

## Comunicar

Daiane ESTEVES

Emanuele BARZOTTO

Lucieli AGOSTINETO

Nadiesca AZEREDO

Sâmara MEZZALIRA

Paulo Ricardo dos SANTOS

Universidade do Oeste de Santa Catarina, Joaçaba., SC



Transforme sua empresa numa grande aldeia.

Logomarca

O Comunicar foi um evento da disciplina de agência experimental na forma de uma atividade multidisciplinar, que teve como principal objetivo atender os anseios dos empresários e auxiliar na construção de uma nova visão sobre a comunicação em suas empresas. Com a parceria realizada como veículo de comunicação (RBS TV) os objetivos em relação ao público-alvo foram alcançados, bem como, a satisfação dos presentes em relação ao conteúdo debatido no evento. O conceito usado no evento foi “Transforme sua empresa numa grande aldeia”, com este, conseguiu-se trabalhar toda a campanha e também os assuntos debatidos, criando uma comparação das empresas com uma aldeia.

#### **4. Palavras-chave:** Comunicar; Empresa; Cacique.

## **INTRODUÇÃO**

Quando uma empresa não se comunica bem os problemas logo aparecem: colaboradores desmotivados, fornecedores que perdem a confiança e clientes insatisfeitos. Muitas empresas com produtos de qualidade pecam por não manterem um contato eficiente com seus funcionários, público-alvo, mídia, o que resulta na quebra do nome da empresa perante o público consumidor.

O mercado atual necessita de uma atenção maior sobre a sua comunicação, principalmente com seu público-interno, afinal, se o seu produto ou serviço não for vendido primeiro ao público-interno não conseguirá encantar o externo. Com a realização deste evento, a Instituição de ensino e a RBS TV exerceram o seu papel, motivando e auxiliando principalmente os empresários da região a trabalhar de uma forma cada vez melhor a comunicação empresarial. A tv por ser um meio de comunicação de massa auxilia na formação e estrutura de valores éticos, morais e de cidadania na sociedade. È um meio que, hoje em dia, a maioria das pessoas tem acesso e, por conta disso considerada uma mídia forte. Para muitas pessoas a tv é o único meio de informação e diversão. É o habito preferido por pessoas de todas as classes sociais e faixas etárias. Por isso, usamos este meio para veicular os Vt's de divulgação da campanha. Primeiro o VT teaser e depois o Vt resposta convidando a população a participar do evento e com uma mensagem já explicando a relação de uma aldeia com uma empresa e o papel do empresário dentro da mesma.

## **2 OBJETIVO**

Promover através da veiculação do vt além do convite para o evento, a construção de uma nova idéia sobre a empresa e o papel dos líderes dentro da mesma. Passando a ideia de que toda empresa deve ter o seu “cacique” para liderar o grupo.

### **2.1 Objetivos Específicos**

- Possibilitar o fortalecimento da comunicação nas empresas.

- Mostrar aos empresários a importância da comunicação nas suas empresas e principalmente a importância do profissional de comunicação atuando dentro delas.
- Situar a importância dos meios de comunicação para a divulgação de seus produtos/serviços.
- Possibilitar a construção de um parâmetro que determine as vantagens competitivas de uma organização através da forma que trabalha a sua comunicação.
- 

### **3 JUSTIFICATIVA**

As marcas agregam certos valores que não são medidos pelos custos de produção, mas pelo que eles representam para o consumidor em termos de prestígio, status e exclusividade. Sabe-se que o produto é aceito pelo público quando sua oferta for estratégica, por isso, devido a crescente proliferação de empresas, cada qual deve trabalhar conscientemente a sua comunicação para oferecer ao consumidor final produtos de qualidade e que satisfaçam a sua necessidade, ou melhor, que superem as suas expectativas. Portanto, vimos no Comunicar uma estratégia de abordar de forma rápida o endomarketing nas empresas e mostrar algumas ferramentas que possam ser úteis para incentivar o público interno e contribuir para o crescimento da empresa.

A comunicação é vital para o sucesso das organizações diante de uma sociedade contemporânea e da economia internacionalizada que estamos vivendo. O que não podemos esquecer é que a comunicação é ciência, tem contornos e princípios próprios e as empresas têm responsabilidades enquanto entidade-cidadã estando envolvida com a situação que o país atravessa. Assim, a comunicação é uma ferramenta estratégica de gestão, de uso interno e externo, sendo o foco de atenção e de evolução permanente na empresa.

### **4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**

#### **Storyline**

Teaser – 15”

Imagem da sala de uma empresa, com a cadeira de costas para a câmera aparecendo somente um cocar. Em seguida a frase: “Descubra como transformar a sua empresa numa grande aldeia”. Venha se COMUNICAR com nossa Tribo.

### **Story Line VT 30”**

Imagem da sala de uma empresa, com a cadeira de costas para a câmera aparecendo somente um cocar. Entra locução off explicando a organização dos índios, em seguida zoom - out e mostra uma índia com informações do evento. Depois mostra um índio com informações dos palestrantes. Por fim mostra o plano geral e a cadeira se vira revelando que a pessoa é um cacique. Entra locução “SEJA VOCÊ O CACIQUE DA SUA EMPRESA!”

Os VT’s foram veiculados na RBS TV Centro Oeste – Parceira da Unoesc neste evento. O teaser veiculou 2 semanas e depois entrou o VT 30” respondendo ao teaser e convidando a população a participar do evento.

#### **Objetivos de marketing**

Promover através do VT a divulgação do comprometimento da Universidade e cursos de Comunicação Social, e principalmente a preocupação dos mesmos, para com os empresários e empresas da região no sentido de que a comunicação deve ser realizada de forma correta dentro da mesma. Pois, a Universidade entende que a comunicação é a principal ferramenta para o progresso das empresas.

#### **Objetivos de comunicação e campanha**

Conceituar os cursos de comunicação social, a Universidade e a RBS TV preocupados em mostrar e motivar os empresários a usar de forma integrada a comunicação nas suas empresas com o objetivo de persuadir os seus clientes.

## **Estratégias de comunicação**

Estratégia de posicionamento| com o objetivo de posicionar o tema: Comunicação organizacional como uma ferramenta do cotidiano das empresas e motivar os empresários a cada vez mais aperfeiçoar a mesma na sua empresa.

## **Tipo de campanha**

Campanha Institucional.

## **Táticas**

VT teaser 15”

VT resposta| convite 30”

## **Mecânica do Evento**

Data: 20.11.2008

19h30 Abertura

19h45 Apresentação peça criada pelos acadêmicos de artes cênicas

20h00 Palestra com o Diretor de Atendimento da Agencia OneWG de Florianópolis –

Roberto Torres

20h45 Palestra com Diretora de Pesquisas da Rede Globo (SP) - “Pesquisa de Mercado”

Luzia Cursino

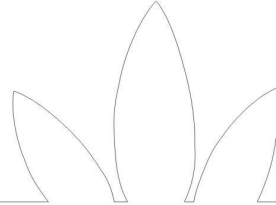
Protocolo | Professor dos cursos de Comunicação Social – Unoesc – Joaçaba - Gustavo

Deon

## **5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO**

Além dos VTs foram produzidas as demais peças que fizeram parte da campanha de divulgação.

Abaixo algumas delas:



**comunicar**  
Transforme sua empresa numa grande aldeia.

Data: 20 de novembro 2008  
Local: Auditório Adorno Dresch  
Unesc - Joaçaba SC

Programação  
19h30 Abertura  
20h Roberto Torres  
Diretor de Atendimento da Agência OneWG  
20h45 Luzia Cursino  
Diretora de Pesquisas da Rede Globo  
21h30 Encerramento

UNOESC | Rede TV | Jornalismo |

**Convite**



**Newsletters**



Newsletters

## Formato 3X1



Faixa

### Convite

O convite foi direcionado para os empresários e imprensa em geral a fim de convidá-los a participar do evento.

### Spot

O spot foi veiculado na Rádio Unoesc Fm com o intuito de atingir principalmente os acadêmicos, o que se considerou o público-alvo secundário do evento, bem como a população em geral que ouve o veículo.

### Banner para site Unoesc

Mídia segmentada para acadêmicos, professores e pessoas que possuem ligação com a universidade a fim de divulgar o objetivo e a importância do evento.



### **Newsletter**

Encaminhada para os acadêmicos e professores, bem como os empresários em geral através da CDL de Joaçaba. O objetivo principal desta mídia foi conscientizar o público sobre a importância da participação num evento que trata de um tema tão importante e ainda ressaltar a importância da comunicação dentro das organizações.

### **Cartazes**

Os cartazes foram expostos no campus da Unoesc de Joaçaba, primeiro como teaser e depois respondendo ao teaser e reforçando o convite.

### **Entrevista na Rádio Unoesc FM e RBS TV**

Concedidas entrevistas através da Coordenadora dos cursos de Comunicação Social – Silvia Simi dos Santos – com o intuito de esclarecer o objetivo do evento e de informar a importância do evento para a sociedade.

### **Adesivo ploter de recorte para palco**

Com a logomarca do evento.

### **Release Imprensa através do Adriano Comim**

Foram realizados releases para a imprensa antes do evento com o objetivo de divulgá-lo e depois do mesmo para expor para a sociedade a abordagem do tema e a participação do público.

## **6 CONSIDERAÇÕES**

<b>Relatório de Investimentos</b>
Adesivo para palco   R\$ 10,00
Penas adesivas   R\$ 50,00
Camisetas   R\$ 75,00
Faixa   R\$ 60,00
Cartazes   R\$ 60,00





Juta para lembranças palestrantes | R\$ 20,00

Sizal para lembranças | R\$ 5,00

Investimento Total | R\$ 280,00





## **REFERÊNCIAS BIBLIGRÁFICAS**

BONASIO, Valter. **Televisão**. Manual de produção e Direção. Belo Horizonte: Editora Leitura, 2002. 408 p.