

V MEETING DE COMUNICAÇÃO DO AMAZONAS: COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL E AS MÍDIAS SOCIAIS¹

Érica Hevellin da Silva SIQUEIRA²

Aline Dias FIDELIX³

Elka Ferreira BELCHIOR⁴

Iraneth Pereira JACOB⁵

Jaila Leole Martins NUNES⁶

Maíra Kaline CABRAL⁷

Marli dos Santos GONÇALVES⁸

Palloma de Souza CARRIL⁹

Sabrina Perolina Alves LOPES¹⁰

Sidneide SALGADO¹¹

Paulo Alexandre Neri da SILVA¹²

Lyvia Fabiana Moutinho LYRA¹³

Centro Universitário de Ensino Superior do Amazonas, CIESA – Manaus/ AM

¹ Trabalho submetido ao XIX Prêmio Expocom 2012, na categoria Relações Públicas, modalidade Organização de Eventos.

² Aluna líder do grupo e estudante de Graduação, 5º período do Curso de Relações Públicas do Centro Universitário de Ensino Superior do Amazonas, CIESA, email: ericasiqueira_@hotmail.com.

³ Estudante de Graduação, 5º período do Curso de Relações Públicas do Centro Universitário de Ensino Superior do Amazonas, CIESA, email: alinefidelix@gmail.com.

⁴ Estudante de Graduação, 5º período do Curso de Relações Públicas do Centro Universitário de Ensino Superior do Amazonas, CIESA, email: elka.maff@hotmail.com.

⁵ Estudante de Graduação, 5º período do Curso de Relações Públicas do Centro Universitário de Ensino Superior do Amazonas, CIESA, email: iraneth.jacob@ig.com.br.

⁶ Estudante de Graduação, 5º período do Curso de Relações Públicas do Centro Universitário de Ensino Superior do Amazonas, CIESA, email: jaila_nunes_@hotmail.com.

⁷ Estudante de Graduação, 5º período do Curso de Relações Públicas do Centro Universitário de Ensino Superior do Amazonas, CIESA, email: klnibr@yahoo.com.br.

⁸ Estudante de Graduação, 5º período do Curso de Relações Públicas do Centro Universitário de Ensino Superior do Amazonas, CIESA, email: marli_sergio@hotmail.com.

⁹ Estudante de Graduação, 5º período do Curso de Relações Públicas do Centro Universitário de Ensino Superior do Amazonas, CIESA, email: palloma-carril@hotmail.com.

¹⁰ Estudante de Graduação, 5º período do Curso de Relações Públicas do Centro Universitário de Ensino Superior do Amazonas, CIESA, email: sabrinap_alveslopes@hotmail.com.

¹¹ Estudante de Graduação, 5º período do Curso de Relações Públicas do Centro Universitário de Ensino Superior do Amazonas, CIESA, email: sidneide_m12@hotmail.com.

¹² Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social do Centro Universitário de Ensino Superior do Amazonas - CIESA, email: pauloneri@bocadecena.com.br.

¹³ Orientadora do trabalho. Coordenadora/Professora do Curso de Comunicação Social do Centro Universitário de Ensino Superior do Amazonas - CIESA, email: lyviamoutinho@gmail.com.

RESUMO

O V Meeting de Comunicação do Amazonas, sediado no Centro Universitário de Ensino Superior do Amazonas, CIESA, entre 07 e 11 de novembro de 2011, trouxe como tema Comunicação Empresarial e as Mídias Sociais. Com a rápida transformação do mundo virtual e, conseqüentemente, no comportamento humano, sentiu-se a necessidade de formar profissionais cada vez mais completos e aptos a encarar os desafios do mercado de trabalho, alinhando os interesses empresariais com as mídias sociais. O evento proporcionou aos graduandos uma discussão no âmbito das Relações Públicas atuais. Além disso, promoveu debates, exposição de trabalhos, concursos culturais, mesa redonda e a interação entre profissionais e alunos da área. O encontro atingiu seus objetivos, fomentando discussões, aliando a teoria à prática e complementando a formação do futuro profissional.

PALAVRAS-CHAVE: Meeting; mercado de trabalho; mídias sociais; eventos.

1 INTRODUÇÃO

A profissão de Relações Públicas nasceu por uma necessidade ansejada em muitas fases do desenvolvimento humano, com o passar do tempo tornou-se estratégica nos diversos segmentos empresariais. Acompanhando as mudanças do mundo moderno, tem-se a evolução das mídias sociais, um elemento que se tornou ímpar no cotidiano das pessoas. Essas mudanças psicológicas e comportamentais trouxeram desafios ao profissional da comunicação que necessita adaptar-se a atual realidade. Saber usar, efetivamente, as ferramentas *web* pode influenciar, direta ou indiretamente, o comportamento e as impressões dos *stakeholders* de uma determinada organização.

Buscando uma formação de excelência para os seus graduandos e conhecendo a verdadeira face do mercado de trabalho, o curso de Comunicação Social do Centro Universitário de Ensino Superior do Amazonas, CIESA, sentiu a necessidade de criar profissionais com uma nova visão, pautados nas constantes mudanças virtuais e organizacionais, nascendo assim, o tema do **V Meeting de Comunicação do Amazonas: Comunicação Empresarial e as Mídias Sociais**, distribuído em 5 dias e atingindo os oito períodos do curso, contemplando palestras, mostra de trabalhos acadêmicos, concursos culturais, de redação, de programa de rádio, de produção de vídeo e artigo científico.

Os responsáveis pelo evento foram os alunos do 4º período da disciplina de Cerimonial e Organização de Eventos, sob orientação do professor Paulo Neri. Os acadêmicos foram divididos em equipes e incumbidos de realizar tarefas. Contratemos e

incertezas fizeram parte do dia-a-dia dos realizadores que buscavam nas teorias respostas para as atividades práticas e vice-versa. O público-alvo foi composto por 80% de acadêmicos e 20% de profissionais e docentes da área.

A edição 2011 ocorreu no período de 07 a 11 de novembro e contou com a participação dos seguintes profissionais e/ou professores da área: Sérgio Freire, Márcio Noronha, Jonas Júnior, Arnaldo Rocha, Daniel Dias, Ana Clarissa Cavalcante, Mauro Souza e Luiz Eduardo.

2 OBJETIVO

O evento visou levar o acadêmico a um contato mais íntimo com a realidade de sua profissão por meio de debates e diálogos com profissionais atuantes da área. O Meeting de Comunicação buscou tornar-se referência no estado do Amazonas, trazendo evolução e intercâmbio de conhecimentos entre os jovens graduandos. Agregado a isso, objetivou-se levar o corpo discente a colocar em prática os conhecimentos teóricos adquiridos no decorrer do curso, criar novos valores, instigar pesquisas, discussões e proporcionar crescimento intelectual aos participantes.

3 JUSTIFICATIVA

É necessário que os acadêmicos se interessem por conhecer as novas realidades profissionais, que troquem experiências sobre elas e se disponham a encarar o mundo sem as lentes limitadoras do dogmatismo e do conservadorismo estéril. Diante de diversas mudanças no cenário empresarial, o tema escolhido para o V Meeting de Comunicação do Amazonas, “Comunicação Empresarial e as Mídias Sociais”, retrata a transformação e a necessidade de formar profissionais que dominem as ferramentas de divulgação que cercam uma empresa, tornando o assunto de extrema relevância para a formação de um profissional diferenciado e apto a trabalhar em um mercado altamente competitivo e em constante mudanças. Afinal, “a comunicação tem uma função estratégica de resultados. Isto é, ela deve agregar valores e ajudar as organizações a cumprirem sua missão e concretizar sua visão” (KUNSCH, 2006, p.132).

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

O referido evento foi concebido para ser um acontecimento de integração entre os universitários e profissionais da área de comunicação, sendo caracterizado neste artigo como um estudo de caso. Para levar flexibilidade ao Meeting, os palestrantes convidados foram de diversas áreas da comunicação e expuseram seus conteúdos nos 3 primeiros dias (conforme cronograma mostrado na tabela 1). O período escolhido para a exploração das palestras foi o turno matutino, como as aulas na IES acontecem pela parte da manhã, a estratégia utilizada foi a de atrair a maior quantidade de público.

Cesca (2006) afirma que “a comunicação dirigida visa transmitir informações específicas para pessoas determinadas: públicos”. Assim, visando atingir de maneira direta o público-alvo, tudo foi pensado e planejado para causar o máximo de impacto positivo aos participantes, utilizando os métodos e técnicas disponíveis no mercado. No início de cada dia distribuíram-se pastas, blocos de anotações e canetas disponibilizadas por um dos patrocinadores do evento (Livrarias Paulinas), com isso, o público-alvo anotava suas dúvidas e observações e as questionava junto ao palestrante no final de cada rodada.

DATA	HORA	ATIVIDADE
07/11/2011	08h	Cerimônia de abertura 1º Palestra: Prof. Sérgio Freire (UFAM) - A história das Mídias Sociais.
	10h	2º Palestra: Márcio Noronha (Editor-chefe do Jornal D24 AM) - Aplicação das Mídias Sociais na comunicação de massa.
08/11/2011	08h	1º Palestra: Jonas Júnior (Relações Públicas e professor da UFAM) - Desafios das Relações Públicas no ciberespaço.
	10h	2º Palestra: Arnaldo Rocha (Sócio-diretor da Empresa Neotrends Comunicação) - Marketing Digital.
09/11/2011	08h	1º Palestra: Daniel Dias (Assessor de Imprensa da Prefeitura de Manaus) - Administração Pública vs Mídias Digitais.

Tabela 1: Cronograma de palestras do V Meeting de Comunicação do Amazonas.

Os dois últimos dias o evento contaram com duas oficinas e uma mesa redonda (conforme tabela 2). Em seguida, abriu-se espaço para as premiações aos trabalhos desenvolvidos ao longo do ano de 2011 com o objetivo de expor os projetos durante o Meeting e integrar as turmas do curso.

DATA	HORA	ATIVIDADE
09/11/2012	10h	Oficinas
		Ana Clarissa - Como criar e manter um blog de maneira eficiente. Arnaldo Rocha- Mensuração da eficácia das mídias sociais. Daniel Dias – Planejamento de ações comunicacionais nas mídias sociais com estratégias políticas.
10/11/2012	08h	Mostra de Trabalhos
	10h	Gincana Cultural
11/11/2012	08h	Mesa Redonda
	10h	Premiações

Tabela 2: Cronograma de mesa redonda e mostra de trabalhos do V Meeting de Comunicação do Amazonas.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O V Meeting de Comunicação Social do Amazonas ocorreu do dia 07 à 11 de novembro de 2011 sediado no auditório do bloco D, do Centro Universitário de Ensino Superior do Amazonas, CIESA. Em meio aos preparativos para a concretização do evento, levou-se em consideração o público-alvo no momento em que se definiu todos os detalhes do Meeting. Giacaglia (2004, p. 211) comprova que “atrás de um evento funcionando a contento, há um batalhão de pessoas, de diferentes especialidades e níveis que, assumindo papéis diversos – todos importantes -, trabalham com afinco para o sucesso do evento.”

Esse embasamento remete a uma divisão correta de tarefas e que, num evento, para a obtenção de sucesso é necessário empenho e dedicação de todos os envolvidos. As tarefas foram distribuídas pelo professor coordenador do projeto, Paulo Neri, que semanalmente, avaliava a evolução das atividades.

5.1 Organização do Evento

As 10 alunas do 4º período do curso de Relações Públicas do CIESA, foram as responsáveis pela realização do evento. “O desempenho das funções essenciais e específicas de relações públicas se materializa por meio da realização das correspondentes atividades profissionais”, esta afirmação de Kunsch (2003) reforça o sentido primário do Meeting: levar a comunidade acadêmica a um encontro mais íntimo com o dia-a-dia da profissão. Sendo assim, as equipes foram divididas nas seguintes funções:

5.1.1 Captação de Recursos

A esta equipe coube a captação de apoio e patrocínio. Os ofícios eram solicitados a Secretaria do evento e entregues aos membros da equipe. Os patrocinadores foram: Livraria Paulinas, Água Mineral Água Crim, Refrigerantes Magistral, RP Manaus e Prefeitura de Manaus.

5.1.2 Cerimonial

A esta equipe coube toda a apresentação e direção do V Meeting, sendo responsável pelo cerimonial de abertura, assessoria, envio de convite aos palestrantes, cobertura fotográfica, recepção dos participantes, organização das palestras e cronogramas, oficinas, mesa redonda e apresentações culturais.

5.1.3 Divulgação

Para fixar uma identidade visual, os próprios alunos criaram uma logomarca para o evento. Tendo em vista a importância de uma boa divulgação para o sucesso do evento, a estratégia utilizada foi a de criar páginas nas redes sociais como *facebook* (vide anexo 1), *twitter* e *blog* e distribuição dos meios de comunicação impressa como *folders*, cartazes (vide anexo 2) e *banners*.

De acordo com Wey (1983) “é preciso concentrar e harmonizar esforços para se conseguir melhores resultados”. Por isso, dentre as ações utilizadas, estava à visita e divulgação do V Meeting em outras IES, tais como, Universidade Federal do Amazonas (UFAM), Faculdade Martha Falcão, Faculdade Boas Novas e Centro Universitário do Norte (UNINORTE), surtindo efeito positivo, pois o evento contou com inscrições de todas elas.

5.1.4 Secretaria

Responsáveis pela inscrição dos alunos, produção de ofícios para aquisição de patrocínio e distribuição de certificados.

5.1.5 Tesouraria

Controle de toda entrada e saída de dinheiro. Responsáveis pelas notas fiscais e prestação de contas pós-evento.

6 CONSIDERAÇÕES

Após a realização do V Meeting de Comunicação do Amazonas, constatou-se que os objetivos almejados foram alcançados. A integração entre os alunos e profissionais da área

foi altamente significativa, isto se comprovou através das pesquisas de opinião aplicadas após o evento (vide anexo 3 e 4). Complementar a isso, os elogios vindos dos alunos participantes e dos palestrantes foi de grande valia para os organizadores que, além de serem os responsáveis pela organização de todo o evento, puderam enriquecer suas visões sobre o mercado de trabalho.

Com um saldo positivo e gratificante para todos que participaram direta ou indiretamente, resta o desafio de aumentar a qualidade do Meeting em 2012 e repassar aos colegas do 4º período deste ano, todos os dados que possam contribuir positivamente para a execução do mesmo, viabilizando uma maior troca de experiências, evitando problemas com a infraestrutura e estimulando a participação massiva das outras universidades para que o evento seja reconhecido como referência no âmbito dos debates de Relações Públicas no estado do Amazonas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CESCA, Cleuza G. Gimenes. **Comunicação dirigida na empresa: teoria e prática**. 4.ed. São Paulo: Summus, 2006.

GIACAGLIA, Maria Cecília. **Organização de eventos: teoria e prática**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Relações Públicas e a modernidade: novos paradigmas na comunicação organizacional**. São Paulo: Summus, 2003.

_____. **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada**. Ed. Rev., atual. e ampl. - São Paulo: Summus, 2003.

WEY, Hebe. **O processo de Relações Públicas**. São Paulo: Summus, 1983.

ANEXOS

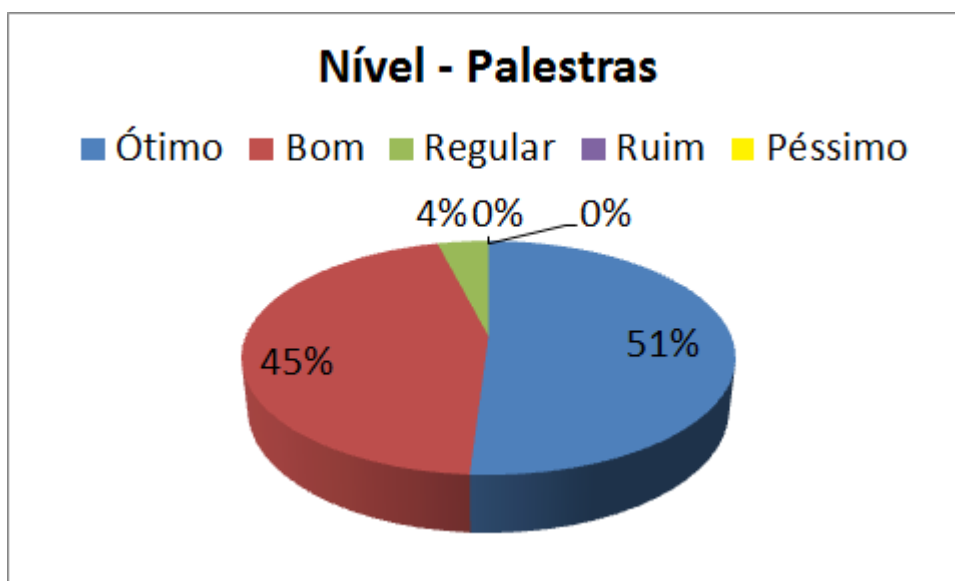
Anexo 1: Fan Page (<http://www.facebook.com/meetingciesa>)



Anexo 2: Cartaz do evento



Anexo 3: Pesquisa de Opinião sobre a Qualidade das Palestras



Anexo 4: Pesquisa de Opinião sobre a Organização do Evento

