



Chuveiro é o Hall¹

Ivory de Souza da SILVA JUNIOR²

Solange PREDIGER³

Maria de Lourdes Pereira ANDRADE⁴

Caroline Delevati COLPO⁵

Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS

RESUMO

O “Chuveiro é o Hall” é um evento tradicional do Centro de Ciências Rurais da Universidade Federal de Santa Maria, que consiste em um momento de integração e entretenimento entre acadêmicos, professores e funcionários do Centro. Com uma proposta inovadora e a utilização de técnicas de comunicação dirigida, a oitava edição do evento foi desenvolvida de forma integrada com os estagiários da Assessoria de Comunicação do Centro de Ciências Rurais, e contou com a apresentação de manifestações artísticas do público interno do Centro e de um grande número de expectadores.

PALAVRAS-CHAVE: evento, chuveiro é o hall, estratégias de comunicação.

INTRODUÇÃO:

A oitava edição do Chuveiro é o hall, realizada no dia 10 de outubro de 2007, foi, pela segunda vez, realizada fora do hall do prédio 42, pois a demanda de público do evento foi bastante grande e necessitava de um espaço maior. Um diferencial nesta edição foi inserir o tema: Quem não se comunica se trumbica, que teve o objetivo de chamar mais a atenção do público na divulgação e tornar o evento mais divertido com o clima do Programa do Chacrinha.

¹ Trabalho submetido ao IX Expocom, na categoria D Relações Públicas, evento, como representante da Região Sul.

² Aluno líder do grupo e estudante do 5º semestre do Curso de Comunicação Social habilitação Relações Públicas, UFSM, e-mail: ivonico@bol.com.br.

³ Estudante do 5º semestre do Curso de Comunicação Social habilitação Relações Públicas, UFSM, e-mail: sol_prediger@yahoo.com.br.

⁴ Co-orientadora do trabalho, coordenadora da Assessoria de Comunicação Integrada do Centro de Ciências Rurais da UFSM.

⁵ Orientadora do trabalho, Professora do curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Santa Maria.



Em uma estrutura especialmente montada na frente do bar do prédio 42, o “Chuveiro é o Hall” conseguiu atingir seu objetivo de proporcionar um ambiente de descontração e interação entre acadêmicos, professores e técnico-administrativos do Centro de Ciências Rurais e da comunidade universitária da UFSM. Este tradicional evento realizado pelo CCR abre espaço para apresentações artísticas em um descontraído show de talentos, que envolve um grande número de pessoas que prestigiam as apresentações.

Partindo dos conceitos já apresentados e incluindo outros estudos, Meirelles, coloca um grande conceito de evento, que é o seguinte:

“Evento é um instrumento institucional e promocional, utilizado na comunicação dirigida, com a finalidade de criar conceito e estabelecer a imagem de organizações, produtos, serviços, idéias pessoas, por meio de um acontecimento previamente planejado, a ocorrer em um único espaço de tempo com a aproximação entre os participantes, quer seja física, quer seja por meio de recursos da tecnologia”. (MEIRELLES, 1999, p. 21) .

OBJETIVO:

Promover um espaço de integração para a apresentação das manifestações artísticas do público interno do Centro de Ciências Rurais.

Objetivos específicos:

- Valorizar o lado humano do Centro de Ciências Rurais.
- Proporcionar aos alunos, professores e técnico-administrativos momentos de descontração e diversão através da participação dos mesmos nesta atividade de integração.
- Oportunizar a demonstração das habilidades artísticas do público interno do CCR.
- Possibilitar a aproximação da imprensa local com o CCR.
- Legitimar a atuação da Assessoria de Comunicação do CCR através de mais uma edição do evento.



JUSTIFICATIVA:

O evento é uma das atividades desenvolvidas, principalmente pelo profissional de Relações Públicas, que muitas vezes não é considerada uma ação importante. No entanto, considera-se o evento como sendo uma das estratégias mais bem sucedidas de “mostrar a cara” da organização, seus projetos, suas iniciativas, atingindo um grande número de pessoas, ou seja, atingindo o público da organização que de fato é atingido por ela. “Por meio do evento, que consiste em um acontecimento, tem-se a oportunidade de atrair a atenção do público de interesse para a organização que o realiza. (...) É um momento em que a organização fica exposta aos seus diversos públicos...” (CESCA, 1997, p.10).

Tendo em vista que o “Chuveiro é o Hall” consolida-se desde 1998 como um dos principais acontecimentos do Centro de Ciências Rurais, e oferece aos alunos professores e técnico-administrativos momentos de descontração, a Assessoria de Comunicação promoveu a 8ª edição do evento. Com o objetivo de proporcionar ao público uma maior integração no CCR, o “Chuveiro é o Hall” contou com apresentações artísticas tais como: canto, danças, trovas e exposições.

Nesta edição, assim como na anterior, o evento foi realizado fora do Hall do prédio 42, pois devido ao sucesso nos anos anteriores, o “Chuveiro é o Hall” teve um aumento significativo no número do público que prestigiou a mostra de talentos. Com uma proposta diferente e inovadora, a Assessoria de Comunicação organizou, de maneira bem humorada e contextualizada, a 8ª edição deste tradicional evento do centro de Ciências Rurais da UFSM.

MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS:

- Elaboração do Plano de Comunicação do “Chuveiro é o Hall”, com informações, objetivos, estratégias e cronograma que possibilitou desenvolver o evento de forma organizada;
- Realização de reuniões sistemáticas com a equipe da Assessoria de Comunicação Integrada e representantes dos alunos, para que o trabalho realizado seja satisfatório e completo;



- Definição das peças gráficas juntamente com os alunos de Publicidade e Propaganda;
- Elaboração do cronograma das atividades para organizar as ações práticas de acordo com os prazos pré-determinados;
- Realizar a divulgação do “Chuveiro é o Hall” utilizando diversas formas de comunicação dirigida, com a busca de apoio junto às coordenações dos departamentos, Diretórios acadêmicos e alunos do CCR;
- Estruturar o evento de acordo com a temática do programa do Chacrinha, mas sem deixar de lado as características originais do “Chuveiro é o Hall”;
- Enviar Press-Kits para a imprensa com informações sobre o “chuveiro é o Hall”, contendo um abacaxi, um sabonete, uma esponja, um flyer do evento e o release;
- Elaboração de camisetas para a equipe organizadora e para os participantes do evento;
- Presentear os participantes com um kit contendo: Uma camiseta, um sabonete, uma esponja, um CD com as gravações do dia e um certificado;
- Contratação de um serviço sonoro com o intuito de valorizar as apresentações artísticas;
- Gravação de um CD com as músicas apresentadas no dia, que será distribuído para os participantes;
- Elaboração do Cerimonial e Protocolo;
- Elaboração de uma pesquisa de avaliação para ser feita no dia do evento.

Atividades realizadas:

Realização de Reuniões: Foram realizadas reuniões periódicas para discutir os objetivos do evento e definir datas e peças gráficas. Estas reuniões eram feitas com todos os membros da Assessoria para obter o maior número de opiniões que ajudassem para o sucesso do evento.

Elaboração do Plano de Comunicação: Os acadêmicos Ivory Junior e Solange Prediger, estagiários de Relações Públicas da Assessoria de Comunicação do CCR, responsabilizaram-se pela elaboração do Plano de Comunicação do evento, que serviu de guia para a execução das atividades e direcionou o trabalho da equipe.



Criação da marca: Um dos diferenciais desta edição foi a criação de uma marca inovadora que chamasse a atenção, mas não se distanciasse do objetivo do evento. Com isso, a equipe de Publicidade e Propaganda formada pelos acadêmicos Bruno Ilha Cirolini e Ricardo Lampert, criou uma marca que remetesse ao programa do Chacrinha, com o tema: Quem não se comunica se trumbica.

Confecção de peças gráficas: Seguindo a identidade visual da marca do Chuveiro é o Hall 2007, foram criadas as seguintes peças gráficas: 50 cartazes, 500 flyers, 30 teasers, 50 certificados, uma faixa e camisetas.

Divulgação: A divulgação foi feita através da colocação dos cartazes em pontos estratégicos do CCR, da distribuição de panfletos e conversas “face-a-face” em lugares de aglomeração do público e também a colocação dos mesmos nas mesas do Restaurante Universitário, um dia antes do evento. Foram enviados releases e press-kits para a imprensa local, sendo que na distribuição destes press-kits conseguimos espaço com entrevistas em algumas rádios da cidade. Também foi veiculada uma chamada para o Chuveiro é o Hall na TV Campus, e os acadêmicos de Relações Públicas concederam uma entrevista de divulgação em um programa desta mesma emissora. Outro meio de divulgação foi a parceria com o carro de som que circulou pela UFSM com o spot gravado pela estagiária de Relações Públicas, Solange Prediger, que convidava toda comunidade universitária para prestigiar o evento. Os press-kits eram compostos por: um release com informações do Chuveiro é o Hall, esponja, sabonete em forma de abacaxi e um abacaxi de verdade, enrolados em papel celofane.

Inscrições: Foram feitas na Assessoria de Comunicação Integrada do CCR junto aos alunos membros da comissão organizadora. Foram 12 inscrições, totalizando a participação de 27 pessoas nas apresentações artísticas.

Convites: Foram enviados convites personalizados do evento para todos os Diretores dos Centros de ensino da UFSM, e também foram enviados convites por e-mail para todas as subunidades do CCR.



Som: Foram feitos contatos para a contratação de serviço de som para o dia do evento, sendo que neste ano uma das grandes novidades foi a gravação de um CD com as participações musicais, que foi entregue para os participantes, juntamente com o certificado, duas semanas após a realização do Chuveiro é o hall.

Decoração: Parava divulgação foi feita uma montagem no hall do prédio 44, com uma banheira, cedida pelas lojas Quero-Quero, e cartazes do evento. Esta estratégia chamou a atenção de quem passava pelo hall, gerando repercussão. No dia do evento, a decoração foi feita com abacaxis e cartazes feitos de cartolina, além da faixa criada pela equipe de Publicidade e confeccionada na Solução Visual. Os cartazes de cartolina continham frases como: *Quem quer bacalhau? E Alô! Teresinha!*, remetendo ao Programa do Chacrinha, tema desta edição do Chuveiro é o Hall.

Premiação: Os participantes ganharam um kit contendo: esponjas, sabonete em forma de abacaxi, confeccionado pela Nova Derme e camiseta. E duas semanas depois, puderam retirar os certificados de participação e o CD com as gravações musicais do evento.

Avaliação: A avaliação foi feita através de questionários, que foram distribuídos no dia do evento, por observação informal de comentários e também pelo aproveitamento de releases enviados à imprensa. Com a avaliação pudemos perceber que grande parte dos entrevistados gostaria que o evento tivesse uma duração maior e que fosse feito mais de uma vez ao ano, e também ficou claro a aprovação do público com relação à organização, tendo em vista que 31% dos entrevistados na pesquisa consideraram a organização ótima, e 57 % a consideraram boa.

DESCRIÇÃO DO PRODUTO:

O Chuveiro é o Hall consiste em um evento de integração e entretenimento, com apresentações de talentos anônimos do Centro de Ciências Rurais da Universidade Federal de Santa Maria, oferecido pela direção do Centro e organizado pela Assessoria de Comunicação Integrada do CCR.

O contato direto com o público interno do Centro de Ciências Rurais fez com que uma grande quantidade de pessoas compareceu ao evento, e de acordo com a



pesquisa realizada no dia, o público aprovou as inovações e avaliou o evento positivamente. A imprensa também marcou presença na oitava edição do Chuveiro é o Hall, fazendo a cobertura com fotos e reportagens, isso deixa claro a importância de se manter um bom relacionamento com a mídia. Todos estes fatores contribuíram para o sucesso do evento, que superou a presença de público, com relação às outras edições e teve uma ampla cobertura nos meios de comunicação da cidade.

CONSIDERAÇÕES:

A oitava edição do Chuveiro é o Hall proporcionou à equipe de organização uma experiência bastante positiva na prática de organização e divulgação de eventos, pois os estagiários da Assessoria de Comunicação Integrada do Centro de Ciências Rurais puderam vivenciar as reais necessidades que envolvem um evento deste tipo.

O Chuveiro é o hall teve um público bastante vasto e diversificado, não contendo apenas pessoas do CCR, mas também muitos acadêmicos que sabiam do evento ou que passavam pelo local no horário de almoço. Com a empolgação dos participantes foi inevitável a ocorrência do prolongamento do evento que começou às 11 horas e terminou às 14 horas e 10 minutos, mostrando com isso, o grande interesse do público em prestigiar mais uma edição desta mostra de talentos realizada pela assessoria de Comunicação.

A realização do Chuveiro é o Hall proporciona ao Centro de Ciências Rurais uma grande visibilidade, tendo em vista que a divulgação do evento é feita através de todos os meios de comunicação da cidade, englobando rádios, jornais, televisão e internet. E também funciona como uma ferramenta de aproximação e integração por parte dos acadêmicos, professores e técnico-administrativos do CCR, que se unem em prol de um momento de descontração e diversão.

A divulgação se deu de maneira eficaz, pois freqüentemente saíam notícias do evento na página eletrônica da UFSM e nos jornais da cidade, devido ao grande empenho da equipe em mandar releases com informações do Chuveiro é o Hall. No dia do evento, estiveram presentes jornalistas, do jornal Diário de Santa Maria e do site Kzuka, fazendo a cobertura do Chuveiro é o hall 2007, possibilitando também a divulgação pós-evento, em reportagens e cobertura de fotos.



Com a aplicação dos questionários de avaliação, pode-se perceber o quão este evento é bem quisto pelo público, pois no espaço para sugestões muitos responderam querer a realização do Chuveiro é o Hall mais de uma vez ao ano, e também sugeriram um maior tempo reservado para o show de talentos. Isso comprova a necessidade de tratar com seriedade as questões referentes à organização e divulgação do evento, por parte de toda equipe da assessoria.

O diferencial para alcançar o sucesso do Chuveiro é o Hall 2007, deste ano, foram as inovações por parte do tema: Quem não se comunica se trumbica, que de maneira divertida chamava a atenção de todos que se deparavam com as peças gráficas e camisetas usadas pela equipe da Assessoria de Comunicação. Outra inovação foi a gravação do CD com as participações musicais do dia, que foi entregue para os participantes, juntamente com o kit de premiação, este foi um fator que chamou a atenção dos interessados em cantar no evento. Já na parte de divulgação, o diferencial desta 8ª edição foi a parceria com o caminhão de som que circulou pela UFSM, nos dias que antecederam o evento, divulgando e convidando todos para participarem do Chuveiro é o Hall, isso trouxe uma grande repercussão na comunidade universitária.

Com isso, podemos concluir que a oitava edição do Chuveiro é o Hall foi bastante positiva, tanto para a Assessoria de Comunicação Integrada quanto para o Centro de Ciências Rurais, pois proporcionou uma grande visibilidade dentro e fora da UFSM e agradou o público presente no evento.

REFERÊNCIAS:

MEIRELLES, Gilda Fleury. **Tudo sobre eventos**. São Paulo: Editora STS, 1999.

CESCA, Cleuza G. Gimenes. **Organização de eventos: manual para planejamento e execução**. São Paulo: Summus, 1997.



PEÇAS GRÁFICAS:



Cartaz de Divulgação



Flyer de divulgação



Certificado de participação



Camiseta do Evento