

A IMPORTÂNCIA DA MONITORIA ACADÊMICA: experiências e reflexões quanto à disciplina de Comunicação Mercadológica

Bernardo Besant Dos Santos **BEZERRA**¹
Célia Maria da Silva **CARVALHO**²

RESUMO

A monitoria representa um papel crucial no processo de ensino-aprendizagem, promovendo competências acadêmicas e profissionais para os participantes desse tipo de modalidade de ensino. Este artigo relata a experiência enquanto monitor na disciplina de Comunicação Mercadológica, ofertada no segundo semestre de 2023 no curso de Relações Públicas da Universidade Federal do Amazonas (UFAM), objetivando auxiliar os estudantes na compreensão e na prática de conceitos teóricos abordados no curso. Com esse propósito, foram desenvolvidas atividades direcionadas ao desenvolvimento de habilidades analíticas e estratégicas, a fim de integrar teoria e práticas do mercado. O artigo reflete, sobretudo, acerca da importância da monitoria como estratégia pedagógica e debate sua contribuição para o fortalecimento do ensino superior e da formação acadêmica dos alunos.

Palavras-chave: Monitoria acadêmica. Comunicação Mercadológica. Ensino-aprendizagem. Relações Públicas. Formação acadêmica.

ABSTRACT

Academic Mentoring plays a crucial role in the teaching-learning process, developing tutoring skills and providing support throughout the program. This article reports on the tutoring experience in the Marketing Communications course, offered in the first semester of 2023 in the Public Relations major at the Federal University of Amazonas (UFAM). This program ensures to support students in understanding and practicing theoretical concepts covered in the Public Relations major. To achieve this purpose, activities were developed analytical and creative skills, aiming to integrate theory and practice. Therefore, the article reflects, above all, on the importance of Academic Mentoring as a key pedagogical strategy and discusses its contribution to higher education and the academic development of students.

Keywords: Academic mentoring. Marketing Communication. Higher. Teaching-learning. Public Relations. Academic development.

¹ Estudante do curso de Relações Públicas da Ufam. Contato: contatobbesant@gmail.com.

² Docente do curso de Relações Públicas da Ufam. Contato: ccarvalho@ufam.edu.br.

INTRODUÇÃO

A monitoria acadêmica é uma metodologia de ensino com o objetivo de fomentar o conhecimento no ensino superior para os discentes, unindo atividades teóricas e práticas, visto que permite que os monitores da disciplina auxiliem na preparação de aulas, no desenvolvimento materiais didáticos e façam a construção do elo entre o professor e os alunos. Batista e Frison (2009) destacam que a monitoria contribui para a autonomia dos estudantes e para o aprimoramento do processo educacional, configurando-se como uma ferramenta essencial para o desenvolvimento de competências acadêmicas e profissionais.

A monitoria da disciplina de Comunicação Mercadológica, referente ao semestre 2023/1 e realizada no segundo semestre do mesmo ano, é um apoio pedagógico voltado a fortalecer o processo de ensino-aprendizagem dos estudantes do curso de Relações Públicas da Universidade Federal do Amazonas (UFAM). A proposta é oferecer um acompanhamento mais próximo e contínuo aos discentes, contribuindo para a compreensão dos conteúdos teóricos e para o desenvolvimento de uma visão crítica e aplicada sobre os temas abordados em sala.

Durante o período, o trabalho da monitoria foi estruturado para auxiliar os alunos na assimilação dos principais conceitos da disciplina, promover a integração entre teoria e prática e estimular o raciocínio analítico e estratégico, competências essenciais para a formação do profissional de Relações Públicas. Além disso, a criação de um ambiente de aprendizagem colaborativo, no qual o diálogo, o compartilhamento de experiências e o esclarecimento de dúvidas favoreceram a construção do conhecimento de forma mais participativa. Dessa forma, este artigo visa apresentar as atividades desenvolvidas no âmbito do acompanhamento, refletindo sobre sua relevância no processo de ensino-aprendizagem e conectando a prática pedagógica aos referenciais teóricos que fundamentam a experiência.

O CURSO DE RELAÇÕES PÚBLICAS

O curso superior de Relações Públicas da Ufam possui uma longa trajetória, sendo um dos primeiros na área de Comunicação a ser regulamentado oficialmente, em 1967, pela Lei nº 5.377/67. Vale, ainda, destacar que Relações Públicas é a única profissão regulamentada dentre as demais áreas da Comunicação, o que reforça a relevância de sua prática. No Brasil, em meados de 1980, Simões (1995, p. 42) apresentou um conceito baseado em um conjunto lógico de teorias dedutivas e definiu as Relações Públicas como "o exercício da administração da função política organizacional, enfocado através do processo de comunicação da organização com seus públicos".

Cutlip, Center e Broom (2000, p. 4) conceituam: "Relações Públicas constituem uma função de direção que estabelece e mantêm relações mutuamente benéficas entre uma organização e os públicos dos quais depende seu êxito ou fracasso." Conforme o Projeto Pedagógico do curso de Relações Públicas da UFAM de 2012, o objetivo geral do curso é

Propiciar a formação de gestores dos processos comunicacionais nas organizações mediante a compreensão do campo teórico e técnico-científico do ambiente comunicacional e das relações públicas, visando a uma formação comprometida com a ética, crítica, reflexiva, humanista e que valorize o desenvolvimento regional sustentável.

Dessa forma, é posta em evidência a importância e o impacto do seu exercício. A normativa que regula as práticas profissionais de relações públicas não apenas consolidou a profissão, mas serviu também para assegurar os direitos e os deveres dos profissionais de Relações Públicas. De acordo com a Resolução Normativa CONFERP Nº 116, de 10 de outubro de 2022, publicada no Diário Oficial da União Nº 194, o profissional de Relações Públicas tem um papel amplo e versátil. Entre suas principais funções estão: planejar estratégias de comunicação para empresas nos três setores; realizar pesquisas de opinião, de imagem, de mercado e de clima organizacional; produzir materiais como fotos, áudios, vídeos e peças gráficas; organizar eventos; zelar pela imagem das instituições e gerenciar crises; lecionar aulas no ensino superior;

desenvolver pesquisas acadêmicas na área da comunicação, além de prestar consultorias em todos os âmbitos citados.

O curso de Relações Públicas da Ufam tem duração média de quatro anos. De acordo com o Projeto Político-Pedagógico do curso, as atividades de Relações Públicas compreendem um conjunto de ações desenvolvidas por uma organização, independentemente de sua origem, com o propósito de construir e manter, por meio da comunicação, um relacionamento de compreensão e confiança mútua com seus diferentes públicos. Essas ações têm como principal objetivo contribuir para o alcance das metas institucionais, atuando na identificação, na proposição e na implementação de estratégias que aprimorem a gestão dos processos comunicacionais.

As práticas de Relações Públicas são voltadas à administração dos relacionamentos organizacionais, utilizando técnicas e ferramentas de comunicação que fortalecem a imagem e a reputação das instituições. Essas atividades podem ser realizadas tanto por profissionais “autônomos” quanto em departamentos internos de comunicação, agências especializadas, consultorias ou em distintos contextos organizacionais, sejam eles públicos, privados ou pertencentes ao terceiro setor. Na prática, isso oferece aos estudantes diversas possibilidades de atuação, dando-lhes a oportunidade de colocar em prática o conhecimento adquirido em sala de aula. Além disso, o curso de Relações Públicas da Ufam utiliza metodologias que permitem ao aluno construir projetos que simulem a realidade do mercado, seja por meio de estágios supervisionados, da elaboração de produtos de comunicação, de análises de reputação e de imagem, ou por meio de simulações de como lidar com situações reais e 'inesperadas', como a gestão de crises. Dessa forma, ao concluir o curso, o profissional de Relações Públicas estará preparado para atuar em diversos nichos.

Compreende-se, sobretudo, Relações Públicas como uma profissão em constante evolução, acompanhando as mudanças tecnológicas e as transformações no ambiente midiático. Uma vez que se trata de uma área altamente relacionada com o

mundo digital e tecnológico, é necessário que o profissional busque continuamente atualizações, visando a aprimorar a compreensão e as necessidades do mercado. A formação em RP tem um diferencial: a capacidade de unir conhecimentos teóricos, habilidades práticas e demandas sociais de forma bastante integrada, unindo conhecimento técnico e prático. Diante disso, torna-se imprescindível pensar na importância das experiências da graduação, uma vez que são essas experiências práticas que viabilizam essa integração de conhecimentos, técnicas e habilidades. Um exemplo disso é o objeto de estudo deste trabalho: a monitoria, que funciona como um espaço para aprofundar o aprendizado e fortalecer a atuação profissional.

UNIVERSIDADE, GRADUAÇÃO E MONITORIA

A universidade desempenha um papel essencial no desenvolvimento intelectual e social de uma nação, sendo o espaço onde se forma o conhecimento que orienta as transformações econômicas, políticas, sociais e culturais. No contexto brasileiro, a educação superior tem passado por transformações significativas desde suas origens até o presente momento, com uma crescente busca pela inclusão, pela inovação e pelo reconhecimento internacional (SEVERINO, 2008). A graduação, enquanto fase crucial dessa trajetória, não se limita à formação técnica, mas também se propõe a moldar cidadãos críticos, éticos e preparados para os desafios do mercado de trabalho e da sociedade.

Na universidade, a monitoria acadêmica, programa do Departamento de Programas Acadêmicos da Ufam, vinculado à Pró-Reitoria de Ensino e Graduação, desenvolve um processo de ensino-aprendizagem relevante tanto para os monitores quanto para os discentes. Essa perspectiva é fomentada pela construção de práticas pedagógicas com participação ativa dos estudantes em atividades de apoio aos professores, contribuindo desta forma também para o desenvolvimento de habilidades colaborativas e analíticas. Quanto à formação de monitores, a prática proporciona o desenvolvimento de competências pedagógicas essenciais, como a habilidade de

planejamento e organização para execução de atividades, o aprimoramento da escuta ativa e comunicação interpessoal, essenciais para a relação aluno-monitor. Na Ufam existem duas modalidades para a prática: bolsista e não bolsista. Segundo Garcia, Filho e Silva (2013), a monitoria tem sido amplamente reconhecida como um importante instrumento de formação para os monitores.

Tantos docentes quanto discentes são desafiados a organizar, comunicar e adaptar o conteúdo de maneira acessível e eficaz. Este processo de “ensinar para aprender” permite que os alunos líderes em questão, fortaleçam suas próprias habilidades pedagógicas e intelectuais. Além disso, permitem o aprimoramento de suas competências de liderança e de comunicação ao ensinar os discentes acadêmicos, preparar aulas, dar suporte nas atividades cotidianas e demais afazeres docentes. Para além disso, esse acompanhamento contribui consideravelmente para a construção de um ambiente acadêmico inclusivo e participativo ao colocar discentes em posições de monitoria e ter um contato mais próximo com as atividades consideradas atribuição de docentes. Cavalheiro e Del Pino (2007) destacam que, ao promover a interação entre os alunos, a monitoria facilita a construção de um espaço de aprendizado mais dinâmico, onde todos os participantes podem compartilhar conhecimentos, aprender uns com os outros e resolver problemas de forma colaborativa. Além de enriquecer a formação acadêmica, o programa contribui para a construção de uma comunidade de aprendizagem robusta, sólida, na qual o conhecimento é compartilhado e é constantemente revisado.

A monitoria também se apresenta em um contexto mais amplo de práticas pedagógicas no ensino superior, as quais, conforme Anastasiou e Alves (2006), devem ser pensadas de forma estratégica para atender às necessidades diversificadas dos alunos. O processo de ensino-aprendizagem não deve ser compreendido apenas como a transmissão de ensinamentos, mas sim como uma via de mão dupla, em um processo dinâmico e interativo que envolve a reflexão constante sobre as metodologias de ensino

adotadas. Podemos observar como a monitoria é uma ferramenta estratégica nesse processo de ensino-aprendizagem, uma vez que essa poderosa ferramenta é capaz de interseccionar diferentes esferas sociais, tanto do monitor, quanto dos demais integrantes deste processo.

COMUNICAÇÃO MERCADOLÓGICA

A Comunicação Mercadológica é uma área que conecta empresas e públicos por meio de planejamento e estratégia. Para isso, é preciso juntar criatividade e análise, em prol de uma narrativa que desperte a atenção e faça sentido para quem recebe a informação, ou seja, é a união de teoria com a experiência de mercado, focando no produto. Como explica Lupetti (2010), para que essas estratégias funcionem, é fundamental entender bem o mercado e alinhar os objetivos da organização com o que o público espera. Do ponto de vista teórico e prático, a Comunicação Mercadológica oferece recursos para que os profissionais criem abordagens eficazes e, sobretudo, responsáveis. Galdino (2019) aponta que um bom planejamento pode melhorar a imagem da marca, aumentar o alcance das mensagens e fortalecer sua identidade. Isso demonstra como a cooperação, a inovação e a criatividade são importantes para evidenciar uma marca em um mercado cheio de concorrência.

Desta forma, pode-se afirmar que a Comunicação Mercadológica não se limita ao planejamento de campanhas. Isso porque, dentro do seu escopo, como área, a constante adaptação e análise do mercado são pontos-chaves. Afinal, uma comunicação eficaz apenas se processa a partir de um acurado entendimento do público de interesse e de suas variáveis. Ou seja, a eficácia dessa comunicação está diretamente vinculada à capacidade de avaliar os resultados obtidos, as mudanças culturais, a compreensão das variáveis e muito mais, podendo, assim, realinhar as estratégias conforme o objetivo. Para isso, utilizam-se abordagens diferenciadas, técnicas de persuasão, posicionamentos bem definidos e outras técnicas mercadológicas.

Esse olhar adaptável perante as necessidades do mercado mostra-se cada vez mais indispensável em uma sociedade em que consumidores mudam seus padrões de consumo em uma velocidade nunca vista antes. Portanto, devemos nos atentar para a Comunicação Mercadológica não apenas como uma forma de promover produtos, mas também como uma forma importante de análise mercadológica, para assim entregar e atingir o objetivo esperado.

METODOLOGIA

Este trabalho tem como objetivo entender como a monitoria ocorre na disciplina de Comunicação Mercadológica, observando tanto os desafios dessa atividade quanto os aprendizados que ela proporciona, tanto para os discentes quanto para os próprios monitores. O artigo segue uma abordagem qualitativa e exploratória, sendo classificado como um relato de experiência das atividades realizadas na monitoria da disciplina Comunicação Mercadológica do curso de Relações Públicas da Universidade Federal do Amazonas. Vieira e Zouain (2005) afirmam que a pesquisa qualitativa atribui importância fundamental aos depoimentos dos atores sociais envolvidos, aos discursos e aos significados transmitidos por eles. Nesse sentido, esse tipo de pesquisa preza pela descrição detalhada dos fenômenos e dos elementos que o envolvem.

Para levantar informações, foram consultados artigos científicos, relatórios de monitoria e documentos oficiais disponíveis em plataformas como Scielo, Spell, Google Scholar e Periódicos Capes. As buscas foram feitas no primeiro semestre de 2023, usando os termos “monitoria” e “aprendizado”, com filtro para textos em português publicados nos últimos dez anos.

Lösch, Rambo e Ferreira (2023) conceituam a pesquisa exploratória como um tipo de pesquisa que visa a compreender e explorar um fenômeno ou questão de interesse tendo como objetivo familiarizar-se com um assunto pouco conhecido ou pouco explorado. Para entender melhor estes papéis, foram analisados documentos

como o Manual de Monitoria da UFAM, o Plano Semestral de Monitoria preenchido pela professora da disciplina e os Relatórios de Monitoria. Esses materiais ajudaram a mapear as funções dos monitores e as estratégias usadas para apoiar o aprendizado dos alunos. A partir disso, foi possível avaliar o impacto da prática na trajetória dos monitores e de que forma essa vivência contribuiu para o desenvolvimento de suas habilidades pedagógicas.

ATIVIDADES DESENVOLVIDAS

As atividades da monitoria na disciplina de Comunicação Mercadológica foram estruturadas com o objetivo de fomentar o processo de ensino-aprendizagem e o planejamento curricular da disciplina. A descrição das atividades a seguir são resultado da análise dos materiais coletados ao longo do semestre, refletindo as principais ações observadas no desenvolvimento do projeto. De acordo com o Manual do Monitor e a resolução 006/2013, do Conselho de Ensino e Pesquisa (CONSEPE), são atribuições do monitor: constituir o elo entre aluno e professor, apoiar o professor na realização de trabalhos práticos e ou experimentais, preencher e manter atualizado o Cadastro Individual do Monitor. No entanto, entre as principais ações, destacam-se:

Atendimento a alunos: encontros periódicos para esclarecimento de dúvidas tanto presencialmente nas aulas quanto o suporte *on-line*. Esse atendimento permitiu um acompanhamento mais individualizado, o que facilitou a compreensão por parte dos alunos. Dentre as atividades desenvolvidas, uma delas foi a elaboração de um plano de comunicação (PCM), atividade de longa duração que exigiu que o monitor desse suporte aos alunos durante toda jornada da disciplina. Isso permitiu que o monitor tornasse sua comunicação mais objetiva e didática a fim de melhor concepção por parte dos alunos.

Escolha de materiais: seleção, organização e elaboração de materiais didáticos complementares que serviram para apresentar na prática os conceitos da disciplina como as análises de estudos de caso, leituras guiadas e seminários. Todas essas

atividades possibilitaram ao monitor se aprofundar ainda mais nas temáticas da disciplina.

Apresentação de assuntos: condução de microaulas e ou explanações sobre assuntos pertinentes a disciplina, como os debates e estudos de caso. Nesse caso a monitoria permitiu que o monitor, em conjunto com a professora orientadora, promovesse debates sobre questões atuais, facilitando a troca de conhecimento.

Auxílio à professora: apoio direto à docente da disciplina, colaborando na organização de recursos didáticos, na preparação de dinâmicas em sala de aula, acompanhamento de trabalhos em grupo, pesquisas de campo, seminários e estudos de caso.

RESULTADOS

A experiência de acompanhamento aos alunos na disciplina de Comunicação Mercadológica proporcionou resultados expressivos para o monitor. A partir de sua perspectiva, a vivência representou uma oportunidade de aperfeiçoamento acadêmico e profissional, possibilitando o desenvolvimento de competências que vão além do domínio teórico da disciplina. O exercício contínuo de mediação do conhecimento favoreceu o aprimoramento da organização pessoal, da gestão do tempo e da capacidade de planejar atividades voltadas à aprendizagem colaborativa. Para além disso, o ato de orientar e esclarecer dúvidas exigiu do monitor o domínio aprofundado dos conteúdos e a habilidade de traduzir conceitos complexos em explicações acessíveis, o que contribuiu para sua própria aprendizagem e para o fortalecimento de sua postura crítica perante os temas da Comunicação Mercadológica. Essa ação reflexiva também ampliou o senso de responsabilidade e o compromisso ético com o processo de educação, características indispensáveis à formação docente.

A interação com os alunos foi outro ponto de destaque, pois permitiu ao monitor desenvolver competências comunicacionais fundamentais. O contato direto com as demandas e dificuldades dos colegas ampliou sua característica pedagógica e

capacidade de escuta ativa, estando apto para lidar com diferentes perfis e ritmos de aprendizagem. Em síntese, a monitoria configurou-se como um espaço de crescimento mútuo, em que o monitor não apenas auxiliou no processo de ensino-aprendizagem, mas também se formou como sujeito ativo na construção de conhecimento e na aplicação prática dos princípios da comunicação estratégica.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esse relato de experiência evidencia a importância da monitoria acadêmica como uma estratégia pedagógica essencial para o processo de ensino-aprendizagem na disciplina de Comunicação Mercadológica, do curso de Relações Públicas da Universidade Federal do Amazonas (UFAM). Os objetivos de apoiar os estudantes na compreensão teórica e na aplicação prática dos conteúdos foram alcançados por meio das atividades desenvolvidas pelo monitor, como os plantões de dúvidas, a elaboração de materiais de apoio, às apresentações sobre temas específicos e o suporte direto ao professor em sala.

A atuação do monitor, caracterizada pela mediação constante e pela busca em aproximar teoria e prática de mercado, mostrou-se fundamental para fortalecer o ensino superior. O programa de monitoria contribuiu para que os estudantes superassem dificuldades conceituais de maneira mais dinâmica, favorecendo não apenas o aprendizado técnico, mas também o desenvolvimento de competências analíticas e estratégicas, indispensáveis para a formação em Relações Públicas. Nesse sentido, esse acompanhamento revelou-se um elo importante entre o espaço acadêmico e as exigências do mercado, consolidando o aprendizado de forma contextualizada e prática.

Além de beneficiar diretamente os alunos, a experiência reforça o papel da monitoria também na formação acadêmica e pessoal do próprio monitor, que tem a possibilidade de aprofundar sua compreensão da disciplina e desenvolver habilidades

de comunicação, liderança e organização. Em resumo, os resultados alcançados destacam a relevância da monitoria acadêmica como um pilar de qualidade no ensino superior.

REFERÊNCIAS

ABREU, T. O. et al. A monitoria acadêmica na percepção dos graduandos de enfermagem. **Revista de Enfermagem da UERJ**, Rio de Janeiro, v. 22, n. 4, p. 507-512, 2014.

ANASTASIOU, L. G. C.; ALVES, L. P. Processos de Ensino na Universidade: pressupostos para as Estratégias de Trabalho em Aula. In: ANASTASIOU, L. G. C.; ALVES, L. P. (org.). **Processos de Ensino na Universidade**. Joinville: Univille, 2006. p. 75-106.

CAVALHEIRO, P.; DEL PINO, J. C. Aprendizagem e cooperação em atividades de monitoria para o ensino de ciências no nível fundamental. **Experiências em Ensino de Ciências**, Cuiabá, v. 2, n. 3, p. 17-33, 2007.

CUTLIP, S. M.; CENTER, A. H.; BROOM, G. M. **Effective public relations**. 8. ed. Englewood Cliffs, NJ: Prent Hall, 2000.

FRISON, L. M. B. Monitoria: uma modalidade de ensino que potencializa a aprendizagem colaborativa e autorregulada. **Pro-Posições**, Campinas, v. 27, n. 1, p. 133-153, 2016.

GALDINO, E. T.; ABRANTES, K. N. F. Desafios da monitoria acadêmica: Percepção dos alunos monitores e monitorados. In: **Encontro de Extensão, Docência e Iniciação Científica (EEDIC)**, 15., 2019, Quixadá. Anais... Quixadá: Unicatólica, 2019.

GARCIA, L. T. S.; FILHO, L. G. S.; SILVA, M. V. G. Monitoria e avaliação formativa em nível universitário: desafios e conquistas. **Revista Perspectiva**, Florianópolis, v. 31, n. 3, p. 973-1003, 2013.

LÖSCH, S.; RAMBO, C. A.; FERREIRA, J. S. Pesquisa exploratória na abordagem qualitativa em educação. **Revista Ibero-Americana de Estudos em Educação**, Araraquara, 1982.

LUPETTI, M. **Planejamento de Comunicação Organizacional: uma releitura da estrutura, enriquecida pelos modelos de análise de marketing**. 2010. Tese (Doutorado em Interfaces Sociais da Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2010.

SEVERINO, A. J. O ensino superior brasileiro: novas configurações e velhos desafios. **Educação em Revista**, Curitiba, n. 31, p. 73-89, 2008.

SIMÕES, R. P. **Relações públicas: função política**. 5. ed. São Paulo: Summus, 1995.

VIEIRA, M. M. F.; ZOUAIN, D. M. **Pesquisa qualitativa em administração: teoria e prática.** Rio de Janeiro: Editora FGV, 2005.