



RP em Debate – Um Encontro Entre o Mercado e a Academia ¹

Taynara Flávia Sanches JORGE ²

Simone Antoniaci TUZZO ³

Universidade Federal de Goiás, Goiânia, GO

RESUMO

RP em Debate é um projeto do Curso de Relações Públicas Universidade Federal de Goiás – UFG, que consiste na realização de eventos mensais no formato de mesas redondas com a participação de Relações Públicas de destaque nas organizações em que atuam no mercado local, regional ou nacional. Os profissionais são convidados a apresentar seus trabalhos, suas trajetórias acadêmicas e profissionais, atuação na assessoria de profissionais liberais, além dos desafios do mercado para o profissional de RP. – Reúna suas ideias com as dos grandes pensadores – é o slogan criado para o projeto que conta com grandes apoiadores como O Boticário e Red Bull. A captação de parceiros, a criação de uma identidade visual e o formato do evento é o grande diferencial deste projeto que aproxima os acadêmicos do mercado de trabalho e os profissionais da academia em uma perfeita simbiose.

PALAVRAS-CHAVE: Planejamento estratégico; aprendizado prático; Relações Públicas; Profissionais de Mercado e Mix da Comunicação

INTRODUÇÃO

O Curso de Relações Públicas tem crescido a cada ano e colocado cada vez mais profissionais qualificados no mercado de trabalho. Da mesma forma a profissão se atualiza e a cada dia os Relações Públicas desenvolvem atividades mais ecléticas, variadas e num maior número de organizações dos mais variados ramos de atividade. É salutar que os alunos de Relações Públicas conheçam as novas oportunidades de trabalho no mercado brasileiro. Além disso, dentro de uma proposta permanente de Comunicação Integrada, é importante que os alunos dos cursos de Publicidade e Propaganda, Jornalismo e Biblioteconomia também conheçam o mercado dos profissionais de Relações Públicas para poderem interagir, complementar e compor o Mix da Comunicação.

Os profissionais de Relações Públicas são responsáveis pela comunicação com os mais diversos públicos e pela comunicação institucional de qualquer organização, sendo ela do primeiro, segundo ou terceiro setor. Para isso usará diversos instrumentos e meios de

¹ Trabalho apresentado no Expocom – na categoria Relações Públicas – Organização de Evento – do XII Congresso de Ciência da Comunicação na Região Centro-Oeste realizado de 27 a 29 de maio de 2010

² Estudante de Graduação do 5º semestre do curso de Comunicação Social – Relações Públicas da Facomb – Universidade Federal de Goiás – UFG – e-mail: t.aaa.y@hotmail.com

³ Orientadora do Trabalho. Professora Doutora do Curso de Comunicação Social – Relações Públicas da Facomb – Universidade Federal de Goiás – UFG – e-mail: simonetuzzo@hotmail.com



comunicação, bem como ferramentas estratégicas, interagindo com os públicos das específicas organizações.

Dentre essas ferramentas estratégicas que compõem a gama de atividades das Relações Públicas está o Evento que pode ser tanto institucional quanto promocional ou comercial. O conceito de evento em Relações Públicas está intrinsecamente ligado ao planejamento organizacional, à estratégia, demanda conhecimento na área, competência e organização, da mesma forma que as demais atividades das Relações Públicas.

A idéia de realização de eventos mensais com a participação de profissionais do mercado goiano e demais estados do Brasil surgiu a partir da necessidade de trazer para dentro da academia as vozes daqueles que vivenciam o trabalho de Relações Públicas na prática colocando os alunos de Comunicação Social da UFG em contato com a realidade da profissão, incluindo as glórias e dificuldades inerentes a todas as profissões.

Com o slogan – Reúna suas ideias com as dos grandes pensadores – o projeto Rp em Debate tem a missão de proporcionar a interação dos estudantes de comunicação com os profissionais atuantes no mercado, e transformar esta interação não somente em um encontro, mas em um evento, planejado, organizado e executado por Relações Públicas e para Relações Públicas e demais Comunicadores, e com o respaldo e o reconhecimento da Universidade.

Para isso, o RP em Debate foi cadastrado e aprovado pela PROEC – Pró-Reitoria de Extensão e Cultura da Universidade Federal de Goiás – UFG, reconhecido como um evento da Universidade. Além disso, o evento conta com a parceria de grandes marcas do mercado como O Boticário e Red Bull, que contribuem para a credibilidade do evento.

2. OBJETIVO

O evento RP em Debate objetiva a interação entre os profissionais de Relações Públicas atuantes no mercado goiano e nacional e os alunos de Comunicação Social da UFG, proporcionando aos alunos a percepção das diversas atividades, técnicas, campos de atuação, desafios e dificuldades da profissão.

Além disso, a vinda de profissionais de mercado para conhecerem as discussões e atuação do Curso de Relações Públicas da Universidade Federal de Goiás, visa futuras contratações de alunos como estagiários e profissionais nas organizações, pois acredita-se que somente a troca de informações entre a academia e o mercado fará com que o mercado



para os profissionais de Relações Públicas possa ser ampliado. Trata-se, portanto, de uma via de mão dupla.

O projeto também prevê a produção de Artigos Científicos para publicação em Revistas Científicas e sites de Comunicação e um Caderno de registro com a apresentação de todas as palestras realizadas durante o ano de 2010.

Para isso, estão sendo gravadas e transcritas todas as palestras e debates de cada evento, que serão utilizadas para produção dos materiais acadêmicos.

3. JUSTIFICATIVA

Os alunos de graduação tem sempre uma necessidade de conversar com aqueles que já traçaram a mesma trajetória acadêmica que eles, estando, portanto, um passo à frente, para expressarem suas história e seus modelos de atuação. Por isso a idéia de trazer esses profissionais ao contato dos alunos.

A Faculdade de Comunicação e Biblioteconomia da UFG, já contava com projetos específicos dos cursos de Jornalismo e Publicidade e Propaganda, mas um projeto produzido por e para Relações Públicas dentro da Universidade é uma novidade, principalmente pelo fato de estar cadastrado e ser reconhecido como sendo não só do curso de Relações Públicas, mas da UFG.

Assim, o evento busca estreitar o relacionamento entre profissionais de Relações Públicas e acadêmicos; difundir as ações de Relações Públicas no mercado Goiano; integrar os cursos de Comunicação Social da Facomb a partir dos trabalhos de Relações Públicas; manter os acadêmicos de Relações públicas atualizados sobre as novas perspectivas de mercado de trabalho e apresentar o ecletismo de ações dos Relações Públicas no mercado nacional.

4. MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

O formato adotado para o evento foi o de Mesa Redonda, onde segundo Cesca “os expositores ficam sob a coordenação de um moderador com tempo limitado para a exposição, e posterior debate. A platéia pode encaminhar perguntas à mesa”. (CESCA, 1997, p.19)



O RP em Debate consiste na participação de dois profissionais de Relações Públicas previamente convidados que, a princípio, expõe suas trajetórias acadêmicas e profissionais defendendo seus pontos de vista sobre a profissão, carreira, mercado e atividades dos Relações Públicas e posteriormente respondem perguntas enviadas pelos alunos, professores e demais integrantes da plateia. Os tempos das respostas são determinados e cronometrados pelo mediador do debate. O evento tem a duração de 4 horas.

A escolha dos profissionais que participarão do evento é feita de forma criteriosa e se pauta na contribuição que a trajetória profissional de cada um trará para a formação dos acadêmicos de Relações Públicas e demais Cursos de Comunicação Social da Universidade Federal de Goiás.

4.1 Meios de Divulgação

A Inova – Agência Experimental do Curso de Publicidade e Propaganda da Faculdade de Comunicação e Biblioteconomia da Universidade Federal de Goiás foi responsável pela criação da logomarca, slogan e arte das peças de divulgação do Projeto RP em Debate.

A escolha da Agência Experimental Inova se pauta no interesse de uma integração dos cursos de Comunicação da UFG, buscando o fortalecimento do Mix da Comunicação e a integração entre os cursos e conseqüentemente seus futuros profissionais.

Para a divulgação dos eventos foram criados cartazes, arte para o e-mail marketing, página no twitter e certificados para os participantes.

As artes se encontram nos anexos deste trabalho.

Os convites para os palestrantes são feitos com 30 dias de antecedência, a partir de um ofício com os objetivos, data e descrição do Evento.

4.2 Grandes parceiros caracterizam grandes eventos

Para maior credibilidade do evento foi feita uma parceria com empresas detentoras de grandes marcas. As empresas O Boticário e Red Bull são apoiadoras do Projeto. O Boticário oferece os brindes para os palestrantes dos eventos e a empresa Red Bull oferece um cooler com unidades geladas de Red Bull para os palestrantes e mediadores dos eventos se servirem durante as palestras e debates.



As marcas são citadas durante o evento como empresas apoiadoras e são também colocados banners das empresas em pontos estratégicos do local de realização dos eventos.

A marca d'O Boticário integra o material impresso e eletrônico do projeto, mas a marca da Red Bull não, pois é estratégia da Red Bull apresentar a marca somente no evento.

A busca pela parceria com grandes empresas também faz parte de uma estratégia de aprendizado para os alunos que começam a se familiarizar com a necessidade de parceria para realização de grandes eventos, bem como o papel dos Relações Públicas no planejamento eficaz de eventos, capaz de atrair grandes marcas.

5. DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O projeto RP em Debate prevê a realização de eventos mensais, no formato de mesas redondas no horário regular de aulas do Curso de Relações Públicas da Universidade Federal de Goiás.

Cada encontro tem a duração de 4 horas e conta com um mediador para condução do debate.

O evento está cadastrado na PROEC – Pró-Reitoria de Extensão e Cultura da Universidade Federal de Goiás – UFG, sendo, portanto, reconhecido como evento da Universidade e não somente do curso de Relações Públicas.

A coordenação do Projeto e seus eventos é da Professora Doutora Simone Antoniaci Tuzzo, Relações Públicas e docente do curso de Relações Públicas Universidade Federal de Goiás – UFG. Além dela, três professores e um acadêmico do Curso de Relações Públicas também estão cadastrados na Pró-Reitoria de Extensão e Cultura da UFG como responsáveis pela realização do Projeto.

O local de realização é o Auditório do Instituto de Matemática e Estatística da Universidade Federal de Goiás, devido à proximidade do Auditório com o prédio do Curso de Comunicação e por se tratar de um local com toda infra-estrutura necessária para a realização do evento, como climatização, data-show, sonorização, poltronas confortáveis, palco e demais itens que compõem a organização de um evento dessa natureza.

O público de cada evento é estimado em 250 pessoas, alunos de Relações Públicas e demais cursos da Facomb.

Em todos os eventos são registradas as presenças dos alunos a partir de listas de frequência.



Os eventos tiveram início no dia 16 de março de 2010 e continuará com suas versões mensais até o dia 31 de dezembro de 2010.

Dentro das Linhas de Extensão da Pró-Reitoria de Extensão e Cultura da Universidade Federal de Goiás o evento se enquadra em:

- 1 - Comunicação Estratégica;
- 2 - Desenvolvimento Humano;
- 3 - Desenvolvimento Urbano.

5.1 Extensão e Cultura

Todo projeto de Extensão de uma Universidade visa estender à comunidade os serviços e atividades da Instituição. As atividades de extensão são decorrentes de e ligadas indissolúvelmente às atividades de ensino e pesquisa. Assim sendo, seu valor para a Universidade é proporcional à sinergia com as atividades de ensino e pesquisa.

A extensão universitária é o processo educativo, cultural e científico que articulado ao ensino e à pesquisa, de forma indissociável, viabiliza a relação transformadora entre a Universidade e a Sociedade. O seu programa de extensão tem pautado suas ações por três grandes objetivos: (a) integrar ensino e pesquisa na busca de alternativas, visando apresentar soluções para problemas e aspirações da comunidade; (b) organizar, apoiar e acompanhar ações que visem à interação da universidade com a sociedade, gerando benefícios para ambas; e c) incentivar a produção cultural da comunidade acadêmica e comunidades circunvizinhas.

A partir dessas referências, a extensão é desenvolvida no sentido de organizar, apoiar e acompanhar ações voltadas para a educação do cidadão nas áreas de educação pública, educação especial, cultura, lazer e recreação, saúde e meio ambiente, criando mecanismos institucionais que permitam avançar o processo de integração entre a Universidade e diversos setores da Sociedade.

Sistematizadas na forma de cursos, eventos, prestação de serviços, projetos e programas, as ações e suas produções acadêmicas devem ter seus resultados considerados no planejamento e na tomada de decisões nas áreas de ensino, pesquisa e extensão

O incentivo à sistematização de ações de extensão em Programas faz parte da política de extensão da UFG para induzir práticas interdisciplinares que envolvam diversas unidades acadêmicas e parcerias entre instituições. Os focos temáticos representam as



linhas de extensão presentes no documento elaborado pelo FORPROEX, Fórum de Pró-Reitores de Extensão e Cultura. O Projeto RP em Debate faz parte deste importante Fórum.

6. CONSIDERAÇÕES

A grandiosidade de um projeto se pauta também pelos resultados apresentados após a sua realização. O Projeto RP em Debate tem proporcionado o contato direto entre os profissionais do mercado e as atividades desenvolvidas pela Universidade. Esta realidade que parece óbvia para os Relações Públicas que ocupam cargos de gerenciamento em grandes organizações, muitas, vezes, só consegue ser percebida quando o profissional tem a oportunidade de retornar ao ambiente acadêmico.

A partir das participações dos profissionais no projeto, vagas de estágio estão se abrindo em instituições que não possuíam esta possibilidade para os alunos, bem como as organizações que já possuem estagiários de Relações Públicas estão ampliando o número de vagas existente.

Num processo onde todos são beneficiados, os profissionais de mercado podem retornar à academia e trocar experiências sobre as suas atividades diárias, os alunos podem ter a chance de ampliação de um mercado de trabalho saudável para todos eles e aprender com aqueles que desenvolvem a atividade das Relações Públicas no dia-a-dia e os professores ganham ainda mais credibilidade, pois encontram na fala dos profissionais as teorias trabalhadas em sala de aula.

RP em Debate é um grande encontro, num formato ideal para o aprendizado e uma excelente oportunidade para que a academia reúna suas idéias com as dos grandes pensadores.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CESCA, C. G. G. **Organização de eventos:** manual para planejamento e execução. São Paulo: Summus, 1997.

MEIRELLER, G. F. **Protocolo e Cerimonial:** Normas, Ritos e Pompa. São Paulo: Ed. STS Publicações e Serviços Ltda, 2002.



ANEXOS

E-mail Marketing



Cartaz



Certificado

