

A organização do tradicional Encontro de Relações Públicas na UFAM: articulando teoria e prática

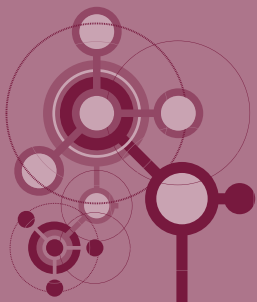
The organization of the traditional Public Relations Meeting at UFAM: articulating theory and practice

La organización del tradicional Encuentro de Relaciones Públicas en la UFAM: articulación de teoría y práctica



Inara Regina Batista da Costa

- Doutorado em Administração (UFMG).
- Mestrado em Engenharia de Produção (UFAM) e especialização em Neurociência, Psicologia Positiva e Mindfulness (PUC-PR).
- Coordenadora acadêmica da Faculdade de Informação e Comunicação, professora do curso de Relações Públicas e Coordenadora do Laboratório de Comunicação e Conexão da Universidade Federal do Amazonas.
- E-mail: inara.rp@gmail.com // inaracosta@ufam.edu.br
- ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3313-7671>



RESUMO

O artigo busca resgatar a memória institucional do curso de Relações Públicas da Universidade Federal do Amazonas por meio do tradicional evento “Encontro de Relações Públicas”, organizado por estudantes. Trata-se de uma pesquisa exploratória, bibliográfica, documental, descritiva e relatos de experiência. Os resultados apontam impactos positivos para os alunos, como o desenvolvimento de habilidades sociais, a vivência na organização de eventos e o fortalecimento da interação entre academia e mercado de trabalho.

PALAVRAS-CHAVE: ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS • RELAÇÕES PÚBLICAS • MEMÓRIA INSTITUCIONAL.

ABSTRACT

The article aims to recover the institutional memory of the Public Relations program at the Federal University of Amazonas through the traditional “Public Relations Meeting” event, organized by students. It is an exploratory, bibliographic, documentary, and descriptive study, incorporating experience reports. The results highlight positive impacts on students, such as the development of social skills, hands-on experience in event organization, and the strengthening of interaction between academia and the job market.

KEYWORDS: EVENT ORGANIZATION • PUBLIC RELATIONS • INSTITUTIONAL MEMORY.

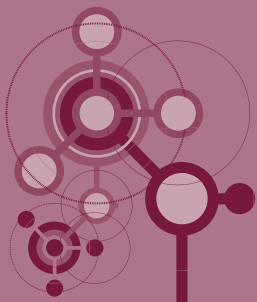
RESUMEN

El artículo busca rescatar la memoria institucional del curso de Relaciones Públicas de la Universidad Federal de Amazonas a través del tradicional evento “Encuentro de Relaciones Públicas”, organizado por estudiantes. Se trata de una investigación exploratoria, bibliográfica, documental, descriptiva y con relatos de experiencia. Los resultados señalan impactos positivos para los estudiantes, como el desarrollo de habilidades sociales, la vivencia en la organización de eventos y el fortalecimiento de la interacción entre la academia y el mercado laboral.

PALABRAS CLAVE: ORGANIZACIÓN DE EVENTOS • RELACIONES PÚBLICAS • MEMORIA INSTITUCIONAL.

INTRODUÇÃO

Os eventos planejados e organizados com objetivos estabelecidos desempenham uma função estratégica na criação e no fortalecimento do vínculo entre organizações e seus públicos. Os benefícios se traduzem em maior engajamento, fidelização ao produto ou serviço, geração de mídia espontânea, entre outros. Assim, é uma ferramenta bastante utilizada pelos relações-públicas, ocupando um espaço importante no planejamento da comunicação nas organizações.



O destaque não está presente apenas nos planos de comunicação das organizações, mas também nas expectativas dos estudantes de Relações Públicas, especialmente naqueles que desejam cursar a disciplina Gestão de Eventos. Com base nesse contexto, o presente artigo busca contribuir com o resgate da memória institucional do curso de Relações Públicas da Universidade Federal do Amazonas (UFAM) a partir da organização do evento “Encontro de Relações Públicas”. O recorte baseia-se na reformulação da matriz curricular de 2012, quando a disciplina acadêmica Gestão de Eventos foi alterada de optativa para obrigatória.

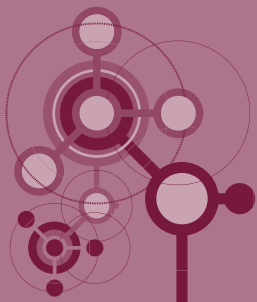
Para o alcance do objetivo, aplicam-se os métodos de pesquisa exploratória, bibliográfica, documental e descritiva. A pesquisa exploratória é adotada quando o tema ainda é pouco investigado e pode “[...] proporcionar visão geral, de tipo aproximativa acerca de determinado fato” (Gil, 2008, p. 27), complementada por Vergara (2005), que destaca a importância desse método ao permitir a reunião de ideias, aproveitamento de uma vivência prática, informal e menos estruturada para aprofundar ou desenvolver novas teorias.

O levantamento bibliográfico contribui com o estudo porque evidencia conceitos desenvolvidos por outros pesquisadores que servem como base de reflexão e propõem avanços a partir de contribuições já existentes. Por sua vez, a pesquisa descritiva também está presente, ao utilizar abordagem qualitativa para descrever os dados coletados durante a pesquisa documental, que possui fontes mais diversificadas e dispersas. Considera-se que a pesquisa documental apresenta vantagens ao pesquisador, pela possibilidade de aprofundar suas investigações em documentos diversos, que não necessariamente estariam em bibliotecas, mas em outros meios mais singulares (Duarte; Barros, 2006), como, por exemplo, registros fotográficos, relatos de experiências, relatórios de eventos etc.

O curso de Relações Públicas da UFAM iniciou suas atividades em 1977, a partir da Resolução n. 005 do Conselho Universitário, que dividiu o curso de Comunicação Social em duas habilitações: Jornalismo e Relações Públicas (Barbosa; Costa, 2012). Dos 48 anos do curso, foram realizadas 27 edições anuais não consecutivas do tradicional evento denominado, inicialmente, “Mesa-redonda dos profissionais de relações públicas”, sendo mapeada até a 20ª edição pelas pesquisadoras Lima e Oliveira (2012).

A proposta é continuar o resgate histórico desse evento, que acontece desde 1988 (Lima; Oliveira, 2012) e é parte integrante da vida acadêmica de vários profissionais que se formaram na UFAM. É um acontecimento bastante aguardado pelos acadêmicos, pois a cada ano querem fazer melhor que a edição anterior. Além disso, egressos do curso voltam para a universidade e participam de painéis, ministram palestras, apresentam *cases*, reencontram colegas, praticam networking e alguns até recrutam estagiários/as para as organizações onde trabalham.

O evento é costumeiramente realizado no dia 2 de dezembro, data em que se comemora o Dia Nacional do profissional de Relações Públicas. No entanto, quando há alteração do calendário acadêmico, em virtude de greve nas universidades federais, a realização do evento acontece em outra data. No caso do período da pandemia de covid-19, decretado pela Organização Mundial da Saúde em março de 2020, o evento foi planejado e realizado de forma virtual, desde a escolha do tema, passando pela programação, até a tabulação e análise dos dados referentes à avaliação final do evento.



RELAÇÕES PÚBLICAS COMO FUNÇÃO MEDIADORA

O profissional de Relações Públicas é responsável por promover a comunicação integrada, construir e manter um relacionamento entre a organização e seus públicos. Para isso, é preciso identificar os públicos mais estratégicos para desenvolver um relacionamento; planejar, implantar e avaliar programas de comunicação; mensurar e avaliar relacionamentos de longo prazo entre a organização e os públicos estratégicos (Grunig, 2011).

No entanto, antes de avançar nas ferramentas de comunicação mais utilizadas para desenvolver um relacionamento institucional, é importante resgatar os modelos de Relações Públicas propostos por James Grunig e Todd Hunt em 1984, que continuam compatíveis com a realidade contemporânea da área (Ornellas, 2022) e, assim, compreender a natureza e o propósito das relações públicas. De acordo com Grunig (2011), os quatro modelos são: agência de imprensa; informação pública; assimétrico de duas mãos; e simétrico de duas mãos.

O primeiro modelo — agência de imprensa — tem o único propósito de obter publicidade para uma organização ou para indivíduos (artistas, atletas, políticos...). É comum vê-lo no trabalho desenvolvido por publicitários. O segundo modelo é o de informação pública, semelhante ao da assessoria de imprensa, que entende as relações públicas como disseminadoras de informações objetivas para os meios de comunicação, portais de notícias, redes sociais, entre outros.

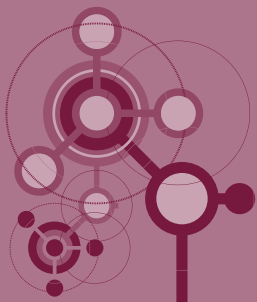
Tanto o primeiro modelo quanto o segundo são modelos de relações públicas de mão única que “descrevem programas de comunicação que não estão baseados em pesquisa e reflexão estratégica” (Grunig, 2011, p. 31). A agência de imprensa e a informação pública são dois modelos considerados assimétricos, isto é, desequilibrados, pois tentam modificar o comportamento dos públicos — por meio de imagem positiva e de informações favoráveis —, mas não o da organização. Por exemplo, será bem desafiador persuadir um grupo de ambientalistas de que uma empresa conhecida por práticas poluentes deixou de poluir.

O terceiro modelo é o assimétrico de duas mãos, que utiliza pesquisas com dados científicos para desenvolver mensagens persuasivas. Segundo Grunig (2011), o modelo pode funcionar bem e mudar o comportamento do público quando este sentir que terá benefícios. Ao incluir pesquisas, esse modelo tende a ser mais eficaz que os dois anteriores.

O quarto modelo é o simétrico de duas mãos, que tem como base as negociações e concessões, sendo considerado mais ético que os demais. O autor destaca que, além da pesquisa, é fundamentado também na comunicação para gerenciar conflitos e entendimento com os públicos estratégicos. Esse modelo permite que a questão do que é correto seja objeto de negociação, uma vez que as partes envolvidas em um conflito acreditam que a sua posição é a correta (Grunig, 2011).

De acordo com Ornellas (2022, p. 36), os quatro modelos “são considerados essenciais na literatura e na prática das relações públicas. Por serem atemporais, se mantêm como uma das maiores referências para área”. Assim, fica evidente a função mediadora das relações públicas entre a organização e seus públicos, adotando a comunicação em suas diferentes vertentes.

Para obter um resultado eficaz, o profissional de Relações Públicas lança mão da comunicação dirigida, que contempla ferramentas de comunicação selecionadas conforme as características e necessidades de cada público nos diferentes



contextos. Entre os principais recursos empregados para fortalecer os relacionamentos estão os veículos de comunicação dirigida escrita, veículos de comunicação dirigida oral, veículos auxiliares e veículos de comunicação dirigida aproximativa.

De acordo com Fortes e Ramos Silva (2011, p. 33), “a comunicação dirigida é totalmente determinada e controlada pelo emissor, o que dá segurança ao promotor do relacionamento”. Para o presente estudo, será abordado somente um dos veículos de comunicação dirigida aproximativa — eventos — considerado essencial no planejamento da comunicação.

EVENTOS COMO FUNÇÃO ESTRATÉGICA

Ainda não há um consenso na literatura sobre o conceito de evento. É possível que isso ocorra devido à natureza da atividade, ao dinamismo e à abrangência. Para Hamam (2002, p. 107-108), por exemplo, evento é um acontecimento excepcional previamente planejado, gerando grande envolvimento e mobilização de um grupo, que busca a integração e sensibilização entre os participantes para os objetivos pretendidos. Para Simões (1995, p. 170), em poucas palavras, define evento como “um acontecimento criado com a finalidade de alterar a história da relação organização-público, face às necessidades observadas”.

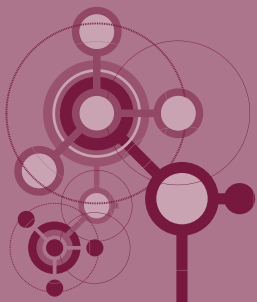
Os conceitos de eventos encontrados na literatura possuem algumas diferenças também, em virtude dos aspectos processuais ou operacionais. Apesar dos conceitos parecerem simples, Fernandes, Barichello e Rocha (2023, p. 7) destacam que “os eventos envolvem complexidades que ultrapassam várias camadas da gestão organizacional e da comunicação estratégica, exigindo máxima atenção por parte dos planejadores”. Há detalhes, recursos, objetivos e características próprias que demandam criatividade e ponderação.

Giacaglia (2010, p. 39) classifica os eventos quanto à finalidade (promocional e/ou institucional), periodicidade (esporádicos, periódicos e de oportunidade), abrangência (local, regional, nacional e internacional), âmbito (interno e/ou externo), público-alvo (pessoa jurídica e/ou pessoa física) e ao nível de participação (recursos próprios e/ou patrocínio). Considerando essa classificação, a tipologia de eventos é bastante extensa, citando alguns como convenção, concurso, conferência, exposição, inauguração, *happy hour*, jornada, lançamento, palestra, show, videoconferência e *workshop*.

No âmbito das universidades, as tipologias mais recorrentes de eventos institucionais são: programas de visitas, exposição, jornada, feira, simpósio, painel, mesa-redonda, congresso, seminário, encontros, fórum, debate, semana, entre outros. Levando em conta essa extensão de tipologia, a participação em eventos sociais e institucionais, seja presencial ou remota, torna-se algo inevitável na rotina do profissional.

Para que os eventos exerçam sua função estratégica, é fundamental que o planejamento seja detalhado, priorizando a participação dos tomadores de decisão e que envolva um conjunto de atividades importantes, como planejamento estratégico, gestão da comunicação organizacional, assessoria de relações públicas, gestão de mídias sociais, cerimonial público ou privado (Fernandes; Barichello; Rocha, 2023).

Contribui para aumentar a chance de o evento ser bem-sucedido a elaboração de uma lista com possíveis riscos e imprevistos, e qual ação deve ser tomada em cada situação. Para Melo Neto (2001, p. 100), o evento bem-sucedido gera prestígio para a marca, mídia espontânea e empatia do público. Por outro lado, o fracasso do evento pode ser associado à marca ou ao produto/serviço vinculado.



Diante desse contexto, os profissionais de Relações Públicas levam vantagem por conhecerem o porquê e o como das atividades que são desenvolvidas, isto é, possuem conhecimento teórico e prático “aplicado e testado nos processos que abrangem desde o pré-evento e o evento em si, até o pós-evento e seus desdobramentos” (Fernandes; Barichello; Rocha, 2023, p.7), conforme será demonstrado a seguir.

RESGATE HISTÓRICO DOS ENCONTROS DE RELAÇÕES PÚBLICAS

O planejamento e a realização do Encontro de Relações Públicas consistem em atividades avaliativas da disciplina obrigatória Gestão de Eventos, ofertada para os discentes do 6º período/semestre do curso de Relações Públicas, a partir da implementação da reformulação da matriz curricular em 2012. Os graduandos estudam a parte teórica e aplicam o conhecimento nas etapas de planejamento, organização, execução e avaliação, ou seja, do pré- ao pós-evento. A principal base teórica é a de Fortes e Ramos Silva (2011), que dividem o planejamento do evento em quatro estágios: 1. Levantamento de informações e captação de recursos; 2. Planejamento e organização; 3. Execução; 4. Avaliação e providências finais.

Para que cada estágio seja cumprido, a turma é dividida em comissões considerando a afinidade (sempre que possível) com as funções: secretariado, cerimonial, comunicação, logística/infraestrutura e finanças. Ivo, Marin e Souza (2014) destacam que, para formar a equipe, deve-se considerar a motivação e a responsabilidade dos integrantes, pois, assim como suas funções, a equipe passa a ser parte do todo e impacta no andamento e no resultado do evento.

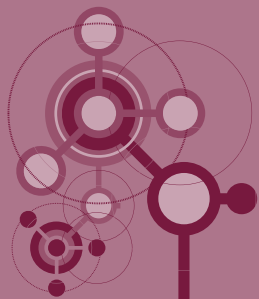
Cada comissão recebe sua lista básica de atividades, que deve ser atualizada com novas ações, de acordo com as decisões tomadas pela turma na etapa do planejamento. Há algumas atividades que são comuns a todas as comissões, tais como elaboração do relatório final do evento, monitoramento do checklist, dificuldades encontradas e captação de receitas. As alterações são alinhadas com a coordenação geral, no caso, o docente responsável pela disciplina.

A elaboração do checklist demanda sistematização, definição de prazo e responsável. Isso permite às comissões acompanhar o andamento e as dificuldades, procurando por soluções conjuntas, tendo uma noção mais ampla da construção do evento. Daí a necessidade de um diálogo constante entre as equipes, pois são várias pessoas pensando e executando as ações de modo mais intenso nos dois meses que antecedem o acontecimento (Ivo; Marin; Souza, 2014). No caso específico, são estudantes de graduação, dos quais a maioria está tendo sua primeira experiência com organização de eventos.

O nome “Mesa-redonda dos Profissionais de Relações Públicas” foi utilizado até 2016, sendo a última edição — a 21ª — com o tema “Desafios da comunicação na gestão pública”. Ressalta-se que somente os registros disponíveis dos eventos Mesa-redonda ou Encontro de Relações Públicas estão inseridos neste trabalho, não incluindo as Semanas Acadêmicas.

Em virtude do resgate da memória institucional do curso, foi realizado em 2012 o “Congresso dos 35 anos de Relações Públicas no Amazonas”, cujo evento foi contemplado com recursos da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Amazonas, sob a coordenação da docente Inara Regina Costa.

O Congresso foi estruturado em três eixos temáticos das Relações Públicas e Comunicação Organizacional: (i) discussão de aspectos sobre a história e memória do Curso de RP da UFAM; (ii) apresentação de trabalhos acadêmicos de docentes e discentes que refletem o impacto social e acadêmico do curso; (iii) integração entre universidade e mercado de trabalho.



Com o aporte de recursos, foi possível convidar professores de outras universidades para dialogar sobre diferentes perspectivas, entre os quais Rudimar Baldissera (UFRGS), Cláudia Moura (PUC-RS) e Margarida Kunsch (USP).

O congresso, com duração de três dias, teve início no dia 26 de setembro, data em que se comemora o Dia Interamericano das Relações Públicas. Ivo, Marin e Souza (2014) lembram que a data e o local são ações mais difíceis e mais importantes a serem definidos, pois podem determinar o sucesso e a qualidade do evento.

A partir de 2019, o evento foi renomeado para “Encontro de Relações Públicas”, pois a antiga denominação restringia a versatilidade que o evento poderia ter. Dessa maneira, o Encontro pode ter, além de mesa-redonda, palestras, painéis, lançamento de livros, exposição de banners, entre outros. As 20 edições da Mesa-redonda que foram realizadas envolveram diferentes pessoas e acontecimentos históricos que contribuíram para a formação acadêmica dos relações-públicas e que hoje se encontram no mercado de trabalho (Lima; Oliveira, 2012). As experiências compartilhadas através desses eventos são parte da memória do curso, bem como dos discentes e docentes que participaram da organização.

ANÁLISE E RESULTADOS

A cada edição do evento, a turma escolhe um tema principal a ser abordado, como pode ser visto no Quadro 1 abaixo. A escolha é feita a partir de critérios de abrangência, pertinência e relevância acadêmica e profissional. Essa etapa é importante porque o Encontro de Relações Públicas representa uma oportunidade para estabelecer parcerias, novos projetos de extensão, atualização dos participantes com relação às novas tendências e conhecimento de demandas do mercado de trabalho.

Quadro 1: Temas dos eventos

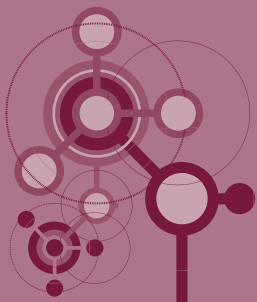
Edição	Tema	Data	Local
21ª Mesa-redonda	Desafios da Comunicação na Gestão Pública	19 de abril de 2016	Auditório Rio Solimões (ICHL) na UFAM
22º Encontro de RP	#DiaADiaRP: práticas e estratégias	02 e 03 de dezembro de 2019 ¹	Auditório Rio Alalaú (Faced) na UFAM
23º Encontro de RP	A Comunicação por trás da máscara	26 e 27 de outubro de 2021 ²	YouTube – canal RP UFAM (on-line)
24º Encontro de RP	Transformação da Comunicação Digital	30 e 31 de agosto de 2022	Auditório Rio Alalaú (Faced) na UFAM
25º Encontro de RP	Comunicação e Produção Cultural Amazonense	13 e 14 de junho de 2023	Auditório Rio Solimões (IFCHS) na UFAM
26º Encontro de RP	Comunicação na Era da Tecnologia	11 e 12 de março de 2024	Auditório Rio Solimões (IFCHS) na UFAM
27º Encontro de RP	Sustentabilidade além do meio ambiente	02 e 03 de dezembro de 2024 ³	Auditório no Mirante Lúcia Almeida no centro histórico de Manaus

Fonte: autora (2025).

¹ Os eventos de 2017 e 2018 podem ter sido realizados com outros nomes ou incorporados a outros eventos institucionais.

² Em 2020 não houve o Encontro de Relações Públicas em virtude da pandemia de covid-19.

³ Em 2024 foram duas edições devido o ajuste do calendário acadêmico. Da 21ª até a 26ª edição o evento foi coordenado pela professora Inara Regina Costa, a 27ª edição pelo professor substituto Mateus Pacheco.



De forma sintética, serão apresentadas algumas abordagens sobre os temas dos eventos e instituições representadas pelos profissionais de Relações Públicas. A 21ª Mesa-redonda permitiu a discussão sobre os aportes teóricos da comunicação na gestão pública, relacionando-os com as práticas nas organizações. Os profissionais convidados eram egressos do curso e de instituições como: Secretaria Municipal de Comunicação, Comando do 9º Distrito Naval, Conselho Regional de Engenharia, Processamento de Dados Amazonas e Superintendência da Zona Franca de Manaus.

No relato a seguir, a experiência na organização desse evento é vista como um treinamento para o futuro profissional. “Participar da 21ª Mesa-redonda é fundamental para os alunos de Relações Públicas, pois é uma escola e um treinamento para o que o profissional irá enfrentar no mercado de trabalho”, destaca a discente Kelly Oliveira. “[...] Além disso foi importante também para o desenvolvimento do trabalho em equipe e coesão de ideias” afirma Ana Cordeiro. Outro relato mostra que essa atividade prática ajuda nas escolhas das áreas de atuação. “Apesar de o resultado final ter sido muito bom, percebi que organização de eventos não é uma área na qual gostaria de seguir carreira”, ressalta Pedro Sousa.

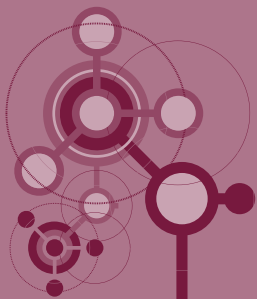
O 22º Encontro de Relações Públicas, que aconteceu em 2019, abordou as principais práticas e estratégias adotadas pelos profissionais no dia a dia em organizações públicas, privadas e do terceiro setor. A maioria dos profissionais convidados eram egressos do curso e de instituições como: Petrobras (Refinaria Landulpho Alves – Bahia), Grupo Bemol, Shopping Millenium, Agência The White, TV A Crítica, Fundação Paulo Feitosa, Conselho Regional dos Profissionais de Relações Públicas (Conrerp 6ª Região – Brasília), entre outros.

“Persuasão” foi a palavra-chave que a discente Maria Chixaro, membro da Comissão de Finanças, destacou em seu relato. “Percebi a necessidade de um RP entender a arte da persuasão e prezar por ter bons relacionamentos com a rede de contatos”. Outra percepção é a do estudante Herlon Santos “[...] pude perceber o quanto um evento dá trabalho. Uma vez que fora da academia não temos várias equipes e ter uma visão global do evento quase sempre está a cargo de uma pessoa”.

O 23º Encontro de RP aconteceu no formato remoto em 2021, com transmissão pelo YouTube, e discutiu como comunicar saúde e manter relacionamento com os públicos em meio a uma pandemia. Contou com a participação de profissionais do Norte e de outras regiões do Brasil: Fundação de Vigilância Sanitária (Manaus), Secretaria Especial de Saúde Indígena (Brasília), repórter especial da Rede Globo (TV Amazonas), Iai Promoções (Manaus) e Grupo Santa Joana (São Paulo).

Pela primeira vez, o evento foi realizado de forma remota, e houve instabilidade no sinal de internet, exigindo calma e iniciativa. Daniel Oliveira, que atuou como mestre de cerimônias, escreveu em seu relato: “Imprevistos causados pela forte chuva afetaram a infraestrutura e foi necessário ser dinâmico devido ao atraso. Nos bastidores mantive diálogo com a convidada enquanto esperávamos a transmissão iniciar”.

Na 24ª edição do Encontro de RP, o debate foi em torno dos bastidores, das estratégias nas mídias sociais e do impacto na comunicação digital. Temas discutidos também sob o olhar da pesquisa, por meio da apresentação de projetos de iniciação científica. Os profissionais convidados eram egressos do curso, *influencers*, profissionais de diferentes áreas e de instituições como: Spark Influencer Marketing — afiliada Manaus, Grupo Tapajós Comércio de Medicamentos, Agência Ekco Produções, Fundação Vitória Amazônica, AmazonSat (programa *Zappeando*), entre outros.



Ao analisar o relatório final do evento, verifica-se que a Comissão do Cerimonial ressalta como ponto positivo a disponibilidade para trabalharem juntos e resolverem os problemas antecipadamente. Como ponto negativo, a comissão destaca: “a falta de preparação para o primeiro dia acarretou em pequenas falhas, como a projeção da logomarca do evento e a demora na organização do ambiente nas rodas de conversa”.

O 25º Encontro de RP, em 2023, proporcionou debates sobre a cultura como fator de desenvolvimento econômico; processo criativo na produção cultural; assessoria para eventos culturais e esportivos; experiências e desafios na produção cultural na região Norte. Os profissionais convidados eram egressos do curso, profissionais de diferentes áreas e de instituições como: Secretaria de Cultura e Economia Criativa, Kaizen Performance, Grupo Pump Entretenimento, OneRPM, Coletivo Difusão e Agência ALEST. A cada edição, as turmas surpreendem convidando palestrantes como o Secretário de Cultura do Estado do Amazonas, Marcos Apolo Muniz, e a cantora amazonense Márcia Novo.

Os relatos dos estudantes destacam o uso das habilidades sociais, como Bianca Reis, que afirma: “Aprimorei minhas habilidades de organização, comunicação e gerenciamento de recursos”. Outros relatos mostram a superação de algum obstáculo, como o de Andrielly Mitouso: “Precisei deixar a insegurança de lado para negociar com gráficas e fornecedores”.

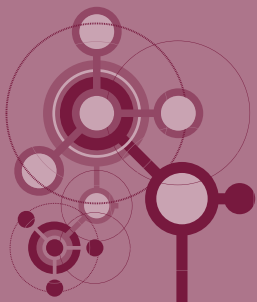
O 26º Encontro de RP proporcionou um novo olhar para as tecnologias — inteligência artificial, por exemplo — que desafiam profissionais de Relações Públicas e empreendedores da comunicação a acompanharem o impacto nas organizações. Os profissionais convidados eram egressos do curso, profissionais de diferentes áreas e de instituições como Manaus Tech Hub, SIDIA Instituto de Ciência e Tecnologia, Caren Baraúna Cerimonial, Todoplano Filmmaking, Studio 5 Shopping e Convenções. Na abertura do evento, houve a apresentação do grupo de dança urbana Legacy, que é destaque no cenário artístico de Manaus.

Os relatos dos estudantes apontam a riqueza de experiências na organização do evento. “Muito enriquecedora. Aprendi a lidar com situações adversas e contratempos, a importância do trabalho em equipe, a necessidade de adaptabilidade e do planejamento”, afirma Amanda Carvalho. Outro relato destaca que “foi um verdadeiro marco em minha carreira acadêmica. Oportunidade de aplicar, na prática, os conhecimentos adquiridos em sala de aula, lidando com desafios e decisões em tempo real”, afirma Ana Coelho.

Na 27ª edição do Encontro de RP, foi ampliado o debate sobre práticas sustentáveis, por meio dos aspectos sociais, econômicos e culturais, por empresas e pelo governo. Os profissionais convidados eram egressos do curso, profissionais de outras áreas e de instituições como Yamaha Motor da Amazônia, Fundação Rede Amazônica, Super Terminais e Kaisen Company. Pela primeira vez, o Encontro foi realizado fora das dependências da UFAM. O Coral do Amazonas abriu o evento com músicas regionais.

A discente Nayssa Priante comentou no perfil @encontroderp_ufam no Instagram: “Foi uma experiência incrível”, além de outros estudantes que registraram palavras e emojis positivos. Nesta edição, houve também homenagem aos professores do curso de Relações Públicas por tempo de serviço e exibição de banners de trabalhos científicos.

O Encontro de RP concilia, nas várias edições do evento, pesquisas científicas e mercado de trabalho, além de dialogar com outras disciplinas do período letivo. O evento reúne lançamento de revista, produção de jornal mural, apresentação de



projeto de iniciação científica e exibição de vídeo institucional. Todos são produzidos por estudantes e orientados pelos professores das diferentes disciplinas.

Arruda Pessoa (2015, p. 197) destaca que o evento é potencializado a partir do momento em que se apropria de todas as produções e estas se unem para divulgá-lo ao público, pois todas convergem para sua realização. Essa característica colaborativa do diálogo entre palestrantes, professores, estudantes e profissionais amplia a visão de quem participa do evento, favorecendo o encontro de novas soluções, projetos, demandas e aplicações (Lima; Oliveira, 2012).

Diante das diferentes temáticas discutidas em cada edição e dos vários relatos de estudantes que participaram da comissão organizadora, verifica-se que os discentes da disciplina Gestão de Eventos desenvolvem habilidades sociais ao aprenderem a lidar com situações adversas, entrar em contato com personalidades convidando-as para palestrar sem cachê, usar a criatividade e a paciência quando há cancelamento de palestrantes, entre outras situações. O agir colado ao pensamento teórico contribui para que o profissional [ou estudante] possa pensar novos percursos e novas metodologias de atuação (Oliveira, 2009). Dessa maneira, na organização de um evento, aprende-se a gerenciar imprevistos, prazos, tempo de apresentação, despesas e receitas. Logo, percebe-se que um dos legados do trabalho é a mudança de comportamento ao experienciarem a articulação entre teoria e prática.

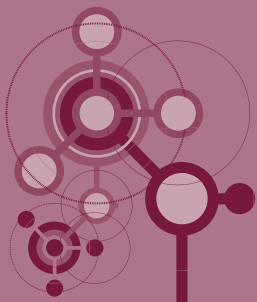
CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base no objetivo proposto, o estudo buscou resgatar a memória institucional do curso de Relações Públicas da UFAM — que possui 48 anos de existência — por meio do evento Encontro de RP, organizado pelos estudantes da disciplina obrigatória Gestão de Eventos, a partir da reformulação da matriz curricular.

Tendo como fundamentação teórica os modelos de Relações Públicas, mais especificamente o modelo simétrico de duas mãos, constata-se que o resgate da memória institucional sobre a organização do tradicional evento do curso de RP lança mão da pesquisa e do diálogo com os públicos estratégicos — características fundamentais em todos os estágios de planejamento do evento. O modelo simétrico de mão dupla tem como base as negociações e concessões, usando, para isso, habilidades sociais do profissional envolvido.

Os resultados mostram que a experiência na organização do evento vai muito além da temática discutida: representa a concretização do diálogo entre o mundo acadêmico e o mundo do trabalho, bem como a desenvoltura e a autonomia com que alguns estudantes se destacam ao propor soluções, demonstrando sua liderança no processo. Ressalta-se que, na ocasião, os relatos apresentados eram de estudantes, hoje bacharéis em Relações Públicas.

A partir da contribuição deste estudo, sugere-se, como proposta de pesquisa futura, resgatar a memória institucional do curso de Relações Públicas em relação a outros projetos de ensino, pesquisa ou extensão, com a finalidade de valorizar os trabalhos dos discentes e docentes, registrar os esforços conjuntos e deliberados, bem como fortalecer os laços complementares entre academia e mercado de trabalho.



REFERÊNCIAS

ARRUDA PESSOA, M. Os eventos institucionais como estratégias comunicativas. *Comunicologia - Revista de Comunicação da Universidade Católica de Brasília*, v. 7, n. 2, p. 182-203, 2015. DOI: 10.31501/comunicologia.v7i2.5657. Disponível em: <https://portalrevistas.ucb.br/index.php/RCEUCB/article/view/5657>. Acesso em: 15 jan. 2025.

BARBOSA, F. C.; COSTA, I. R. B. Curso de Relações Públicas da Universidade Federal do Amazonas: uma história de 35 anos para contar. In: COSTA, Inara Regina Batista; GOMES JR., Jonas da Silva (org.) *Memória do curso de Relações Públicas da UFAM: 35 anos de trajetória*. Manaus: EDUA, 2012.

DUARTE, J.; BARROS, A. *Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação*. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

FERNANES, F. F.; BARICHELO, E. M. M. R.; ROCHA, R. S. H. Relações públicas e design thinking: experiências convergentes na prototipação de um e-book sobre gestão de eventos no pós-pandemia. *Animus – Revista Interamericana de Comunicação Midiática*, v. 22, n. 49, 2023. DOI: 10.5902/2175497775344. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/animus/article/view/75344>. Acesso em: 10 jan. 2025.

FORTES, W. G.; RAMOS SILVA, M. B. (org). *Eventos: estratégias de planejamento e execução*. São Paulo: Summus, 2011.

GIACAGLIA, M. C. *Gestão estratégica de eventos: teoria, prática, casos e atividades*. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

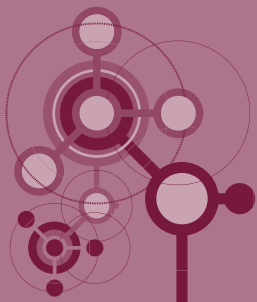
GIL, A. C. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GRUNIG, J. E. Teoria Geral de Excelência em Relações Públicas. In: GRUNIG, James E.; FERRARI, Maria Aparecida; FRANÇA, Fábio. *Relações públicas: teoria, contexto e relacionamentos*. 2. ed. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2011.

HAMAM, R. O Evento integrando o mix da comunicação. In: KUNSCH, Margarida. *Obtendo resultados com relações públicas*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002. p. 107-114

IVO, A. A.; MARIN, E. C.; SOUZA, L. M. Gestão de eventos: orientações básicas para o contexto das universidades. *Kinesis*, v. 2, n. 2, 2014. DOI: 10.5902/2316546416508. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/kinesis/article/view/16508>. Acesso em: 10 jan. 2025.

LIMA, M. D. C.; OLIVEIRA, R. A. Mesa-redonda dos profissionais de Relações Públicas da Universidade Federal do Amazonas: 20 anos de aprendizado, reflexão e diálogo. In: COSTA, Inara Regina Batista da; GOMES JR., Jonas da Silva (org.). *Memória do curso de Relações Públicas da UFAM: 35 anos de trajetória*. Manaus, EDUA, 2012.



MELO NETO, F. P. *Marketing de eventos*. Rio de Janeiro: Sprint, 2001.

OLIVEIRA, I. L.. Reflexividade e interação entre academia e mercado profissional. *In*: KUNSCH, M. M. K. (org). *Relações públicas e comunicação organizacional: campos acadêmicos e aplicados de múltiplas perspectivas*. São Caetano do Sul: Difusão, 2009.

ORNELLAS, L. A. *As contribuições do Design Thinking para o planejamento de eventos em relações públicas*. 2022. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Indústria Criativa) — Universidade Federal do Pampa, São Borja, 2022.

SIMÕES, R. P. *Relações Públicas: função política*. 3. ed. São Paulo: Summus, 1995.

VERGARA, S. C. *Métodos de Pesquisa em Administração*. São Paulo: Atlas, 2005.

Artigo recebido em 27/01/2025 e aprovado em 14/02/2025.