

Planejamento de Comunicação da Agência de Estágio UFC¹

Rayanne Nunes FORTE²
Ingrid Sampaio BONFIM³
Pâmela Pereira Freire de MEDEIROS⁴
Raynna Pedrosa de CARVALHO⁵
Thales de Olivera PRAXEDES⁶
Silvia Helena Belmino FREITAS⁷
Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, CE

RESUMO

O trabalho apresentado através deste paper teve como objetivo produzir um Planejamento de Comunicação para a Agência de Estágio da Universidade Federal do Ceará (UFC). Trata-se de uma agência que se faz de elo na relação universidade - estudante - empresa, do mercado de Fortaleza, com o objetivo de firmar contratos que estejam de acordo com a Lei de Estágio. Buscou-se neste planejamento detalhar os processos comunicacionais de uma organização pública.

PALAVRAS-CHAVE: Estágio; Empresas; Alunos; UFC.

1 INTRODUÇÃO

A análise da Agência de estágios da UFC teve como foco os processos comunicacionais e comportamentais da organização. Objetivando ser a melhor Agência de Estágio do Estado do Ceará nos parâmetros que a Lei de Estágio e a Resolução da UFC exigem, desenvolvemos uma pesquisa a fim de diagnosticar as problemáticas comunicacionais da organização, com o intuito de preparar o aluno de graduação com a mais alta qualificação profissional para o mercado de trabalho além de oferecer o suporte ideal na formalização de Convênios e Termos de Compromisso, minimizando o tempo e aumentando continuamente qualidade do serviço prestado pela instituição.

2 OBJETIVO

¹ Trabalho submetido ao XXIII Prêmio Expocom 2016, na Categoria Projeto de Comunicação Integrada, modalidade Produção Transdisciplinar.

² Aluna líder do grupo e estudante do 6º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: rayanneforte@hotmail.com.

³ Estudante do 6º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: ingridsbonfim95@gmail.com.

⁴ Estudante do 6º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: pamelafreire95@gmail.com.

⁵ Estudante do 9º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: raynnap@gmail.com.

⁶ Estudante do 6º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: thalespraxedesufc@gmail.com.

⁷ Orientadora do trabalho. Professora do Curso Publicidade e Propaganda, email: silviahelenabelmino@gmail.com.

Por meio deste trabalho tivemos como objetivo principal elaborar um plano de comunicação para a agência de estágio da UFC auxiliando na divulgação do seu trabalho dentro da Universidade e como objetivo específico, detalhar os processos comunicacionais de uma organização pública.

3 JUSTIFICATIVA

Cabe lembrar que esse trabalho é resultado de uma atividade da disciplina de Comunicação Organizacional, ofertada pela Professora Silvia Belmino. Na ocasião, foi solicitado que realizássemos uma pesquisa em alguma empresa real, que resultaria em um plano de comunicação. Escolhemos, então, fazê-lo na própria Universidade e no setor de Estágios.

Ao expor as fragilidades e potencialidades da comunicação dada em um setor público, outras instituições poderão se beneficiar, os processos da Agência de Estágios poderão melhorar, assim como o atendimento aos estudantes da instituição, e o relacionamento com as empresas, fazendo com que mais estágios sejam ofertados para os alunos da UFC, preferencialmente.

Quanto ao conhecimento científico, essa pesquisa visa detalhar os processos comunicacionais que acontecem no interior de uma organização pública, assunto pouco abordado de forma prática no meio acadêmico.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Inicialmente fomos a campo para descobrir as missões, visões e valores da organização e fazer uma análise SWOT a fim de entender melhor o posicionamento adotado, são eles:

- **Missão:** Formar profissionais da mais alta qualificação, a partir de estágios oferecidos aos estudantes universitários.
- **Visão:** Promover a capacitação profissional, integrando o estudante universitário no mercado de trabalho.
- **Valores:** Promover a formação humana e profissional de seus estudantes, Fomentar a geração de conhecimentos voltados para o desenvolvimento

sustentável do Ceará e do Nordeste; Promover a interação com a sociedade, através da difusão científica, tecnológica, artística e cultural.

Pontos Fortes	Pontos Fracos
<ul style="list-style-type: none"> - Oportunizar ao estudante a possibilidade de colocar em prática os conhecimentos teóricos adquiridos em seu curso universitário, sem prejuízo dos afazeres de estudante, delimitando o horário do estágio de acordo com sua disponibilidade de tempo e normas da UFC, protegendo assim, conforme a legislação específica, o foco na prioridade de seus estudos, para que não haja prejuízo para o mesmo. Permitindo que o estudante termine seus estudos com muita experiência e seja um profissional bem sucedido. - Preocupação em integrar as informações para os estudantes, agentes parceiros e empresas conveniadas, de forma a orientá-los para que o estágio seja proveitoso, principalmente para o estudante. 	<ul style="list-style-type: none"> - Embora a atuação da Coordenação de Estágios tenha crescido nos últimos anos, ainda é muito limitada, pois muitos alunos participam de estágios, a partir da coordenação de seus cursos, sem o conhecimento prévio que a UFC possui uma Coordenação que atua e regulamenta este serviço. - A falta de um sistema informatizado, integrado ao SIGAA, gerenciar os estágios junto às empresas. - A falta de conhecimento de alguns coordenadores de cursos sobre a Agência de Estágios ou sobre a legislação vigente faz com que os Termos de Compromisso sejam assinados na própria coordenação. - A atual estrutura física da coordenação. O espaço físico de duas salas para todos os serviços dificulta o pleno funcionamento e a procura deve aumentar.
Ameaças	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> - A descentralização de assinatura dos Termos e Compromisso Obrigatórios e Não Obrigatórios por parte dos professores ou coordenadores de cursos pode causar problemas legais conforme Resolução N° 32 CEPE de 2009. 	<ul style="list-style-type: none"> - A melhoria na ampliação do espaço físico viabilizaria um atendimento mais adequado. - Vincular o banco de dados da Agência de Estágios com o SIGAA, sistema virtual de informações da UFC, isso poderia agilizar os procedimentos burocráticos.

Quadro 1 - Análise SWOT Agência de Estágio UFC

Após essa etapa, optamos por realizar uma pesquisa com os funcionários, através de um questionário elaborado na ferramenta Google Docs. Os resultados foram elencados dentro dos elementos propostos por Stephen Robbins (2011), que em seu conjunto capturam a essência da cultura de uma organização. Foram elas:

● **Perguntas fechadas**

1	2	3	4	5
Não se aplica de modo nenhum	Pouco se aplica	Aplica-se razoavelmente	Aplica-se bastante	Aplica-se totalmente

Quadro 2 - Mensuração das respostas da pesquisa

1. As iniciativas individuais dos empregados são estimuladas.
2. O bem-estar dos funcionários é visto como uma forma de garantir maior produção.
3. As decisões mais importantes são tomadas por meio de consenso do grupo.
4. O espírito de colaboração é uma atitude considerada muito importante.
5. A qualidade de serviço é mais importante do que o seu volume.
6. As reuniões das equipes são eficazes.
7. A circulação de informação dentro do setor é eficiente.
8. A circulação de informação dentro da Universidade é eficiente.
9. O meu departamento comunica bem com as outras equipes da Universidade.
10. O setor se comunica bem com o público externo (alunos, empresas, etc).
11. A equipe é incentivada a propor soluções inovadoras.
12. As metas anuais são sempre superiores a dos anos anteriores.
13. Uma atitude muito apreciada é a organização.
14. O grau de precisão, análise e atenção aos detalhes é alto.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Os objetivos principais da instituição analisada são:

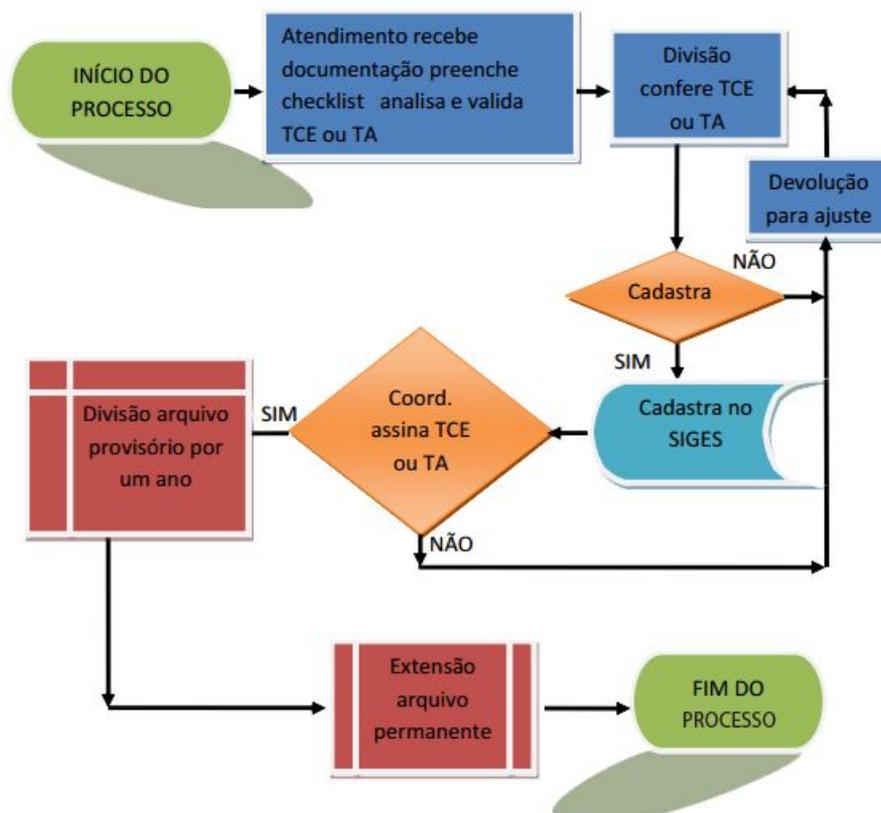
- Promover ao estudante oportunidade de colocar em prática os conhecimentos teóricos adquiridos em seu curso universitário.
- Integrar e fortalecer a presença da Agência de Estágios junto à UFC, visando um avanço qualitativo e reafirmando o primado da competência dos trabalhos acadêmicos, em resposta às demandas da sociedade;
- Desenvolver a capacidade de visão crítica, técnica, política e humanista da sociedade.

5.1. Quantidade de funcionários:

No total a agência de estágio é composta por 12 funcionários, sendo eles: 4 Servidores públicos, que se dividem em Diretoria, Técnico em Tecnologia da

Informação e Atividades Administrativas; 1 Coordenador que supervisiona a divisão; 1 Terceirizada com Atividades Administrativas e 6 Bolsistas⁸ que também exercem Atividades Administrativas.

5.2. Processos de trabalho da Agência



Quadro 3 - Etapas seguidas pelos estagiários

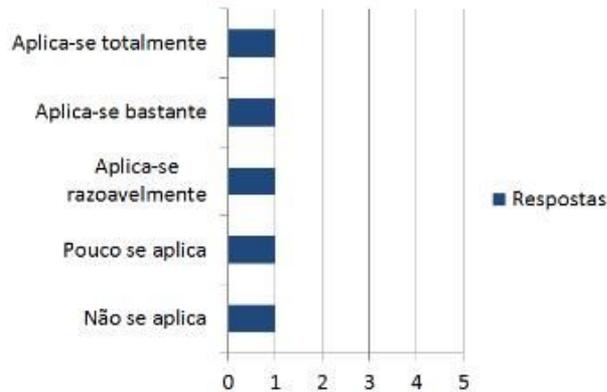
Logo após esse processo etnográfico, foi aplicada uma pesquisa com os funcionários da agência de estágios, onde seus resultados foram elencados dentro dos elementos propostos por Robbins (2011), que em seu conjunto capturam a essência da cultura de uma organização, obtivemos os seguintes⁹:

- **Inovação e assunção de riscos**

Afirmação: A equipe é incentivada a propor soluções inovadoras.

⁸ A quantidade de bolsistas varia conforme o ano e semestre, podendo ter mais ou menos que 6.

⁹ As respostas obtidas estão no formato de barra e os números, que vão de 0 a 5, correspondem a quantidade de pessoas que responderam à pesquisa.

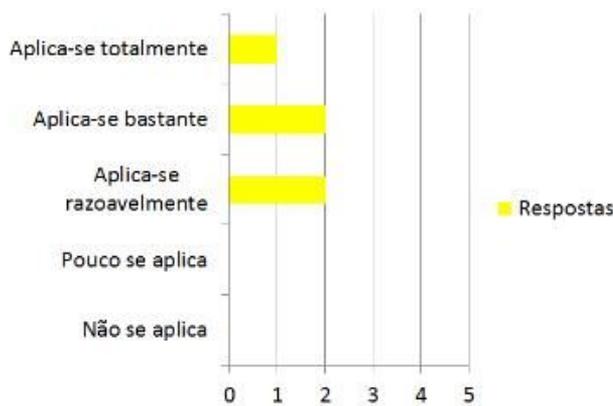


Quadro 4 - Gráfico das respostas obtidas

Houve uma divergência de respostas para esse item. Espera-se que em uma empresa os funcionários sejam estimulados a proporem soluções inovadoras e assumirem riscos.

- **Atenção aos detalhes**

Afirmação: O grau de precisão, análise e atenção aos detalhes é alto.

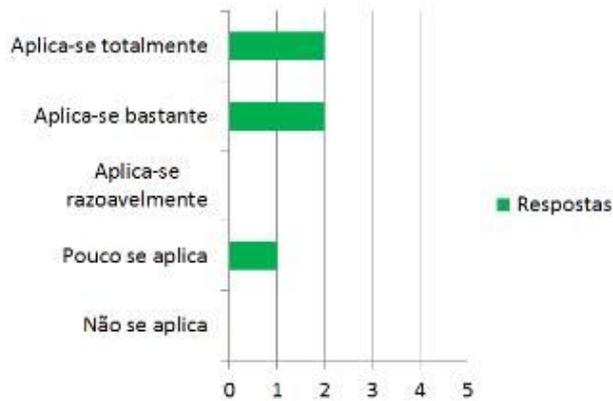


Quadro 5 - Gráfico das respostas obtidas

Acredita-se que precisão, análise e atenção aos detalhes é muito importante para o desenvolvimento das atividades do setor, visto que o grupo segue uma Lei Federal e lida com documentos.

- **Orientação para os resultados**

Afirmação: A qualidade de serviço é mais importante do que o seu volume.

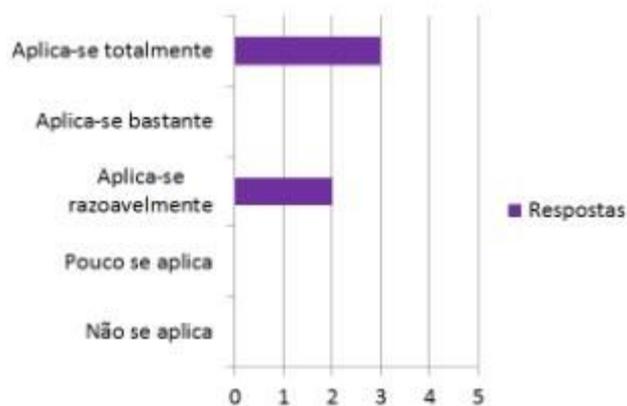


Quadro 6 - Gráfico das respostas obtidas

A qualidade do serviço é entendida pela equipe como mais importante que o volume. Isso atesta que os esforços do trabalho não são focados no resultado, mas no seu processo.

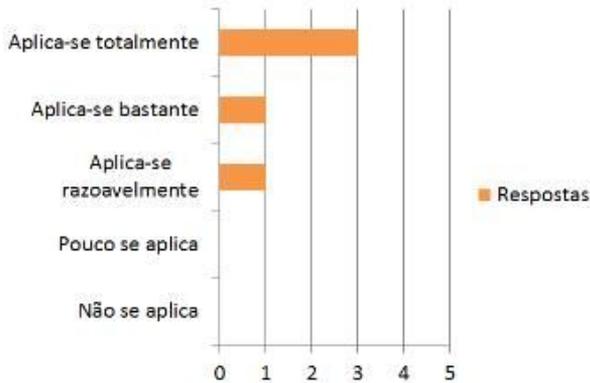
- **Orientação para as pessoas**

Afirmção: As decisões mais importantes são tomadas por meio de consenso do grupo.



Quadro 7 - Gráfico das respostas obtidas

Afirmção: O bem-estar dos funcionários é visto como uma forma de garantir maior produção.

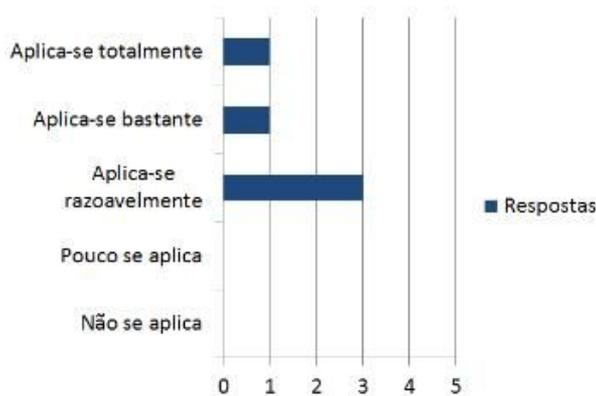


Quadro 8 - Gráfico das respostas obtidas

O grupo acredita que as decisões mais importantes são tomadas seguindo a opinião de todos e que quanto melhor estiver a esquipe, melhor será a produtividade do setor.

- **Orientação para a equipe**

Afirmação: As iniciativas individuais dos empregados são estimuladas.



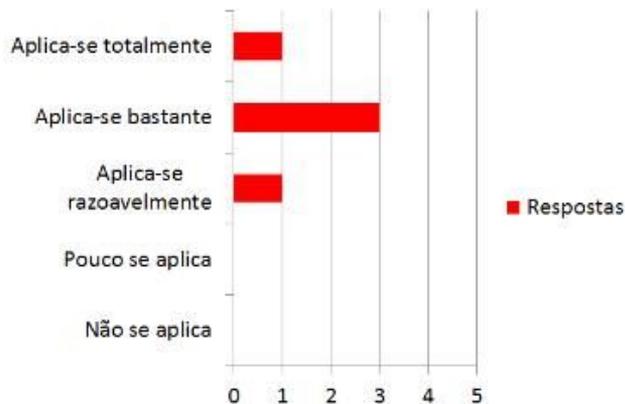
Quadro 9 - Gráfico das respostas obtidas

Afirmação: O espírito de colaboração é uma atitude considerada muito importante.



Quadro 10 - Gráfico das respostas obtidas

Afirmção: Uma atitude muito apreciada é a organização.

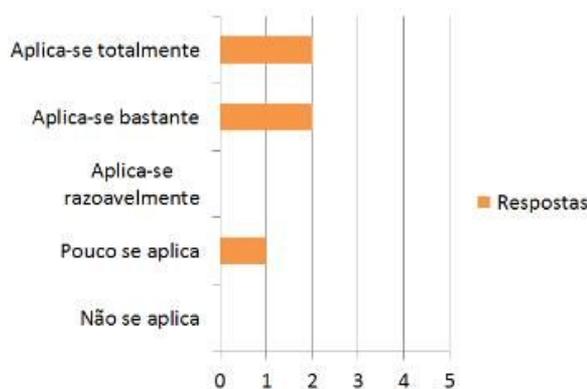


Quadro 11 - Gráfico das respostas obtidas

O grupo acredita que as iniciativas individuais não são tão estimuladas, pois o espírito de colaboração é mais importante, bem como a organização.

- **Estabilidade**

Afirmção: As metas anuais são sempre superiores as dos anos anteriores.



Quadro 12 - Gráfico das respostas obtidas

As metas anuais, para o grupo, são superiores aos anos anteriores. Fato que demonstra uma preocupação com o crescimento e desenvolvimento do setor.

- **Agressividade**

A partir da obtenção das respostas da pesquisa percebemos que o ambiente de competitividade dentro da empresa é praticamente nulo, visto que se trata de um serviço público e a maioria é um servidor federal.

6 CONSIDERAÇÕES

Sabemos da importância da comunicação em qualquer instância, mas pouco atentamos, até mesmo no decorrer da graduação, da sua relevância dentro dos setores públicos. Em nosso cotidiano é constante a presença de órgãos públicos que prestam serviços e também é comum a queixa de mau atendimento, que é resultante, muitas vezes, do processo comunicativo utilizado de forma errada. Então, sabendo disso, apresentamos aqui uma análise de um dos serviços prestados pela UFC, por meio das atribuições da Agência de Estágios, utilizando os pontos citados por Robbins (2011). Com isso, demos uma importante contribuição para a Universidade, e para que assim reveja seus processos, para a sociedade, de forma que possam identificar os pontos fortes e fracos desse tipo de comunicação e para o meio acadêmico, mostrando a aplicação na prática de conceitos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ROBBINS, Stephen P.; JUDGE, Timothy A.; SOBRAL, Felipe. **Comportamento Organizacional: Teoria e Prática no Contexto Brasileiro**. 14^a ed. São Paulo: Pearson Education - Br, 2011.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ. Coordenadoria da Agência de Estágios. **Manual de Estágios da UFC**. Fortaleza, 2015. 28 p.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ. Coordenadoria da Agência de Estágios. **Relatório Anual 2014-2015**. Fortaleza, 2015. 80 p.

VASCONCELOS, Mônica M. **Avaliação Estudantil da Política Institucional de Estágios da UFC**. Fortaleza, 2015.