

EVENTOS COMO ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO: RELATOS DE EXPERIÊNCIA

SILVA, Danny Sullivan (danielsullivan45@gmail.com); GUIMARÃES, Ilzinaldo C. (icgfilho@hotmail.com); PEREIRA C., Karem Luana (karencanto189@gmail.com); ALVES, Thiago R. (thiagowtra@gmail.com); Profa. Dra. Ítala Clay de Oliveira Freitas - Tutora

Introdução

Este é um projeto que consiste em oportunizar aos discentes experiências referentes às várias etapas de organização de um evento, considerando-o em seu aspecto estratégico de comunicação. Justifica-se na relevância do entendimento do processo de comunicação como uma série de ações coordenadas e não apenas a criação de um produto. As atividades desenvolvidas realizam-se tanto a partir de demandas internas do Petcom quanto em parcerias.

Palavras-chave

Comunicação, Eventos, Assessoria de Imprensa, UFAM.

Justificativa

Através da divulgação do que foi produzido durante toda a trajetória do PET, espera-se que os alunos inspirem-se nos projetos, ou melhorando ou mostrando outro lado que não foi discutido por determinado tema. Além de mostrar aos alunos a eficiência que o programa traz na vida acadêmica do bolsista.

Metodologia

Em termos metodológicos os discentes participam de reuniões de planejamento, discussões sobre o conceito e formato do evento, definição de cronograma, divisão de tarefas, produção propriamente dita, e avaliação final com apresentação de relatório.



Resultados e Conclusões

Neste caso, destacam-se dois eventos: Café Criativo – com a TV UFAM, e II Fest Imprensa – mostra da disciplina Assessoria de Imprensa, ministrada pela Profa. Dra. Mirna Feitoza. No primeiro, alunos de jornalismo e relações públicas ficaram responsáveis pelos convites, cobertura e divulgação das atividades da programação, cujo objetivo era dar continuidade às ações de diálogo com a comunidade acadêmica, apresentando a nova equipe e diretrizes da TV UFAM. No segundo, os alunos de jornalismo acompanharam o evento com o intuito de observar modelos de assessoria, objetivando compreender as relações entre o público e o órgão ali representado.

Considera-se este projeto como um exemplo de prática em que se inter-relacionam ensino e extensão, de modo exemplar, posto que os fundamentos da comunicação possuem imediata e direta materialização com o público interno e externo da instituição.



Bibliografia

KUNSCH, Planejamento de relações públicas na comunicação integrada. Editora Summus, São Paulo, 2003.

DUARTE, Jorge. Assessoria de Imprensa e Relacionamento Com a Mídia: Teoria e Técnica. Editora Atlas, São Paulo, 2011.

