



Café com Nic¹

Luana Peixoto MAGALHÃES²

Rodrigo de Borba GONDIM³

Alberto Dias GADANHA⁴

Universidade de Fortaleza – Fortaleza, CE

RESUMO

O “Café com Nic” é um evento idealizado, pensado e desenvolvido (desde a logo até a produção do evento) pela Agência Experimental de Publicidade do Núcleo Integrado de Comunicação – NIC da Universidade de Fortaleza – Unifor, em parceria com os coordenadores dos cursos de Comunicação Social (Publicidade e Propaganda e Jornalismo) e com as outras células do NIC. Este evento é semestral e tem o intuito de acolher os alunos calouros dos cursos de Publicidade e Propaganda e Jornalismo, além de apresentar o NIC e suas determinadas células, aproveitando assim, para divulgar o processo seletivo das mesmas.

The “Café com Nic” is an event conceived, designed and developed (from right to event’s production) for Experimental Advertising Agency of the Integrated Center for Communication – NIC at the University of Fortaleza – Unifor, in partnership with the coordinators of the Social Communication courses (Advertising and Journalism) and other cells in the NIC. This event is six months and aims to welcome the freshmen courses in Advertising and Journalism and submit the NIC and its certain cells, thus taking advantage of, to disclose the selection process of the same.

PALAVRAS-CHAVE: Evento; Comunicação; Unifor; Publicidade; Jornalismo.

¹Artigo Científico submetido ao XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

²Aluna líder do grupo e estudante do 5º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, e-mail: luanapeixotom@hotmail.com.

³Estudante do 5º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda, e-mail: rodrigobgondim@gmail.com.

⁴Orientador do trabalho. Professor do Curso de Publicidade e Propaganda, e-mail: alberto@gadanha.com.



1. INTRODUÇÃO

Todo começo de semestre a Agência Experimental de Publicidade, umas das células do Núcleo Integrado de Comunicação – NIC, junto com as outras células (Central de Rádio, Central de Fotografia, Labjor – Laboratório de Jornalismo, G1000 – Grupo de Mídia Interativa, WEBTV e LEME – Grupo de Pesquisa) e com os coordenadores dos cursos de Comunicação Social da Universidade de Fortaleza – Unifor promovem o evento “Café com Nic”.

O tema do evento é único, acolher os alunos calouros dos cursos de Comunicação Social da Unifor (Publicidade e Propaganda e Jornalismo), além de apresentar o Núcleo Integrado de Comunicação - NIC, através de mostra de trabalhos e projetos de cada célula que compõe o esse núcleo, citadas anteriormente, aproveitando assim para divulgar o processo seletivo das mesmas.

Sua 1ª edição ocorreu no primeiro semestre do ano de 2011, mas acabou não gerando grandes resultados por conta de uma série de fatores operacionais. Já a 2ª edição do “Café com Nic” ocorreu no dia 10 de agosto de 2011, quarta-feira, das 8:00 às 11:00, no teatro Celina Queiroz, na Unifor, em Fortaleza-CE.

A Agência Experimental de Publicidade do NIC ficou responsável por toda identidade visual do evento, assim como pela coordenação de produção. A equipe de produção foi composta por estagiários de todas as células do NIC, cada um com sua determinada função, coordenados por seus respectivos professores orientadores.

2. OBJETIVO

2.1. Geral

Apresentar o Núcleo Integrado de Comunicação – NIC, de forma divertida e acolhedora, através de trabalhos e projetos, aos alunos calouros dos cursos de Comunicação



Social (Publicidade e Propaganda e Jornalismo), mostrando cada célula que compõe esse núcleo, aproveitando assim, para divulgar o processo seletivo das mesmas.

2.2. Específico

Promover a integração dos cursos de Comunicação Social (Publicidade e Propaganda e Jornalismo);

Acolher os alunos calouros dos cursos de Comunicação Social.

3. JUSTIFICATIVA

O “Café com Nic” foi um trabalho totalmente desenvolvido por alunos estagiários, a maioria voluntários, feito com muita persistência e força de vontade destes, pois além do pouco tempo para a produção, o evento foi produzido no período de férias, para que os alunos calouros fossem devidamente recepcionados.

A produção de um evento assemelha-se bastante com a produção cinematográfica, uma vez que ambas as produções obedecem a etapas fundamentais para a sua realização e precisam que a equipe trabalhe em conjunto, além de tornarem-se recompensadoras no final. Isso prova algumas palavras de Chris Rodrigues em “O Cinema e a Produção”, que fala sobre produção cinematográfica, mas que pode ser voltada para eventos.

Produção em geral, seja ela de um filme comercial, longa-metragem, documentário, institucional, filme de treinamento ou desenho animado, é um trabalho incrivelmente fascinante, pois abraça na sua totalidade e em profundidade a arte, o belo, a objetividade, a percepção, a inteligência, a sensatez, a sensibilidade e a criatividade do homem (RODRIGUES, 2002. p. 67).



Esse trabalho obedeceu a etapas fundamentais para um bom evento. Desde a identidade visual, planejamento, logística, divulgação até o dia do evento, onde cada estagiário cumpriu sua determinada função. O que prepara os futuros profissionais da área de Publicidade e Propaganda e Jornalismo, contribuindo com informações que são vivenciadas, saindo da teoria, ganhando assim, experiência. Esta é a proposta do Núcleo Integrado de Comunicação. “Para produzir um filme é preciso saber orçar, planejar, organizar, administrar e executar” (RODRIGUES, 2002, p. 68).

Planejamento: a espinha dorsal do evento. É ele que dá norte, que define o rumo para onde se deve ir, onde obter a sustentação econômica. Organização: é o pulmão e o coração do evento. Sem ela, o vento para de bater, as tarefas deixam de ser feitas, os fornecedores não recebem as informações e os pagamentos necessários para trabalhar e fazer acontecer o evento em toda sua plenitude (MARTIN, 2003. p. 70).

O evento em si tem como objetivo também explicar o que é o NIC, Núcleo Integrado de Comunicação, para os alunos calouros e divulgar o processo seletivo de cada uma de suas células, o que contribui para que mais alunos possam conhecer e participar desse núcleo, aprendendo na prática e aperfeiçoando-se para o mercado de trabalho. Vale resaltar que a maioria dos estagiários que saiu do NIC conseguiu um estágio ou até mesmo um emprego fora da Universidade.

No NIC, os estagiários, além de saírem preparados para o mercado de trabalho, aprendem a trabalhar e pensar em equipe, cada um se doa em sua determinada função para alcançar um objetivo coletivo. A equipe, muito focada e com supervisão de um professor orientador, trabalha em conjunto, proporcionando um evento mais organizado e elaborado. É como cita Chris Rodrigues em “O Cinema e a Produção”, dando como exemplo um filme.

Nunca é demais lembrar que um filme não é feito por esse ou aquele técnico, mas sim pelo conjunto de pessoas envolvidas na sua realização,



considerando-se, inclusive, prestadores de serviços ocasionais. Uma equipe técnica deve ser como um relógio, em que as peças funcionam como uma só, sendo cada uma necessária individualmente (RODRIGUES, 2002, p. 75).

O NIC, Núcleo Integrado de Comunicação, conta com mais de cem estagiários, sendo a grande maioria do núcleo composto por voluntários. É um espaço que proporciona uma visão mais ampla dos cursos de Comunicação Social, através da prática do que é aprendido na sala de aula, que exige mais da capacidade intelectual e criativa do aluno da Universidade de Fortaleza – Unifor, através de pesquisa e aplicação prática.

O núcleo ainda oferece a oportunidade de o estagiário obter mais responsabilidade, pois estes têm a possibilidade de tornarem-se estagiários sêniores, o que quer dizer que além do aluno fazer seu trabalho anteriormente feito, ele passa a ser o responsável pelo seu setor, questão administrativa de gerência. Por conta disso, não é a toa que tantos estagiários obtêm destaque no mercado de trabalho após a saída do NIC.

4. MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

O planejamento do “Café com Nic” teve início no período de férias do meio do ano, julho de 2011, sendo que a data programada para a sua realização seria no mês de agosto, ou seja, um mês para programar, desenvolver e produzir o evento. É importante destacar que, nesse período, o NIC contava com poucos estagiários, uma vez que todo fim de semestre, estes são chamados para o mercado de trabalho. É por isso também que esse evento é realizado no começo do semestre, aproveitando para divulgar o processo seletivo de cada célula do NIC.

A equipe de produção foi selecionada pela Agência de Publicidade (responsável pela produção, coordenação de produção, e identidade visual do evento), sendo composta por estagiários do NIC, cada um com a sua determinada função. A Central de Rádio cuidou da ambiência musical, o Labjor divulgou o “Café com Nic” e também fez a cobertura do evento



junto com a Central de Fotografia e o G1000 cuidou da apresentação de *slides*. Além disso, as demais células prestaram auxílio.

Esta é uma fase crucial do evento e deve ser foco de toda a sua atenção e cuidado. Aliás, este é o momento dos detalhes, de todos os tamanhos e formas, de todas as áreas e serviços, de todos os recursos e despesas, de todos os aspectos de mercado e de pessoas, que envolverão ou serão envolvidas por e para seu evento (MARTIN, 2003. p. 80).

Com a equipe pronta, foram realizadas várias reuniões, quase que diárias, devido ao pouco tempo para a produção. Este processo é de grande responsabilidade e envolve um planejamento e uma logística minuciosos. “A produção cuida da captação dos recursos, do custo, do planejamento logístico e do retorno do investimento aplicado, controlando sua distribuição e exibição” (RODRIGUES, 2002, p. 68).

Para se fazer um evento de sucesso, esse sonho deve ser concretizado com a identificação de uma ou várias necessidades e/ou oportunidades encontradas em um ou mais segmentos. Para isso, após essas constatações, devem-se identificar com clareza e acuidade quais objetivos e resultados o evento buscará alcançar (MARTIN, 2003. p. 74).

Como essa foi à segunda edição do evento, e a primeira não trouxe grandes retornos, o “Café com Nic” 2011.2 foi muito bem organizado e planejado, pensado passo a passo, desde a identidade visual até o dia do evento, trazendo grandes resultados (a Agência Experimental do NIC teve recorde de inscrições para o processo seletivo, assim como as outras células do NIC).

5. DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

5.1. Contato com os Convidados



Para receber os alunos calouros e explicar o que é o NIC foram convidados, a diretora do Centro de Ciências Humanas – CCH, Erolde Honório, os coordenadores dos cursos de Publicidade e Propaganda e Jornalismo, Carlos Eduardo Bittencourt e Wagner Borges, além dos coordenadores de cada célula do NIC (Agência – Alberto Gadanha, Central de Rádio – Alessandra Oliveira e Adriana Santiago, Central de Fotografia – Jari Vieira, Labjor – Alejandro Sepúlveda, G1000 – Lizie Sancho e WEBTV – Glauber Filho). Todos foram muito receptivos.

5.2. Local

O local escolhido para o evento “Café com Nic” foi o teatro Celina Queiroz, pois este deveria ser bonito, aconchegante, confortável e ter capacidade de, aproximadamente, 300 pessoas, e o teatro tem tudo isso, além de oferecer uma estrutura adequada para eventos, com materiais disponíveis. A reserva foi feita pela equipe de produção com muito tempo de antecedência, o que facilitou a reserva para ensaios.

O local escolhido deve ter capacidade e infraestrutura básica, mínima e adequada, para o evento proposto. Deve ser compatível com a capacidade total de participantes prevista e adequada e proporcionar conforto e perfeita acomodação de todos os participantes, bem como a correta realização de todas as atividades idealizadas. Sua escolha deve levar em conta o propósito e as necessidades físicas do evento, buscando a perfeita sintonia com os objetivos gerais e específicos (MARTIN, 2003, p. 84).

Todo o material (microfones, telão, projetor, luzes) utilizado no dia do evento foi reservado e testado com antecedência, para que não houvesse erros no dia do evento. Além disso, o material reservado a parte foi disponibilizado no local no dia anterior (questão de organização), para que não faltasse nada no dia do evento.

5.3. Busca de Apoiadores Culturais



Nesta edição, assim como na anterior, contamos com o apoio da empresa Montmartre, uma vez que era de grande interesse para a empresa aliar-se a um evento acadêmico, pois se tratava de uma oportunidade para uma divulgação da empresa pelo fato de seus públicos alvos serem bastante semelhantes. A Montmartre doou petas que foram distribuídas no final do evento junto com café, para fazer jus ao nome “Café com Nic”.

5.4. Divulgação

A equipe realizou um plano de divulgação composto por: cartazes (distribuídos pelos blocos da Universidade de Fortaleza - Unifor), mídias sociais (blog e Facebook) e *emails*. A confecção das peças foi feita pela Agência Experimental do NIC, assim como a própria divulgação, contando com o apoio das demais células do Núcleo Integrado de Comunicação.

Foi explorada a ideia de os alunos sentarem para tomar um café com o NIC, uma forma amigável de convidar os alunos para conhecer o núcleo, mostrando que eles podem ficar a vontade e fazer o quando de perguntas quiserem. É uma forma de interação de todos, desde a diretora do Centro de Ciências Humanas – CCH até o aluno calouro.

Como o “Café com o Nic” é destinado apenas para os alunos da Universidade de Fortaleza, preferencialmente, os de Publicidade e Propaganda e Jornalismo, o evento foi divulgado apenas nos blocos dos cursos de Comunicação Social. Além dos meios de comunicação falados anteriormente, os professores destes cursos lembraram os alunos do evento.

5.5. O Evento

Em frente ao teatro Celina Queiroz, uma equipe ficou responsável por coletar assinaturas dos alunos para uma posterior entrega de certificados. Enquanto isso, os alunos que já haviam assinado a lista de frequência, eram recepcionados por uma lista de músicas selecionadas pela Central de Rádio, ao mesmo tempo em que recebiam um kit de materiais,



como a revista A Ponte e o jornal Sob Pressão (produtos gráficos do Labjor) e folders institucionais.

O evento começou com as boas vindas aos alunos pelos dois apresentadores (Aretha Karen e Acauan Sanders), logo após eles chamaram ao palco a diretora do CCH, Erotilde Honório, que recepcionou os alunos calouros, subindo ao palco fazendo uma performance. Logo após, os coordenadores dos cursos de Comunicação Social, Carlos Eduardo Bittencourt e Wagner Borges juntaram-se à diretora para falar sobre o NIC.

Posteriormente, cada célula do NIC (professor orientador junto com seus estagiários – sêniores e voluntários), uma de cada vez, foi convidada a subir ao palco e mostrar seus trabalhos e projetos, o que movimentou bastante a plateia, além de comunicar que as inscrições para o processo seletivo estavam abertas. Logo após teve um momento para perguntas.

Ao final do evento, os alunos surpreenderam-se com uma mesa posta em frente ao teatro com café e peta a vontade. Foi um momento de desconpressão, onde todos comentaram sobre o evento, aproveitando para se inscreverem (através do preenchimento de uma ficha de inscrição) no processo seletivo de cada célula do Núcleo Integrado de Comunicação – Nic.

6. CONSIDERAÇÕES

O “Café com Nic” foi um sucesso. O teatro Celina Queiroz ficou lotado, mais de 300 pessoas participaram e contribuíram com o evento. A seleção de cada célula do NIC teve recorde de inscritos. Este evento tornou-se o mais esperado a cada semestre pelos alunos de Comunicação Social da Unifor – Universidade de Fortaleza.

Este evento proporcionou para os estagiários do NIC uma experiência de trabalho em equipe, mostrando que quando se está determinado a fazer algo, acontece e acontece da melhor forma. Esses alunos receberam um certificado de participação e produção do evento, o que conta para aproveitamento de cadeiras na Universidade (Atividades Práticas, Atividades



Complementares I e Atividades Complementares II) e como material para o currículo ou portfólio.

7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

RODRIGUES, Chris. **O Cinema e a Produção**. Cap. IV. A Produção e a Direção. 1.ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2002.

MARTINS, Zeca. **Propaganda é isso aí!**. Cap. 7. Produção Eletrônica. 1. ed. São Paulo: Editora Futura, 1999.

MARTIN, Vanessa. **Manual Prático de Eventos**. Cap. 3. Planejamento e Organização. 1. ed. São Paulo: Editora Atlas S.A., 2003.



8. ANEXO



Coordenadora do Centro de Ciências Humanas – CCH, Erotilde Honório, em direção ao palco.



Público do “Café com Nic”, no teatro Celina Queiroz.



Erotilde Honório e os coordenadores dos cursos de Comunicação Social, Carlos Bittencourt e Wagner Borges.



Coordenadores Alberto Gadanha, Alessandra Oliveira, Adriana Santiago, Alejandro Sepúlveda e Lizie Sancho.

