



Encontro Inter-regiões - Sul

Região Sul - Evento virtual
De 1 a 31 de outubro de 2020



EXPOCOM - RELATÓRIO DE PRODUÇÃO DO TRABALHO

INSCRIÇÃO	00831
INSTITUIÇÃO	Universidade Federal de Santa Maria, campus Frederico Westphalen
CAMPUS	Frederico Westphalen
CIDADE	Frederico Westphalen
UF	RS
CATEGORIA	RP
MODALIDADE	RP03
TÍTULO	Hackathon Comunica: trazendo o mercado de trabalho para a Universidade com inovação
ESTUDANTE-LÍDER	Letícia Stasiak
CURSO ESTUDANTE-LÍDER	Relações Públicas
COAUTOR(ES)/ ORIENTADOR(ES) CURSOS:	Kawê da Silva Veroneze (Universidade Federal de Santa Maria); Vitor Mateus Welzel (Universidade Federal de Santa Maria); Fernanda Rodrigues da Rocha (Universidade Federal de Santa Maria); Daiane Schröder (Universidade Federal de Santa Maria); Gabriela Steves Ferreira (Universidade Federal de Santa Maria); Suzana Busanello (Universidade Federal de Santa Maria); Elíbia Catarina Mainardi Bertoldo (Universidade Federal de Santa Maria); Pâmela Francelino (Universidade Federal de Santa Maria); Rachel Schaefer Klauck (Universidade Federal de Santa Maria); Mayara Oliveira da Silva (Universidade Federal de Santa Maria); Jones Machado (Universidade Federal de Santa Maria)

DESCRIÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO:

O evento "Hackathon Comunica" foi uma ação planejada estrategicamente vinda de um plano de Comunicação para o Departamento de Ciências da Comunicação (DECOM), da Universidade Federal de Santa Maria, campus Frederico Westphalen, elaborado nas disciplinas curriculares do curso de Relações Públicas - Bacharelado, "Assessoria de Relações Públicas I" e "Assessoria de Relações Públicas II". Percebendo o anseio dos estudantes do departamento, dos quais integram os cursos de Jornalismo e Relações Públicas, de que não haviam espaços de integração e atividades conjuntas para que pudessem trabalhar e aprender juntos, além da pouca oferta de estágios, pelo contexto interiorano o qual o campus se localiza, sentia-se esta falta e, por isso, criou-se o evento Hackathon Comunica, feito de estudantes para estudantes. A UFSM campus Frederico Westphalen se localiza numa pequena cidade do noroeste gaúcho, com um pouco mais de 30 mil habitantes e uma economia liderada pelo agronegócio. A Universidade se estabeleceu neste município a um pouco mais de 10 anos e desde então têm-se descoberto as áreas de atuação da comunicação na região, algo que ainda necessita evoluir. Diante disso, os estudantes sofrem com a falta de oportunidades para estágios, por exemplo, os quais poderiam gerar a aproximação com o mercado de trabalho e mais atividades práticas durante os quatro anos de graduação. Assim, se objetivou com o Hackathon Comunica realizar uma atividade que fosse o pontapé inicial da integração dos stakeholders para que se tornasse ainda mais possível os relacionamentos entre eles. Além de ter como objetivos específicos: 1 - Dar visibilidade à Universidade e a comunidade frederiquense os cursos de comunicação da UFSM-FW e seus estudantes; 2 - Criar relacionamentos entre Universidade e veículos de comunicação e agências de comunicação da cidade de Frederico Westphalen; 3 - Gerar conhecimentos e interações interdisciplinares; 4 - Oportunizar experiências de prática e do mercado de trabalho de comunicação; 5 - Instigar a proatividade e a busca por resolução de problemas reais de comunicação; 6 - Auxiliar no relacionamento entre Universidade e empresas de Frederico Westphalen. O evento foi organizado por estudantes do 5º e 6º semestre e aconteceu na madrugada do dia 27 de setembro de 2019, durando mais de 12 horas ininterruptas, envolvendo aproximadamente 100 pessoas entre organização, participantes e convidados. Além disso, teve o apoio de oito organizações locais, das quais foram captados mais de R\$2.200,00, sendo divididos em premiações, pré-produção e dia do evento. Foram inscritas nove equipes, tendo uma desistência na semana do evento, sendo todas as equipes compostas por estudantes dos cursos de Jornalismo e Relações Públicas, uma obrigatoriedade estipulada no regulamento. Também, havia a possibilidade de ter um integrante extra (opcional) que poderia ser de qualquer curso, de qualquer instituição de ensino superior da cidade de Frederico Westphalen, tendo assim a participação de um

acadêmico de Administração e um de Ciências da Computação, do IFAR-FW e um de Agronomia da UFSM-FW. A proposta do evento, além da integração, foi que os estudantes pudessem experienciar seus perfis como profissionais da comunicação, por isso, o desafio do evento consistiu em desenvolver um planejamento de comunicação em até 8h e apresentá-lo a um grupo de jurados. O cliente escolhido para essa produção foi a Vinícola Ferigollo, empresa de pequeno/médio porte da cidade, que é administrada pela família Ferigollo e não tinha nenhum tipo de trabalho de comunicação elaborado, nem presença digital, ou seja, uma empresa com problemas reais de comunicação e com diversas possibilidades de trabalho. O relatório completo do evento pode ser acessado em: https://drive.google.com/drive/folders/10iqYXX0l_6y1R7ipOwn8O2_oKvYa4ZZH?usp=sharing

DESCRIÇÃO DAS PESQUISAS REALIZADAS:

Uma das razões que motivaram a criação do evento Hackathon se deu pela aplicação de uma pesquisa aos estudantes dos cursos de Jornalismo e Relações Públicas, no primeiro semestre de 2019, a qual objetivou compreender se as práticas de comunicação adotadas pelo Departamento de Comunicação eram efetivas e quais as suas considerações sobre os conteúdos e os meios pelos quais as informações do departamento eram enviadas. O questionário possuía 9 questões, as quais foram desenvolvidas a partir de dados obtidos em conversas informais com os estudantes dos cursos, sendo 6 questões objetivas, voltadas à frequência e relevância das informações direcionadas aos estudantes e 3 questões dissertativas, as quais poderiam apontar aspectos positivos e negativos, além de sugerir práticas viáveis que poderiam potencializar a comunicação do DECOM. A pesquisa foi enviada ao coordenador do curso de Relações Públicas e repassada às listas de e-mail dos estudantes, com link direcionado ao formulário online. São 245 estudantes de Comunicação, mas apenas 22 responderam. Como tivemos o direcionamento do público que se atingiu com a pesquisa, ela demonstrou o caráter de Pesquisa de Opinião Pública. A partir das respostas, constatou-se que havia um déficit e um descontentamento por parte dos estudantes sobre como a comunicação entre Departamento e estudantes vinha sendo feita. As reclamações relacionavam-se à falta de promoção de espaços e eventos que proporcionassem a interação entre os estudantes de Jornalismo e de Relações Públicas e também a pouca relação dos cursos com o mercado de trabalho local. Ademais, o evento se deu no formato de um Hackathon, porque esta é uma metodologia empregada geralmente em empresas de tecnologia, que significa uma maratona focada no desenvolvimento de soluções que possam impactar a organização tanto interna quanto externamente. O que está diretamente ligado ao principal objetivo que tinha o evento, perante os resultados da pesquisa, que era trazer aos estudantes um espaço de interação entre os cursos e uma experiência em formato de desafio sobre o atual mercado, de forma criativa, impactante e inovadora. Isto se fez ainda mais relevante, ao incentivarmos com o evento, a percepção sobre a importância que o mercado da comunicação vinha ganhando, além de força, visibilidade e notoriedade dentro e fora das organizações, visto que é um setor que segue os avanços tecnológicos e as mudanças sociais. Diante disso, a visão e o trabalho de um comunicador se tornou cada vez mais necessário às empresas, para que se acompanhasse de forma significativa estes avanços e fosse possível comunicar com estratégia e eficácia.

DESCRIÇÃO DA PRODUÇÃO:

O Hackathon foi um evento que envolveu em média 100 pessoas, de diferentes setores. Antes da sua realização, foram feitas diversas reuniões entre os estudantes organizadores e o professor responsável pela disciplina, com o objetivo de determinar cada proposta e técnica correspondente à sua realização. Ademais, no desenvolvimento do projeto, os encontros com o cliente escolhido foram fundamentais para conhecer suas necessidades. A partir daí, a organização buscou apoiadores e patrocinadores e informou a mídia sobre o produto a ser lançado. Foram utilizados recursos de divulgação como releases criativos aos jornais da cidade (disponível no relatório do evento), envio de e-mail aos estudantes de Jornalismo e Relações Públicas, publicação no site oficial da Universidade e nas redes sociais do Departamento de Comunicação, assim como a propagação informal no ambiente institucional. A organização convidou algumas profissionais da área da comunicação para trabalharem junto às equipes, como monitoras no evento, a fim de orientarem e fomentarem a criatividade ao longo da maratona. Além destas, participaram outros convidados relacionados à atividade empresarial, os quais foram mantidos em sigilo até o final do Hackathon, quando então atuaram como jurados do desafio. Nas datas previstas para o acontecimento, utilizaram-se recursos humanos para coordenação geral, apoio, monitoria, assessoria de imprensa e logística. Os materiais usados foram cartazes; materiais de papelaria para que os participantes anotassem suas ideias; notebooks e câmeras fotográficas para projetar o planejamento da marca; salas da universidade, projetores, microfones, utensílios para alimentação, premiações como medalhas, certificados e troféu; além das camisetas vestidas pela organização, também inclui-se a recepção, alimentação, transporte e hospedagem da convidada palestrante, advinda de outro estado. Durante a execução do evento, técnicas de Relações Públicas foram colocadas em prática pelos participantes do evento, como a elaboração do planejamento de comunicação à empresa, por meio de briefing, de elaboração da matriz swot e do planejamento de mídias. Para finalizar o desafio, os participantes expuseram seus projetos à empresa convidada, aos jurados e demais presentes, justificando suas ideias e argumentos. Após a cerimônia de encerramento, os estudantes responderam a uma pesquisa qualitativa, emitindo pareceres sobre o evento, para que a organização pudesse avaliar cada etapa. A pesquisa continha onze questões, dentre elas duas abertas e foram organizadas em três eixos: opinião em relação ao evento como um todo, avaliação da organização e a parte de infraestrutura do Hackathon Comunica. A pesquisa foi a nível de opinião pública e o instrumento de pesquisa foi por meio de questionário a partir dos padrões utilizados pelo Sphinx Léxico v.5.1.0.8, um software de pesquisa de opinião pública. Dos 69 participantes do evento, 65 responderam a pesquisa, obtendo uma avaliação final favorável sobre o evento. Desta, 62,1% dos entrevistados avaliaram o evento como Muito Bom, a organização como Muito Boa (65,5%) e a estrutura física também (58,6%), sendo os feedbacks envoltos a elogios sobre o caráter inovador do evento, a boa alimentação entregue e a organização num geral. Por fim, sobre o Hackathon Comunica, avaliou-se que o projeto foi dado como inovador e que concluiu todos os seus objetivos. Foi um evento de extrema importância para integrar os estudantes, mostrar a eles práticas que podem encontrar no mercado de trabalho e apresentá-los a profissionais da cidade de Frederico Westphalen-RS, bem como proporcionar interação entre os cursos.