uma sociedade. Os Relações Públicas devem estar inseridos nesse processo o casamento é um dos rituais mais pomposos de uma sociedade, qualquer que seja a sua religião.

Muito mais do que as técnicas de cerimonial e protocolo, um evento prático que permite a visualização do planejamento de Relações Públicas na organização de eventos é um processo que tem início com o planejamento estratégico e perpassa por todas as etapas de elaboração das atividades de Relações Públicas como público, divulgação, espaço, convites, recepção.

O evento Casar Bem é uma prova de que os Relações Públicas são por excelência os profissionais capacitados a organizar evento, trabalhando-o como um dos integrantes do mix da comunicação e fortalecendo a sua existência como interação social.

O sucesso do evento é prova de uma ação bem planejada que não terminou com a desmontagem do evento, mas rendeu frutos com a divulgação dos vídeos no You Tube e com



III Seminário Mídia e Cultura
Cultura, convergência e mobilidade
17 de outubro de 2011
V Seminário Mídia e Cidadania
Mídia, ética e imaginário
18 de outubro de 2011
Universidade Federal de Goiás – Goiânia - GO



a postagem de centenas de fotos nas redes sociais. Além disso, a cobertura da mídia impressa local também reforça a movimentação que um evento dessa natureza pode gerar.

Relações Públicas sempre foi uma atividade dinâmica e aproveitar as novas movimentações midiáticas para reforço da imagem da profissão é algo que precisa sempre ser feito.

Referências Bibliográficas

CESCA, Cleusa G. Gimenez. **Organização de eventos**: manual para planejamento e execução. 5 ed. Editora Summus: São Paulo, 2008.

HELAL, Diogo Henrique; GARCIA, Fernando Coutinho; HONÓRIO, Luiz Carlos (coords.). **Gestão de Pessoas e Competência**: teoria e pesquisa. Curitiba: Juruá, 2008.

MEIRELLES, Gilda Fleury. **Protocolo e Cerimonial**: Normas, Ritos e Pompa. São Paulo: Ibradep, 2006.



III Seminário Mídia e Cultura
Cultura, convergência e mobilidade
17 de outubro de 2011
V Seminário Mídia e Cidadania
Mídia, ética e imaginário
18 de outubro de 2011
Universidade Federal de Goiás – Goiânia - GO



Anexos

Logomarca Casar Bem



Fotos



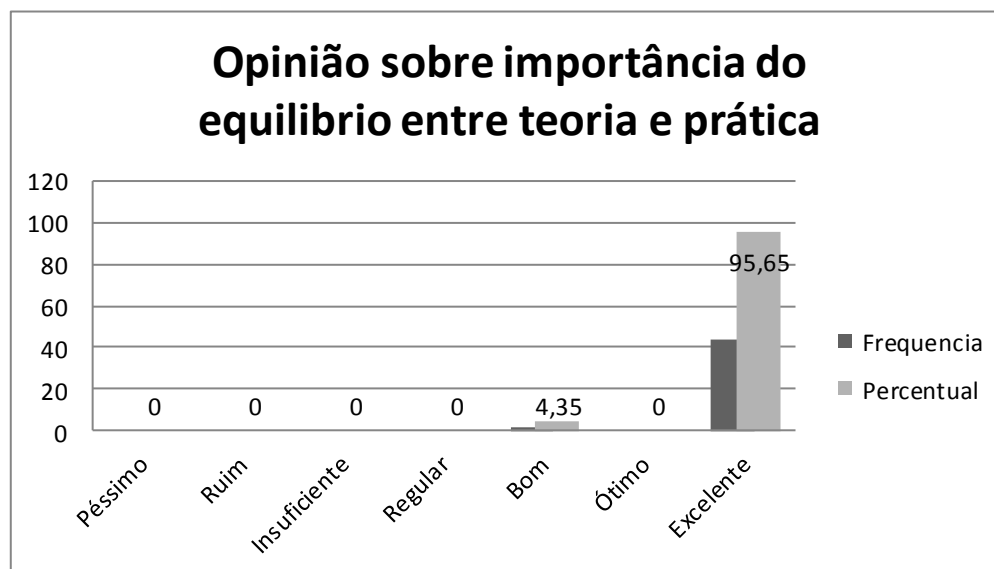


III Seminário Mídia e Cultura
Cultura, convergência e mobilidade
17 de outubro de 2011
V Seminário Mídia e Cidadania
Mídia, ética e imaginário
18 de outubro de 2011
Universidade Federal de Goiás – Goiânia - GO



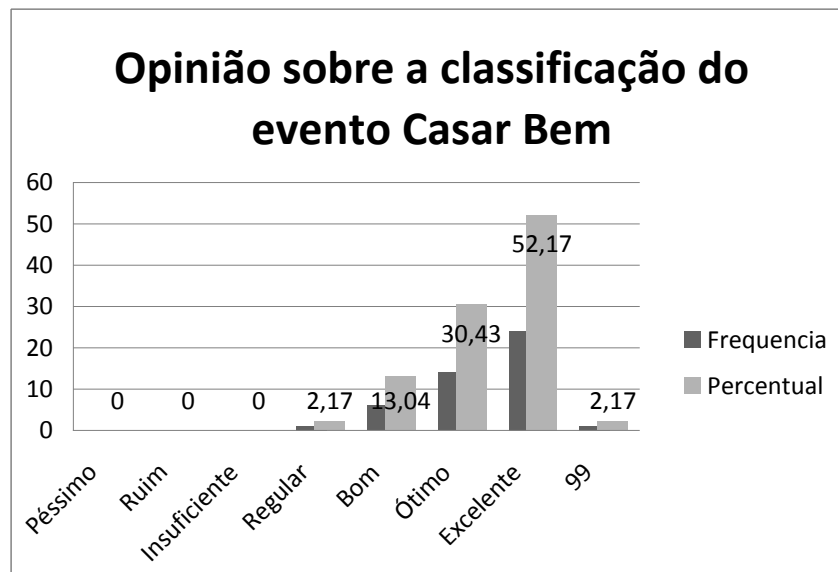
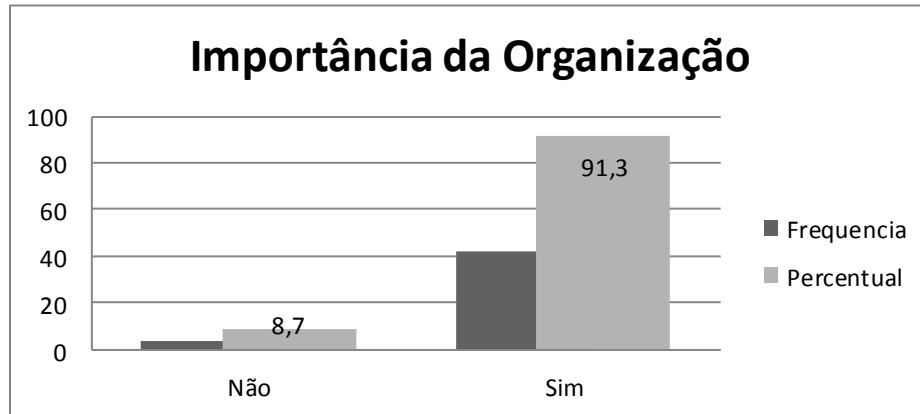
Resultados das Pesquisas

PESQUISA ORGANIZADORES



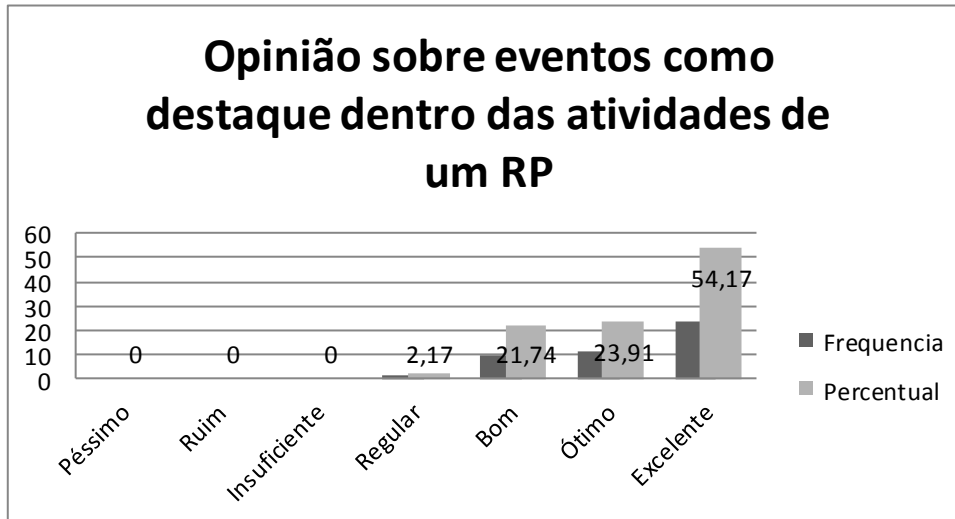


III Seminário Mídia e Cultura
Cultura, convergência e mobilidade
17 de outubro de 2011
V Seminário Mídia e Cidadania
Mídia, ética e imaginário
18 de outubro de 2011
Universidade Federal de Goiás – Goiânia - GO

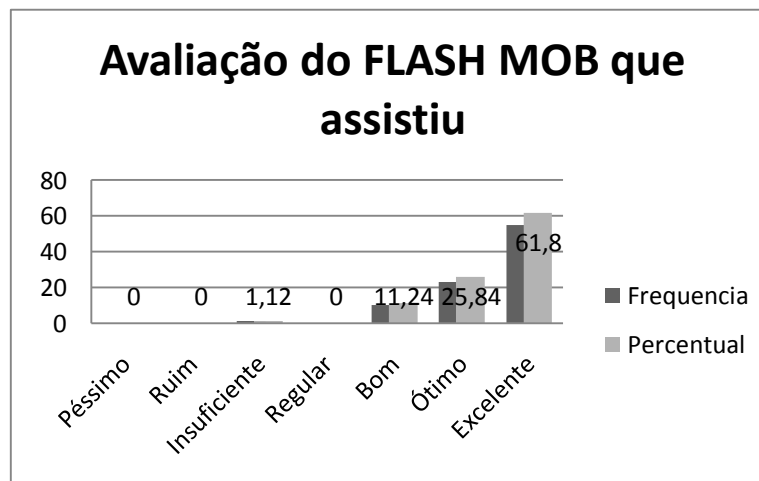




III Seminário Mídia e Cultura
Cultura, convergência e mobilidade
17 de outubro de 2011
V Seminário Mídia e Cidadania
Mídia, ética e imaginário
18 de outubro de 2011
Universidade Federal de Goiás – Goiânia - GO

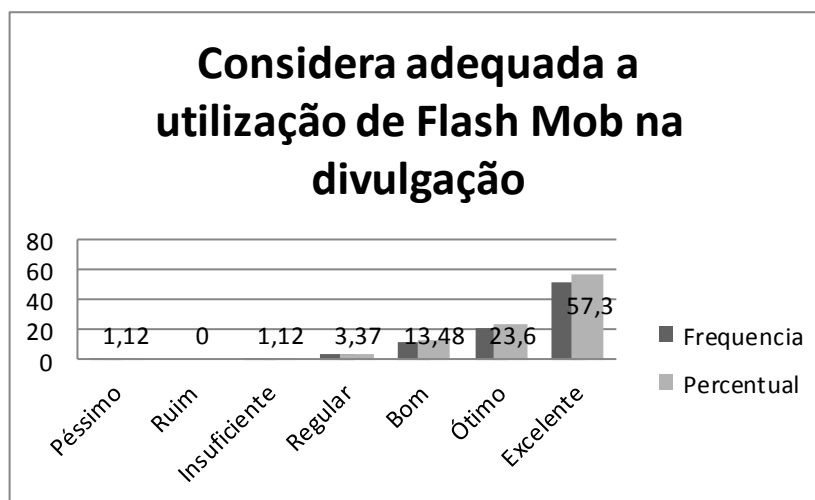


PESQUISA PÚBLICO EM GERAL (VISITANTES)





III Seminário Mídia e Cultura
Cultura, convergência e mobilidade
17 de outubro de 2011
V Seminário Mídia e Cidadania
Mídia, ética e imaginário
18 de outubro de 2011
Universidade Federal de Goiás – Goiânia - GO



Contatos do evento

Twitter: @casarbem

Facebook: www.facebook.com/casarbem

e-mail: casarbem@gmail.com