

TOMORROWLAND: A EXPERIÊNCIA DE UMA COMUNICAÇÃO SENSITIVA (APOIO UNIP)

Aluna: Bianca Catelan Rosa

Orientador: Prof. Sérgio Pinheiro da Silva

Curso: Publicidade e Propaganda

Campus: Anchieta

Realizado todos os anos na Bélgica, Estados Unidos, França, Alemanha e também no Brasil, *Tomorrowland* é um festival de música eletrônica, conhecido como o maior do mundo. Sua primeira edição foi em 2005, na cidade de Boom, na Bélgica. Foi idealizado por Manu e Michiel Beers, irmãos belgas, e, atualmente, é organizado pela *ID&T Entertainment*. A ideia sempre foi criar algo parecido com o *Walt Disney World*. O festival possui uma área de *camping* chamada "*Dreamville*", que acolhe visitantes de diversos lugares, proporcionando amizades, troca de experiências e contato com diferentes culturas. *Tomorrowland* teve uma grande evolução, desde sua origem. Com uma criativa decoração, seu objetivo é oferecer sensações e uma experiência única para os participantes. A parte publicitária do evento também é bastante marcante, pois é ela que chama a atenção do público, tanto na divulgação, como em todo o decorrer do festival. A *Skol Beats*, por exemplo, fez com que sua imagem fosse vista por todos, dentro e fora dos shows e, também, nas redes sociais. No *Tomorrowland* Brasil, a MTV juntou-se à *SFX Entertainment* para transmitir a primeira edição. As experiências e sensações proporcionadas fazem toda a diferença, pois são elas que geram memórias, lembranças de momentos especiais, de novas amizades, de contato com culturas diferentes e histórias. A comunicação, as tradições, o trabalho publicitário, as influências, enfim, muitos detalhes estão envolvidos para a grande realização. É importante destacar que esse evento é cultural e mercadológico, pois gera um capital de retorno para os responsáveis desse sucesso, reconhecido por grande parte da população de muitos países.