

1ª Jornada de Comunicação e Turismo do ICEC¹

Samuel Martins Zacharias de SOUZA²
Sernon Sebastião de Sousa CORDEIRO³
Cláudio de Oliveira BRANDÃO⁴
Eudon Jorge da Cruz NETO⁵

Instituto Cuiabá de Ensino e Cultura - ICEC, Cuiabá, MT.

RESUMO

A 1ª Jornada de Comunicação e Turismo do Instituto Cuiabá de Ensino e Cultura - ICEC é uma atividade de extensão realizada pelo curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda em conjunto com o Curso de Turismo. Esse foi o primeiro integrando os dois cursos. O evento teve a presença de diversos profissionais de renome regional e local, para proporcionar elevação cultural, aprimoramento técnico, científico e promover discussões e debates de alto nível sobre o tema da Jornada: Sociedade Sustentável. O cartaz foi uma das peças definidas no planejamento estratégico do evento para a divulgação do mesmo. Os estagiários da Agência Escola do Curso de Comunicação Social foram os responsáveis pela elaboração e criação de todas as peças.

PALAVRAS-CHAVE: comunicação; turismo; jornada; divulgação; cartaz.

1 INTRODUÇÃO

O Curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda do Instituto Cuiabá de Ensino e Cultura é novo. Muitos profissionais ligados à área de comunicação ainda desconhecem a sua existência.

Pensando no Curso de Publicidade e Propaganda do ICEC como uma marca, de acordo com o modelo de latitude de conhecimento proposto por Lavidge e Steiner (in COTRIM, 1996, p. 55-57), percebe-se que grande parte do público alvo primário ainda se encontra na fase de desconhecimento em relação ao mesmo e, nesta fase, como explica Cotrim (1996, p. 56), “são todos os *prospects* que desconhecem totalmente o produto e ou serviço” e muitos deles provavelmente, ainda se encontram na fase denominada de *awareness* (COTRIM, 1996, p. 56), “são aqueles que possuem uma vaga noção sobre o

¹ Trabalho submetido ao XIX Prêmio Expocom 2012, na Categoria Publicidade e Propaganda na modalidade Cartaz (avulso).

² Aluno líder do grupo e estudante do 5º Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda do Instituto Cuiabá de Ensino e Cultura – ICEC. email: zacharias.souza@globomail.com.

³ Estudante do 5º Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda do Instituto Cuiabá de Ensino e Cultura- ICEC. email: s.nonres@yahoo.com.br.

⁴ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Publicidade e Propaganda do Instituto Cuiabá de Ensino e Cultura – ICEC. email: facs.claudio@gmail.com.

⁵ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Publicidade e Propaganda do Instituto Cuiabá de Ensino e Cultura – ICEC. email: eudon@terra.com.br.

produto e ou serviço”. Essas observações geraram a necessidade de divulgação e da criação de uma peça publicitária que pudesse auxiliar na divulgação do curso.

No ano de 2011 o Curso de Publicidade e Propaganda recebeu a visita presencial da Comissão de Avaliação do Ministério da Educação e Cultura (MEC) para o Reconhecimento do Curso, tendo o mesmo sido reconhecido com a Nota 4 (quatro). E essa nota precisava ser divulgada (de acordo com a orientação do Núcleo Docente Estruturante do Curso) e, a Jornada de Comunicação e Turismo seria uma excelente oportunidade para isso.

A Agência Escola elaborou um planejamento com a finalidade de divulgar o evento da 1ª Jornada de Comunicação e Turismo do ICEC, mas também, em segundo plano, a nota de reconhecimento do Curso de Publicidade e Propaganda.

O público alvo da 1ª Jornada de Comunicação e Turismo do ICEC é composto por profissionais e interessados nas áreas de Publicidade e Propaganda, Turismo, Marketing, Jornalismo e Administração de Empresas, mas também possíveis empreendedores para a Copa o Mundo de 2014 (Copa do Pantanal). O evento envolve discentes da UNIC, UFMT, UNIRONDON, UNIVAG, AFIRMATIVO, ICE, FAUC e outras Universidades e Centros Universitários da região metropolitana de Cuiabá. Além de estudantes do ensino médio de escolas públicas e privadas.

Esse foi o primeiro evento em conjunto entre os dois cursos. Anteriormente, havia uma semana de turismo e outra de comunicação, totalmente separadas, mas em conversas entre as coordenações dos cursos, ficou evidente a proximidade e a oportunidade da realização de um evento conjunto, que pudesse diminuir os custos, mas otimizar a divulgação, participação, envolvimento, integração e outras vantagens.

Os temas definidos para a realização da jornada (ou anteriormente com as semanas internas dos cursos) são escolhidos através da orientação do Núcleo Docente Estruturante, que é o órgão responsável pelo direcionamento, tanto de mercado quanto pedagógico dos mesmos. Os discentes são convidados a integrarem a comissão para organização do evento, sob a orientação dos professores.

2 OBJETIVO

Proporcionar a toda comunidade acadêmica, profissionais, empresas da região e interessados em geral, o conhecimento e a troca de informações sobre a realidade e as novas tendências do mercado publicitário e turístico regional e nacional.

Divulgar a 1ª Jornada de Comunicação e Turismo do Instituto Cuiabá de Ensino e Cultura de forma eficaz.

Transmitir o posicionamento de que os Cursos de Publicidade e Propaganda e Turismo do ICEC possuem responsabilidade social.

Divulgar a nota de Reconhecimento pelo MEC do Curso de Publicidade e Propaganda.

3 JUSTIFICATIVA

A 1ª Jornada de Comunicação e Turismo do ICEC foi realizada com a integração entre os Cursos de Publicidade e Propaganda e Turismo. O seu foco principal é a integração entre alunos, professores, empresas e sociedade em geral através da discussão e apresentação de diversos temas de interesse dos participantes. Mas também estabelecer um sólido posicionamento de responsabilidade e comprometimento social e ambiental.

A primeira edição do evento teve a presença de diversos profissionais de renome regional e local, para proporcionar elevação cultural, aprimoramento técnico, científico e debates de alto nível sobre o tema da Jornada.

O desafio era desenvolver um cartaz que transmitisse a mensagem adequada de maneira eficaz e que ao mesmo tempo colaborasse para a divulgação da imagem institucional dos Cursos de Publicidade e Propaganda e Turismo do ICEC.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

A 1ª Jornada de Comunicação e Turismo do ICEC, além da finalidade específica idealizada pelos cursos, também possuía um algo a mais: era a primeira vez que o planejamento do evento seria realizado entre os alunos estagiários da Agência Escola de Publicidade e Propaganda e o Curso de Turismo.

O tema do evento fornecia parâmetros para diversas conotações. A ideia, *a priori*, seria esperar a definição das palestras, oficinas e parcerias para direcionar a criação.

Como o tema envolvia a questão social foi definida uma parceria com o Hemocentro de Cuiabá, onde um ônibus ficaria dentro do campus ICEC para coletar sangue dos estudantes da instituição. Também houve o recolhimento de brinquedos através da doação voluntária dos participantes do evento (as inscrições eram gratuitas), que foram entregues para uma creche nas proximidades do campus da Instituição. Mas o grande desafio seria: como interagir comunicação, o turismo com o tema Sociedade Sustentável?

Ainda no *brainstorming* foi amplamente comentado a questão da responsabilidade da comunicação na divulgação do turismo em Mato Grosso para o cidadão mato-grossense e brasileiro em geral. O quanto esse indivíduo recebe informações pela TV, rádio, jornais, internet e outros. O quanto às pessoas são influenciadas por estes e o tipo de informação que é transmitida pelos meios para irem a outras regiões do país e até mesmo para o exterior.

Nas reuniões comentou-se que a sociedade atual prescinde de brasileiros comprometidos com a questão ética, politizados, sabedores dos seus direitos e deveres. Principalmente conscientes do seu papel na sustentabilidade de sua família, cidade, estado, país e do mundo em que vive. A sociedade deve estar ciente do papel do publicitário e do turismólogo nisso.

Depois de muitos apontamentos e discussões sobre a responsabilidade dos veículos e profissionais envolvidos, sobre o que o cidadão de hoje se tornou, “Vítima” ou “Culpado” e do que recebeu (através dos meios de comunicação), os integrantes da Agência Escola decidiram incluir um ícone em forma de “C” fazendo uma analogia com o caminho de mochileiros, que são cidadãos que desbravam as belezas de nossas cidades, estados e países. E partir daí, “direcionar” esse caminho para que pudessem guiar o cidadão em quaisquer situações.

Foram listadas pelos alunos, algumas cores que representassem o tema “Sociedade Sustentável”. Predominou o verde e decidiu-se usar a cor em vários tons para ilustrar os caminhos e o fundo do cartaz.

O curso de Publicidade e Propaganda do ICEC tinha acabado de ser reconhecido pelo MEC com a nota 4 (quatro) e a mesma foi incluída na peça, para enfatizar a credibilidade do curso, do evento e divulgá-las aos participantes da jornada.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O curso de Publicidade e Propaganda do ICEC é o mais novo das graduações na área de comunicação da região metropolitana de Cuiabá, talvez até mesmo do estado de Mato Grosso. E isso traz alguns benefícios intrínsecos, como a possibilidade de formar um posicionamento de mercado distinto dos outros cursos e o fato da apresentação do sentimento do novo.

Um curso novo! Com um evento diferente!

Mas obviamente, um curso não muito conhecido também precisa se posicionar de maneira adequada. Não podendo transmitir uma ideia, uma mensagem que possa fornecer interpretações dúbias, não muito claras.

O cartaz criado contempla tudo isso. Foram utilizadas quatro setas formando um “C” de caminho, que na verdade são quatro caminhos distintos colocados lado a lado. Na jornada do cidadão consciente, cada um deles tem um significado, que mais a frente, o mesmo escolhe aquele que deseja seguir em determinados momentos de sua vida. E esses caminhos fazem uma analogia com a “jornada” do cidadão em uma “sociedade sustentável”, tema do encontro.

Reforçando a questão do desequilíbrio na relação entre o ser humano e a natureza, o *layout* deixou de forma desigual os pesos dos elementos na página diagonalmente. Dessa forma deixando-os descentralizados, para reforçar a ideia da relação desigual entre ser humano e natureza.

Foi feita uma associação à regra da diagonal de leitura, do primeiro quadrante para o quarto quadrante. Desse modo todas as informações foram distribuídas. O título foi colocado no centro ótico do anúncio. Na logo da jornada foi colocado um efeito de luz, fazendo um degradê, para as demais áreas do cartaz, uma maneira de induzir o público alvo a encontrar todas as informações descritas na peça.

As cores do cartaz foram definidas com a finalidade de auxiliarem na percepção do público alvo primário (os alunos de Publicidade e Propaganda e Turismo da região metropolitana de Cuiabá) sobre como a sociedade sustentável se encontra e interage.

Os tons de verde, como dito anteriormente, pela sustentabilidade ambiental, mas também pela possibilidade de integração entre florestas, matas, ecologia, educação ambiental e porque a capital Cuiabá trabalha o *slogan* de cidade verde. O branco do texto foi incluído pelo contraste para melhor visualização na peça.

Na parte inferior do cartaz, os logotipos das empresas que apoiaram o evento e organizadores.

O cartaz foi distribuído em todas as universidades/faculdades/instituições de ensino com graduações na área de Comunicação Social e Turismo em Cuiabá e Várzea Grande (cidade vizinha da Capital).

Alunos voluntários fizeram um “arrastão” para a distribuição e colagem do mesmo e, da distribuição e entrega do panfleto, fazendo o convite pessoal aos alunos das outras instituições de ensino.

5.1 O CARTAZ



JORNADA DE COMUNICAÇÃO E TURISMO ICEC

Tema: Sociedade Sustentável
de 26 a 30 de setembro
Auditório do ICEC - Entrada Franca

Programação

26/09 - Segunda-feira:
 » 19:15h - Apresentação do Grupo Coximboá (Rádio Cidade)
 » 20:00h - Júnior Cuiabano - A importância da Comunicação nos Eventos (Verde Eventos)
 » 21:00h - Marco Aurélio Simioni (Business Center Treinamentos)

27/09 - Terça-feira:
 » 19:30h - Álvaro Carvalho (Soul Propaganda) - Copa do Mundo de 2014 em Cuiabá
 » 20:30h - Yuri Bastos Jorge - Projetos sustentáveis para a Copa do Mundo de 2014

28/09 - Quarta-feira:
 » 19:30h - Alex Poção (Trip Nobres) - Turismo Receptivo em Nobres - MT
 » 20:30h - Marilene Pimentel (Fabinho Promoções) - Cases de Sucesso

29/09 - Quinta-feira:
 » 19:30h - Tânia Kramm (Ostrich Cosméticos)
 » 20:30h - Márcio Alves - Ações de Responsabilidade Social (SESI-MT)

30/09 - Sexta-feira:
 » 19:30h - Tânia Aparecida Barteli - Turismo e Sustentabilidade Urbana

O HEMOCENTRO estará realizando coleta de sangue nos dias 27, 28 e 29/09. Estaremos recebendo doações para a creche do sucuri (brinquedos, roupas, alimentos não perecíveis, materiais escolares e de higiene).



Apelo:

Organização:

Apelo: Lis, Rocket, INTERDATTA, Sesi, soul, OSTRICH, FABINHO, Business Center

Organização: Curso de Publicidade e Propaganda, Curso de Turismo, ICEC INSTITUTO CUIABANO DE PESQUISA E CULTURA

6 CONSIDERAÇÕES

O cartaz como mídia possui determinadas características que auxiliam na visualização da mensagem que se deseja transmitir. Para a divulgação da 1ª Jornada de Comunicação e Turismo do ICEC foi utilizado como mídia básica.

Todos os cursos de comunicação e turismo na área metropolitana de Cuiabá possuem mural onde são afixados avisos aos alunos. A Agência Escola do curso sabia que o sucesso da divulgação dependeria em parte da criatividade e eficácia da peça em transmitir a mensagem de maneira adequada.

O cartaz da 1ª Jornada de Comunicação e Turismo do ICEC tem um forte apelo “conceitual” com a finalidade de despertar a reflexão e a discussão sobre o papel da comunicação e a importância do turismo na sociedade atual, mas também sobre a responsabilidade social e ambiental do cidadão.

Como não poderia deixar de ser, a peça como instrumento de propaganda, prescinde de um planejamento e respectiva operacionalização do evento que auxiliasse na percepção do público alvo sobre o posicionamento do curso. E pelos resultados do evento, acredita-se que isso realmente tenha ocorrido. Todos os dias tiveram uma quantidade de público expressiva, bastante superior aos eventos realizados anteriormente.

O sucesso da jornada, com toda a certeza, teve a contribuição direta das peças criadas pela Agência Escola. E, particularmente do cartaz, como uma das mídias básicas, atingiu plenamente os objetivos de comunicação e de mercado definidos no planejamento da 1ª Jornada de Comunicação e Turismo do ICEC.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARRETO, Roberto Menna. **Criatividade em Propaganda**. 12 ed. São Paulo: Summus, 1982.

BERTOMEU, João Vicente Cegato. **Criação na propaganda impressa**. 3 ed. São Paulo: Thomson, 2006.

BORDENAVE, Juan E. Diaz. **O quê é comunicação?**. 22 ed. São Paulo: Brasiliense, 1997.

BRANDÃO, Cláudio de Oliveira de. **Pesquisa em propaganda**: passo a passo para entender e colocar em prática. Curitiba: Editora Certa, 2009.

COBRA, Marcos. **Administração de marketing no Brasil**. 3ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier,

COLLARO, Antonio Celso. **Projeto Gráfico**. São Paulo: Summus, 2000.

FARINA, Modesto. **Psicodinâmica das cores em Comunicação**. São Paulo: Edgard Blücher, 1990.

HURLBURT, Allen. **Layout: o design da página impressa**. São Paulo: Nobel, 2006.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Até que ponto, de fato, nos comunicamos?**. São Paulo: Paulus, 2004.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Para entender a comunicação: contatos antecipados com a nova teoria**. São Paulo: Paulus, 2008.

SAMPAIO, Rafael. **Propaganda de A a Z: Como usar a propaganda para construir marcas de sucesso**. Rio de Janeiro: Campus, 1999.