



SEMANA DA COMUNICAÇÃO – UNOESC JOAÇABA¹

Mariana Weiss Simi Sete²

Sheila Kloss³

Wanderléya Meneghini⁴

Universidade do Oeste de Santa Catarina, UNOESC *Campus* de Joaçaba, SC.

Professores Orientadores:

Elanderson Correia⁵

Fernanda Rodrigues Pucci⁶

Paulo Ricardo dos Santos⁷

RESUMO

A Semana da Comunicação é um evento tradicional dos Cursos de Comunicação Social da Unoesc *Campus* de Joaçaba. Em 2008, aconteceu de 22 a 26 de setembro, com o tema “Comunicação Verde. Sustentabilidade na Mídia”, abordando o papel socioambiental da comunicação e dos profissionais da área. A campanha e os materiais de divulgação foram elaborados seguindo o conceito da sustentabilidade ambiental relacionando com a reciclagem. Não só o tema e os materiais de comunicação, mas também todas as atividades planejadas possuíam ligação com a responsabilidade ambiental e social.

PALAVRAS-CHAVE

Comunicação; verde; semana; Unoesc; sustentabilidade.

1. INTRODUÇÃO

A Semana da Comunicação é um evento promovido pelos Cursos de Comunicação Social da Unoesc *Campus* de Joaçaba desde o ano de 2002, envolvendo Publicidade e Propaganda, Radialismo e Jornalismo. Todos os anos um tema é eleito para nortear os materiais de comunicação e divulgação e também os assuntos abordados na Semana. Em 2008, o tema foi “Comunicação Verde”, abordando a responsabilidade ambiental da comunicação, da mídia e de todos os profissionais envolvidos nesta área.

¹ Trabalho submetido ao XVI Prêmio Expocom 2009, na Categoria Publicidade e Propaganda, modalidade Agência Junior.

² Aluno líder do grupo e estudante do 7º. Semestre do Curso de Comunicação Social habilitação em Publicidade e Propaganda, email: mariana_sete@yahoo.com.br.

³ Estudante do 7º. Semestre do Curso do Curso de Comunicação Social habilitação em Publicidade e Propaganda, email: Sheila.kloss@yahoo.com.br.

⁴ Estudante do 7º. Semestre do Curso do Curso de Comunicação Social habilitação em Publicidade e Propaganda, email: wandeca_jba@yahoo.com.br.

⁵ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social habilitação em Publicidade e Propaganda email: elanderson.correia@unoesc.edu.br.

⁶ Orientadora do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social habilitação em Publicidade e Propaganda email: fernanda.pucci@unoesc.edu.br.

⁷ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social habilitação em Publicidade e Propaganda email: paulo.santos@unoesc.edu.br.



O principal objetivo do evento e da campanha de divulgação era realizar uma Semana que se destacasse de todas as já realizadas. Além disto, outro objetivo primordial foi oferecer oficinas para os participantes, com o desafio de elaborar uma programação que abrangesse os três cursos, agradando todos os acadêmicos através de uma programação flexível. A partir deste desafio, foi buscado junto aos veículos de comunicação e agências, profissionais para palestras focada em cada segmento, mas sem deixar de lado o tema.

A campanha de divulgação do evento foi elaborada a partir do conceito da preservação ambiental, sendo utilizados materiais reciclados e provenientes de projetos ambientais. Os alunos também foram incentivados a participar de uma ação de conscientização ambiental, como arrecadação de garrafas *pet* e plantio de árvores nativas.

2 OBJETIVO

Promover uma Semana diferenciada, que fizesse com que os acadêmicos passassem a pensar nos diferentes ramos da área da Comunicação, além de conhecer as tendências de mercado e a sua responsabilidade ambiental. A divulgação foi trabalhada para passar esta imagem, além de promover a Semana e o curso e conseguir um grande número de inscritos.

3 JUSTIFICATIVA

As Semanas da Comunicação sempre foram voltadas somente para os acadêmicos, para fins educacionais. Para abranger um público maior e diferenciado e ao mesmo tempo promover o curso e a própria Comunicação regional, toda a campanha de divulgação foi elaborada de forma que abrangesse todos os envolvidos com esta área na cidade e região, e por isso a escolha de mídias de massa para a divulgação. A opção por produzir materiais provenientes de projetos e matéria-prima ambientais foi feita a fim de dar credibilidade ao evento, mostrando que o conceito já estava sendo trabalhado na campanha e não seria apenas abordado nas palestras, reforçando o mesmo e dando confiança na seriedade do evento.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

O primeiro passo foi desenvolver a identidade visual, partindo-se da logomarca.



Figura 1: Marca do Evento "Semana da Comunicação"
Fonte: Kloss; Meneghini e Sete (2008)

O slogan criado para a Semana da Comunicação foi “Sustentabilidade na Mídia”. Sustentabilidade é um tema muito atual e em voga atualmente. É um conceito sistêmico que propõe-se a ser um meio de configurar a civilização e a atividade humana de tal forma que uma sociedade ou empresa possa atender às suas necessidades e que, ao mesmo tempo, preserve os ecossistemas existentes. A palavra mídia foi utilizada por não se ater a apenas um determinado curso de comunicação, e além disso, a programação da semana estará focada também em como é trabalhada esta questão ambiental na mídia como um todo.

Para divulgar a Semana da Comunicação para o mercado regional e promover o Curso de Comunicação Social da Unoesc *Campus* de Joaçaba, mostrando a importância do Curso e dos profissionais de comunicação para o mercado e as empresas, foi desenvolvida uma campanha de propaganda, utilizando-se a estratégia de informação. A campanha envolveu cinco etapas, divididas em:

4.1 Teaser

Para criar expectativa entre os alunos, foi adotada a estratégia de *teaser*. O objetivo era causar impacto nos acadêmicos de comunicação. Para isto, nas portas das salas de aula do curso foram colocados tecidos verdes. Uma frase estava estampada nas portas, dizendo “Vem aí uma semana que pode transformar o mundo”, já introduzindo que aconteceria a Semana, mas sem citar propriamente o que era. Além disso foram colocadas inúmeras borboletas – o ícone da logomarca – para marcar a identidade visual de toda a campanha.

4.2 Lançamento

Tendo em vista que os acadêmicos já estavam com grande expectativa, foi realizado um evento de lançamento. Uma sala foi decorada seguindo o conceito, onde foi apresentado a programação do evento para os acadêmicos. Este lançamento foi realizado a fim de deixá-



los com ainda mais expectativa para a Semana da Comunicação 2008, visando uma inscrição massiva do curso. Nesta ocasião, o conceito foi introduzido aos acadêmicos. Uma semente foi entregue, com a mensagem: *“Uma pequena semente carrega dentro de si a essência de uma bela e grande árvore. Nossos pequenos gestos carregam a preservação da vida de um planeta inteiro. A semente da Semana da Comunicação 2008 já foi entregue. Plante-a em terreno fértil, regue-a e dedique a sua atenção a ela. Este pequeno gesto pode transformar o mundo e garantir o nosso futuro.”*

4.3 Campanha de divulgação

Após o lançamento da Semana da Comunicação para os acadêmicos – público interno – entraram no ar todos os materiais de divulgação, a fim de atingir o público externo.

4.3.1 Jingle

O jingle é uma mensagem publicitária musicada e elaborada com um refrão simples e de curta duração, a fim de ser lembrado com facilidade. Foi um dos principais materiais propostos para divulgar a Semana da Comunicação. O jingle foi desenvolvido pelo próprio grupo, ressaltando o conceito. Além de marcar a divulgação do evento, também foi utilizado na abertura do mesmo.

4.3.2 Spot

A partir do jingle, foram produzidos spots para divulgar a Semana da Comunicação, veiculados nas rádios da região. No formato de 30”, o spot trazia as informações sobre o evento, conforme roteiro abaixo:

Locução	Técnica
Loc (fem) 01: Semana da Comunicação 2008. Comunicação Verde: a sustentabilidade na mídia. De 22 a 26 de setembro na Unoesc Campus de Joaçaba. Palestras e duas noites oficinas.	Sobe trilha: 1ª parte do jingle. Trilha cai para BG: continua apenas a parte instrumental do jingle. Sobe trilha: 2ª parte do jingle “A Unoesc te espera”

4.3.3 Cartaz

Para divulgar a Semana da Comunicação na universidade, foram produzidos cartazes em papel *kraft*, seguindo o conceito da preservação ambiental. Desta maneira, mostrou-se ao público que não apenas os assuntos da Semana seriam sobre a questão sustentável, mas também, toda a divulgação seguia o mesmo conceito.



Figura 2: Cartaz do Evento "Semana da Comunicação"

Fonte: Kloss; Meneghini e Sete (2008)

4.3.4 VT

Para divulgar a Semana da Comunicação também foram utilizados VTs nas emissoras locais de televisão. Abordando como elemento principal folhas verdes, o VT foi feito com uma identidade visual mais simples, porém clara e objetiva, abrangendo e divulgando o conceito e o tema.

4.3.4.1 Storyline

Fundo branco. Um pequeno ramo verde vai crescendo na tela, de onde sai uma borboleta voando. A tela fica branca novamente e entram os caracteres com informações sobre a Semana da comunicação e o VT termina com a logomarca dos realizadores.

4.3.4.2 Roteiro Americano



1. Fundo branco.

Sobre o fundo um pequeno ramo verde vai cresce no canto direito inferior da tela. Deste ramo, uma borboleta verde sai voando.

Trilha: Jingle cantado, trecho “O verde cresce”.

2. Construção da logomarca

O fundo fica branco e a logo é construída conforme a seqüência da locução.

Locução: Semana da Comunicação 2008. Comunicação verde. Sustentabilidade na mídia.

Trilha: seqüência do jingle [apenas instrumental]

3. Informações do evento

Entram caracteres informativos, seguindo a seqüência da locução.

GC: 22 a 26 de setembro | Unoesc Campus de Joaçaba | Auditório Afonso Dresch

Locução: De 22 a 26 de setembro na Unoesc Campus de Joaçaba.

Trilha: seqüência do jingle [apenas instrumental]

4. Informações do evento

GC: Palestrantes [nomes]

Locução: Palestras e duas noites de oficinas.

Trilha: seqüência do jingle [apenas instrumental]

5. Informações do evento

GC: Informações: www.unoescjba.edu.br

Locução: Maiores informações no site da Unoesc.

Trilha: seqüência do jingle [apenas instrumental]

6. Logomarca do evento

Entra a logomarca do evento novamente.

Locução: Participe!

Trilha: seqüência do jingle – trecho “A Unoesc te espera...”

7. Logomarcas finais

Entram as logomarcas dos cursos de comunicação social e a logo da Unoesc no final.

Locução: Realização: Cursos de Comunicação Social da Unoesc.

Trilha: jingle.

4.3.5 Site

Fortalecendo a divulgação do evento foi elaborado um site para a Semana da Comunicação. O site possuía todas as informações sobre o evento e seu conceito,

disponibilizando informações mais completas, mostrando um conteúdo aprofundado – conteúdo que não foi abordado com ênfase nos materiais de massa.



Figura 3: Site "Semana da Comunicação"
Fonte: Kloss; Meneghini e Sete (2008)

4.3.6 Convites

Para um público mais segmentado e focado na área da comunicação, como veículos, agências, pesquisadores e empresários, foram encaminhados convites especiais. O convite seguia a mesma linha de produção dos cartazes, produzido com papel reciclado.



Figura 4: Convites "Semana da Comunicação"
Fonte: Kloss; Meneghini e Sete (2008)

4.3.7 Folder/Ficha de inscrição

Para divulgar a programação da Semana da Comunicação foi elaborado um folder com a programação completa do evento, contendo as palestras e também todas as opções de oficinas oferecidas. Otimizando o custo do material, o folder continha a ficha de inscrição, para ser preenchida. O folder foi produzido também em papel reciclado.



Figura 5: Folder "Semana da Comunicação"
Fonte: Kloss; Meneghini e Sete (2008)

4.3.8 Newsletters

Uma das ferramentas mais eficazes utilizadas para a divulgação do evento, foram newsletters encaminhadas constantemente para os acadêmicos. As newsletters eram enviadas diariamente, com informações sobre o evento, motivando os acadêmicos.



Figura 6: Newsletter "Semana da Comunicação"
Fonte: Kloss; Meneghini e Sete (2008)

4.4 Inscrições

Outra etapa da divulgação da Semana da Comunicação foi as inscrições. Foi criado um local específico devidamente sinalizado e decorado, onde os acadêmicos preenchiam a ficha de inscrição, escolhendo suas oficinas. O valor da inscrição correspondia a R\$ 10,00, mais dez garrafas *pet*. Estas garrafas foram recolhidas, e posteriormente, trocadas por bolsas

ecológicas. Nesta ação, foram arrecadadas mais de 2 mil garrafas, que foram posteriormente trocadas pelas bolsas ecológicas.

4.5 Evento

Para padronizar os materiais do evento seguindo o conceito e também para mostrar a força do evento, os participantes receberam diversos materiais. Na abertura, foram entregues uma bolsa ecológica, com a camiseta do evento, um bloco de anotações (papel kraft), caneta e rascunhos (papel reciclado). No segundo dia, os acadêmicos receberam uma caixinha de papel kraft com balas. No terceiro dia, os participantes receberam mudas de árvores nativas, seguindo a analogia de cultivar os conhecimentos adquiridos da Semana.



Figura 7: Bolsa Ecológica "Semana da Comunicação"

Fonte: Kloss; Meneghini e Sete (2008)



Figura 8: Camiseta alunos "Semana da Comunicação"

Fonte: Kloss; Meneghini e Sete (2008)

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO



A Semana da Comunicação é um evento promovido pelos cursos de Comunicação da Unoesc- Joaçaba, através da Área das Ciências Humanas e Sociais, que aconteceu de **22 a 26 de setembro de 2008**. O evento envolveu os cursos de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda, Rádio e TV e Jornalismo. O tema proposto para o evento deste ano foi “Comunicação Verde”, focando no trabalho que os profissionais de comunicação fazem a respeito da natureza, ecologia e sustentabilidade e o seu papel socioambiental na sociedade.

6 CONSIDERAÇÕES

A campanha de divulgação da Semana da Comunicação 2008 foi muito eficaz, pois se conseguiu um grande número de inscrições e grande visibilidade. Todos os materiais produzidos com matéria-prima ecologicamente correta e reciclada agregaram credibilidade à Semana, mostrando que a própria comunicação do evento estava preocupada com a questão ambiental. Além disso, o conceito foi trabalhado nos participantes, fazendo com que eles também se envolvessem na questão ambiental e de preservação, como a arrecadação das garrafas *pet*.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ANZANELLO Carrascoza, João. **Redação Publicitária**: estudos sobre a retórica do consumo. São Paulo: Futura, 2003.
- MARTINS, Zeca. **Propaganda é isso aí!** São Paulo: Futura, 1999.
- ESPINALT, Robert. **Manual da propaganda moderna**. São Paulo: Hemus, 19--.
- ZANELLA, Luiz Carlos. **Manual de organização de eventos**: planejamento e operacionalização. São Paulo: Atlas, 2003.
- MATIAS, Marlene. **Organização de eventos**: procedimentos e técnicas. São Paulo: Malohne, 2007.
- LUPETTI, Marcélia. **Planejamento de comunicação**. 3 ed. São Paulo: Futura, 2002.