



Encontro Inter-regiões - Sudeste

Região Sudeste - Evento Virtual
De 1 a 31 de outubro de 2020



EXPOCOM - RELATÓRIO DE PRODUÇÃO DO TRABALHO

| | |
|--|--|
| INSCRIÇÃO | 00962 |
| INSTITUIÇÃO | Universidade Federal de Uberlândia |
| CAMPUS | Santa Monica |
| CIDADE | Uberlândia |
| UF | MG |
| CATEGORIA | JO |
| MODALIDADE | JO02 |
| TÍTULO | 3º Prêmio Triângulo de Jornalismo |
| ESTUDANTE-LÍDER | Roberto Vicente da Silva Filho |
| CURSO ESTUDANTE-LÍDER | Jornalismo |
| COAUTOR(ES)/ ORIENTADOR(ES) CURSOS: | Marcelo Marques Araújo (Universidade Federal de Uberlândia); Monallysa Leite Teixeira Cardoso (Universidade Federal de Uberlândia); Vitória Jacó Bertolucci (Universidade Federal de Uberlândia) |

DESCRIÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO:

Na 3ª edição do Prêmio Triângulo de Jornalismo a homenageada foi a apresentadora e jornalista Mônica Cunha, que tem mais de 30 anos de profissão. O tema dessa edição foi "Ética no Jornalismo", a surgiu em meio à um cenário complexo e com grande diversidade de informações no Brasil, visto que se tornou ainda mais acessível que qualquer pessoa crie e divulgue qualquer tipo de conteúdo, inclusive "fake news". Assim, a preocupação com a temática permeou a valorização do jornalista e de sua credibilidade, posto em xeque nos últimos tempos. O 3º Prêmio Triângulo de Jornalismo teve a noite de homenagens e entrega dos troféus em 05 de dezembro de 2019, com auditório lotado e atmosfera marcante. O Prêmio foi dividido em seis amplas categorias, sendo elas: Impresso, Audiovisual, Digital, Rádio, Proposta Empreendedora e Revelação, Fotografia e Publicidade e Propaganda. O grupo se dedicou em promover esforços na área da comunicação para então atingir os municípios do Triângulo, unindo-os em um só Prêmio. Além disso, foram estabelecidas divulgações do Prêmio em toda a região, de modo particular nas escolas da rede pública e privada divulgando a categoria Revelação. As principais estratégias de ação elaboradas para o evento de 2019, entrelaçadas aos aprendizados da disciplina de Assessoria de Imprensa e Comunicação Organizacional, deu-se a partir dos seguintes "drives": construção do planejamento de comunicação para o evento (YANAZE, 2011), ações de posicionamento e repercussão do evento, produção de branded content (ARAÚJO, 2019); gerenciamento de postagens nas redes sociais; repercussão na mídia local por meio de releases, gestão de conteúdos e entrevistas. No início das atividades da equipe organizadora do Prêmio 2019, já contávamos com 158 curtidas na página do Facebook e 118 seguidores no perfil do Instagram. Ao longo do período de atuação da mesma equipe, foi apresentado um crescimento no público dessas redes, finalizando, até o momento da entrega do relatório final do mesmo ano, 178 curtidas e 140 seguidores, inclusive outros engajamentos significativos como, alcance e visualizações. Por ora, é válido frisar que a 3ª edição do Prêmio Triângulo de Jornalismo se torna, também, um incentivo para a discussão em torno do que é "Ética no Jornalismo", bem como para estabelecer um elo entre profissionais da área jornalística, estudantes que se preparam atuar e aqueles que desejam fazer parte deste campo no futuro. O Prêmio Triângulo de Jornalismo, em sua terceira edição, também buscou interface dinâmica com outras áreas, ou "entre-áreas" que dialogam: relações públicas, publicidade, marketing e jornalismo; propondo assim maior participação de profissionais que atuam na grande área de comunicação. Além do diálogo com outras áreas, o Prêmio oportunizou à equipe de alunos uma experiência real na Assessoria de Imprensa e Comunicação Organizacional, atuando na mediação entre o Prêmio e a sociedade, em especial, profissionais e estudantes de comunicação, evidenciando o papel do assessor de imprensa para promover a aproximação, divulgação, relevância e posicionamento de uma marca como o Prêmio Triângulo de Jornalismo, criada dentro da disciplina de Assessoria de Comunicação. Além de promover, dar visibilidade, valorizar, respaldar e divulgar o trabalho de profissionais da comunicação, pois os assessores: tornaram-se efetivo ponto de apoio de repórteres e editores (como um tipo de extensão das redações) ao agirem como intermediários qualificados, estabelecendo aproximação eficiente entre fontes de informação e imprensa. De um lado, auxiliaram jornalistas, ao fornecer informações confiáveis e facilitar o acesso. De outro, orientaram fontes sobre as características da imprensa, a necessidade e as vantagens de um relacionamento transparente (DUARTE, 2003, p. 89).

DESCRIÇÃO DAS PESQUISAS REALIZADAS:

De acordo com Carrijo, Freitas, Oliveira, Schwaickardt e Crepaldi (2017), responsáveis pelo primeiro planejamento Prêmio Regional de Jornalismo, o projeto possui missão, visão e valores (apresentadas na sequência) que foram mantidas na edição 2019. A equipe entende que mudanças em conceitos base do Prêmio podem influenciar negativamente o desenvolvimento. Missão: Dar reconhecimento aos trabalhos dos jornalistas da região; valorizar a cobertura dada na mídia sobre a repercussão de assuntos relacionados a UFU. Visão: Que o prêmio se torne referência de reconhecimento profissional por meio de sua realização e proposta; que seja um prêmio que dê visibilidade para a UFU. Valores: Ética; relevância social; competência e respeito ao jornalismo e profissionais da área. (CARRIJO, FREITAS, OLIVEIRA, SCHWAICKARDT e CREPALDI, 2017) Na intenção de dar continuidade e, além disso, aprimorar o desenvolvimento e execução do Prêmio Regional de Jornalismo, buscamos entender quais seus pontos fracos e tentar eliminá-los. Para tanto, o grupo elaborou uma matriz FOFA (Quadro 1), a fim de analisar a atual situação do Prêmio. Quadro 1 - Matriz FOFA Forças Ineditismo na expansão para a imprensa em geral; conhecimento público prévio do prêmio (considerando 2017); proposta já implementada uma vez com sucesso; adesão do público na última edição; inscrições gratuitas; Oportunidades Possibilidade de expansão do prêmio para algo menos focado na UFU, com a criação de categorias setorizadas; realização de coffee break; divulgação para a imprensa em geral; busca por patrocinadores; apoio do curso de jornalismo Fraquezas Falta de habilidade do grupo em relação a criação de artes para mídias; baixo capital para investir; pouco alcance das páginas nas redes sociais; conhecimento do prêmio praticamente só na comunidade do Jornalismo UFU; mais divulgação = mais investimento; Ameaças Abertura para a imprensa em geral gera maior possibilidade de críticas; aumento da quantidade de categorias significa mais dificuldade para avaliação. Fonte: elaboração própria As principais estratégias de ação elaboradas a partir da análise da edição de 2017 foram: 1. Produção de branded content; 2. Gerenciamento de postagens nas redes sociais (Facebook e Instagram); 3. Atingir repercussão na mídia local por meio de releases, gestão de conteúdos e entrevistas; 4. Divulgação via e-mail convite para cursos de Jornalismo e Comunicação Social de outras universidades da região; 5. Elaboração de uma temática mais abrangente, que permita uma participação mais diversa; A 3ª Edição do Prêmio Triângulo de Jornalismo foi planejada sob orientação da metodologia matriz FOFA (forças, oportunidades, fraquezas e ameaças), a fim de analisar a última edição e identificar pontos fracos a serem melhorados. Tudo isso com respaldo do professor orientador e com produção realizada a partir das leituras da disciplina, pois: [...] No contexto da comunicação institucional, a assessoria de imprensa é uma das ferramentas essenciais nas mediações das organizações com o grande público, a opinião pública e a sociedade, via mídia impressa, eletrônica e Internet. Seu processo e sua aplicação se dão por meio de estratégias, técnicas e instrumentos pensados e planejados com vistas na eficácia. (KUNSCH, 2003, p. 169). Após a análise da matriz identificamos como oportuno para a realização do evento a possibilidade de expansão da marca Prêmio Triângulo de Jornalismo para além da Universidade Federal de Uberlândia (UFU). Por isso foram criadas categorias setorizadas, utilizamos a assessoria de imprensa na divulgação para a sociedade no geral e o branded content para alcançar mais pessoas no digital e aumentar a relevância do prêmio.

DESCRIÇÃO DA PRODUÇÃO:

A terceira edição do prêmio foi pensada com base em dois pilares principais: manter uma tradição, uma cultura, que possa ser mantida nas próximas edições e, ao mesmo tempo, trazer pessoas e temas que refletem a atualidade. Sendo assim, a primeira alteração feita foi em relação ao tema, que saindo de Ciência e Tecnologia, foi pensado para abordar mais pessoas de uma forma mais educativa: Ética no Jornalismo. Em um cenário com grande diversidade da informação, no qual pessoas podem criar, divulgar e viralizar qualquer tipo de conteúdo, inclusive inverdades, a função do tema foi valorizar o profissional de jornalismo e trazer a reflexão para os estudantes e profissionais locais a respeito da importância de se discutir qual o diferencial do jornalista por formação. Assim, exemplo de ética e personalidade referência na área, a convidada homenageada, acordado entre os componentes do grupo, foi Mônica Cunha, jornalista há 32 anos e que representa muito bem o tema abordado por seu histórico e profissionalismo. As categorias foram mantidas, acrescentando apenas a de publicidade e propaganda, área da comunicação que cada vez mais conversa com o jornalismo, por representarem todas as áreas de atuação de um profissional de comunicação, divididas entre profissionais e estudantes, uma forma de incentivo aos meios de comunicação da região e aos que estão trilhando ainda o caminho da formação. Segue, no quadro 2, as categorias que obtiveram inscritos nessa edição e suas divisões: Quadro 2 - Categorias Prêmio Triângulo de Jornalismo 2019 Categoria Gênero/Formato Concorrência Impresso Reportagem Divisão entre profissionais e estudantes Opinião Audiovisual Reportagem Divisão entre profissionais e estudantes Programa Documentário Digital Multimídia Divisão entre profissionais e estudantes Rádio Reportagem Divisão entre profissionais e estudantes Programa Proposta Empreendedora Iniciativas inovadoras na área da Comunicação. Livre. Ampla concorrência Publicidade e Propaganda Produtos de Divulgação Ampla concorrência Revelação Livre Alunos do Ensino Médio Fonte: elaboração própria Como foi apresentado, o Prêmio contou com 8 categorias e 15 possibilidades de premiação, tendo em vista que cada uma foi submetida a um premiado(a).