

# Evento como Veículo de Comunicação Dirigida Aproximativo

---

*Waldir Ferreira<sup>1</sup>*

**RESUMO:** Trata do Evento como veículo de comunicação dirigida aproximativo. Conceitua os principais tipos de evento, como congresso, workshop etc., ressaltando que a eficácia do evento relaciona-se ao uso adequado de um sistema eficiente de comunicação.

**PALAVRAS-CHAVE:** Evento; comunicação dirigida; tipos; conceitos.

*ABSTRACT: This article analyses the event as a gathering and manageable media. It conceptualize the principal types of events such as congress, workshop etc., emphasizing that the efficacy of the event is related to the appropriate use of an efficient*

**KEY WORDS:** *Event; manageable media; types; conceptions.*

## Comunicação Dirigida

Comunicação, em síntese, é o processo de transferir uma informação selecionada (mensagem) de uma fonte de informação a um destinatário, ou seja, transferir significados. Pode-se dizer que “comunicação dirigida é o processo que tem por finalidade transmitir ou conduzir informações para estabelecer comunicação limitada, orientada e freqüente com determinado número de pessoas homogêneas e identificadas”.

À comunicação dirigida cabe a elaboração da mensagem eficiente, eficaz e apta a produzir os efeitos desejados no público receptor. Evidentemente, sob esse

---

1. Bacharel em Relações Públicas. Mestre em Ciências da Comunicação e Doutor em Artes pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. Professor de “Técnicas de Comunicação Dirigida”, “Técnicas de Relações Públicas e Eventos” e “Comunicação Dirigida e Desenvolvimento Gerencial”.

End. para corresp.: Universidade de São Paulo – Escola de Comunicações e Artes. Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo. Av. Prof. Lúcio Martins Rodrigues, 443 – Bloco B – 05508-900 – São Paulo – SP – Brasil. Fax: (011) 818-4331 – E-mail: waldir@usp.br.

enfoque, enquadram-se todos os requisitos e elementos essenciais que integram e caracterizam a comunicação dirigida. A fonte produtora da mensagem é o órgão, o setor, o profissional, enfim, “o evento”; o receptor é o público que se pretende constituir e estimular por meio do “veículo” escolhido.

Essa mensagem, bem planejada e estruturada, e a escolha adequada do tipo de veículo proporcionará um “feedback” mais rápido, que, por sua vez, permite uma análise imediata dos efeitos produzidos. Esse aspecto representa uma das grandes vantagens oferecidas pela comunicação dirigida em detrimento da comunicação de massa. Sem cogitar do exame conceitual de “massa”, é oportuno lembrar que o primeiro passo para o sucesso de um evento é caracterizado pela determinação dos grupos e identificação dos públicos. E, nessas condições, a comunicação dirigida dispõe de mecanismos mais aptos, mais diretos e mais econômicos para alcançar os públicos identificados.

Os veículos de comunicação dirigida são instrumentos através dos quais a mensagem é transmitida com a finalidade de atingir o “público” receptor.

Todo esse instrumental resume-se em veículos escritos, orais, *aproximativos* e auxiliares.

Entende-se por veículos aproximativos aqueles que permitem qualquer aproximação física entre o público-alvo e a instituição, destacando-se, entre outros o EVENTO.

Em que pese a despreocupação deste trabalho em classificar os diferentes tipos de eventos, ou entrar no mérito da natureza e conteúdo das expressões utilizadas, é conveniente destacar a sua validade, na medida em que possa corresponder às expectativas de quem planeja e coordena a execução.

## Eventos

Os eventos sempre ocorrem em determinado tempo e lugar e podem ser culturais, esportivos, musicais, de lançamento de produto ou serviço, inaugurações, comemorações, datas cívicas e outros. Destacam-se:

- *Congresso*: tipo de evento em que se discute temas diversos de uma mesma área de conhecimento, organizado por entidade setorial, de classe ou associação: congresso de dentistas, de agentes de viagens, de hoteleiros, de estudantes de turismo etc. O congresso funciona e se desenvolve por meio de vários tipos de reuniões: painel, mesa redonda, conferência, cursos e outros. As conclusões ou recomendações de um congresso são sempre submetidas à apreciação e decisão em uma sessão chamada de plenária ou assembléia.
- *Convenção*: tipo de evento em que se discute tema específico, podendo, eventualmente, tratar de assunto correlato. É organizado por entidades empresariais ou políticas, e se destina ao público interno da organização com o objetivo de treinamento, informação, troca de experiência, integração, principalmente, motivação. A convenção se desenvolve

com diferentes tipos de reuniões e com diferentes modalidades de lazer como: shows, campeonatos, atividades turísticas etc. A convenção de uma entidade política geralmente tem suas conclusões submetidas à aprovação, o que não ocorre nas entidades empresariais. As conclusões nas organizações empresariais estão vinculadas à motivação para atendimento das metas preestabelecidas. Tipos de convenção: de vendas, lançamento de produtos ou serviços, promoção de vendas, lançamento de candidaturas etc.

- *Feira - Exposição - Mostra*: tipos de eventos que objetivam a exibição pública de produtos ou serviços em que normalmente se destinam a um público determinado ou parte deste. A feira, exposição ou mostra pode ser de caráter comercial, cultural, artístico, esportivo, técnico, científico etc. Os objetivos da *feira* são a divulgação, o lançamento de novos produtos ou serviços, relações com os concorrentes, atendimento de clientes reais e potenciais, criação de conceito e imagem favoráveis, comparação com os concorrentes, vaidade na participação e, naturalmente, a venda direta ou indireta do que está sendo exibido em seus diferentes estandes, tanto para o mercado interno como para o internacional. A única diferença da feira para a *exposição e mostra* é que nestas, o que está sendo exposto ou mostrado pode ou não estar à venda e pode ser itinerante, ou seja, é a “ida” da organização e de seus produtos e/ou serviços até o público-alvo.
- *Festival*: tipo de evento normalmente artístico, com apresentações inéditas, ou não, previamente selecionadas, com o objetivo de competição, divulgação ou promoção comercial, nem sempre com periodicidade. Por exemplo, o festival de música popular, de jazz, de cinema, teatro e outros.
- *Visita*: tipo de evento para reduzido número de pessoas, com duração que não deve ultrapassar a duas horas, e que tem como objetivo um contato pessoal e direto com a “vinda” à instituição de seus diferentes públicos para apresentação de seus produtos, serviços ou instalações, ou parte destes, conforme o interesse de quem convida ou é convidado. A visita é, por excelência, um evento de comunicação dirigida aproximativa. O contato com o público pode partir por iniciativa da organização ou por solicitação dos interessados.
- *Workshop*: tipo de evento em que se reúnem profissionais para facilitar a elaboração e difusão de trabalhos comuns, ou para comercialização de produtos ou serviços.
- *Bolsa de Contratação*: tipo de evento para fomentar o contato profissional em que são selecionadas a oferta e a demanda desses profissionais. O objetivo da Bolsa é facilitar a criação de um vínculo profissional que estimule contratações ou estágios.
- *Fórum*: tipo de evento em que se espera o envolvimento de um grande número de participantes para discussão e debate de idéias e opiniões, normalmente de assuntos sociais, visando a sensibilizar a opinião pública.

- *Seminário*: tipo de evento em que se reúnem pessoas com conhecimento prévio de assunto preestabelecido. O seminário é apresentado por um participante que expõe seu ponto de vista baseado em pesquisa realizada, para posterior discussão pelo grupo. O coordenador dos trabalhos encaminha a discussão e submete as conclusões ou recomendações à aprovação dos participantes.
- *Simpósio*: tipo de evento para apresentação de tema complexo, de grande interesse, geralmente científico, apresentado por especialistas para intercâmbio de experiências e informações. O simpósio é coordenado por um moderador que seleciona as questões suscitadas pela platéia.
- *Curso*: tipo de evento para um público homogêneo, previamente selecionado, designado ou inscrito. Destina-se ao aprendizado de determinado assunto, exposto por professor e/ou especialista, por meio de aulas, palestras e demais tipos de reunião. Geralmente é emitido um certificado de participação, podendo ou não haver avaliação dos conhecimentos adquiridos.
- *Assembléia*: tipo de reunião deliberativa com membros de uma mesma entidade, com a característica de submeter a apreciação e votação a matéria em debate.
- *Mesa-Redonda*: tipo de reunião com a característica de discussão de tema controverso, com a presença de um moderador e de número par de membros para a exposição do assunto, sendo que a metade desse número é favorável ao tema discutido e a outra metade é contrária. A rigor, não é comum a participação da platéia nos debates. Entretanto, os objetivos e finalidades de quem organiza a mesa-redonda vão determinar a participação da platéia ou de convidados especiais.
- *Painel*: tipo de reunião para apresentação de um tema, normalmente dividido entre três ou mais expositores, que não debatem entre si, mas apresentam um panorama sobre o assunto. A platéia pode fazer perguntas dirigidas a qualquer membro do painel. Um moderador apresenta os oradores, dirige os trabalhos e encaminha as perguntas. Como exemplo, pode-se apresentar um painel sobre “Comunicação Dirigida” em que:
  - um orador principal discorre, durante vinte minutos, sobre “A importância da Comunicação Dirigida para o Turismo”,
  - um “painelista” discorre sobre “Veículos Escritos”, outro sobre “Veículos Oraís”, outro sobre “Veículos Aproximativos” e outro sobre “Veículos Auxiliares”, com duração de dez minutos para cada um.

### Considerações Finais

Em síntese, resumiam-se conceitos que nem sempre se compatibilizam com a opinião de outros autores. Esses conceitos refletem a experiência e aplicação prática do cotidiano.

A organização de eventos compreende o desempenho de funções as mais variadas, distribuídas a pessoal técnico e especializado. A responsabilidade de todo desenvolvimento do processo de execução está inteiramente concentrado nas mãos do coordenador, que, para alcançar os objetivos últimos do seu trabalho, necessariamente, cumpre realizar e promover a harmonia e interdependência dos especialistas, considerados individualmente ou em conjunto.

Quaisquer que sejam essas funções específicas, ao coordenador compete a supervisão geral e a adaptação, umas às outras, das diferentes atividades que compõem o evento e a comunicação dirigida.

Nessa linha de pensamento, a comunicação dirigida se apresenta visível e incontestável na ida e volta das informações, como o mecanismo ou instrumental a ser acionado, para estabelecer e manter compreensão mútua entre os interessados: de um lado, o público-alvo e de outro, os organizadores do evento.

Com estas observações, pode-se afirmar que a eficácia do “evento” está na dependência do uso adequado de um sistema eficiente de “comunicação”. De nada valeria o esforço dos responsáveis pelo evento, se a troca de informações estiver em desarmonia com a realidade dos fatos, idéias e opiniões.

*Recebido em 5/6/97*

*Aprovado em 25/6/97*