

PET AJUDA: APRESENTANDO UM PROJETO DE CAPACITAÇÃO NA ÁREA DA COMUNICAÇÃO

Keithy Oliveira ¹

Jean Carlo Dietrich Calegari ²

Fernanda Laureano ³

Barbara Nogara ⁴

Renata Ribeiro ⁵

Juliana Petermann ⁶

Resumo:

Neste trabalho iremos apresentar o "PET Ajuda", que consiste em um projeto de ensino voltado para todos os grupos do Programa de Educação Tutorial da Universidade Federal de Santa Maria e tem a finalidade de capacitar bolsistas dos grupos PET de diferentes áreas sobre noções básicas de comunicação. A ideia para sua criação surgiu após a análise dos produtos comunicacionais produzidos pelos outros grupos PETs, quando percebemos uma oportunidade em potencializá-los: a partir do compartilhamento do nosso conhecimento técnico, nas áreas de relações públicas, jornalismo e publicidade e propaganda, poderíamos contribuir com a melhora de seus desempenhos. Temos como objetivo principal estender nossos conhecimentos técnicos a outros cursos, realizando atividades que envolvam as 3 áreas do PET Comunicação Social. Assim, elaboramos quatro oficinas durante o semestre: oficina de mídias digitais, linguagem jornalística, direção de arte para iniciantes e gestão de eventos. Com estas atividades esperamos que os petianos dos demais grupos PETs tenham adquirido uma noção básica dos conteúdos comunicacionais a fim de agregar em suas produções. Acreditamos que este projeto pode, como consequência, contribuir também com a comunidade externa visto que, embora seja uma atividade de ensino, colaboramos com as atividades extensionistas dos grupos PETS.

Palavras-chave: Programa de Educação Tutorial (PET); Ensino; Oficinas; Comunicação.

Modalidade de Participação: Iniciação Científica

PET AJUDA: APRESENTANDO UM PROJETO DE CAPACITAÇÃO NA ÁREA DA COMUNICAÇÃO

¹ Aluno de graduação. oliveirakeithy98@gmail.com. Autor principal

² Aluno de graduação. jeancdcalegari@gmail.com. Co-autor

³ Aluno de graduação. fernandallaureano@gmail.com. Co-autor

⁴ Aluno de graduação. barbarap.nogara@gmail.com. Co-autor

⁵ Aluno de graduação. renatarikki1@gmail.com. Co-autor

⁶ Docente. jupetermann@yahoo.com.br. Orientador



PET AJUDA: APRESENTANDO UM PROJETO DE CAPACITAÇÃO NA ÁREA DA COMUNICAÇÃO

1. INTRODUÇÃO

O Projeto “PET Ajuda” consiste em um projeto de ensino criado pelo PET Comunicação Social da Universidade Federal de Santa Maria voltado para os outros grupos PETs da instituição, com a finalidade de capacitar seus integrantes com noções básicas de comunicação. O projeto surgiu após uma observação dos produtos comunicacionais dos outros grupos PETs da instituição, em que enxergamos uma oportunidade de potencializá-los: a partir do compartilhamento do nosso conhecimento técnico, nas áreas de relações públicas, jornalismo e publicidade e propaganda, poderíamos contribuir com a melhora de seus desempenhos. Acredita-se que, por mais que seja uma atividade de ensino, o projeto estará colaborando também com os resultados de atividades extensionistas destes grupos. Sendo assim, este projeto pode, como consequência, ajudar a comunidade de fora da universidade. Têm-se como objetivos desse projeto estender os conhecimentos técnicos dos cursos de Comunicação Social a outros cursos e realizar atividades que envolvam as áreas do PET Comunicação Social (Publicidade e Propaganda, Jornalismo e Relações Públicas).

2. METODOLOGIA

Decidiu-se realizar quatro oficinas durante o primeiro semestre de 2017, sendo elas: Oficina de Mídias Digitais; Oficina de Linguagem Jornalística; Oficina de Direção de Arte Iniciante e Oficina de Gestão de Eventos. Estas foram organizadas uma em cada mês, partindo de março até junho. Cada oficina ficou sob responsabilidade de três petianos, todos eles inseridos dentro da área tema da oficina. Esses foram responsáveis por pesquisar e selecionar o melhor conteúdo a ser abordado no dia, levando em consideração todas as características do público, bem como o tempo máximo de duração da oficina.

A primeira oficina foi a de Mídias Digitais que tinha como foco o uso e comportamento nas redes sociais, em especial na plataforma Facebook, visto que essa é a mais usada entre os grupos PETs. De maneira bem objetiva, realizou-se um apanhado da importância dessa rede social, o que se deve ou não fazer nela, os horários em que as publicações geram mais engajamento, como falar e usá-la para o bem do grupo, entre outros assuntos. Alinhado a isso, foram apresentados alguns

programas de edição de fácil manuseio que poderiam ser úteis para a criação de conteúdo para suas páginas. Espera-se que, com esta atividade, os petianos presentes dos demais grupos PETs da UFSM tenham adquirido uma noção básica do comportamento que deve ser adotado nas redes sociais, bem como o uso de sites e ferramentas que ajudem nessa prática.

Em seguida, foi realizada a oficina de Linguagem Jornalística, voltada para o aperfeiçoamento da redação feita pelos petianos presentes em suas artes gráficas, publicações para páginas, para matérias em site e jornais, etc. O resultado esperado da atividade é que o público presente tenha adquirido uma noção básica referente a boa redação nas suas criações de conteúdo para qualquer meio ou plataforma.

A terceira oficina foi a de Direção de Arte para Iniciantes, cujo objetivo era o ensino da criação e montagem de peças para as redes sociais e demais trabalhos gráficos que os grupos PETs precisassem, dando atenção a todos os cuidados estéticos e comunicacionais que devem ser levados em conta para tais. Espera-se que o público presente na atividade possa adquirir uma noção básica de como criar uma peça gráfica, os cuidados durante essa criação, os tamanhos que cada rede social comporta, assim como os programas mais recomendados para ajudar nessa elaboração de conteúdo.

Para finalizar, foi realizada a oficina de Gestão de Eventos que levou em consideração o alto número de eventos que os grupos PETs organizam ao longo do ano, e tinha como objetivo auxiliar um pouco mais na organização desses, começando pelo pré evento, evento e terminando com o pós evento. Com esta atividade, espera-se que o público presente possa adquirir uma noção básica de todos os cuidados a serem tomados na organização de um evento e entender a importância de um bom planejamento para essas atividades, bem como a de um plano B.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

As tecnologias contemporâneas estão sempre em mutação. Sob a mesma ótica, podemos concluir que a comunicação tangencia este caminho, tendo em vista que atualmente os maiores índices de acesso à informação se dão através das tecnologias digitais. De acordo com Kunsch (2006, pág. 127), “todas essas novas configurações do ambiente social global vão exigir das organizações novas posturas, necessitando elas de um planejamento mais apurado da [...] comunicação para se relacionar com os públicos, a opinião pública e a sociedade em geral”.

De uma forma muito sintética, no que tange o campo da comunicação, o exercício da exposição da imagem corporativa, vivenciado pelos Grupos PET da UFSM, pode ser descrito como um exercício de comunicação institucional, já que, segundo Kunsch (2003, p. 164), “a comunicação institucional está intrinsecamente ligada aos aspectos corporativos institucionais que explicitam o lado público das organizações, constrói uma personalidade [...], e tem como proposta básica a

influência na sociedade [...]”. Por essa perspectiva, pode-se considerar que as oficinas foram capazes de respaldar as ações de comunicação vivenciada por outros grupos PET da UFSM, já que suas demandas precisam de visibilidade.

A título de exemplo, as oficinas foram capazes de orientar a reformulação da marca usada pelo PET Enfermagem da UFSM (Figura 1).



Figura 1. Marca do PET Enfermagem da UFSM reformulada

Desenvolver atividades integradas facilitam a discussão de assuntos e a troca de conhecimento entre as partes. A realização deste projeto de ensino foi capaz de fomentar a popularização da noção linguística, estética, gráfica, e demais benefícios do uso da comunicação para a veiculação da imagem que se objetiva passar.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com a realização das quatro oficinas e a avaliação dos resultados, com a análise de público, percebeu-se que houve grande interesse por parte da comunidade acadêmica dos próprios cursos de comunicação, além da comunidade petiana. Entendendo, assim, que esta é uma demanda que extrapola as expectativas de necessidades, atingindo públicos que antes não eram esperados.

Relacionado a aderência dos outros grupos PETs nas atividades, entendeu-se que houve o interesse, porém com a existência de fatores adversos, poucos de fato conseguiram estar presentes na oficina. Desse modo, conclui-se que este é um projeto que deve ter continuidade nos semestres seguintes, expandindo, talvez, ainda mais o público, podendo levar as oficinas para outros campi da Universidade Federal de Santa Maria.

5. REFERÊNCIAS

REGO, Francisco Gaudêncio Torquato do. Comunicação empresarial/comunicação institucional: conceitos estratégias, sistemas, estrutura, planejamento e técnicas. São Paulo: Summus, 1986.

KUNSCH, M. M. Krohling. Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada. 5ª ed. São Paulo: Summus, 2003.

KUNSCH, M. - Planejamento e gestão estratégica de relações públicas nas organizações contemporâneas - Artigo UNIrevista, Vol. 1, nº 3, julho 2006. Disponível em < http://www.unirevista.unisinos.br/_pdf/UNIrev_Kunsch.PDF> acesso em 29/09/2017, às 19h10min.