

Projeto de Comunicação para a Fundação Cidade de Ammaia

Hermelinda Carlos[†]

Cristina Dias ‡

Carla Santos ‡

Joaquim Vaz ‡

Maria Varadinov ‡

[†] Escola Superior de Tecnologia e Gestão, Instituto Politécnico de Portalegre, Portugal e
Coordenação Interdisciplinar para a Investigação e a Inovação (C3i).
hecarlos@estgp.pt

[‡] Instituto Politécnico de Portalegre, Centro de Matemática e Aplicações, Faculdade de
Ciências e Tecnologia, Universidade Nova de Lisboa, 2829-516 Caparica, Portugal.
cpsilvadias@gmail.com

[‡] Escola Superior de Tecnologia e Gestão, Instituto Politécnico de Beja, Portugal.
carla.santos@ipbeja.pt

[‡] Escola Superior de Tecnologia e Gestão, Instituto Politécnico de Portalegre, Portugal e
Coordenação Interdisciplinar para a Investigação e a Inovação (C3i).
jbvaz@estgp.pt

[‡] Escola Superior de Tecnologia e Gestão, Instituto Politécnico de Portalegre, Portugal e
Coordenação Interdisciplinar para a Investigação e a Inovação (C3i).
dinov@estgp.pt

Resumo

Este artigo pretende descrever as práticas pedagógicas que foram levadas a cabo por alunos do curso de Jornalismo e Comunicação – vertente de Comunicação Organizacional, Em estreita participação e sintonia com alunos e professores de outros cursos do Instituto Politécnico de Portalegre.. O trabalho foi desenvolvido no âmbito da unidade curricular de Oficina de Relações Públicas.

O objectivo principal desta “experiência” pedagógica visa apresentar um projecto de comunicação para a Fundação Cidade de Ammaia, que contempla as áreas do marketing, publicidade, comunicação e design, com um plano articulado de acções que visam relançar a marca “Ammaia” nos mercados turísticos nacional e internacional e consequentemente atrair um maior número de visitantes, angariar novos financiamentos e parcerias, e simultaneamente apostar na potencialização do espaço da Fundação Cidade de Ammaia para a concretização de eventos futuros.

As metodologias adoptadas visam o desenvolvimento de diversas atividades curriculares, bem como a aquisição de novas competências transversais, que potenciam a autonomia de atitudes de trabalhos, pensamento crítico, responsabilização e envolvimento dos alunos na apresentação de soluções, capazes de alcançar o sucesso do projecto.

Os resultados da avaliação das aprendizagens obtidos neste trabalho académico em contexto real, revelaram uma maior expressão da sua criatividade e confiança no conhecimento teórico, resultante do contacto com o objeto de estudo; permitiram o desenvolvimento da sua literacia de comunicação e design, bem como a construção de novos conhecimentos transversais e didáticos.

Palavras-Chave: Comunicação, Relações Públicas, Ammaia.

1 Contexto

As ruínas da Cidade de Ammaia são um vestígio do séc. I d.C existente na região do norte alentejano. Localizada em São Salvador de Aramenha, no concelho de Marvão, a antiga cidade subterrada possui uma área de aproximadamente 25 ha. Cidade imperial romana fundada no século I d.C. e habitada provavelmente até meados do século VI, como testemunham, o achado de uma moeda e uma epígrafe correspondentes a esse período. Segundo Carlos Fabião, arqueólogo da Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa, Ammaia seria “Pujante e planificada, podendo ter tido dois mil habitantes no seu período áureo”. No entanto a cidade romana terá sofrido os efeitos de um cataclismo no período entre os séculos V e IX, que terá soterrado a parte baixa da malha urbana, pertencendo assim a uma das poucas cidades do império que, por efeitos provavelmente naturais, ficou conservada e sobre a qual não se desenvolveram outras urbanizações ao longo da história.

Classificado como Monumento Nacional em 1949, o sítio permaneceu quase meio século imóvel. “Ficou a dormir, à maneira alentejana”, brinca um dos estudantes de Arqueologia. Não foi escavado, nem quase motivou trabalhos de investigação até 1994. As três primeiras campanhas rápidas, todas de 1994, foram promissoras. Rapidamente se percebeu que a cidade era muito mais ampla do que as expectativas. “Começámos por pensar que eram dez hectares”, lembra Joaquim Carvalho, que participou nos trabalhos inaugurais. “Hoje, a geofísica sugere que a área urbana se espalhava por 25 hectares e a envolvente deverá ter cerca de cem.” Aos poucos, porém, o fulgor inicial de escavação diminuiu. Houve entusiasmos e recuos. Em 1997, constituiu-se a Fundação Cidade de Ammaia, com um conselho de curadores de que fazem parte Carlos Melancia, o Município de Marvão, instituições de ensino superior entre outras individualidades, que têm vindo a esforçar-se para assegurar receitas mínimas para a sua sustentabilidade.

Através de um projeto (Radio-Past: www.radiopast.eu), financiado pela União Europeia, a cidade de Ammaia foi escolhida como ‘laboratório aberto’, no qual são levadas a cabo experiências inovadoras de integração que visam a conservação do património existente. Presentemente é possível fazer reconstituição da cidade de Ammaia, graças ao levantamento geofísico, através deste projeto.

Em 1997 foi constituída legamente por escritura a Fundação Cidade de Ammaia, cujos objetivos se centram na preservação e na conservação das ruínas existentes, consideradas “esquecidas” durante um longo período; bem como incentivar ações de ordem cultural, educativa e científica.

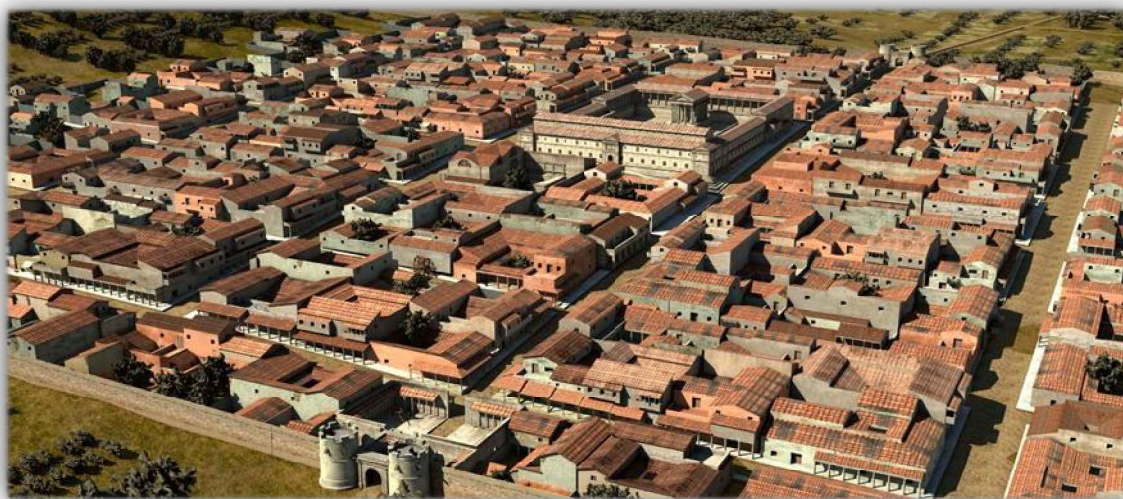


Figura 1: Ammaia renascida, baseado na evidência arqueológica que ainda está enterrada no subsolo.

2 Descrição da prática pedagógica

Este trabalho foi proposto pela professora Hermelinda Carlos no âmbito da unidade curricular de Oficina de Relações Públicas do curso de licenciatura de Jornalismo e Comunicação - vertente de Comunicação Organizacional do 3º ano. A professora convidou também colegas de duas das unidades orgânicas do Instituto Politécnico de Portalegre a participarem neste desafio. O tema proposto aos alunos da Uc de Oficina das Relações Públicas foi a realização de um Plano de Relações Públicas para a Fundação Cidade de Ammaia. Esta ideia surge devido à escassez de verbas da Instituição, para investir neste momento, num plano estratégico de comunicação.

O trabalho desenvolvido em sala de aula, in loco e em casa, pelos alunos desta UC, contemplava uma componente teórica e uma componente prática, nas quais foram abordados os seguintes pontos: caracterização do meio envolvente, Fundação Cidade de Ammaia, mercado, concorrentes, condições micro e macroeconómicas, análise de experiências anteriores, atividades passadas da organização, ambiente humano, imagem, política expressa, intenções, identificação dos objetivos de negócio e de comunicação, identificação dos públicos-alvo (identificação, classificação e caracterização), definição dos eixos de comunicação e as principais mensagens, definição das ações a desenvolver, escolha dos instrumentos e meios de Relações Públicas a utilizar, suportes e características, calendarização e orçamentação das ações, ação, acompanhamento e adaptação e valiação dos resultados do trabalho realizado.

Após o lançamento do desafio do tema em sala de aula, no início do semestre, foi disponibilizada a estrutura pretendida para o Plano de Relações Públicas, bem como programada uma visita de estudo à Fundação Cidade de Ammaia. Durante a visita de estudo, foram conhecidas as ruínas, o museu e o laboratório. Ainda no mesmo dia foi realizada uma reunião com o Presidente da Fundação e respetivos colaboradores e arqueólogos que esclareceram dúvidas aos alunos.

O trabalho que se seguiu foi desenvolvido em sala de aula. Foram formados grupos de trabalho, tendo cada grupo ficado responsável pelo desenvolvimento e aprofundamento de uma parte do Plano de Relações Públicas. Foi feita revisão bibliográfica e pesquisas online. Após o fecho de cada ponto foram feitas em sala de aula breves apresentações que sujeitas a críticas construtivas por parte de colegas e da professora.

Este método de trabalho foi-se aprofundando e intensificando até à versão final do plano de Relações Públicas. Esta prática pedagógica permitiu um maior envolvimento, motivação em relação ao objecto de estudo – um caso real e um reforço na aprendizagem por parte dos alunos, com o objetivo empenhado de apresentar soluções junto de uma instituição que necessita de visibilidade e projeção em especial junto do turista cultural e da comunidade científica nacional e internacional. A relação entre os grupos de trabalho assentou numa aprendizagem colaborativa e cooperativa. Essa motivação e envolvimento veio a confirmar-se com o documento final produzido e com a apresentação formal do Plano de Relações Públicas junto da Fundação.

2.1 Objetivos e público-alvo

O objectivo principal desta “experiência” pedagógica visa apresentar um projecto de comunicação à Fundação Cidade de Ammaia, que contemple especificamente na unidade curricular de Oficina de Relações Públicas a: Criação do roteiro “Caminhando pela história”, Criação de um guião turístico da Ammaia, Conceção da “Coleção Ammaia”, Criação dos outdoors da Ammaia, Desenvolvimento do ciclo anual de seminários “Romanizando a Lusitânia”, relançar a marca “Ammaia” nos mercados turísticos nacional e internacional e conseqüentemente atrair um maior número de visitantes; angariar novos financiamentos e parcerias, e simultaneamente apostar na potencialização do espaço da Fundação Cidade de Ammaia para a concretização de eventos futuros.

2.2 Metodologia

A participação de alunos do curso de Jornalismo e Comunicação – ramo Comunicação Empresarial ESECS/IPP teve início no âmbito da unidade curricular de Oficina de Relações Públicas (ORP), permitindo por em prática conhecimentos adquiridos na área da comunicação Comunicação e Relações Públicas, ligados à capacidade de compreender como se constroem relacionamentos no desenvolvimento de competências de comunicação, como via de obtenção de resultados, compreensão de estratégias de relacionamento que se podem construir com as diferentes tipologias de consumidores/turistas alvos e a sua adequação aos objectivos propostos.

2.3 Avaliação

Os resultados da avaliação das aprendizagens obtidos neste trabalho académico em contexto real, revelaram uma maior expressão da sua criatividade, motivação, confiança no conhecimento teórico, resultante do contacto com o objeto de estudo; permitiram o desenvolvimento da sua literacia de Comunicação e Relações Públicas, bem como a construção de novos conhecimentos transversais e didáticos.

Os resultados em termos de avaliação foram significativamente melhores comparados com as avaliações de anos lectivos anteriores, o que permite concluir que a prática pedagógica utilizada resultou em absoluto benefício para os alunos, pelo que se pretende dar continuidade do tema considerando que ainda muito existe para aprofundar e trabalhar em relação ao tema/objecto de estudo em questão.

3 Transferibilidade

Considerando a pretensão de partilha de distintas práticas pedagógicas bem sucedidas e tendo em atenção os excelentes resultados alcançados, inclusive a viabilidade de implementação do trabalho final, considera-se que esta metodologia poderá ser

transversal a outras unidades curriculares, outros cursos e a outras instituições de ensino superior.

4 Conclusões

Uma verdade indiscutível é que a Fundação Cidade de Ammaia, apesar das dificuldades que atravessa, quer a nível financeiro quer a nível comunicacional, tem mantido sempre o seu espírito analítico, bem como o seu espírito de equipa. Uma das provas mais significativas do interesse da Fundação em dar a conhecer a sua identidade, imagem, bem como os seus produtos e serviços, foi o facto de ter aberto portas (literalmente), abraçando uma nova proposta centrada na criação de um Plano de Relações Públicas, que proporcionasse à Fundação destacar-se no seu setor de atividade, bem como na sociedade em geral, como entidade para a história e cultura local, regional e nacional.

Desta forma, com a colaboração de três cursos de duas das unidades orgânicas (ESECS e ESTG) do Instituto Politécnico de Portalegre e com o apoio dos vários professores e colaboradores da Fundação, foi possível desenvolver um plano coerente e conciso, que se pretende que seja brevemente implementado.

Provido de uma estrutura que permite congregar de forma perfeitamente organizada vários pontos de ordem, desde o conhecimento do nosso objeto de estudo até ao seu campo de atuação, passando ainda pela análise de experiência anteriores, tornou-se possível e perfeitamente legítimo o desenrolar de ideias que de alguma forma conseguissem fazer ressurgir o espírito Ammaiense, a sua essência e sobretudo a sua máxima importância enquanto instituição.

A missão do grupo de trabalho residiu em propor e tornar exequíveis diversas estratégias de comunicação que projetem a Ammaia de hoje em diante. No fundo, que se reposicione a Ammaia de uma forma institucional, mas também como marca regional turística cultural, e se faça prevalecer o seu valor e riqueza patrimonial junto dos que a seguem ou possam vir a seguir.

relevância desta notável instituição. Porém, nada disto teria sido possível sem a dedicação, amabilidade, disponibilidade e confiança que tanto professores como colaboradores da Fundação depositaram na equipa de trabalho, o que só contribuiu para potenciar a motivação para trabalhar rumo à concretização do grande desafio proposto.

A prática pedagógica utilizada resultou em absoluto benefício para os alunos. Sugere-se a continuidade do tema considerando que ainda muito existe para aprofundar e trabalhar em relação ao tema/objeto de estudo em questão.

5 Referências

1001 Top Vídeos. Ammaia: a cidade romana no Alentejo, em 3D! Disponível em: <http://1001topvideos.com/ammaia-a-cidade-romana-no-alentejo-em-3d/>. Acedido em 5.7.2017

Ethics in Public Relations. Global Alliance for Public Relations & Communication Management. Disponível em: <https://www.iabc.com/about-us/governance/code-of-ethics/> (Acedido a 25/11/2016)

EUROPEAN TOURISM 2016 – Trends & Prospects Quarterly Report - Q3/2016. Disponível em <http://travelbi.turismodeportugal.pt/pt-pt/Paginas/EUROPEAN-TOURISM-2016-%E2%80%93-Trends--Prospects-Quarterly-Report---Q32016.aspx> (Acedido a 6/12/2016)

Fundação Ammaia. Disponível em <http://www.ammaia.pt/> (Acedido a 30/10/2016)

THR – Innovative Tourism Advisors (2006). TOURING CULTURAL E PAISAGÍSTICO – 10 PRODUTOS ESTRATÉGICOS PARA O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO EM PORTUGAL. Lisboa: Turismo de Portugal. Disponível em <http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/turismodeportugal/publicacoes/Documents/Touring%20Cultural%20e%20Paisagistico%202006.pdf> (Acedido a 24/11/2016)

Turismo de Portugal (2011). TURISMO CULTURAL - produto estratégico para Portugal. Abrantes: Turismo de Portugal. Disponível em http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/AreasAtividade/desenvolvimentoemovacao1/Documents/Doc9_PPTTurismo%20Cultural_2009.pdf (Acedido a 24/11/2016)