

## Projeto de Comunicação Integrada: Pe. Paulo Manna<sup>1</sup>

Mirna MONTE VERDE<sup>2</sup>

Tayana NAZARIO<sup>3</sup>

Yandrei FARIAS<sup>4</sup>

Helon COELHO<sup>5</sup>

Emiliana MONTEIRO<sup>6</sup>

Universidade Federal do Amazonas, Campus Parintins, AM

### RESUMO

O trabalho descrito neste paper apresenta um projeto de comunicação integrada para a Escola de Áudio Comunicação Padre Paulo Manna, uma instituição de ensino que trabalha com o intuito de colaborar com a educação dos alunos com deficiência. Neste planejamento buscou-se estabelecer uma aproximação entre escola e formadores de opiniões, tendo em vista que os meios de comunicação possuem um lugar de destaque na formulação das visões de mundo do público. O projeto utiliza-se de estratégias que visam problematizar os fluxos comunicacionais e viabilizar uma melhor comunicação entre instituição e sociedade civil.

**PALAVRAS-CHAVE:** Plano de comunicação, Comunicação Integrada; Instituição Filantrópica.

### 1 INTRODUÇÃO

Na disciplina comunicação organizacional os alunos aprendem a importância da comunicação estruturada para o estabelecimento de um diálogo entre instituição e seus diversos públicos, sobretudo, buscam entender como a comunicação organizacional tornou-se essencial para firmar um novo modelo de cidadania. A disciplina estimula os alunos a criarem estratégias para que as corporações, instituições públicas ou privadas compreendam que uma boa reputação e imagem, estão vinculadas ao papel político que desempenham dentro da sociedade.

Foi proposto que fizemos um projeto de comunicação para uma instituição sem fins lucrativos, um plano de comunicação é uma das ferramentas mais importante inserida em um planejamento estratégico. Ele permite que haja um acompanhamento de

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XXIII Prêmio Expocom 2016, na Categoria Produção Transdisciplinar, modalidade Projeto de Comunicação Integrada (Avulso).

<sup>2</sup> **Aluno líder** do grupo e estudante do 6º. Semestre do Curso Comunicação Social/ Jornalismo da Universidade Federal do Amazonas, email: Mirna\_monteverde@outlook.com.

<sup>3</sup> Estudante do 6º. Semestre do Curso Comunicação Social/Jornalismo, email: Tayana.nazario@gmail.com.

<sup>4</sup> Estudante do 6º. Semestre do Curso Comunicação Social/ Jornalismo, email: yandreifarias@gmail.com.

<sup>5</sup> Estudante do 6º. Semestre do Curso Comunicação Social/ Jornalismo, email: heloncoelho@hotmail.com.

<sup>6</sup> Orientadora do trabalho. Professor do Curso Comunicação Social/Jornalismo, email: e.m@hotmail.com.

grandes e pequenas mudanças nos diversos ambientes atingidos por suas ações, é nele que as atualizações essenciais aos fatores externos são absorvidos e surge a busca por desenvolvimento de soluções que visem adequar a realidade da organização e sua integração a sociedade.

“É necessário que haja uma comunicação integrada, desenvolvendo-se de forma conjugadas as atividades de comunicação institucional e comunicação mercadológica formando o composto da comunicação” (KUNSH, 1986, p. 107).

O nome da Escola Padre Paulo Manna surgiu após uma grande discussão em equipe, um de nossos membros nos relatou que em sua infância foi aluno dessa instituição. O Paulo Manna é uma escola educacional que trabalha há mais de trinta anos com alunos deficientes, ao fazermos nosso primeiro contato com a instituição, pôde-se entender e se emocionar com os valores por ela proferidos. A escola tornou-se a organização ideal, pois é uma instituição sem fins lucrativos e não apresenta uma equipe de comunicação que divulgue suas ações, bem como suas missões. O Paulo Manna tem como objetivo detectar em cada aluno a sua necessidade específica e através de ações pedagógicas, psicológicas e sociais, prepara-os para serem inseridos nas instituições de ensino regular.

A partir dos problemas elencados em diagnóstico e perante uma análise de seu cenário interno e externo, propostos ações para qualificar as iniciativas promovidas pelo Paulo Manna, com o intuito de amplificar as ações e comunicar adequadamente a missão da organização para diversos públicos. Enfatizar as condições que a instituição apresentar, divulgar suas ações de cunho social e apresentar esse trabalho para toda sociedade civil, é uma das finalidades do projeto.

## **2 OBJETIVO**

### **Objetivo geral**

Proporcionar uma maior visibilidade da Escola de Áudio e Comunicação Padre Paulo Manna e estabelecer vínculos com a sociedade e a imprensa em geral.

### **Objetivos Específicos**

1º Criar um planejamento que oriente nossas ações de comunicação e, a partir deste, produzir materiais institucionais para diversos suportes (impresso, web, rádio).

2º Promover uma estratégia de comunicação que vise a difusão da imagem da instituição e a ampliação do número de integrantes e voluntários.

3º Fazer com que haja uma sensibilização por parte da sociedade. Sensibilização tanto no sentido social, de entender a importância desse trabalho para os alunos com necessidades, como de auxiliá-los financeiramente.

4º Estabelecer um relacionamento mais interativo com a sociedade, para haver uma participação da comunidade nas atividades da escola, conseqüentemente se desenvolverá um trabalho com qualidade.

### **3 JUSTIFICATIVA**

As Escolas Especiais juntamente com o AEE Atendimento Educacional Especializado “propiciam a oportunidades para inclusão, sendo um espaço de transição para aquisição de hábitos e atitudes que facilitam a convivência social numa classe regular de ensino”. O Paulo Manna é uma instituição filantrópica que atende mais de 290 alunos todos os anos, no entanto a entidade apresenta como necessidade, a falta de equipamentos sendo eles: computadores, impressoras, bebedouros e utensílios básicos que prejudicam a subsistência da mesma. Essas ausências dificultam os serviços prestados tanto ao público interno quanto ao externo.

A escola não disponibiliza de uma comunicação externa que possa ajuda-los a dar visibilidade ao seu trabalho. Segundo Moraes (2010) os meios de comunicação são um dos grandes formadores de opinião pública e o principal agente de formação coletiva. Tendo em vistas que a mídia é uma das ferramentas fundamentais para a divulgação do trabalho do Paulo Manna. Uma assessoria cumpriria a responsabilidade de facilitar a interação entre entidade e os meios de comunicação, para que eles possam servir de intermédio entre o relacionamento da escola e a sociedade.

Nesse sentido, fez-se necessário a construção conjunta de um plano de comunicação para organizar a comunicação externa da Escola de Áudio Comunicação Padre Paulo Manna, o projeto desenvolve ações e produtos cujo foco é sanar os problemas de comunicação e ajudar a Escola a promover sua missão, visão e valores.

A comunicação integrada visa compreender os fluxos comunicacionais da instituição a ser pesquisada, estuda os processos de comunicação dentro das organizações no âmbito da sociedade global, analisando o funcionamento, sistemas e seus diversos públicos, podendo ser aplicada em qualquer tipo de organização, seja ela pública ou privada (Margarida Kunsch, 2003).

O planejamento de comunicação integrada se justificou também pela relevância das atividades executadas pela organização para a comunidade local. É fundamental que a população e os meios de comunicação conheçam a importância desse trabalho, para que eles possam dar o devido valor à instituição.

#### **4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**

Para o desenvolvimento do projeto de comunicação, primeiramente efetuamos o diagnóstico, é nesta etapa que foram efetuadas as pesquisas sobre a instituição, para sabermos a missão e diagnosticar possíveis problemas na comunicação interna e externa. Posteriormente realizamos a apuração, escolhemos como método a apuração direta, pois ela nos permite buscar a informação direto da fonte. Entrevistamos a diretora e os professores da escola, optamos por entrevistas dialogo, onde o entrevistador permite que o entrevistado relate suas experiências. Para fazê-los se sentirem a vontade, utilizamos o gravador do celular. Em seguida, acompanhamos os alunos em sala de aula, para entendermos um pouco mais sobre o cotidiano da escola.

Foram semanas de observação e pesquisa, após coletarmos todas as informações fizemos uma análise e interpretação para que pusessemos planejar as estratégias. Procuramos entender como a comunicação era realizada antes do diagnóstico da equipe e descobriu-se que a instituição não possuía uma pessoa específica que cuidasse da sua imagem. Então a nossa equipe propôs produtos como a criação de uma pagina no Facebook, elaboramos projeto de criação de um Website para o Paulo Manna e entre outros. Todos os produtos foram pensados a partir do calendário da Escola durante o ano e da comunicação da missão da Instituição.

#### **5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO**

O projeto de comunicação integrada está dividido em sete etapas. A primeira etapa apresenta o Diagnóstico, nele está descrito o perfil da instituição, a estrutura física do local, a situação da comunicação interna, uma análise sobre suas dificuldades

financeiras e comunicativas, também apresenta as demandas e os desafios que o projeto poderá vir a enfrentar.

Na segunda etapa, descrevemos como objetivo geral fazer com que haja uma visibilidade da Escola de Áudio e Comunicação Padre Paulo Manna visando melhorar a relação comunicacional da instituição com seus diversos públicos. Foram traçados também objetivos específicos essenciais para a compreensão da dimensão que o projeto de comunicação integrada deveria alcançar.

Na terceira etapa, está descrito o público alvo da instituição, é nele que o projeto deve ser diretamente focado. A quarta etapa, foram elencadas estratégias de comunicação a serem adotadas, são planejamentos criados em curto, médio e longo prazo, que podem vir a facilitar a execução dos objetivos da instituição. As estratégias são de suma importância para introduzir uma confiança na imagem que está sendo passada, elas foram elaboradas com descrição, objetivos e o público a ser atingido. Na quinta etapa, está descrito o Orçamento Geral, e, em seguida, o Cronograma para Execução e Acompanhamento e, na última etapa, estão os resultados esperados.

## **6 CONSIDERAÇÕES**

O projeto de comunicação foi um aprendizado enriquecedor, toda a equipe se sensibilizou com a missão e os valores do Paulo Manna. Foram percebidos a importância de uma comunicação direta clara com a diretoria da instituição, de forma que facilitaria a execução do produto. Apesar do plano não ter sido executado, pelo curto espaço de tempo que tivemos, acredita-se que a escolha da organização foi a ideal para o desenvolvimento do trabalho acadêmico, bem como percebemos a importância da ferramenta comunicação para a instituição.

O envolvimento foi tão profundo, que estabelecemos como meta apresentar a proposta ao colegiado de Comunicação Social/Jornalismo, para que no próximo período da turma de comunicação organizacional, eles possam juntamente com o nosso auxílio, colocar em ação o produto. Também disponibilizamos o plano para a instituição caso ela deseje implanta-lo mais rapidamente.

Contudo pôde-se perceber a complexidade do trabalho da comunicação em uma organização. Sem uma boa comunicação a instituição não poderá ganhar visibilidade e ela não deve apenas existir, ela precisa funcionar seguramente integrada.

## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

**BRASIL. Diretrizes Operacionais do Atendimento Educacional Especializada na Educação Básica, modalidade Educação Especial.** Brasília, 2009.

JORGE, Thais de Mendonça. **Manual do Foca: guia de sobrevivência para o jornalista.** São Paulo: Contexto, 2008.

KUNSCH, M. M. K. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada.** 2 ed. São Paulo: Summus, 2003.

KUNSCH, M. **Auditoria de comunicação organizacional.** In: DUARTE, Jorge e BARROS, Antônio (Org.). Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. São Paulo: Atlas, 2005.

MAFEI, Maristela. **Assessoria de Imprensa: como se relacionar com a mídia.** Contexto, 2004.

MORAES, Dênis de. **Comunicação, hegemonia e contra-hegemonia:** a contribuição teórica de Gramsci. Debates, Porto Alegre, v. 4, n.1, p.54-77, jan-jun. 2010.