

# VIII SEMANA UNIVERSITÁRIA DA URCA

## XXVI Semana de Iniciação Científica da URCA

04 a 09 de dezembro de 2023

Tema: "INTERIORIZAÇÃO DA CIÊNCIA E REDUÇÃO DE ASSIMETRIAS: O PAPEL DOS PIBIC'S COMO EXPERIÊNCIA DE ARTICULAÇÃO DA PESQUISA NA GRADUAÇÃO E NA PÓS GRADUAÇÃO"



### O USO DA COMUNICAÇÃO INTEGRADA EM EQUIPAMENTOS E SERVIÇOS TURÍSTICOS DO CARIRI CEARENSE

Bianca Dié Abreu<sup>1</sup>, José Idalécio Furtado Calixta<sup>2</sup>, Renata Agostinho Guedes<sup>3</sup>, João André da Silva Alcantara<sup>4</sup>

**Resumo:** o trabalho dá conta dos resultados da segunda etapa do Projeto de Iniciação científica "CETUCE – Segunda fase de mapeamento de órgãos e desenvolvimento de comunicação estratégica para serviços de turismo na região do Cariri", com as atividades já realizadas em Barbalha no ano de 2022, e as mais recentes, em Juazeiro do Norte. Foram visitadas cinco instituições: três no centro da cidade (Centro Cultural Mestre Noza, Escola de Saberes de Juazeiro do Norte e Museu Casa do Padre Cícero) e duas localizadas nos bairros Salgadinho e Horto (O complexo do Mirante do Horto e o Horto em si). A partir de estratégias de comunicação integrada e pela aplicação de entrevistas semiestruturadas, os pesquisadores averiguaram os serviços turísticos, descreveram etapas concluídas e os resultados alcançados parcialmente.

**Palavras-chave:** Comunicação Integrada. Marketing. Turismo Regional.

#### 1. Introdução

O projeto "CETUCE - Mapeamento de Órgãos e Desenvolvimento dos Meios de Comunicação Estratégica para Otimização dos Serviços de Turismo na Região do Cariri cearense" surgiu no ano de 2022, após o nascimento do curso de graduação, Tecnologia em Gestão de Turismo, da Universidade Regional do Cariri – URCA, com inauguração no mês de abril daquele mesmo ano, com campus sediado na cidade de Barbalha.

O estabelecimento do curso de turismo trouxe novas oportunidades para a região do Cariri cearense. Considerando que o intuito principal do curso é a formação e/ ou capacitação de profissionais da área, nele existem disciplinas alinhadas para propiciar essa formação, como: empreendedorismo, inovação e gestão; gestão de pessoas; produção e gestão de eventos; fundamentos de marketing; etc. além dessas, existe ainda a disciplina de mídia, comunicação e oratória onde nós, integrantes deste projeto, pudemos nos aprofundar com ênfase na comunicação por meio do "CETUCE". Nesse sentido, a comunicação se espraia para além da sala de aula.

---

1 Universidade Regional do Cariri, email: bianca.abreu@urca.br.

2 Universidade Regional do Cariri, email: jose.idalecio@ufca.br.

3 Universidade Regional do Cariri, email: renata.guedes@urca.br.

4 Universidade Regional do Cariri, email: joao.alcantara@urca.br.

# VIII SEMANA UNIVERSITÁRIA DA URCA

## XXVI Semana de Iniciação Científica da URCA

04 a 09 de dezembro de 2023

Tema: "INTERIORIZAÇÃO DA CIÊNCIA E REDUÇÃO DE ASSIMETRIAS: O PAPEL DOS PIBIC'S COMO EXPERIÊNCIA DE ARTICULAÇÃO DA PESQUISA NA GRADUAÇÃO E NA PÓS GRADUAÇÃO"



Se comunicar é promover significações, a intencionalidade das manifestações comunicativas não podem e não devem estar descoladas dos objetivos globais das organizações e do quadro sociocultural de seus públicos-alvo e dos canais que lhe servem de acesso (pontos de contato). (Galindo, 2009, p. 200).

### 2. Objetivo

A finalidade do projeto desenvolvido pelo "CETUCE" consiste em realizar uma análise aprofundada da comunicação integrada e de marketing junto aos equipamentos e serviços de turismo dentro da região do Cariri cearense. O projeto foi originalmente dividido em três cidades: Barbalha, Juazeiro do Norte e Crato. Inicialmente, as atividades do projeto se deram nos equipamentos da cidade de Barbalha, e em seguida nos equipamentos da cidade de Juazeiro do Norte. O objetivo do trabalho é apresentar o panorama parcial das ações desenvolvidas e resultados colhidos.

### 3. Metodologia

Com base na literatura de Kotler & Keller (2018), Kunsh (2003), Galindo (2009) e Tineu & Frago (2009), decidimos realizar entrevistas semiestruturadas utilizando um formulário específico em todas as organizações e/ou equipamentos. O formulário contém as seguintes questões que são obrigatoriamente aplicadas, para fins de comparação:

Que tipo de serviço é ofertado? 2. Quantas pessoas participam da organização? 3. Quem financia a organização? 4. Como os membros mantêm a comunicação entre si? 5. Possuem um núcleo de comunicação? 6. Caso positivo, quantos membros o integram? 7. O núcleo de comunicação se articula com outros núcleos da organização? 8. Se não possuem núcleo de comunicação, há alguma razão específica. 9. A organização realiza alguma pesquisa de satisfação com os seus funcionários e/ou públicos-alvo? 10. Por quais canais a organização se promove ao público externo? 11. Os canais são alimentados com que frequência? 12. A organização paga por propaganda? 13. A organização propõe matérias para a imprensa local e regional sobre as suas ações? 14. Há realização de eventos para a comunidade em geral e para os públicos-alvo na agenda da organização? 15. Caso positivo, há alguma periodicidade para realização desses eventos? 16. A organização realiza atividades em específico para a comunidade local? 17. Há algum compromisso efetivo ou política da organização para a empregabilidade local?

# VIII SEMANA UNIVERSITÁRIA DA URCA

## XXVI Semana de Iniciação Científica da URCA

04 a 09 de dezembro de 2023

Tema: "INTERIORIZAÇÃO DA CIÊNCIA E REDUÇÃO DE ASSIMETRIAS: O PAPEL DOS PIBIC'S COMO EXPERIÊNCIA DE ARTICULAÇÃO DA PESQUISA NA GRADUAÇÃO E NA PÓS GRADUAÇÃO"



18. De que maneira a população se comunica diretamente com a organização? 19. A organização tem um protocolo de recepção aos visitantes? 20. Há algum logotipo de identificação da instituição? 21. Os membros utilizam algum tipo de uniforme ou identificação da organização? 22. A instituição tem estratégias claras para a fidelização dos visitantes? 23. Como a organização enxerga sua missão com a região do cariri?

Dessa forma, através deste questionário, pudemos analisar a comunicação das instituições com os seus stakeholders, tanto com seu público interno (estrutura organizacional) quanto com seu público externo (potenciais turistas, comunidade local etc.) assim, podendo aprimorar a comunicação interna e identificando estratégias para melhor divulgar os serviços oferecidos por essas instituições ao seu público, tendo um impacto direto e positivo no aperfeiçoamento dos seus serviços e no turismo da região do Cariri.

#### 4. Resultados

A primeira fase deste segundo ano de projeto consistiu na realização de reuniões online, via WhatsApp, onde foram debatidos alguns artigos de autores, como: Pimentel (2022), Steffens & Barth (2022), Mateus, Domínguez & Báez (2020). Logo após, seguimos para a complementação da pesquisa, seguido de reuniões onde foi discutido quais instituições iríamos empregar para dar continuidade da pesquisa e aplicação do questionário.

A segunda fase da pesquisa foi realizada em Juazeiro do Norte. Foram escolhidas cinco instituições, três no centro da cidade e duas localizada nos bairros Salgadinho e Horto, que fazem parte do Complexo do Horto.

Entre essas instituições foram escolhidos o Centro Mestre Noza, voltado ao turismo cultural e a manter a cultura do artesanato em Juazeiro. A Escola de Saberes, que é voltada ao turismo cultural e oferece diversos tipos de atividade para a sociedade. O museu do Padre Cícero no centro da cidade que é voltado ao turismo religioso e a recepção dos romeiros. O museu vivo do horto que também tem suas atividades voltadas ao turismo religioso, onde recebe uma grande quantidade de romeiros ao longo do ano. O teleférico, um dos novos equipamentos turísticos da cidade, é voltado ao turismo de lazer, dando acesso ao Horto; lá, também é possível participar de atividades voltadas para a sociedade e oferecidas pelos gestores do espaço.

Foi constatado que 100% das instituições possuem um núcleo de comunicação voltado para divulgação de suas atividades. Todas elas também possuem logotipo de identificação. O uso de fardamento, importante para identificação dos funcionários por parte dos visitantes, é averiguado em 80%

# VIII SEMANA UNIVERSITÁRIA DA URCA

## XXVI Semana de Iniciação Científica da URCA

04 a 09 de dezembro de 2023

Tema: "INTERIORIZAÇÃO DA CIÊNCIA E REDUÇÃO DE ASSIMETRIAS: O PAPEL DOS PIBIC'S COMO EXPERIÊNCIA DE ARTICULAÇÃO DA PESQUISA NA GRADUAÇÃO E NA PÓS GRADUAÇÃO"



dos casos. Nenhuma das instituições visitadas declarou pagar por ações de marketing ou propaganda em outros canais de comunicação tradicionais, como rádio e televisão, sendo as redes sociais o principal canal de acesso entre membros da organização e os públicos-alvo, bem como forma de comunicação permanente dos seus núcleos e colaboradores.

### 5. Conclusão

Na segunda fase de execução da pesquisa, nessa ocasião, em Juazeiro do Norte, foram obtidos dados relevantes sobre os equipamentos mais utilizados no Cariri cearense e a forma como as instituições e turistas exploram as riquezas de uma cultura rica na religiosidade e que possui figuras históricas para a cidade e região. A metodologia empregada, que incluiu entrevistas semiestruturadas e questionários, revelou informações sobre o uso da comunicação pelas instituições. Embora os resultados sejam recentes, indicam oportunidades de melhoria no uso da comunicação para transmitir as imagens desejadas pelas instituições e promover os serviços turísticos oferecidos pelos equipamentos e instituições mapeados.

### 6. Referências

BECKER, R.; FABRÍCIO; A. **Análise das Práticas de Responsabilidade Social Corporativa Sob a Perspectiva do Marketing Social**. [s.d]

GALINDO, D. **A Comunicação de Marketing e o seu caráter multidisciplinar**. Saraiva: São Paulo, 2009.

KOTLER, P. **Administração de Marketing: análise, planejamento, implementação e controle**. Atlas: São Paulo, 2016.

KUNSCH, M.; KROHLING, M. **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada**. Summus: São Paulo, 2003.

MATEUS, A. F.; CALDEVILLA-DOMÍNGUEZ, D.; BARRIENTOSBÁEZ, A. Redes sociais, comunicação digital e turismo. **Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologias de Informação**, n. E36, p. 577-595, 2020.

PIMENTEL, I. D. **Mapa da Comunicação Integrada: bússola para cenários complexos. O jornalismo na comunicação organizacional: tendências e desafios**, p. 79.

**VIII SEMANA UNIVERSITÁRIA DA URCA**  
**XXVI Semana de Iniciação Científica da URCA**

*04 a 09 de dezembro de 2023*

*Tema: "INTERIORIZAÇÃO DA CIÊNCIA E REDUÇÃO DE ASSIMETRIAS: O PAPEL DOS PIBIC'S COMO EXPERIÊNCIA DE ARTICULAÇÃO DA PESQUISA NA GRADUAÇÃO E NA PÓS GRADUAÇÃO"*



STEFFENS, N.; BARTH, M. Viajando através das redes: uso e influência das redes sociais no planejamento de viagens turísticas. **CULTUR** - v. 16, n. 01. 2022.