



COMMUNICARE: AGÊNCIA JÚNIOR DE JORNALISMO DA UFU¹

Bruna Isa Ribeiro SANCHEZ²

Patrícia ALVES³

Marcelo Marques ARAÚJO⁴

Universidade Federal de Uberlândia (UFU) – Uberlândia, MG

RESUMO

O paper apresenta resultados do trabalho de produção de conteúdo para mídias sociais desenvolvido pela Communicare – Agência Júnior do Curso de Comunicação Social – Jornalismo, com foco no monitoramento, atualização, divulgação e produção digital para empresas parceiras. Além de também apresentar um recorte de outras produções e trabalhos desenvolvidos pela Communicare. Alguns conceitos da área de Comunicação Organizacional foram retomados a fim de fundamentar os relatos do trabalho desenvolvido até aqui.

PALAVRAS- CHAVE: comunicação organizacional; agência júnior; communicate; UFU.

1. INTRODUÇÃO

O Curso de Comunicação Social: habilitação em jornalismo da UFU tem suas práticas voltadas à área de educomunicação fazendo com que as disciplinas sempre tenham uma interação entre si e com que os alunos façam suas atividades práticas contextualizando com as disciplinas teóricas aprendidas em sala de aula.

Mesmo com todos os exercícios desenvolvidos, alguns alunos buscaram algo a mais para complementar suas formações e ajudarem a colocar em prática o que aprendiam durante as aulas. Objetivando isso foi criada em 2012 a *Communicare* – agência júnior.

¹ Trabalho submetido ao XX Prêmio Expocom 2013, na Categoria I - Jornalismo, modalidade Agência Jr. de Jornalismo (conjunto/série)

² Aluno líder do grupo e estudante do 7º. Semestre do Curso de Comunicação Social: Habilitação em Jornalismo da Universidade Federal de Uberlândia, email: brunaisa.sanchez@gmail.com

³ Estudante do 7º. Semestre do Curso de Comunicação Social: Habilitação em Jornalismo da Universidade Federal de Uberlândia, email: pathy_alves_pdzs@hotmail.com

⁴ Orientador do trabalho. Bacharel em Comunicação Social – Jornalismo (UNITRI), Letras (UFU) e Publicidade (MACKENZIE). Mestre em Linguística (UFU) e Doutor em Comunicação e Letras (UPM). Professor Adjunto no Curso de Comunicação Social – Jornalismo da Universidade Federal de Uberlândia (UFU), email: mmajornalista@terra.com.br



Inicialmente os membros procuraram o Núcleo de Empresas Juniores da Universidade para saber o quais os passos deveriam ser seguidos na criação da empresa, depois de orientados e com a ajuda do professor tutor a documentação ficou pronta para que os trabalhos pudessem começar.

O primeiro trabalho que contrataram a *Communicare* foi o de produção de conteúdo para mídias sociais para a Associação Educacional de Patos de Minas e Uberlândia – MG. O projeto foi intitulado de “Comunicação estratégica organizacional em plataformas digitais de interação e divulgação de produtos jornalísticos” e como resultado do trabalho desenvolvido um artigo foi escrito por algumas alunas envolvidas no projeto e pelo professor tutor.

Outra atividade desenvolvida pela *Communicare* foi a organização e cobertura do evento Iº Ciclo de Debates em Jornalismo Especializado, com a participação de três jornalistas na mesa redonda.

A agência júnior, após um tempo, achou pertinente criar um blog para que os trabalhos desenvolvidos fossem postados e notícias que achamos relevantes, além de informações sobre a empresa, o curso de Comunicação Social, eventos que indicamos e concursos ou oportunidades de estágios.

A proposta do grupo, quando se refere a Comunicação Organizacional e o trabalho que deve ser desenvolvido por uma empresa, segue o pensamento de Torquato (2010) quando afirma que:

Entre os objetivos gerais da comunicação social apontam-se: projetar um conceito adequado das organizações perante seus públicos, consistente com suas políticas crenças e valores; criar, manter e desenvolver formas de comunicação que contribuam para a melhor operacionalidade dos sistemas e das atividades; desenvolver harmoniosamente o espírito de equipe; projetar junto a centros irradiadores de opinião e poder o pensamento ideológico da organização; acompanhar e influenciar o meio ambiente, criando e desenvolvendo representações junto aos poderes institucionais do país (TORQUATO, 2010, p. 53).



2. OBJETIVO

A *Communicare*, agência júnior de jornalismo, tem como principal objetivo complementar a formação dos estudantes do curso de comunicação social da Universidade Federal de Uberlândia. De acordo com MATOS (1997) “A empresa Júnior dá oportunidade aos jovens universitários de colocar em prática os mais modernos ensinamentos divulgados em suas universidades” (p.14)

Além de proporcionar experiências parecidas como as que serão enfrentadas no ambiente de trabalho, deixando o aluno mais maduro e pronto para resolver os obstáculos encontrados no mercado jornalístico.

3. JUSTIFICATIVA

A grade curricular das universidades não tem suprido as necessidades dos alunos de maneira ideal, o universitário de hoje está sempre em busca de mais, de mais experiência, de mais conhecimento, estamos à procura de estar sempre um passo a frente do futuro concorrente no mercado de trabalho. Apesar de possuir várias disciplinas práticas, o curso de Comunicação Social: habilitação em Jornalismo da UFU, criado em 2009, ainda não atende a todos os anseios dos alunos.

A partir daí, que um grupo se uniu para a criação da Agência Júnior de Jornalismo, *Communicare*, que foi criada para abrir um leque de opções para que os alunos conheçam e pratiquem nas mais diversas áreas do jornalismo. Foi assim, procurando sanar a carência de práticas mercadológicas que a empresa foi fundada por um grupo de alunas, aliadas a um tutor.

Num primeiro momento, realizamos o “1º Ciclo de Debates em Jornalismo Especializado” com a presença de profissionais da área. A criação do “Blog da *Communicare*” veio em sequência, juntamente com a publicação de um artigo sobre um dos projetos da empresa júnior, que se trata de assessoria de comunicação nas plataformas digitais.

Os projetos vieram para suprir os problemas primeiramente citados e, para além, fortalecer os princípios e conhecimentos da profissão e do mercado de trabalho, aprendidos em sala de aula.



4. MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

4.1. ESTRUTURA DA AGÊNCIA

A *Communicare* é constituída por membros diretores, que cuidam da agência em si, e membros efetivos, que realizam as atividades práticas e dão vida aos projetos. A diretoria é composta por oito membros, distribuídos nas seguintes funções: Presidente, Professor(a) Tutor, Diretor(a) Administrativo/Financeiro, Diretor(a) de Recursos Humanos, dois Diretores (as) de Marketing e dois Diretores(as) de Projeto.

A equipe é composta ainda por 4 membros efetivos, que são estudantes que se interessam em trabalhar na *Communicare*. A seleção dos membros efetivos é feita de acordo com o “Estatuto da *Communicare*”, através de análise de curriculum e entrevista dos inscritos.

Os membros da diretoria também estão envolvidos em projetos trabalhando em conjunto com os membros efetivos. É importante lembrar que, todos os membros da agência júnior estão regulamente matriculados no curso de Comunicação social, jornalismo da Universidade Federal de Uberlândia.

4.2. ESTRUTURA DOS PROJETOS

Atualmente a agência trabalha com a realização de eventos complementares ao curso; assessoria de imprensa, principalmente em plataformas digitais de interação; estando também com projetos futuros para produção de roteiros televisivos.

Através do nosso blog, procuramos aumentar o fluxo de informações relevantes para os estudantes da área de comunicação, procurando sempre exigir de nossos membros responsabilidade para cumprir a pauta no deadline estipulado. As matérias devem seguir os princípios fundamentais do jornalismo: clareza, objetividade, isenção e pluralidade.

A captação e posterior seleção de projetos são realizadas pelos diretores de projetos em conjunto com o professor tutor. Cabe a eles estruturar a logística exigida pelo projeto (número de integrantes, equipamentos necessários, entre outros).

Caso o trabalho envolva um cliente, é responsabilidade do Diretor Administrativo/Financeiro redigir o contrato para o projeto. É importante ressaltar que a *Communicare* é uma agência sem fins lucrativos, e os valores estipulados como pagamento são direcionados para gastos estruturais ou aquisição de bens para a agência, como livros e equipamentos eletrônicos, como gravadores e computadores.

4.3. PARCERIAS

O mercado comunicacional está em ascensão. Todas as empresas, pequenas ou grandes, nacionais ou multinacionais, buscam profissionais capacitados na área de Comunicação Social. Em Uberlândia não é diferente. É uma região altamente promissora com empresas e indústrias atuando em vários ramos, além de um potencial em expansão nas cidades vizinhas. Trata-se de um celeiro com amplas oportunidades na área de Comunicação.

A *Communicare* aproveita-se disso e projeta-se em vários braços que oportunizam ao mercado soluções em comunicação: Comunicação Organizacional, Comunicação Digital, Comunicação e Mídias, Comunicação e Marketing, Comunicação e Eventos, Comunicação e Produção Científica. Eis algumas das áreas contempladas pela *Communicare*. Uma delas em especial, a Comunicação Organizacional, é uma área que na *Communicare* atende a projetos de assessoria de comunicação para empresas atuando e desenvolvendo estratégias de comunicação voltadas para as necessidades de grupos empresariais, afinal, segundo Kunsh(2003, p.245) “as organizações modernas, para se posicionar perante a sociedade e fazer frente a todos os desafios da complexidade contemporânea, precisam planejar, administrar e pensar estrategicamente a sua comunicação”.

Um dos projetos na área de Comunicação Organizacional que a *Communicare* desenvolve recebeu o nome de **Comunicação Estratégica Organizacional em Plataformas Digitais de Interação e Divulgação de Produtos Jornalísticos**. Este projeto é financiado pela Associação Educacional de Patos de Minas, que mantém contrato de 24 meses. Para este projeto a *Communicare* escalou três discentes membros. A parceria tem dado resultados promissores uma vez que os perfis de redes sociais da empresa parceira administrados e coordenados pela agência júnior têm feito presença em todas as pesquisas de opinião realizadas e contribuído de forma efetiva para



alavancar o número de alunos da instituição. Uma das razões para isso é o forma diferenciada com que a Empresa Júnior atua nas redes sociais, postando conteúdo relevante, atualizando diariamente, respondendo *stakeholders*, mediando e intervindo em interesses dos acadêmicos, etc. Para a *Communicare*, as redes sociais da instituição não são um depósito de anúncio publicitário, como ocorre em vários casos.

Além do projeto apresentado anteriormente, a *Communicare* também tem parcerias com professores do Curso de Jornalismo. Um dos parceiros é o tutor da Empresa Júnior, o qual mantém um site com produções dos alunos, atualizado diariamente pelos membros da empresa júnior. Trata-se do www.educom.faced.ufu.br site que tem o apoio da *Communicare* numa parceria que ainda está embrionária.

A *Communicare* mantém o diálogo aberto com outros parceiros, por exemplo, a Universidade Mackenzie, em São Paulo, em especial na área de Produção de Conteúdos. Em breve um contrato será firmado para a produção de roteiros televisivos para programas produzidos em parceria com a área de Produção de Conteúdos no Mackenzie.

O espaço está aberto e a *Communicare* apenas iniciando as atividades de relacionamento empresarial com grupos e instituições interessados em projetos de Comunicação Social com qualidade, competência e acima de tudo, resultados comunicacionais relevantes.

5. DESCRIÇÃO DOS PRODUTOS

5.1. 1º CICLO DE DEBATES EM JORNALISMO ESPECIALIZADO

O 1º Ciclo de debates em jornalismo especializado, o “Especializa-se”, foi realizado no dia 12 de junho de 2012, é um evento que trouxe três jornalistas que atuam a tempo no mercado de trabalho para que pudessem falar em uma mesa redonda sobre as dificuldades encontradas, os trabalhos realizados e responder dúvidas dos alunos presentes.

O evento foi mediado pelo professor tutor da *Communicare*, que juntamente com alguns membros da empresa organizaram o evento. A agência júnior ficou



responsável pelas inscrições dos alunos, recepção dos convidados e discentes e também pela divulgação do evento nas mídias sociais e na própria Universidade.

5.2. BLOG DA COMMUNICARE

O blog *Communicare* (link para visualização online: <http://communicareufu.blogspot.com.br/>) foi criado com o intuito de informar os estudantes de Comunicação. Dentre as postagens estão notícias sobre o meio e informações sobre concursos e vagas para estágio e trainee. Para além, são postados alguns trabalhos e artigos feitos por alunos do jornalismo da UFU e notícias publicadas no Senso (In) Comum, o jornal laboratório do curso de Comunicação Social – jornalismo.

A ideia para a criação do blog surgiu quando nos deparamos com a necessidade de mostrar um pouco do trabalho feito pela empresa júnior e também informar aos alunos sobre eventos de Comunicação Social, como congressos, palestras e cursos, tudo isso para complementar a formação educacional. Todos os dias o blog é atualizado por membros da *Communicare* designados a essa tarefa que buscam colocar a identidade da empresa no conteúdo postado.

5.3. ARTIGO CIENTÍFICO

O artigo Comunicação Estratégica Organizacional Em Plataformas Digitais De Interação E Divulgação De Produtos Jornalísticos: Cases Na Educação, foi produzido pelos membros da agência participantes do projeto e do professor orientador, e foi publicado na Revista Científica Acta. Com o intuito de mostrar um pouco sobre o trabalho realizado para a Faculdade Patos de Minas, o artigo descreve como é o processo de postagens diárias realizadas e também os resultados alcançados, como o aumento de compartilhamentos do conteúdo divulgado nas mídias sociais e o crescente número de amigos nas páginas do facebook.

O artigo também aborda os conceitos de Comunicação organizacional e como essa é importante para a relação entre gestão e imagem de uma empresa e sobre o relacionamento das organizações com seus públicos na era da internet, pois com o



desenvolvimento das tecnologias da informação, apareceram novas formas de trabalhar a comunicação dentro das empresas. O surgimento da internet, particularmente, permitiu que as organizações ganhassem visibilidade de públicos antes inalcançáveis.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Empresa Júnior do Curso de Comunicação Social – habilitação em Jornalismo da Universidade Federal de Uberlândia surgiu para potencializar o talento e o conhecimento de jovens graduandos em Jornalismo. Todos os produtos apresentados aqui e também as ações estratégicas e projetos, são construídos a partir de reuniões de *brainstorming*, discussões exaustivas, análises teóricas e iniciativas mediadas pelo professor tutor.

Em especial o Projeto **Comunicação Estratégica Organizacional em Plataformas Digitais de Interação e Divulgação de Produtos Jornalísticos** mencionado no texto, e que pode aqui exemplificar a atuação da *Communicare* em termos conclusivos, é um referencial da empresa júnior.

Para a execução deste projeto, inicialmente é feito um planejamento de ações estratégicas de comunicação direcionadas às plataformas digitais de comunicação. A partir desse planejamento de ações são previstas etapas de trabalho a serem executadas a fim de desenvolver a área de comunicação digital no grupo parceiro. Com base em três pilares de trabalho: pensar, produzir e divulgar, a *Communicare* atua produzindo objetos jornalísticos que são divulgados nas redes sociais. O projeto definitivamente tem sido um diferencial na instituição parceira.

A Comunicação Organizacional é um setor estratégico dentro de uma empresa. Precisa receber investimentos e contar com profissionais preparados para lidar com um mercado altamente competitivo. Nesse sentido, os discentes e futuros jornalistas estão exercitando na prática a relação direta com o mercado, buscando no ambiente competitivo do mercado, a competência para lidar com situações reais do universo comunicacional.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

KUNSCH, M.K. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. 3 ed. Re, atual e ampl. São Paulo: Summus, 2003. p. 14-417.



Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XX Prêmio Expocom 2013 – Exposição da Pesquisa Experimental em Comunicação

MATOS, Franco. **A Empresa Júnior no Brasil e no Mundo**. São Paulo: Martin Claret, 1997.

TORQUATO, Gaudêncio. **Tratado de Comunicação Organizacional e Política**. 2^a ed. São Paulo: Cengage Learning, 2010.