

## **Acerola Assessoria de Comunicação: Uma Vivência em Assessoria na Universidade<sup>1</sup>**

Ana Vitória Silva Matos<sup>2</sup>

Joana D'arc Pereira<sup>3</sup>

Universidade de Fortaleza, Fortaleza, CE

### **RESUMO**

O artigo apresenta o trabalho desenvolvido pela célula de assessoria de comunicação, Acerola, dentro do Núcleo Integrado de Comunicação (NIC) do Curso de Jornalismo da Universidade de Fortaleza. Trata-se de um laboratório prático que reproduz as rotinas produtivas de uma empresa de comunicação organizacional, complementando a formação acadêmica do aluno. O NIC se configura como um espaço de produção de conteúdo jornalístico, bem como de outros campos como a fotografia, publicidade e mídias interativas. Nesse contexto, a Acerola funciona como uma incubadora de profissionais capazes de compreender a comunicação de forma integrada já que aproxima os alunos das práticas utilizadas no mercado para um bom relacionamento com a imprensa, ações de comunicação corporativa e planejamento em comunicação.

**PALAVRAS-CHAVE:** assessoria de comunicação; relacionamento com a imprensa, laboratório de jornalismo; Unifor

### **INTRODUÇÃO**

A Acerola é uma célula de assessoria de comunicação que compõe o Núcleo Integrado de Comunicação (NIC) da Universidade de Fortaleza. A universidade oferece esse laboratório prático onde são feitas experiências que reproduzem a realidade do mercado de trabalho. Entre as atividades diárias desenvolvidas pelos estudantes está a produção de *releases*, notícias para *internet*, conteúdo para as redes sociais, além de desenvolver habilidades de relacionamento com a imprensa.

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XX Prêmio Expocom 2013, na categoria Jornalismo, modalidade JO 02 Projeto de assessoria de Imprensa

<sup>2</sup> Aluna líder e estudante do 5º. Semestre do Curso Comunicação Social/Jornalismo, email: trabalhosdaana@hotmail.com

<sup>3</sup> Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo da Universidade de Fortaleza, e-mail: joanadutra@gmail.com



As atividades complementam a formação acadêmica ministrada em sala de aula. Os estudantes tem acompanhamento diário de professores-orientadores com experiência profissional e aplicação de metodologias de ensino fundamentadas na troca de conhecimentos, a partir do diálogo e do estímulo à autonomia dos alunos.

## **OBJETIVO**

O projeto pedagógico do Curso de Jornalismo da Universidade de Fortaleza prevê a necessidade dos alunos vivenciarem atividades práticas em laboratórios pensados para aproximar a academia das tendências do mercado que acolherá nossos estudantes. A Acerola é mais nova célula do NIC que tem ainda agência de publicidade; grupo de mídias interativas; rádio, núcleo de jornalismo, *designer* e uma *webtv*. Todos os equipamentos (computadores, máquinas fotográficas, *softwares*) juntam-se à disponibilidade de aprender dos alunos e de orientar dos docentes.

## **JUSTIFICATIVA**

Há uma grande demanda mercadológica para que a assessoria de comunicação seja pensada de forma integrada. A área que durante décadas era chamada de Assessoria de Imprensa foi impactada pelas novas tecnologias e, hoje, exige uma visão mais ampla de profissionais em comunicação. Essa visão entende a comunicação como atividade que deve ser contínua, planejada e coletiva, ou seja, envolvendo habilidades do campo do jornalismo, das relações públicas, da publicidade e do *marketing*. Criada, em um primeiro momento, para dar conta do relacionamento com a imprensa durante a 35ª edição, o Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Intercom 2012, sediado na Unifor, a Acerola ganhou corpo e novos desafios pelos bons resultados na ocasião.

## **MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**

A célula Acerola possui diversos métodos e técnicas utilizadas para a produção e elaboração de produtos. A equipe se reúne, semanalmente, e organiza as demandas. Da divulgação de eventos ao planejamento de comunicação de organizações sem fins lucrativos, as etapas são debatidas em grupo e as tarefas são divididas, a partir das aptidões dos participantes, em sistema de rodízio. Além disso, nas reuniões semanais decidem-se pautas a serem realizadas, acompanha-se o andamento de *releases* e faz-se o gerenciamento de mídias sociais, além de *clipping* analítico da repercussão do



nosso material na mídia local. A reunião semanal tem um papel muito importante para a célula como um todo, pois com as reuniões há um maior controle sobre o que está sendo produzido pela Acerola. Os encontros são realizados com os estudantes e guiados por um professor orientador. O espaço dá lugar para sugestões de pauta, debates, e reflexões a respeito do fazer jornalístico. Com tais reuniões a célula consegue gerenciar o fluxo de produção.

Outra técnica usada pela Acerola é a de aliar o que é aprendido dentro do laboratório com o mercado de trabalho. Fazendo essa ligação entre campus e mercado há um maior aprendizado por parte dos alunos, tendo em vista que eles conseguem visualizar a realidade além da faculdade. As estratégias aprendidas em sala de aula são executadas no laboratório, como é o caso da produção de planos de comunicação, atividades que envolvem o gerenciamento de crise, e ainda a produção constante de *release*. A fusão entre campus e mercado traz benefícios ao aluno que se sente muito mais preparado ao sair do curso de graduação, pois já teve contato com as rotinas produtivas da sua área.

Há também o auxílio de um Guia de Fontes. Produzido por estagiários do Laboratório de Jornalismo, que também compõe o NIC. O material produzido em março de 2011, beneficia e orienta os estudantes em suas tarefas diárias. O documento possui fontes importantes e pode ser considerado um valioso instrumento de comunicação para aqueles que desejam obter informações sobre pesquisadores e professores que fazem parte da Universidade de Fortaleza. Organizado por nome e palavras-chave, ele também dá visibilidade à produção científica e tecnológica da universidade. Além disso, o Guia de Fontes torna a comunicação muito mais democrática, facilitando a relação entre imprensa, academia e sociedade.

O acompanhamento de mídias sociais também é uma das atividades utilizadas pela Acerola. O contato com a tecnologia propicia agilidade, precisão, direcionalidade, entre outros valores e princípios básicos da assessoria. Dentro do laboratório os estudantes se atualizam com grandes portais de notícias, redes sociais e conteúdos informativos, tudo isso com o intuito de aprimorar sua atividade jornalística.

Como outra metodologia utilizada há o estudo aprofundado sobre termos e conceitos-chave da assessoria de comunicação. Os estudantes praticam diariamente a análise de termos e definições básicas da área de assessoria, como fontes, *marketing*, relações públicas e campanhas. Tudo isso faz



parte do desenvolvimento do graduando.

## **DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO**

A célula de assessoria elabora produtos que são responsáveis tanto pela comunicação interna como externa do campus. Existe uma preocupação em desenvolver uma integração entre todos os setores do Núcleo Integrado de Comunicação (NIC).

Tendo como base o conteúdo teórico assimilado e as lições práticas realizadas em laboratório, os estagiários produzem os *releases* da Acerola. Esses documentos passam pela revisão de um professor orientador que irá avaliar se este foi elaborado de forma correta. Se o release for aprovado, o próprio estagiário irá repassar para as mídias mais adequadas. Além de produzir *releases*, os estagiários também fazem acompanhamento das mídias sociais, participam de entrevistas com a imprensa e organizam o conteúdo para formar o *clipping* de um determinado cliente.

Dentro da célula de assessoria existe a elaboração de uma *newsletter*. A publicação é semanal e ajuda no projeto comunicacional. Ela chega através de *e-mail*, e qualquer aluno ou professor que se interesse em receber o conteúdo, pode se cadastrar e aguardar o envio. O processo de elaboração da *newsletter* se baseia nos fundamentos teóricos ensinados em sala de aula. Dentro da Acerola um estagiário pauta os assuntos mais importantes que estão previstos para o decorrer da semana, apura cada fato, busca material e informações sobre e redige o texto. A criação desse projeto também é orientada por um professor especialista e está sujeita à aprovação. Há uma avaliação de cada pauta que está inserida na *newsletter*, depois da correção ou edição de um professor o documento pode ser lançado para as pessoas cadastradas.

Além disso, merece destaque todo o processo que foi realizado durante a XXXV edição do maior congresso de comunicação da América Latina, o Intercom, que a Universidade sediou em outubro de 2012. O Congresso que é mundialmente conhecido por uma série de simpósios, colóquios, palestras e atividades culturais foi assessorado pela Acerola. Durante o período do evento a célula produzia diariamente. Vários meios de mídia foram explorados. Com a parceria de outras células do NIC, como a Central de Fotografia (PHOTONIC), Rádio Unifor, Agência de Publicidade, Grupo de Mídias Interativas (G1000) e *WebTV* (Emaranhado), a equipe de assessoria produziu *releases* para canais de comunicação regional e nacional, cobriu palestras importantes para o âmbito comunicacional e ainda produziu edições especiais de jornais impressos que circulavam todos os dias pelo campus. As redes sociais também foram gerenciadas pela Acerola.



Para divulgar e repercutir o Intercom, criou-se uma *fan page*, um *blog*, e um endereço no *microblog twitter*, além de um site para o próprio evento. Todos esses produtos eram administrados pelos próprios estagiários, que buscavam manter toda essa cadeia digital e impressa atualizada com ricas informações sobre o evento. Ao fazer o *clipping* ao final do evento, os números foram bastante positivos e prósperos.

A *fan page* do evento obtivera 1.437 “*curtidas*” no *Facebook*, as matérias que eram publicadas no *blog* sobre conteúdos relacionados obtiveram uma média de 300 à 400 visualizações diárias, chegando a ter picos de quase 700 visualizações, os *releases* que foram enviados aos canais de comunicações surtiram bons efeitos, dando destaque para matérias que foram divulgadas no portal do Diário do Nordeste e no Globo Universidade. O *twitter* chegou ao número de 313 seguidores, a Rádio Unifor produzia *spots* com frequência juntamente com a FM Universitária, que pertence à Universidade Federal do Ceará (UFC) e também estava cobrindo o evento em parceria com a Unifor, e o *site* do evento teve picos de 17 matérias publicadas em um só dia. Com o Intercom a Acerola conseguiu vivenciar de forma muito mais precisa como funciona o mercado de trabalho atualmente. Os estagiários produziam em um ciclo que envolvia integração, comunicação e eficácia. Os resultados comprovaram que a célula está preparada para cumprir com seu objetivo de ensino e preparo.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A Acerola - Assessoria de Comunicação configura-se como um importante laboratório para o desenvolvimento do estudante. Com as experiências desenvolvidas no local, o aluno expande seus conhecimentos através do embasamento teórico e a prática laboratorial. A Acerola cumpre seu papel pedagógico ao instruir o indivíduo por meio de experimentações e ensino didático. A assessoria de comunicação é campo próspero no mercado de trabalho e requer reconhecimento por parte da academia. Estamos certos de que a Acerola influencia de forma positiva a formação de cada estudante, promovendo o crescimento intelectual e auxiliando na formação dos futuros profissionais da área de comunicação.

## **TRABALHOS REALIZADOS PELA ACEROLA ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO**



1

Foto 1 – Digitalização da matéria publicada no portal do programa Globo Universidade



2

Foto 2- Digitalização da matéria veiculada na página virtual do jornal Diário do Nordeste



3



4

Fotos 3 e 4 – Digitalização de duas das capas dos jornais especiais que foram produzidos durante o Intercom 2012.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- CHAPARRO, M. C. *A notícia (bem) tratada na fonte: novo conceito para uma prática de assessoria de imprensa*. 1987. Dissertação (Mestrado) – Escola de Comunicações e Artes da USP. São Paulo.
- DUARTE, J. *Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia*, São Paulo. 2ª Edição, Editora Atlas S.A, 2003.
- KUNSCH, M. M. K. *Planejamento de relações públicas na comunicação integrada*. São Paulo: Summus, 1986.
- LOPES, B. A realidade do ensino de assessoria de imprensa nos cursos de comunicação. In: FEDERAÇÃO NACIONAL DOS JORNALISTAS (Fenaj). *Fonte: revista das assessorias de comunicação e imprensa*. Brasília: Fenaj, out. 1997.