

PLANEJAMENTO, AÇÕES E SUCESSO DA III JORNADA DE COMUNICAÇÃO DO CURSO DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA DA UniEVANGÉLICA: UM RELATO DE EXPERIÊNCIA

Allyson Barbosa da Silva¹
Antônio Alves Carvalho²
Daniel Ferreira Hassel Mendes³
Edmilson Canuto⁴
Juliana Luíza Moreira Del Fiaco⁵
Marcos Flávio Portela Veras⁶
Mariana Rezende Maranhão da Costa⁷
Regiane Janaina Silva de Menezes⁸
Rhogério Correia de Souza Araújo⁹
Simone Buiate Brandão¹⁰

RESUMO

Em tempo de pandemia, momento nunca imaginado, planejar e executar uma Jornada foi um desafio. O desafio se deu em realizar a III Jornada de Comunicação, do curso de Comunicação Social: Publicidade e Propaganda, da UniEVANGÉLICA – Centro Universitário de Anápolis de modo remoto e ao vivo. Não poderia deixar de realizá-lo. A Jornada é uma referência desse curso de graduação, estando inclusive no seu Projeto Pedagógico. Para o Núcleo Docente Estruturante foi mais um objetivo cumprido e aos convidados, um prazer fazer parte do processo e para os alunos, mais uma oportunidade de aprender novidades sobre a área e conhecer profissionais publicitários e jornalistas de carreira bem-sucedida. Assim, esse artigo, um relato de experiência, componente do 40º Seminário de Práticas Docentes, descreve como foi planejado e se realizou as ações para que acontecesse a III Jornada de Comunicação (JOCOM), além disso aponta os resultados da pesquisa avaliativa pós evento, utilizou-se também pesquisa bibliográfica e documental.

PALAVRAS-CHAVE

Processo ensino-aprendizagem. Jornada. Publicidade e Propaganda. Webinar. Pandemia.

INTRODUÇÃO

De acordo com Medeiros (2019) uma jornada científica é um evento que objetiva o crescimento dos participantes, estudantes, professores, profissionais interessados na temática do evento. Conta com uma duração que pode variar de horas até dias. Pietrafesa (2017) afirma que uma jornada apresenta uma discussão a respeito de um assunto e as suas conclusões podem nortear os próximos estudos feitos na área. No curso de Publicidade e Propaganda desde o semestre 2018-01 se realiza a Jornada de Comunicação que acontece anualmente no mês de outubro.

A cada semestre tem-se mais participantes e atenta-se pelo cuidado de convidar profissionais de carreiras reconhecidas no mercado publicitário ou da área de comunicação social. Para Martino (2014), a comunicação social estuda os fenômenos que ocorrem nas relações entre a sociedade e os meios de comunicação de massa, compreende os processos de informação, persuasão e entretenimento de indivíduos e grupos.

Pena (2018) aborda que os meios de comunicação social são objetos de estudo da comunicação social e consistem em sistemas de emissão e transmissão de mensagens para um amplo público, que é geralmente disperso e heterogêneo. A designação abrange essencialmente os órgãos de informação de massas (*mass media*) das áreas da imprensa periódica, rádio, televisão, teatro, propaganda, cinema e conteúdo da Internet.

A comunicação social, segundo Hohlfeldt, Martino e França (2015), engloba várias áreas: relações públicas, jornalismo, publicidade e propaganda, audiovisuais, multimídia, entre outras. O profissional da comunicação social é aquele que pode trabalhar em agências de publicidade, na

promoção de eventos, em assessoria de empresa, em editoras, institutos de pesquisa, gráficas, departamentos de comunicação e marketing de empresas, em veículos de comunicação, em produtoras de vídeo e som, na assessoria publicitária e de comunicação de órgãos governamentais.

Ao refletir sobre a necessidade da formação de um profissional engajado na realidade do mercado e na promoção de competências, habilidades e atitudes aos futuros formandos em Publicidade e Propaganda da UniEVANGÉLICA, consta no Projeto Pedagógico do Curso (2017 e 2020), diretrizes para a realização de Jornadas que tragam aos acadêmicos a oportunidade de refletir sobre temáticas atuais, além da interação com profissionais atuantes e comprometidos com a ética da comunicação.

Assim, a III Jornada de Comunicação aconteceu totalmente on-line, com inscrições gratuitas, abertas aos estudantes do curso e comunidade interessada. Como a III JOCOM foi planejada e realizada? A resposta ao questionamento anterior é oferecida no decorrer deste relato de experiência que tem por objetivo final descrever, portanto, sobre o planejamento e ações para a realização da III Jornada de Comunicação do curso de Publicidade e Propaganda da UniEVANGÉLICA – Centro Universitário de Anápolis, ocorrida entre os dias 6 e 8 de outubro de 2020, em ano de Pandemia (OPAS BRASIL, 11/03/2020). O total de participantes que assistiram as palestras, nos três dias, somou 892 pessoas, com média de 77 picos simultâneos, dados acompanhados pela equipe responsável pelas transmissões Webinar da UniEVANGÉLICA. O relato de experiência também apresenta os resultados da avaliação pós-evento que auxiliarão como informações para tomada de decisões para a realização da IV JOCOM em outubro de 2021.

RELATO DE EXPERIÊNCIA

No mês de julho de 2020, o Núcleo Docente Estruturante do curso de Publicidade e Propaganda começou a se reunir para discutir sobre como aconteceria a III JOCOM. Primeiramente se decidiu sobre o nome que receberia a Jornada e por unanimidade escolheu-se a temática “Incertezas, Mudanças e Sucessos”. A data também foi definida - 6 a 8 de outubro, horário das 19h30min às 21h30min e que a Jornada seria *on-line*, ao vivo e a forma de transmissão se daria pelo Canal do YouTube da UniEVANGÉLICA, com apoio da equipe de Tecnologia da Informação da IES.

A coordenação do curso se responsabilizou por convidar palestrantes, profissionais conceituados da área de comunicação social, preferencialmente, publicitários. Iniciou-se a procura. Por meio de conhecidos na rede social Instagram, entrou-se em contato com vários publicitários, jornalistas e cineastas, conseguindo fechar os convites, dias e horários para as palestras, bem como os assuntos a serem abordados. Para o planejamento se utilizou a ferramenta 5W2H.

Ficaram confirmados e realmente foram os palestrantes das III JOCOM: Ana Clara Paim (Publicitária, redatora e editora do programa “No Balaio”); Waldemar Netto (Redator, editor, comunicador e apresentador, no período, do programa “No Balaio”); Dalmir Reis (Publicitário e diretor do Programa “No Balaio”, da TV Anhanguera); Levi Maranhão (Publicitário e analista de Marketing); Vinicius Neves Mariano (Publicitário e escritor) e Ana Cláudia Rocha (jornalista, 33 anos de jornal “O Popular” e social mídia).

Um dos membros do NDE criou os *posts* para publicação no *feed* do Instagram do curso (@publicidadeunievangelica). Para entender melhor o que são Posts, o site da empresa publicitária Studio Visual (2021), explica que os *posts* são conteúdos criados e publicados em algum tipo de plataforma da internet. Esse tipo de publicação pode ter o formato de imagem, vídeo, texto, áudio ou

todos eles juntos. As principais plataformas de publicação de *posts* são as redes sociais e os blogs. Todos os professores e a maioria dos estudantes de Publicidade e Propaganda da Instituição de Ensino Superior contribuíram com a divulgação do evento, publicando os *posts* também, no *story* do Instagram e *feed* do Face Book. A colaboração foi excelente e as redes sociais da UniEVANGÉLICA também divulgaram a III JOCOM.

DISCUSSÃO

A Webinar teve por dia de evento, a duração média de duas horas e a receptividade superou as expectativas dos idealizadores e responsáveis pela III JOCOM. O blog Resultados Digitais (*on-line*, 2021) conceitua webinar - abreviação de *web-based seminar*, ou seminário através da web, como sendo uma webconferência ou videoconferência com intuito educacional, no qual a comunicação é de apenas uma via, ou seja, somente o palestrante se expressa e as outras assistem, onde a interação dos participantes é limitada ao *chat* (bate papo) de modo que eles podem conversar entre si ou enviar perguntas ao palestrante.

Como apontado anteriormente, 892 pessoas assistiram o evento. No dia 06 de outubro, a palestra foi com Vinícius Neves Mariano, publicitário (ESPM); roteirista da Warner Channel Brasil; autor de “Luca e Identidade Secreta do seu Pai” (2017, vencedor do Festival de Curtas TNT; autor do Manual para se “Defender de Aliens, Ninjas e Zumbis” (2017) série finalista do Prêmio ABRA; consultor de Projetos na área de Comunicação (Publicidade, Cinema); diretor de criação da Endemol Brasil; autor de romances, entre eles, “Velhos demais para morrer”(2019), vencedor do prêmio Malê de Literatura; responsável pela Criação e Desenvolvimento de Projetos de Entretenimento da Sentimental Filmes e autor da obra “Nenhum Futuro Próximo”, teve a audiência de 286 pessoas com duração de 1h52min28seg. O publicitário contou suas experiências e afirmou sobre as inúmeras oportunidades que um publicitário tem no mercado de trabalho, inclusive como empreendedor.

O segundo dia da III JOCOM contou com o diretor e produtor do programa “No Balaio”, da Tevê Anhanguera, com pico de audiência alta no estado de Goiás, exibido nos sábados entre 14 e 15 horas, Dalmir José dos Reis Júnior - publicitário (Faculdade Cambury), especializado em Gestão de Marketing (Universidade São Marcos); coordenador de Marketing da TV Anhanguera (GO) - afiliada Globo, em Goiás. Por quase uma década foi professor universitário em cursos de Publicidade e Propaganda. Antes dessas funções, foi Coordenador de Marketing do sistema de rádio do Grupo Jaime Câmara e gerente de relacionamento do grupo varejista Novo Mundo. Dalmir Reis abordou sobre os procedimentos de produção de um programa de TV e de como conseguir patrocinadores.

Além dele, o evento exibiu vídeos com imagens e falas sobre a temática com os apresentadores do Programa no Balaio, Ana Clara Paim (atriz, apresentadora, escritora, *podcaster* e publicitária (PUC-GO). Atuou e escreveu a peça teatral “Minha vida amorosa é uma comédia”; autora do livro “Será que você vê o mesmo mundo que eu?”) e o então, também, apresentador Waldemar Netto, ator e comediante. Neste dia o público que acompanhou o evento pelo canal do YouTube da UniEVANGÉLICA foi de 259 pessoas, com 81 picos simultâneos e duração de 1h57min29seg.

No último dia da III JOCOM (08 de outubro), dois palestrantes também fizeram muito sucesso e foram vistos por 347 pessoas, com 75 picos simultâneos e duração de 2h24min13seg. Abrilhamaram o evento a Jornalista (UFG) Ana Cláudia do Vale Rocha Lisbôa que trabalhou no jornal “O Popular” durante 33 anos, passando por várias editorias nos cargos de repórter, subeditora e colunista; foi

editora da revista Flora Mulher por cinco anos. Ela contou sobre a experiência jornalística e os desafios de ser uma social mídia.

O segundo convidado da noite foi Levi Maranhão, publicitário (PUC-GO) também com graduação sanduíche em Marketing e Gestão pela Colorado Mesa University (EUA) e Loyola Marymount University (EUA); especialista em Administração de Empresas (FGV); atua há 10 anos no mercado goiano de comunicação e marketing, com experiência em segmentos como agências, varejo, shopping center, mercado imobiliário e indústria; trabalha na Tintas Maxvinil e oferece consultoria na área de comunicação, marketing e gestão. A abordagem da palestra dele ressaltou os caminhos, nem sempre fáceis, de quem segue a carreira publicitária.

A III JOCOM foi considerada excelente por 98% dos acadêmicos do curso de Publicidade e Propaganda que responderam ao questionário de avaliação pós-evento (Survey Monkey), via *e-mail* e WhatsApp e 100% dos docentes do curso consideraram o evento também como excelente. 97% dos alunos apontaram como excelente a escolha do tema e 95% afirmaram como excelente a transmissão do evento. 100% dos docentes consideraram excelente a transmissão, bem como o evento ser realizado *on-line* como excelente alternativa em tempos de desafios a educação. Um elogio feito por um respondente da avaliação, ressaltou sobre a economia de se fazer uma Jornada de modo síncrono, escrevendo que “a experiência foi desafiadora e muito interessante”.

CONCLUSÃO

O processo ensino-aprendizagem que se vive desde março de 2020 trouxe novas experiências em sala de aula, bem como a alternativa da realização da III JOCOM via webinar. Em nenhum momento pensou-se em desistir da realização do evento. Os apoios recebidos pelo Reitor e Pró-Reitora Acadêmica da UniEVANGÉLICA foram importantes e os convites aceitos pelos palestrantes incentivaram ainda mais a ocorrência da atividade acadêmica.

Neste relato de experiência, o objetivo final foi cumprido. Todavia o que se aponta como mais importante, foi o esforço na realização de um evento nunca imaginado. Como reforça Libâneo (2007) no processo de ensino e aprendizagem, alguns procedimentos são emergentes, ainda mais na situação singular que se experimenta e se vivencia. Portanto, planejar e agir para que a III JOCOM acontecesse foi exitoso. O esforço valeu a pena. Mais atividades acadêmicas como essa devem continuar a ser estimuladas e executadas pois reforçam o compromisso com o ensino, a pesquisa e a extensão.

REFERÊNCIAS

HOHLFELDT, Antônio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga. **Teorias da Comunicação**. Conceitos, escolas e tendências. 15.ed. Petrópolis – RJ: Vozes, 2018.

LIBÂNEO, José Carlos. Pedagogia e Pedagogos, para quê? **Cadernos de Pesquisa**. vol.37 no.131 São Paulo May/Aug. 2007. Disponível em: https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0100-15742007000200014

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria da Comunicação**. Ideias, Conceitos e Métodos. 5.ed. Petrópolis – RJ: Vozes, 2014.

MEDEIROS, João Bosco. **Redação Científica** - Guia Prático para Trabalhos Científicos, 13ª edição. Grupo GEN, 2019. [Minha Biblioteca]. <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597020328/cfi/6/16!/4/2/4@0:100>

OPAS BRASIL – OMS declara Pandemia contra Novo Corona Vírus. Disponível em: https://www.paho.org/bra/index.php?option=com_content&view=article&id=6120:oms-afirma-que-covid-19-e-agora-caracterizada-como-pandemia&Itemid=812

PIETRAFESA, José Paulo et. al. **Redação Científica**: orientações e normas. 3.ed. Anápolis: Associação Educativa Evangélica, 2017.

POST. Conceitos. Disponível em: <https://studiovisual.com.br/>

PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL: PUBLICIDADE E PROPAGANDA. Anápolis: UniEVANGÉLICA, 2017 E 2020.

RESULTADOS DIGITAIS. O que é uma webinar? Disponível em: <https://resultadosdigitais.com.br/blog/webinar/>