

O papel da comunicação e das tecnologias na criação de eventos de sucesso

 *Carolina Pereira Alves*

2201356@iscap.pt.ipp
ISCAP, Instituto Politécnico do Porto

P. PORTO
ISCAP

Revista Técnica de
Tendências em
Comunicação
Empresarial

Resumo

Atualmente, tem-se verificado transformações sociais que estão conexas às transformações tecnológicas das quais a sociedade se harmoniza para se desenvolver. O presente trabalho tem como objetivo a identificação e análise do papel da comunicação e das novas tecnologias na criação de eventos de sucesso, oferecendo uma visão envolvente relativamente à combinação destas duas áreas e do que estas podem proporcionar. Uma experiência única e atraente para o público, além de aumentar a participação e o alcance do evento. No entanto, é relevante que os organizadores saibam utilizar essas ferramentas de forma estratégica e planeada, para que os objetivos do evento sejam alcançados e a experiência do público seja positiva.

Palavras-chave: comunicação, eventos, redes sociais, tecnologia, organizadores de eventos.

Abstract

Currently, there have been social transformations that are connected to the technological transformations that society harmonizes with in order to develop and maintain itself. The present work aims to identify an analysis of the role of communication and new technologies in the creation of successful events, offering an engaging vision regarding the combination of communication and technologies and that these can provide a unique and attractive experience for the public, as well as increasing event participation and reach. However, it is important that organizers know how to use these tools in a strategic and planned way, so that the event's objectives are achieved, and the public's experience is positive.

Keywords: communication, events, social media, technology, event organizers.

A Influência da Comunicação

Para organizar um evento que cumpra as expectativas dos seus visitantes é necessário um planejamento prévio com várias etapas, todas elas estruturadas e organizadas. No entanto, vamos nos focar no modo como a comunicação e as tecnologias podem agregar valor para os eventos.

A comunicação e as tecnologias são ferramentas aliadas que possuem um papel fundamental na criação de eventos de sucesso. A comunicação eficaz é essencial para a gestão dos mesmos e atualmente com os avanços da tecnologia é possível que estes sejam presenciais, virtuais ou híbridos.

Primordialmente, a comunicação possui um papel crucial na forma como um evento é percebido e influenciado pelo público. Uma boa comunicação pode ajudar a aumentar o interesse e a participação do público, enquanto uma comunicação ineficaz pode prejudicar a imagem do evento e diminuir a sua conversão.

A forma como se comunica um evento é algo complexo e único. O conceito “evento” e toda a sua diversidade de significados e características é algo extenso e muito específico, variando assim de caso para caso, tornando-se ainda mais importante compreender a forma mais correta de comunicar em cada evento em particular. Além disso, é de extrema importância compreender o meio envolvente em que o evento se encontra inserido, como são aceites no mercado e principalmente o seu público-alvo, para que a comunicação seja ajustada e a mensagem transmitida e compreendida.

Um exemplo que comprova o efeito anteriormente mencionado é o comunicado do concerto dos Coldplay em Portugal (Mega Hits, 2021). Com a banda a anunciar, numa entrevista à BBC Radio 2, que os Coldplay irão deixar de fazer música em 2025 e posteriormente divulgarem a sua digressão “Music of the Spheres” com passagem garantida em Portugal. Este fenómeno causou uma intensa procura por parte do público com o desejo de ver a banda ainda antes de terminarem, por consequência as datas disponíveis esgotaram em menos de uma hora (SapoMag, 2022).

No entanto, considero ainda relevante interpretar o crescimento considerável e veloz do mundo tecnológico, o que permitiu aos eventos utilizá-los como forte alavanca no trabalho desenvolvido, permitindo novas formas de comunicar. Como em qualquer área atualmente, a tecnologia e comunicação digital são imprescindíveis, uma vez que se tem de conceder respostas aos desenvolvimentos do mercado e aos desafios e exigências cada vez maiores dos clientes.

Redes Sociais

Neste caso, temos as redes sociais, sendo estas, na minha opinião, um dos recursos com o maior nível de influência dentro das redes de comunicação atuais, estando inteiramente ligadas à forma como chegam aos mais diferentes públicos, ou mesmo a *targets* específicos.

Deste modo, é possível afirmar que “Reconhecendo essa tendência – e motivados pela rapidez, facilidade, abrangência, baixo custo e o alto nível de interatividade – empresas começaram a aderir a sites e aplicativos de redes sociais digitais, buscando aproximar-se de seus clientes, gerar vendas e lucro” (Comun. & Inf., Goiânia, 2017, p. 46-47).

Por conseguinte, examinemos algumas das diversas alternativas disponíveis de plataformas de comunicação digital:

- **Facebook:** um local digital de interação social, partilha de informação, com uma vasta lista de ferramentas e aplicações que permitem aos utilizadores comunicar e partilhar conteúdo com pessoas ao redor do mundo através da criação de perfis pessoais. Além disso, é uma plataforma de publicidade online popular para as empresas e marcas, permitindo que estas criem publicações segmentadas para atingir públicos específicos.
- **Instagram:** tal como o Facebook, esta plataforma em específico também é estruturada com o objetivo de partilhar fotografias e vídeos com diferentes pessoas. No entanto, o Instagram popularizou em todo mundo, tornando-se numa ferramenta extremamente importante para diferentes criadores de conteúdo.

Além disso, existem outras características relevantes sendo uma delas o uso de *hashtags*, que permitem que os seus utilizadores assinalem o seu conteúdo com palavras-chave relacionadas ao tema da publicação.

Recentemente, o Instagram também se transformou numa plataforma popular para influenciadores digitais e empresas que desejam promover a sua marca ou produto. Uma vez que possui recursos de publicidade online que permitem que as empresas criem anúncios segmentados para atingir públicos específicos.

- **LinkedIn:** distingue-se das restantes por corresponder a uma rede social profissional. A plataforma foi projetada para conectar profissionais em todo o mundo e permitir que eles construam e mantenham as suas redes de contactos.

O LinkedIn é também uma plataforma que oferece recursos pagos para empresas que desejam promover a sua marca e recrutar candidatos.

- **Twitter:** O Twitter é uma rede social de microblogs, do qual permite que os utilizadores enviem mensagens curtas, chamadas de *tweets*, com até 280 caracteres. É uma rede amplamente utilizada para partilhar notícias, opiniões e comentários sobre eventos atuais, bem como para se interligar com outras pessoas em todo o mundo. A plataforma é popular entre jornalistas, celebridades e políticos, que usam o Twitter para comunicar diretamente com seus seguidores e fãs.
- **Youtube:** é um aplicativo que possibilita que os seus utilizadores publiquem, assistam e compartilhem vídeos. Numa variedade de tópicos, incluindo entretenimento, educação, notícias, música e muito mais.

No entanto, considero essencial compreender a potencialidade destas ferramentas, todas elas utilizadas por empresas de eventos e profissionais da área, de forma estudada e com o principal objetivo de alcançar o maior retorno possível e o mais favorável, atingindo assim os objetivos inicialmente propostos.

Instagram Collabs

Segundo Nick Speakman, “O Instagram *Collabs* (colaborações) tem sido uma das atualizações de plataforma mais impactantes dos últimos anos”, uma vez que utilizando esta nova funcionalidade é possível verificar um aumento no número de contas alcançadas organicamente. Isso acontece porque um conteúdo que, normalmente, seria exibido apenas para os seguidores de uma conta, agora chega também aos seguidores das contas de todos os autores da publicação.

Por exemplo, podemos examinar o caso em específico do NOS Alive (2023) que em parceria com a NOS criaram uma dinâmica interessante para ambos os públicos, onde

recorreram à Inteligência Artificial, uma tecnologia emergente bastante promissora, para interpretar em imagens as músicas no NOS'Alive 2023. O resultado foi extraordinário, com imagens realmente impressionantes, obtendo um impacto também positivo por parte dos seguidores.

No meu ponto de vista, esta nova funcionalidade do Instagram tem um impacto muito benéfico, do qual se pode verificar algumas vantagens:

- **Aumento da visibilidade:** quando existe a colaboração entre duas ou mais marcas numa publicação, estas podem alcançar um público maior. Uma vez que estas publicações colaborativas são exibidas nos *feeds* de seguidores de ambas as marcas.
- **Reforço da credibilidade:** se uma marca respeitada está disposta a trabalhar com outra, isso pode sugerir aos seguidores que essa mesma marca também é confiável e de qualidade, aumentando assim a perceção de credibilidade da organização entre os utilizadores.
- **Aumento do alcance:** as parcerias entre marcas podem gerar conteúdo interessante e atraente para seguidores, desta forma verifica-se um aumento de gostos, comentários e partilhas nas publicações.

Posto isto, torna-se imprescindível a presença nas redes sociais dado que atualmente estas influenciam diretamente o trabalho desenvolvido, e a não utilização das mesmas poderá levar à deficiência da comunicação, não sendo esta tão forte, eficaz e a informação não chegará ao público desejado.

Formas de Comunicar

Um outro aspeto do qual considero importante a ser destacado na comunicação digital nos eventos são os *websites*. Os *websites* pertencem a plataformas digitais que detêm como características a sua natureza incomparável e indispensável, uma vez que é o ponto de partida para muitos organizadores de eventos no que diz respeito ao relacionamento e interação entre os consumidores e marcas.

Consequentemente, analisando a área dos eventos, é imprescindível que qualquer profissional deste domínio possua especial atenção na forma como comunica e na imagem que deseja transmitir no seu *website* ou na página online do evento e toda a comunicação existente.

É então neste campo que existe um variado leque de métodos e estratégias fundamentais, desde a comunicação verbal e não-verbal, até à comunicação online e visual, estes são alguns dos exemplos possíveis de técnicas à disposição para transmitir a mensagem desejada e interagir com os participantes.

Além da comunicação digital, também existem outros métodos essenciais de comunicação que devem de ser utilizados em eventos, estes são:

- **Comunicação verbal:** a forma mais comum de comunicação em eventos e envolve o uso da fala para transmitir informações, ideias e mensagens.
- **Comunicação não verbal:** Envolve o uso de gestos, expressões faciais, postura e outros elementos não verbais para transmitir mensagens, muitas vezes de forma inconsciente.
- **Comunicação interpessoal:** Envolve a interação direta entre as pessoas, seja em conversas individuais ou em grupos, e pode ser usada para transmitir informações, criar relacionamentos e gerar engajamento.
- **Comunicação visual:** implica a utilização de elementos visuais, como gráficos, imagens, vídeos e apresentações de slides, de forma a comunicar informações de forma mais clara e impactante.
- **Comunicação escrita:** também bastante frequente a sua utilização em eventos, principalmente para demonstrar informações mais detalhadas, como programação, instruções e regras.

Para finalizar, considero que as redes sociais são das principais ferramentas utilizadas por profissionais da área de comunicação digital nos eventos, devido à sua facilidade e eficiência na transmissão de mensagens para o público mais assertado. Através dos meios disponíveis, anteriormente referidos, e ideias criativas é possível alcançar algo que seja atrativo para o público-alvo, enquanto é alcançado os objetivos traçados no planeamento estratégico do evento.

A comunicação em eventos é um dos pilares que transforma o trabalho em sucesso, afinal, uma experiência repleta de interação com os participantes, agrega muito valor ao desenvolvimento do conteúdo.

Tecnologia

Complementarmente, as ferramentas estratégicas que o avanço tecnológico permitiu para a organização de eventos, tem como principal objetivo oferecer ainda mais agilidade e eficácia em todas as etapas que envolvem a realização de um evento.

No momento atual, com a hipótese de automatizar tarefas e novas funcionalidades como a venda de bilhetes online, beneficiam como a prova viva da revolução provocada pela tecnologia nas plataformas para organização de eventos.

No passado, para obter um bilhete era necessário definir pontos de venda e deslocar-se até ao local em específico. Atualmente, com a automatização de tarefas e novas funcionalidades, como a venda de bilhetes online, a possibilidade de alcançar um maior número de interessados de uma maneira rápida, foi sem dúvida uma revolução provocada pela tecnologia nas plataformas para organização de eventos.

Os dados referentes à inscrição ou compra de ingressos são recolhidos no preciso momento do registo. Este tipo de agilidade auxilia também para aperfeiçoar a comunicação do eventos. Deste modo, os inscritos podem ser notificados a cada ação que executem na plataforma ou sobre informações relevantes dos eventos. Uma vantagem importante na compra antecipada de bilhetes é como o organizadores de eventos tem a capacidade de medir com mais aperfeiçoamento o impacto dos eventos e corrigir supostas eventualidades negativas.

Um caso de estudo relevante nesta área é o Modtissimo, uma feira profissional de moda que expõe têxteis portugueses e fornecedores locais de produção, e através das novas tecnologias conseguiu aumentar a sua produtividade.

Segundo a Last2Ticket, empresa de software de organização de eventos, arranhou uma solução perante o desafio relativo ao sistema de registo do evento do qual se encontrava desatualizado.

De forma eficiente e aperfeiçoada, foi criado um software com o objetivo de criar formulários de registos personalizados. Além disso, foi utilizada uma ferramenta de convites do qual todas as informações são armazenadas e são criados relatórios em tempo real. O credenciamento do eventos também foi aperfeiçoado através de uma ferramenta que permite em poucos segundos a impressão de crachás e o rastreamento dos participantes inscritos.

Através deste exemplo real, consegue-se verificar o impacto que este tipo de tecnologia possui sobre o mundo dos eventos, e neste caso em específico, o Modtissimo conseguiu se reinventar e se atualizar. Deste modo, foi capaz de agilizar o processo de gestão, economizando tempo e eliminado erros. Além do mais, a experiência, tanto para a equipa administrativa como para os participantes, foi muito mais agradável e organizada, “os dados de check-in em tempo real são essências para gerir o evento durante os dias da exibição.”, (Manuel Serrão, Modtissimo CEO).

Considerações Finais

Com o avanço das tecnologias de comunicação, como a internet e as redes sociais, a forma como nos comunicamos e nos relacionamos uns com os outros mudou drasticamente.

Essas tecnologias têm um impacto significativo nos eventos, pois permitem que as informações sejam transmitidas em tempo real para um público global, independentemente da localização geográfica. As redes sociais e aplicativos de mensagens permitem que os participantes compartilhem informações, fotos e vídeos dos eventos instantaneamente, o que pode ajudar a aumentar o alcance e a visibilidade do evento. Além disso, as tecnologias também têm permitido que os eventos sejam mais interativos e personalizados.

Para finalizar, a comunicação e as tecnologias têm uma influência significativa nos eventos, permitindo que sejam mais acessíveis, interativos e personalizados. No entanto, é importante encontrar um equilíbrio entre o uso dessas tecnologias e a necessidade de uma experiência real e autêntica durante os eventos.

Referências

COLDPLAY ANUNCIAM QUANDO VÃO PARAR DE FAZER MÚSICA. (23 de dezembro de 2021). Obtido de Mega Hits: <https://megahits.sapo.pt/mega-news/8502/coldplay-anunciam-quando-vao-parar-de-fazer-musica>

Last2Ticket. (s.d.). MODTISSIMO: Como uma feira profissional aumentou a produtividade. Obtido de Last2Ticket: <https://hello.last2ticket.com/pt/case>

NOS [@nosportugal]. (2023, março 6). E os fãs, o que acham? A Inteligência Artificial conseguiu captar a essência das músicas?. Instagram. <https://www.instagram.com/p/CpdFAKBPOPO/>

Silva Barreto, L. K., Neto, A. R. V., de Vasconcelos, F. S., & da Silva Costa, R. P. (2017). Startups e o consumo de comunicação: possibilidades por variáveis de influência em redes sociais digitais. *Comunicação & Informação*, 20(2), 45-58.

Speakman, N. (2023). Instagram "Collabs" have been one of the most impactful platform updates of recent years. . Obtido de LinkedIn: <https://www.linkedin.com/feed/update/urn:li:activity:7037431636174495744/>

T.D. (25 de Agosto de 2022). Bilhetes para o concerto dos Coldplay em Coimbra esgotam em menos de uma hora mas há mais uma data confirmada. Obtido de SapoMag: <https://mag.sapo.pt/showbiz/artigos/bilhetes-para-o-concerto-dos-coldplay-em-coimbra-esgotam-em-menos-de-uma-hora-mas-ha-mais-uma-data-confirmada>