



4º Contato – Encontro de Comunicação Integrada¹

Luana dos Santos Rossi²
Rogelle Gomes Martins³
Pedro Carmo Baggio⁴
Ivanete Salgado⁵

Centro Universitário Newton Paiva, Belo Horizonte, MG

RESUMO

O 4º Contato – Evento de Comunicação Integrada propõe a discussão sobre temas contemporâneos relacionados à comunicação e, embora dirigido aos alunos dos cursos de Jornalismo, Publicidade e Propaganda e Relações Públicas, o evento é aberto aos acadêmicos de outros cursos e comunidade em geral. As reflexões relacionam-se à comunicação e visam proporcionar experiências que despertam a atenção dos alunos para as mudanças ocorridas na área em função do surgimento de novas mídias e seus impactos na sociedade.

PALAVRAS-CHAVE: evento; comunicação integrada; experiências.

1 INTRODUÇÃO

O evento é um canal eficiente de comunicação com os *stakeholders* da organização, visando atingir resultados institucionais e/ou mercadológicos, a partir da definição clara dos objetivos, do entendimento de sua natureza e de um planejamento estratégico e operacional adequado. O evento proporciona experiências e contato direto com públicos distintos. É uma oportunidade de vivenciar, de forma ampla, a observação de assuntos e suas aplicações.

O Projeto Contato, que acontece entre os meses de setembro e outubro já há quatro anos, trata de assuntos criteriosamente selecionados, possibilita uma aproximação dos discentes

¹ Trabalho submetido ao XIX Expocom, na categoria Relações Públicas, modalidade Organização de eventos, como representante da Região Sudeste.

² Aluno líder e graduando do 7º semestre do Curso de Relações Públicas do Centro Universitário Newton Paiva, email: bellrossirp@yahoo.com.br

³ Coordenadora da AGERP, Professor Orientador da AGERP e do curso de Relações Públicas do Centro Universitário Newton Paiva, email: pedrobaggio@bol.com.br

⁴ Professor Orientador da AGERP e do curso de Relações Públicas do Centro Universitário Newton Paiva, email: pedrobaggio@bol.com.br

⁵ Coordenadora do curso de Relações Públicas do Centro Universitário Newton Paiva, email: ivanete@newtonpaiva.br



com profissionais atuantes no mercado, além de reiterar a disseminação do conceito de Comunicação Integrada entre as áreas de Jornalismo, Publicidade e Propaganda e Relações Públicas.

O Centro de Comunicação Integrada – CCI é um projeto de integração das agências experimentais de Relações Públicas (AGERP – Agência Experimental de Relações Públicas), Jornalismo (CPJ – Centro de Produção Jornalística e Núcleo de TV) e Publicidade e Propaganda (Massan-z – Agência Experimental de Publicidade e Propaganda) do Centro Universitário Newton Paiva. É o CCI, através da AGERP, que planeja e organiza o evento. Assim o CCI reúne, para as atividades proporcionadas durante o Contato, tópicos contemporâneos relevantes para as três habilitações da comunicação.

2 OBJETIVO

O principal objetivo do 4º Contato foi gerar uma efetiva sinergia entre estudantes e profissionais das três áreas de comunicação em questão e contemplar atividades diversificadas que proporcionaram a troca de conhecimentos e uma maior aproximação com o mercado de trabalho.

O Centro de Comunicação Integrada – CCI, ao conceber a programação do projeto Contato – Evento de Comunicação Integrada, busca a cada edição, promover a interação das três habilitações de comunicação e atrair um público numeroso e interessado.

Os participantes das atividades são levados a compreender a importância dessa integração e têm contato com referenciais importantes e profissionais renomados. O evento também busca a valorização do corpo docente do Centro Universitário Newton Paiva, com oficinas e palestras proferidas por vários professores, que abordam temas diferenciados.



3 JUSTIFICATIVA

É de grande relevância para complementar a formação acadêmica, que os alunos dos cursos de Jornalismo, Publicidade e Propaganda e Relações Públicas vivenciem, durante a graduação, experiências que reafirmem a importância da integração da comunicação.

Todo o evento é planejado de forma estratégica e a execução do 4º Contato buscou inserir os graduandos em todas as fases, com isso o acadêmico amplia sua percepção sobre as ferramentas utilizadas durante a concepção de um evento.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

O 4º Contato aconteceu no período de 29 de setembro a 02 de outubro de 2009, com atividades nos dois turnos: manhã e noite. O planejamento, organização e execução do evento foi de responsabilidade da AGERP – Agência Experimental de Relações Públicas, que em conjunto com as agências experimentais de Jornalismo e Publicidade e Propaganda, por meio do CCI, definiu os palestrantes, os assuntos que foram explorados e as atividades que foram oferecidas.



A partir desse momento, a AGERP proporciona aos acadêmicos de Relações Públicas a oportunidade de participar integralmente do planejamento e da execução do evento, e consolida sua proposta de fomentar a produção do conhecimento por meio de atividades extracurriculares, fortalecendo as relações entre academia, aluno e mercado.

Na realização do 4º Contato, o Centro de Comunicação Integrada – CCI utilizou-se das técnicas de gestão e planejamento de eventos, difundidas durante a graduação em Relações Públicas. Os alunos desse curso atuaram fortemente em todas as ações de construção e execução do evento, supervisionados por profissionais do corpo administrativo da agência e professores envolvidos.

A equipe responsável pelo evento estruturou, desde as cotações com fornecedores para Standes na feira, uma dentre várias das atividades propostas, até a forma de mensurar os resultados obtidos com o evento, como distribuição de senhas para quantificar o total de participantes das palestras.

4º CONTATO
ENCONTRO DE COMUNICAÇÃO INTEGRADA

Só uma boa equipe é capaz de formar profissionais de sucesso.
Jornalismo, Publicidade e Relações Públicas: a integração que faz toda a diferença.

10
Jornalismo e Publicidade

Semana de Comunicação. 29 de setembro a 2 de outubro.
Acesse www.newtonpaiva.br/4contato e participe desta festa.

4º CONTATO
ENCONTRO DE COMUNICAÇÃO INTEGRADA

Só uma boa equipe é capaz de formar profissionais de sucesso.
Jornalismo, Publicidade e Relações Públicas: a integração que faz toda a diferença.

10
Jornalismo e Publicidade

Semana de Comunicação. 29 de setembro a 2 de outubro.
Acesse www.newtonpaiva.br/4contato e participe desta festa.



5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO

A quarta edição do Contato apresentou, em três dias de realização, 09 palestras, 08 oficinas, 02 *jingle shows*, um painel sobre a crise econômica, um painel sobre os jornais Aqui e Super Notícias, uma feira que contou com a participação de empresas parceiras com grande reconhecimento no mercado mineiro (sendo 10 stands), exposições de caricaturas e de fotografias, um festival de caldos e tortas, sorteio de brindes e a apresentação cultural de uma banda musical. Ao todo foram 27 atividades diferenciadas, que proporcionaram ampla discussão sobre temas da área de comunicação.

As palestras ocorreram alternadamente em 02 auditórios com capacidade total para mais de 300 pessoas e infraestrutura completa, as oficinas e painéis aconteceram em salas e laboratórios específicos, as exposições de fotografia e caricaturas aconteceram no pátio da unidade Carlos Luz, 800 do Centro Universitário Newton Paiva.

O evento foi amplamente divulgado interna e externamente (nas escolas de ensino médio da região) através de cartazes, banners, e-mail marketing e postais. Além disso, foi enviado release à imprensa com as informações sobre o evento. O Jornal “Hoje em Dia” publicou uma nota em 29/09/09 informando sobre o período de realização do evento.

A equipe da quarta edição do Contato foi composta por mais de 12 profissionais em sua coordenação e a colaboração direta de mais de 20 acadêmicos. Como resultado mais de 900 alunos assistiram palestras e participaram de oficinas e, ao todo, mais de 1.120 pessoas visitaram as atividades propostas e a feira.



6 CONSIDERAÇÕES

O Centro Universitário Newton Paiva, por meio da Agência Experimental de Relações Públicas – AGERP ofereceu aos alunos uma oportunidade de praticar e aprender ao participar desse evento. Os acadêmicos por sua vez adquiriram conhecimento e experiência que lhes será fundamental no mercado de trabalho.

Os assuntos tratados nas atividades foram selecionados cuidadosamente para agregar conhecimento aos participantes, despertar o interesse da comunidade acadêmica de forma geral, entretanto, privilegiou os estudantes dos cursos de Jornalismo, Publicidade e Propaganda e Relações Públicas, proporcionando uma oportunidade ímpar de destacar a relevância do trabalho desses profissionais valorizado pela percepção integrada da comunicação.



REFERÊNCIAS

ZANELLA, Luis Carlos. **Manual de Organização de Eventos:** planejamento e operacionalização, São Paulo: Atlas, 2003. 14p.

NUNES, Marina Martinez. **Cerimonial para Executivos:** um guia para execução e supervisão de eventos empresariais, Porto Alegre: Sagra: D C Luzzatto, 1996.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Relações Públicas e modernidade:** novos paradigmas na comunicação organizacional. São Paulo: Summus, 1997.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Obtendo Resultados com Relações Públicas.** 2ed. São Paulo: Pioneira, 2006.