

## **A extensão universitária no contexto da pandemia: Ações da Prática - Agência Experimental de Relações Públicas<sup>1</sup>**

Julia Oliveira FREIRE<sup>2</sup>  
Julia Chagas Zanin PEREIRA<sup>3</sup>  
Letícia Carpi BAGGIO<sup>4</sup>  
Marina Chioca ANATER<sup>5</sup>  
Pedro Chapaval PIMENTEL<sup>6</sup>  
Cora Catalina QUINTEROS<sup>7</sup>  
Claudia Irene QUADROS<sup>8</sup>  
Universidade Federal do Paraná, Curitiba, PR

### **RESUMO**

São objeto deste estudo as ações desenvolvidas no contexto da pandemia da Covid-19 realizadas na Agência Experimental de Relações Públicas - Prática - da UFPR. Neste espaço, além de potencializar o ambiente de aprendizagem da comunicação, teorias e práticas estabelecem uma interação dialógica entre ensino, comunidade e mercado. A partir de um estudo descritivo, analisam-se como as diretrizes da agência foram seguidas e o papel do projeto de extensão no contato contínuo dos estudantes com a universidade pública no modelo de Ensino Remoto Emergencial (ERE). A descrição das atividades demonstra o protagonismo e iniciativas de trabalho colaborativo para fazer frente às adversidades na comunicação exclusivamente remota, desenvolvendo diversos serviços de qualidade à comunidade interna e externa da UFPR.

**PALAVRAS-CHAVE:** ensino remoto emergencial; projeto de extensão; covid-19; prática; comunidade.

### **INTRODUÇÃO**

A Prática é a Agência Experimental de Relações Públicas da Universidade Federal do Paraná (UFPR) e existe desde 1987, vinculada ao Departamento de

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na IJ03 - Relações Públicas e Comunicação Organizacional - XVII Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

<sup>2</sup> Estudante de Graduação 2º. semestre do Curso de Relações Públicas da UFPR, e-mail: [julia.freire10@gmail.com](mailto:julia.freire10@gmail.com)

<sup>3</sup> Estudante de Graduação 2º. semestre do Curso de Relações Públicas da UFPR, e-mail: [juliaczp08@gmail.com](mailto:juliaczp08@gmail.com)

<sup>4</sup> Estudante de Graduação 2º. semestre do Curso de Relações Públicas da UFPR, e-mail: [lelebaggio8@gmail.com](mailto:lelebaggio8@gmail.com)

<sup>5</sup> Estudante de Graduação 2º. semestre do Curso de Jornalismo da UFPR, e-mail: [marinachiocaaanater@gmail.com](mailto:marinachiocaaanater@gmail.com)

<sup>6</sup> Doutorando em Administração pelo PPGADM da Universidade Federal do Paraná. Professor orientador da Prática entre os anos de 2019 e 2021, e-mail: [professorchapavel@gmail.com](mailto:professorchapavel@gmail.com)

<sup>7</sup> Professora substituta do curso de Relações Públicas da UFPR, orientadora da Prática, e-mail: [coracatalina@ufpr.br](mailto:coracatalina@ufpr.br)

<sup>8</sup> Professora do curso de Relações Públicas da UFPR e coordenadora da Prática, e-mail: [claudia.quadros@ufpr.br](mailto:claudia.quadros@ufpr.br)

---

Comunicação da UFPR. Desde então, vem implementando uma abordagem integrada da comunicação em seus serviços e inclui estudantes de três cursos: Jornalismo, Publicidade e Propaganda e Relações Públicas. Em 2015, a Prática também passou a desenvolver projetos de extensão para dialogar com a comunidade. Estabelecendo uma interação dialógica entre ensino, comunidade e mercado, a agência proporciona experiências laboratoriais e o projeto de extensão colabora com a formação acadêmica dos estudantes, possibilitando o desenvolvimento de ações práticas voltadas à comunicação e às relações públicas.

Em março de 2020, a Covid-19 chegou ao Brasil e diversas medidas foram necessárias para evitar a propagação do coronavírus. As instituições de ensino superior suspenderam suas atividades presenciais logo no início da pandemia para garantir a segurança de servidores, professores e estudantes. Por isso, as atividades formativas e de cunho interdisciplinar, como projetos de extensão e agências experimentais, tiveram suas atividades temporariamente paralisadas. A Universidade Federal do Paraná (UFPR) instituiu um plano emergencial para realizar aulas de modo remoto, garantindo assim o distanciamento social, seguindo a diretriz da Organização Mundial da Saúde.

Nesse contexto, o objetivo deste trabalho é apresentar como foram desenvolvidas remotamente as ações de comunicação da Prática - Agência Experimental de Relações Públicas, por meio de estudo descritivo, a partir de relatos dos participantes do projeto para destacar as mudanças decorrentes do trabalho remoto. Apresenta-se a fundamentação teórica sobre relações públicas e comunicação organizacional, relacionando o Ensino Remoto Emergencial (ERE) e a inovação na comunicação no contexto da pandemia da covid-19. Em seguida, descreve-se a metodologia de trabalho e apontam-se impactos decorrentes da pandemia da Covid-19 nas atividades da Prática. Por fim, são apresentadas as considerações finais.

## **1 AS RELAÇÕES PÚBLICAS E A COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL**

Os princípios que norteiam as ações da Prática - Agência Experimental de Relações Públicas da UFPR, fundamentam-se numa perspectiva integrada da comunicação para contribuir no desenvolvimento de diferentes organizações da sociedade. Atuando como um projeto de extensão universitária, a Prática funciona

---

como mediadora entre demais projetos de extensão da universidade e seus respectivos públicos de interesse (Proposta para projeto de extensão Prática, Resolução n. 72/11 - CEPE, 2019). Por meio de estratégias de comunicação organizacional e integrada, o projeto tem como objetivo estabelecer e gerenciar relacionamentos em suas ações, desenvolvendo assim a função mediadora das relações públicas (KUNSCH, 2003).

Além disso, a Prática tem como princípio norteador a construção de relacionamentos como objeto de estudo das Relações Públicas, aliado à interação estratégica da Comunicação Organizacional (OLIVEIRA, 2009). Logo, a agência propõe planejar, desenvolver e executar ações de comunicação que possibilitam a manutenção de relacionamentos estratégicos e mutuamente benéficos entre o projeto de extensão e o público ao qual as ações são direcionadas.

Dessa forma, a Prática - Agência Experimental de Relações Públicas da UFPR, propõe em suas atividades aliar os conceitos teórico-práticos das relações públicas e da comunicação organizacional integrada. Tal como propõe Kunsch (1992, p.27), compreende-se que “um serviço de comunicação é o melhor caminho para a abertura de novos canais de diálogos e democracia, dentro e fora da universidade” (KUNSCH, 1992, p.27). Nesse sentido, a agência experimental possibilita o desenvolvimento de habilidades no campo das Relações Públicas no ambiente prático, contribuindo com a comunidade interna e externa à UFPR neste processo.

## **2 IMPACTOS E INOVAÇÃO NA COMUNICAÇÃO COM O ENSINO REMOTO EMERGENCIAL**

No Brasil, para enfrentamento da emergência de saúde pública em decorrência da infecção viral provocada pelo coronavírus COVID-19 e a necessidade de medidas de distanciamento social, foi regulamentada a Lei nº 13.979, de 6 de fevereiro de 2020 (BRASIL, 2020), que estabeleceu a medida inédita do ensino remoto emergencial (ERE) nas universidades federais brasileiras. Com isso, foi possível dar continuidade ao processo de ensino-aprendizagem durante a pandemia.

O impacto dessa medida foi avaliado na pesquisa aplicada pela UFPR no período de 03 a 14 de setembro de 2020, analisando o ciclo remoto de julho a setembro desse mesmo ano. A pesquisa, que contou com um percentual de 22,95% de estudantes, 48%

---

de professores e 85% de coordenadores, concluiu que 66,8% dos estudantes e 62% dos discentes mostraram-se a favor da continuidade do ERE, embora tivessem encontrado algum grau de dificuldade no processo de adaptação da modalidade on-line.

Para a equipe de voluntários e bolsistas da Agência Prática da época, o impacto inicial foi de desafios e incertezas, ocasionando a interrupção do processo seletivo realizado pela gestão anterior, sendo retomado apenas em setembro do ano de 2020, após um longo período de debates e discussões junto à comunidade acadêmica.

O ERE, implantado inicialmente como opção com a suspensão das atividades presenciais, foi substituído pelo ensino remoto (dividido em ciclos) e sem caráter emergencial no semestre seguinte. De maneira geral, o isolamento social também demandou ações de inovação na comunicação da Universidade e da Prática, que precisou adaptar-se ao formato digital no desempenho das suas atividades.

Sem a possibilidade de reuniões presenciais, a equipe da Agência passou a utilizar a plataforma Google Meet para a realização de encontros semanais. Neles, a equipe era atualizada e discutia as atividades que deveriam ser realizadas nos próximos dias. Com o uso do Trello, plataforma de gerenciamento de projetos, todos podiam acompanhar o desenvolvimento das ações de cada cargo explicitados no quadro 1.

Além das reuniões semanais e da criação de um grupo no WhatsApp, foram organizadas conjuntamente confraternizações on-line pelo cargo de Eventos, muitas delas em datas comemorativas, como a de posse da nova gestão. Nesse evento, todos usaram a cor verde para celebrar a Prática. No *Halloween*, outra data comemorada pela equipe, fantasias e jogos enriqueceram o evento para tornar a integração mais aproximativa. Tudo com o propósito de manter o vínculo e o bom relacionamento entre a equipe, afetada pelo isolamento social. Por meio destes encontros, a manutenção do relacionamento do público interno foi possível e o fluxo de trabalho tornou-se mais agradável.

A partir da metodologia ativa - que consiste em uma forma de ensino na qual os alunos são motivados a participar ativamente do processo de aprendizagem - o projeto rompe as barreiras da abordagem tradicional do ensino, tornando a equipe de estudantes protagonista na tomada de decisões em praticamente todas as atividades. No cenário de pandemia, a metodologia ativa na Prática tornou-se ainda mais evidente, pois a

---

autonomia de cada integrante foi fundamental para o desenvolvimento de pesquisas para a construção do conhecimento e do trabalho em equipe.

### **3 METODOLOGIA**

O objetivo deste trabalho é apresentar as ações realizadas pela Prática - Agência Experimental de Relações Públicas, desenvolvidas remotamente no contexto da pandemia da Covid-19. Para cumprir com este objetivo, foi realizado um estudo exploratório descritivo que visa proporcionar maior familiaridade com um determinado fenômeno sob investigação e aprimorar ideias ao descrever este fenômeno (GIL, 1987).

O estudo descritivo tem como objetivo analisar detalhadamente o objeto de estudo da pesquisa, gerando uma nova visão mais aprofundada do assunto. Dessa forma, observa, registra, analisa e correlaciona fatos ou fenômenos sem manipulá-los, abordando dados e hipóteses que deveriam ser estudados, mas não existem registros deles (CERVO; BERVIAN; SILVA, 2007).

Neste artigo, exploramos esses tipos de pesquisa para melhor descrever as ações da agência de Relações Públicas da UFPR durante a pandemia da COVID-19. É importante destacar que a gestão 2020 assumiu a Prática em contexto de pandemia, portanto não tinha vivenciado encontros presenciais.

#### **3.1 Agência Experimental de Relações Públicas: A Prática**

A Prática tem como missão aproveitar o ambiente de aprendizado para disseminar o papel das Relações Públicas, estabelecendo uma interação dialógica entre ensino, mercado e os demais setores da sociedade. Sua visão é ser referência em comprometimento, eficiência e resultados no aprendizado da comunicação integrada, tornando-se um vetor para o impacto e transformação social.

Alinhada com as Diretrizes Curriculares do Curso de Relações Públicas do Ministério da Educação BRASIL/MEC, 2013), a Agência tem dentre os principais objetivos contribuir com a formação teórico-prática dos estudantes, proporcionando um contato efetivo e o mais próximo possível das atividades da profissão em comunicação e relações públicas. A Agência também proporciona experiências laboratoriais para que

seus integrantes possam compreender a atividade e o processo de relações públicas, bem como formas de interdisciplinaridade da atividade complementar, conforme as DCNs (BRASIL, Art. 3º - III; Art. 6º - II).

Na Prática, os integrantes ainda participam de atividades de extensão. Por se tratar de uma agência experimental, não visa obtenção de lucros e sua maior beneficiada é a Universidade Federal do Paraná, atendendo o público interno e externo. Como processo que promove a interação dialógica e a relação entre Universidade e outros setores da sociedade (FORPROEX, 2012, P. 28), o projeto de extensão colabora com a formação profissional e cidadã dos estudantes, oferecendo subsídios para que os participantes desenvolvam habilidades pertinentes à futura área de atuação, sendo essa no caso da Prática nas relações públicas.

A gestão da Prática é rotativa e tem duração de um ano, sendo composta por estudantes do primeiro período de três cursos do Departamento da Comunicação. O processo seletivo sempre é coordenado pela gestão anterior, com o aval de professores orientadores e coordenação. Atualmente, fazem parte da Prática 12 estudantes voluntários e dois bolsistas que cursam Relações Públicas, Jornalismo e Publicidade e Propaganda. Os cargos que compõem a estrutura organizacional e as suas respectivas funções são:

QUADRO 1. Cargos e funções da Prática

CARGOS	FUNÇÕES
Assessoria de Imprensa	Elaborar textos para veículos de comunicação, sites e blogs, produzir reportagens, <i>press releases</i> e preparar e-mail marketing.
Atendimento	Realizar o contato externo com clientes e parceiros, coordenar o relacionamento com estes e produzir e repassar os <i>briefings</i> .
Comunicação Interna	Gestionar o relacionamento entre os membros da agência, auxiliando na eficácia do desempenho dos demais cargos, mantendo o ambiente harmonioso.
Coordenadoria de Eventos	Planejar, criar, elaborar, organizar, analisar e apoiar eventos institucionais.
Direção de Arte	Desenvolver todos os materiais gráficos da Prática e planejar campanhas de comunicação.
Mídias Sociais	Produzir e monitorar conteúdo para todas as redes online da agência e realizar clippings.
Redação Publicitária	Elaborar conceitos e textos criativos propondo chamadas para a ação.
Planejamento	Fazer o planejamento mensal da agência, além de realizar pesquisas que ajudam no desenvolvimento de futuros trabalhos.

Fonte: Regimento da Prática, 2021.

---

As respectivas funções e cargos apresentadas no Quadro 1 revelam o protagonismo e as responsabilidades assumidas pela equipe a partir do desenho metodológico proposto para a Prática, que tem como base as metodologias ativas.

Com a interrupção das aulas e das atividades presenciais, o processo seletivo da agência foi adiado e adaptado para a forma remota. Os candidatos entregaram seus projetos e realizaram entrevistas virtualmente com a gestão 2019, sendo escolhidos e acolhidos em outubro de 2020. Nos primeiros meses, integrantes da gestão anterior auxiliaram em diversas atividades, tal como ocorre em toda passagem de gestão.

### **3.2 Ações desenvolvidas e o ensino remoto emergencial**

A principal característica da Prática relacionada ao protagonismo dos estudantes na construção do conhecimento se acentuou ainda mais no contexto da pandemia. Por meio de metodologias ativas, os praticantes, como se denominam os membros da equipe, inseriram-se como agentes produtores e promotores de Relações Públicas, atuando em ações que concederam a si mesmos, assim como à comunidade e aos parceiros, a oportunidade de crescer profissionalmente e humanamente.

Em 2020, além de atender a comunidade interna e externa da UFPR, o projeto também passou a interagir com os estudantes do Departamento de Comunicação da Universidade. Por meio das redes sociais da Prática, foram produzidos conteúdos sobre estratégias de mídias digitais e relações públicas de uma forma bastante descontraída. “Aprendemos tanto neste período remoto. A pesquisa que realizamos para fazer nossas atividades nos ajudou a sobreviver nesta pandemia”, apontou Marina Almeida (2021) durante a reunião com estudantes, coordenadora e nova orientadora da Prática. Dessa forma, o objetivo do projeto de extensão, que colabora com a formação profissional e cidadã dos membros da equipe, também foi possível.

Ao levar em consideração que todo o trabalho e relacionamento construído foi remoto, a internet teve um grande impacto no contato da Prática com a sua comunidade, com fundamental importância para as redes sociais. Os praticantes também procuraram explorar ferramentas disponíveis online, como o *Trello*, usado para a organização, o *WhatsApp* e o *Google Meet*, para a comunicação, e o *Instagram*, para compartilhar conhecimento. Através destes meios, foi possível manter contato entre os

---

praticantes e seus parceiros. Também receberam treinamento em SEO (*Search Engine Optimization*), ministrado pelo professor Pedro Pimentel, orientador na época. Desse modo, o trabalho se tornou mais prazeroso, possibilitando um sentimento de amizade, respeito e admiração entre os envolvidos.

A seguir, são descritas as ações desenvolvidas na comunidade interna da universidade com os cursos de psicologia e engenharia florestal, bem como a Feira de Profissões da UFPR. Também foram feitas parcerias com a comunidade externa, como o Conselho Regional de Relações Públicas (CONRERP) para a realização de um evento. Também destacamos o trabalho desenvolvido pelas mídias sociais da Prática.

### **3.2.1 Com o Curso de Psicologia da UFPR: Neurolaboratório de Psicologia**

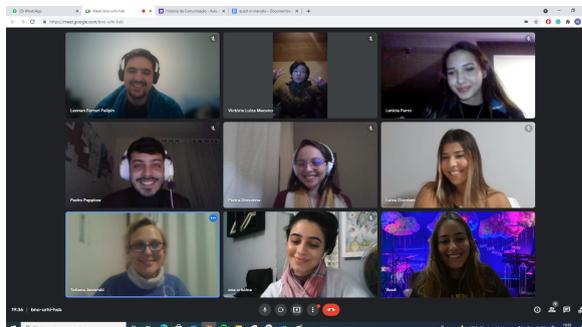
Conforme mencionado anteriormente, a prioridade da Prática é atender a comunidade interna da UFPR, sobretudo os projetos de extensão que mantêm diálogos com a sociedade. Nessas parcerias, a Prática fica responsável pelo planejamento da comunicação, como aconteceu com o Neurolaboratório de Psicologia da UFPR, o Neurolab. O primeiro contato ocorreu com o projeto “Bora Jogar para Aprender”. O Neurolab fez uma proposta de intervenção neuropsicológica acessível baseada em jogos para que pais e crianças pudessem usar durante o isolamento social. Depois do Bora, surgiram o Siricutico - podcast quinzenal - e o Cocuruto - canal do Youtube - ambos produzidos por acadêmicos e profissionais da saúde mental. Ambos são voltados a pais e crianças. Com o tempo, a parceria se expandiu ao Interlúdico - projeto no qual se incorpora o BJPA, o Cocuruto e o Siricutico.

A Prática atuou em parceria com o Neurolab, desenvolvendo toda a identidade visual dos projetos, visando satisfazer seu propósito. Para isso, também foi feita uma pesquisa de mercado. Assim surgiu a primeira identidade visual produzida pela gestão de 2020, sendo um grande desafio, principalmente somado às poucas aulas em decorrência do isolamento social. Entretanto, o resultado foi satisfatório para o cliente, que voltou a procurar a equipe para a realização de novos trabalhos após uma reforma interna que modificou a hierarquia dos projetos. Dessa maneira, a Prática construiu a identidade do Interlúdico e reformulou outras. Elaborou ainda um manual de mídias para o Instagram do projeto e criou templates para uso nas redes sociais. A realização

dos trabalhos foi memorável para toda a equipe, principalmente para a Criação (cargos de Redação e Direção de Arte), que trabalhou diretamente com os parceiros. A estudante Victória Luiza Maceno, do cargo de Redação (2021) comenta sobre a experiência: “Foi meu trabalho favorito até agora da Prática, principalmente o Interlúdico”. A Direção de Arte é formada por duas pessoas apenas, então as duas estudantes se esforçaram ao máximo durante quatro semanas para pensar nas cores, símbolos e tipografia. “Eu e a Letícia Ferro vimos esse trabalho como um filho”, finaliza a estudante.

A experiência de trabalho com o Neurolab foi extremamente positiva para ambas as partes, pois resultou na integração entre os diferentes cursos e no compartilhamento de conhecimentos. Além de beneficiarem os participantes, as ações também melhoram a imagem da universidade diante o público externo por meio dos produtos gerados que têm ajudado pais e filhos no convívio familiar durante este período tão conturbado da pandemia.

Imagem 1: Prática e Neurolaboratório de Psicologia da UFPR



Fonte: Gestão 2020 da Prática.

### **3.2.2 Comunicação para o Laboratório Benefícios das Florestas**

O Laboratório Benefícios das Florestas, um projeto de extensão do curso de Engenharia Ambiental da UFPR, foi parceiro da Prática ao final do ano de 2020. O Lab. das Florestas tem como objetivo trazer para a sociedade informações relevantes e confiáveis sobre o setor florestal e sustentabilidade.

A Prática os auxiliou com a realização de um diagnóstico de marketing das mídias sociais do projeto, visto que a pandemia da COVID-19 alterou por completo a

---

maneira que a extensão trabalhava, transferindo as atividades para o ambiente digital. Este trabalho consistiu em estudar as redes sociais do projeto em específico, observando seguidores, engajamento, conteúdo das publicações e outros aspectos, proporcionando uma análise profissional das redes sociais. Assim, a equipe de Mídias sociais da Pratica, em conjunto das equipes de Direção de arte e Redação, realizou uma apresentação com os dados descobertos e, principalmente, sugeriu ideias e ações que deveriam ser realizadas para aprimorar as redes sociais do projeto Lab. Das Florestas.

Para os membros da Pratica foi um aprendizado marcante por ser o primeiro diagnóstico de mídias que a equipe realizou, agregando experiência e conhecimento sobre redes sociais. Além disso, a equipe teve autonomia para realizar o diagnóstico e, conseqüentemente, conseguiu, com a participação de todos os envolvidos, apresentar um trabalho considerado de excelência pelos estudantes do curso de Engenharia Florestal.

#### **3.2.4 Com o Conselho Regional de Relações Públicas - CONRERP**

O Conselho Regional de Relações Públicas (Conrerp 2º região) foi o primeiro grande cliente da Pratica no cenário da pandemia. Logo após a passagem da gestão dos estudantes de 2019 para os calouros de 2020, o Conrerp entrou em contato para que a Pratica os auxiliasse na organização do evento “Prêmio Profissional RP do ano 2020”. O Conselho Regional é um órgão que compõe o Conselho Federal de Profissionais de Relações Públicas, que por meio da divisão em regiões, facilita a comunicação com os profissionais e estudantes de Relações Públicas de todo o país. O objetivo do Conselho é regularizar e fiscalizar a profissão, garantindo condições justas para o exercício da profissão. O Conrerp 2º região, portanto, desempenha esta função nos estados de São Paulo e do Paraná, construindo uma comunicação mais integrada e prática para os profissionais desses estados.

O evento realizado pelo Conrerp, normalmente realizado de forma presencial, precisou ser adaptado ao cenário da pandemia do COVID-19. O grande desafio em transformar o evento em uma premiação online, foi o de preservar e ampliar para a sociedade a relevância do evento, uma vez que ajuda na ampliação da conscientização da importância da profissão e promove a valorização das Relações Públicas.

---

O processo de organização do evento online mobilizou praticamente toda a gestão 2020 da Pratica e possibilitou o aprendizado de como organizar uma premiação e quais são os passos primordiais para realizar um evento de sucesso. Auxiliou a equipe a compreender a dimensão e as responsabilidades necessárias para a produção de eventos, mostrando o quão importante é o trabalho do profissional de Relações Públicas nessa área. Além do aprendizado prático de como organizar um evento, auxiliar o Conrerp 2º Região agregou conhecimento para cada membro da equipe 2020 da Pratica. A equipe de assessoria de imprensa, por exemplo, aprendeu com a elaboração do primeiro press release de suas carreiras. A coordenadoria de eventos também aprendeu muito sobre a área ao prestar trabalhos ao Conselho. Para a equipe de atendimento, o Conrerp também foi o primeiro trabalho dentro da Pratica. Por meio de reuniões semanais e produção das mais diversas atividades, elas foram responsáveis pelo contato constante e direto com o cliente.

### **3.2.5 Mídias da Pratica**

A transformação das redes sociais da Pratica foi um trabalho importante para a gestão 2020. Devido à pandemia, todas as atividades do projeto foram desenvolvidas no ambiente online e, portanto, a ideia foi ampliar os horizontes da agência na internet, com a construção de postagens regulares sobre Relações Públicas, com foco na plataforma do Instagram.

Os avanços e transformações do ambiente digital têm recebido atenção das organizações, o que amplia a área da atuação da profissão de Relações Públicas - responsáveis pela gestão estratégica de posicionamento da empresa diante da sociedade. As mídias sociais, que têm como essência a comunicação de mão dupla, possibilitam a interação e colaboração de diversos usuários. Além disso, com elas também é possível estabelecer relacionamentos de qualidade com os públicos de cada organização (TERRA, 2011).

A reorganização das mídias digitais foi o primeiro passo da gestão 2020. A equipe de Mídias Digitais da Pratica fez o planejamento de postagens para todos os meses. A equipe de Direção de arte organizou o visual do perfil no Instagram, procurando inovar e padronizar as artes de cada postagem. A equipe de Redação foi

---

responsável pela elaboração de textos informativos, leves e divertidos dos conteúdos pesquisados por todos os integrantes da Prática. Esse trabalho conjunto e coordenado permitiu um aumento no número de seguidores e de interação.

Por esse motivo, a equipe da Prática escolheu esse trabalho como o mais marcante da gestão 2020. Afinal, essa ação exigiu dedicação de todos para organizar, planejar e executar as diversas ideias que surgiam e divulgou com eficiência a Agência Experimental de Relações Públicas da UFPR para estudantes e profissionais da área. Entre os conteúdos planejados para o Instagram, destacamos a Live com a relações públicas Bárbara Santos, que falou sobre a sua profissão e atraiu muitos estudantes. A parceria com a página de Relações Públicas “*Rpnsee*”, criada pela estudante Laura Mello, também tem sido uma parceria frutífera na troca de conteúdo e conhecimento sobre comunicação. As entrevistas com professores do Departamento de Comunicação Social da UFPR, disponibilizadas no IGTV, também tiveram êxito para a Prática.

Além dos conteúdos criados para serem postados na Internet, a equipe de Mídias, Direção de Arte, Redação e Planejamento definiram as personas da Prática. Para a representação fictícia de dois possíveis seguidores do perfil da Agência Experimental de Relações Públicas realizamos pesquisas. Dessa forma, foi possível compreender melhor seus seguidores e planejar a melhor maneira de falar com seus públicos. O retorno não poderia ser melhor. Houve um fortalecimento da presença da Agência Experimental de Relações Públicas no ambiente digital, com o aumento de seguidores e de engajamento em suas redes sociais.

### **3.3. Análise dos resultados das ações realizadas**

Como citado individualmente na descrição de cada trabalho, todas as experiências na Prática foram consideradas positivas para seus membros e, muitas vezes, para a comunidade externa. Não há dúvidas quanto à dificuldade de produzir em um momento tão assustador e atípico, mas a Prática foi um porto seguro para os seus integrantes ao oferecer um ambiente de acolhimento e de crescimento, que manteve a motivação e a integração dos estudantes na universidade. Em um momento em que as aulas no ensino remoto emergencial eram insuficientes para o desenvolvimento teórico de seus estudantes, a Prática, por meio de metodologias ativas planejadas para a

---

atuação da agência como projeto de extensão, contribuiu para o desenvolvimento de um estudante mais autônomo e responsável.

A construção das carreiras de algumas voluntárias da Prática é o melhor exemplo do êxito das atividades desenvolvidas na Agência Experimental de Relações Públicas. Julia Chagas integrou o Conrerp como estagiária voluntária de Relações Públicas. Letícia Baggio foi convidada a representar a UFPR como embaixadora no Conrerp. Carol Costa foi escolhida para trabalhar no gerenciamento das mídias sociais da CDH, Clínica de Direitos Humanos da UFPR. Luiza Giordani faz o gerenciamento das mídias sociais da professora Taysa Schiocchet. Marina Almeida estagia na área de Relações Públicas da Redbull.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Em vista da situação contemporânea, a gestão da Prática de 2020 fez uso de muita resiliência para trabalhar em meio a uma pandemia. O contato pessoal com outros membros foi dificultado pela distância e a internet se tornou a única ferramenta de comunicação. A equipe precisou se adaptar para a realização de reuniões online, internas e com clientes e parceiros, as redes sociais e o WhatsApp foram extremamente importantes para manter o diálogo entre as partes com o objetivo de sempre alcançar o melhor desempenho possível. A redução da quantidade de aulas e o atraso no retorno destas exigiu que os membros da Prática procurassem o conhecimento necessário de maneira ativa, o que foi uma novidade para gestão que havia recém saído do ensino médio. Por meio de metodologias ativas propostas pela extensão, os estudantes assumiram o protagonismo na construção do conhecimento de forma prática.

Esse método de aprendizagem despertou o interesse dos acadêmicos, que compartilharam conhecimentos e saberes com outros estudantes e profissionais da Comunicação, sobretudo da área de Relações Públicas. Nas redes sociais, com ênfase no Instagram, a presença da Prática no ambiente digital foi fortalecida com a gestão 2020. Isso trouxe muitos clientes para a Agência Experimental de Relações Públicas.

Para a equipe de praticantes desta pandemia, até os trabalhos mais árduos valeram a pena. Cada experiência, triunfo ou tropeço, foi importante para o desenvolvimento profissional de seus membros. A equipe se sentiu realizada com os

---

trabalhos entregues aos parceiros e/ou clientes. Nesse sentido, seus participantes acreditam que retribuem à sociedade o privilégio de estar estudando em uma universidade pública.

Além de todos os conhecimentos teórico-práticos de comunicação e relações públicas assimilados durante a gestão, a equipe também desenvolveu melhor a sua autodisciplina. A imposição do isolamento social fez com que a Prática trabalhasse de casa, cada estudante em seu próprio ambiente, que até então era de lazer e descanso, e agora simultaneamente, de trabalho. Não permitir que o cansaço e a rotina bagunçada afetasse a qualidade do trabalho foi uma tarefa difícil para a maioria dos praticantes, acostumados com a separação dos ambientes de estudo e relaxamento. Então, a autodisciplina dura e lentamente conquistada pelos seus integrantes deve permanecer na sua prática como estudante e profissional.

Embora seja inegável que a experiência remota da Prática tenha sido positiva, resultando em benefícios para a comunidade e para os participantes, é importante ressaltar que o convívio universitário presencial faz falta. A atual gestão lamenta por não poder participar presencialmente da Feira de Profissões, da qual contribuiu na organização do evento virtual em 2020, e do Festival de Inverno em Antonina. A impossibilidade de sentar-se com outros praticantes na “salinha” (ambiente físico da Prática no Departamento de Comunicação da UFPR), com certeza foi motivo de tristeza para a gestão 2020. Ainda assim, todos os membros da Prática aprenderam muito sobre si mesmos e sobre Comunicação durante este momento atípico, mas, acreditamos que o convívio presencial traria uma conexão ainda mais próxima e profunda.

## **Referências**

ALMEIDA, Marina. Depoimento dado às professoras Claudia Quadros e Cora Catalina durante a reunião da Prática, em 25 de maio de 2021.

BRASIL. Ministério da Educação. Conselho Nacional de Educação. Resolução CNE/CES 2/2013. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 1º de outubro de 2013.

BRASIL. Secretaria Geral, Subchefia para assuntos Jurídicos. Lei nº 13.979. Brasília, DF, 6 de fevereiro de 2020.

CERVO, Amado. Luiz.; BERVIAN, Pedro. A.; SILVA, Roberto. Metodologia científica. 6. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

FORPROEX, Fórum de Pró-Reitores das Instituições Públicas de Educação Superior Brasileiras. **Política Nacional de Extensão Universitária**. Manaus, 2012.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo : Atlas, 1987.

KUNSCH, Margarida. **A comunicação estratégica nas organizações contemporâneas**. Media & Jornalismo, São Paulo, v. 18, n. 33, p. 13-24, nov. 2018.

KUNSCH, Margarida. **Gestão Estratégica em Comunicação Organizacional e Relações Públicas**. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2008.

KUNSCH, Margarida. **Universidade e comunicação na edificação da sociedade**. São Paulo: Loyola, 1992.

KUNSCH, Margarida. **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada**. São Paulo: Summus, 2003.

MACENO, Victória Luiza. Comentário feito à estudante de graduação Marina Chioca Anater em entrevista sobre trabalho com Neurolaboratório de Psicologia da UFPR, em 12 de julho de 2021.

OLIVEIRA, Ivone de Lourdes. Objetos de estudo da Comunicação e das Relações Públicas: um quadro conceitual. **Comunicação Organizacional e Relações Públicas: pesquisa, reprodução e aplicação**, Organicom, n. 10-11, v. 6, dez. 2009.

PROGRAD, UFPR. **Resultados Pesquisa de Avaliação Ensino Remoto Emergencial**, Set. 2020.

TERRA, Carolina. **A comunicação organizacional em tempos de redes sociais online e de usuários-mídia**, In: XXII CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 2009, Curitiba. Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, Grupos/Núcleos de Pesquisa em Comunicação, 2009. p. 1-15.