

***Communicare*: Desafios na Consolidação de uma Agência Júnior de Jornalismo¹**

Giovana Matusita Soares de REZENDE²

Flahana Nogueira PFEIFER³

José Elias MENDES NETO⁴

Lorena Gabriela MARTINS⁵

Lucas Garcia MANAF⁶

Maysa da Silva VILELA⁷

Nayara de Sousa FERREIRA⁸

Thatiana Helena ANGELI⁹

Marcelo Marques de ARAÚJO¹⁰

Universidade Federal de Uberlândia (UFU) – Uberlândia, MG

RESUMO

A *Communicare* – Agência Júnior do Curso de Comunicação Social com habilitação em jornalismo da Universidade Federal de Uberlândia – foi criada com o propósito de tornar-se um espaço que proporciona aos estudantes a oportunidade de colocarem em prática os conceitos teóricos aprendidos em sala de aula. Este *paper* apresenta os caminhos traçados na tentativa de consolidação da empresa e resultados de algumas produções desenvolvidas pela mesma. Para fundamentar os relatos do que fora desenvolvido, alguns conceitos da área de Comunicação Organizacional serão retomados.

PALAVRAS- CHAVE: Comunicação Organizacional; *Communicare*; Empresa Junior.

1 INTRODUÇÃO

Com a proposta de realizar atividades práticas que contextualizem as disciplinas teóricas aprendidas em sala de aula, alguns alunos do curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo da Universidade Federal de Uberlândia decidiram criar, em

¹ Trabalho submetido ao XXI Prêmio Expocom 2014, na Categoria Jornalismo, modalidade Agência Jr. de Jornalismo.

² Aluna líder e estudante do 5º. Semestre do Curso de Comunicação Social: Habilitação em Jornalismo da Universidade Federal de Uberlândia, email: gi.matusita@hotmail.com

³ Estudante do 5º. Semestre do Curso de Comunicação Social: Habilitação em Jornalismo da Universidade Federal de Uberlândia, email: flahana@hotmail.com

⁴ Estudante do 5º. Semestre do Curso de Comunicação Social: Habilitação em Jornalismo da Universidade Federal de Uberlândia, email: jemneto15@yahoo.com.br

⁵ Estudante do 5º. Semestre do Curso de Comunicação Social: Habilitação em Jornalismo da Universidade Federal de Uberlândia, email: lorennah_koro@hotmail.com

⁶ Estudante do 5º. Semestre do Curso de Comunicação Social: Habilitação em Jornalismo da Universidade Federal de Uberlândia, email: lucasgmanaf@gmail.com

⁷ Estudante do 5º. Semestre do Curso de Comunicação Social: Habilitação em Jornalismo da Universidade Federal de Uberlândia, email: maysa_vilela@hotmail.com

⁸ Estudante do 5º. Semestre do Curso de Comunicação Social: Habilitação em Jornalismo da Universidade Federal de Uberlândia, email: nayarasfr@gmail.com

⁹ Estudante do 5º. Semestre do Curso de Comunicação Social: Habilitação em Jornalismo da Universidade Federal de Uberlândia, email: thatiana.angeli@hotmail.com

¹⁰ Professor tutor. Professor Adjunto no Curso de Comunicação Social – Jornalismo da Universidade Federal de Uberlândia (UFU), email: mmajornalista@terra.com.br

2012, a empresa júnior *Communicare*, uma associação civil sem fins lucrativos, apartidária, com fins educacionais e com prazo de duração indeterminado.

O primeiro passo dos membros foi procurar o Núcleo de Empresas Juniores da Universidade para que pudessem ter uma orientação de como funciona uma agência júnior e o que era necessário para que fosse legalizada e reconhecida. Com o apoio de um professor tutor, a documentação foi realizada e, assim, as propostas de trabalho poderiam ser colocadas em prática.

O primeiro contrato efetivo da *Communicare* foi com a Associação Educacional de Patos de Minas, para a produção de conteúdo das suas mídias sociais, visando, além da produção digital, o monitoramento, atualização e divulgação da empresa parceira. O projeto foi nomeado *Comunicação estratégica organizacional em plataformas digitais de interação e divulgação de produtos jornalísticos* e, depois de ter sido colocado em prática, seus resultados acabaram sendo base para um artigo produzido por algumas alunas participantes da empresa e pelo professor orientador.

Dentre diversas outras atividades realizadas, a *Communicare* também organizou e cobriu eventos, por exemplo, o denominado *I Ciclo de Debates em Jornalismo Especializado*, dentre outros que aconteceram na UFU.

Outra atividade colocada em prática foi a criação de um blog da empresa júnior. Esse projeto foi considerado relevante para que os alunos do jornalismo e da Universidade pudessem conhecer o trabalho da *Communicare*, além de se manterem informados com conteúdos pertinentes sobre o curso, como oportunidades de estágio, eventos e concursos. A intenção era expor o que a empresa tem feito e, dessa maneira, conseguir mais contratos e parcerias.

A proposta que os membros têm sobre 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 OBJETIVOS

“A empresa júnior dá oportunidade aos jovens universitários de colocar em prática os mais modernos ensinamentos divulgados em suas universidades” (MATOS, 1997, p.14). Sendo assim, o principal objetivo da *Communicare* é servir como um complemento de atividades práticas na formação dos estudantes do curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo da Universidade Federal de Uberlândia.

A *Communicare* também contribui para o entendimento de como uma empresa deve funcionar, seus membros devem conhecer a estrutura empresarial e ao desenvolver e executar projetos, o aluno torna-se um profissional preparado para trabalhar em equipe e enfrentar os desafios do cotidiano em um ambiente de trabalho. Além disso, o estudante também irá adquirir habilidades gerenciais, de oratória e de negociação com o cliente que são extremamente relevantes para o mercado de trabalho. O membro da *Communicare* estará capacitado além da graduação.

São os objetivos da empresa, definidos por seu Estatuto:

- a) Proporcionar a seus membros efetivos as condições necessárias à aplicação prática de seus conhecimentos teóricos relativos à sua formação profissional;
- b) Dar à sociedade um retorno dos investimentos que ela realiza na Universidade, através de serviços de alta qualidade, realizados por futuros profissionais da área de Comunicação Social - Jornalismo da Universidade Federal de Uberlândia;
- c) Incentivar a capacidade empreendedora dos membros da empresa, dando a ele uma visão profissional já no âmbito acadêmico;
- d) Realizar estudos e elaborar diagnósticos e relatórios sobre assuntos específicos inseridos em sua área de atuação;
- e) Assessorar a implantação de soluções indicadas para problemas diagnosticados;
- f) Valorizar alunos e professores da Universidade Federal de Uberlândia no mercado de trabalho e no âmbito acadêmico.

3 JUSTIFICATIVA

Para que um curso universitário seja realmente efetivo na preparação dos discentes para o mercado de trabalho, é necessário que, além das teorias e das matérias aplicadas, o curso dê a oportunidade de uma experiência prática que se aproxime o máximo possível da realidade. Dessa forma, *Communicare*, Empresa Júnior de Jornalismo da UFU, permite uma

ótima oportunidade aos alunos que desejam aprimorar e conhecer melhor o funcionamento de uma empresa de comunicação.

A empresa foi criada por um grupo de alunas e um tutor, em 2012. Atualmente, passou por um período de reformulação e de mudança nos membros – devido à graduação completa dos antigos empresários. Assim, a empresa conta hoje com inúmeras oportunidades para os atuais membros e os futuros.

Tendo em vista os projetos atualmente realizados por esta Empresa Júnior de Jornalismo, juntamente com as possibilidades de serviços futuros, é evidente o auxílio que esta proporciona aos discentes participantes. Possuindo um método de funcionamento extremamente profissional, seguindo as normas de regras das empresas existentes, a *Communicare* traz uma gama de experiências a serem adquiridas pelos alunos de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo da UFU. Através deste projeto, estes possuem um espaço no qual possam adquirir experiência de mercado e complementar os recursos ensinados em sala de aula.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

4.1 ESTRUTURA DA AGÊNCIA

O quadro social da empresa compõe-se das seguintes categorias de membros:

- a) Membro efetivo: estudante regularmente matriculado no curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo da Universidade Federal de Uberlândia que tenha concluído, no mínimo, o terceiro período do curso e tenha sido selecionado através de Processo Seletivo para Empresário Junior. Atualmente, a *Communicare* conta com um quadro de 12 membros efetivos.
- b) Membro diretor: membro efetivo eleito em Assembleia Geral por maioria simples para a composição da diretoria da empresa. O mandato dos membros diretores tem a duração de um ano, passível de reeleição. O Estatuto da *Communicare* prevê oito cargos de diretoria, sendo eles: Diretor-presidente, Diretor Administrativo-financeiro, Diretor de Projetos (3), Diretor de Marketing (2) e Diretor de Recursos Humanos.
- c) Membro *trainee*: estudante regularmente matriculados no curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo da Universidade Federal de Uberlândia que tenha interesse em acompanhar as atividades da empresa mas ainda não

tenha concluído o terceiro período do curso. Atualmente, a *Communicare* conta com um membro *trainee* em seu quadro.

- d) Membro estagiário: membro efetivo contratado pela diretoria para prestação de serviços à empresa quando necessário. Hoje, a *Communicare* possui dois membros estagiários contratados.

Ainda compõem a estrutura da empresa, o professor tutor e os demais professores do curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo da Universidade Federal de Uberlândia que, recorrentemente, são convidados a assessorar projetos específicos que estejam em suas áreas de atuação e pesquisa.

A empresa vem tentando conseguir, junto à Prefeitura de Campus da UFU, um local para a realização de suas atividades. A ausência de uma sala própria é um grande impasse para a consolidação da empresa, que tem trabalhado em espaços emprestados de laboratórios do curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo.

4.2 ESTRUTURA DOS PROJETOS

A Empresa Júnior, atualmente, realiza eventos complementares para o curso de Jornalismo, bem como assessoria de imprensa, atuando, primordialmente, no contexto digital. Além disso, a *Communicare* está com projetos futuros educacionais de mobilização popular, como é o caso do projeto ‘Abraça a UFU’, atualmente em construção, que pretende criar uma campanha de conscientização aos universitários nos mais diversos âmbitos, dentre eles o ambiental e o social, visando à manutenção da universidade enquanto patrimônio público e a boa convivência entre os estudantes. O título do projeto remete à proposta de que a campanha seja oficialmente lançada através de um ato simbólico: um *flash mob* em que os universitários serão convidados a se darem as mãos e formarem uma corrente ao redor do campus Santa Mônica da Universidade Federal de Uberlândia, com perímetro total de 2000 metros.

Busca-se levar informações importantes para o conhecimento dos estudantes de comunicação e demais áreas e, para isso, utiliza-se o blog. É exigido responsabilidade aos membros, para que a pauta seja realizada dentro do prazo do *deadline*. Além disso, o processo de produção das matérias tem que fluir de acordo

com os princípios fundamentais do jornalismo, respeitando a questão da objetividade, pluralidade, clareza e isenção.

Os Diretores de Projetos, juntamente com o professor tutor trabalham na busca e seleção de projetos. Também cuidam da estrutura logística que a iniciativa precisa para ser concretizada, como número de integrantes envolvidos, equipamentos necessários para a realização do trabalho, entre outras coisas.

Quando o trabalho envolve um cliente, o Diretor Administrativo-Financeiro deve redigir o contrato para o acordo. É válido ressaltar que a *Communicare*, por se tratar de uma empresa júnior, não possui fins lucrativos. Portanto, toda receita adquirida através da prestação de serviços é direcionada única e exclusivamente para investimentos dentro da própria empresa, por exemplo, aquisição de materiais para a agência, como equipamentos eletrônicos, livros, computadores e gravadores, afinal, são esses bens que auxiliam no desenvolvimento dos projetos.

4.3 PARCERIAS

A comunicação sempre foi um elemento de suma importância para a sociedade e seu desenvolvimento. E no atual contexto, a comunicação digital ganha destaque. Hoje, uma das maiores preocupações de grande maioria das empresas é com essa questão, portanto, cada vez mais, os profissionais da comunicação social são procurados. Em Uberlândia isso acontece, de fato. A cidade agrega empresas e indústrias atuantes em diversos ramos e ainda tem bastante influência sobre as cidades vizinhas. Visualizando tudo isso por um viés comunicacional, podemos enxergar grandes oportunidades.

A Comunicação Organizacional, por exemplo, realiza projetos de assessoria de comunicação para diversas empresas. O projeto *Comunicação Estratégica Organizacional em Plataformas Digitais de Interação e Divulgação de Produtos Jornalísticos*, citado anteriormente, teve, no princípio, três discentes membros da empresa júnior para realizarem as atividades que o projeto demanda. Os perfis de redes sociais da empresa passaram a ser administrados pela agência de uma forma diferente e inovadora, com conteúdos relevantes e atualização apropriada. Os resultados foram ótimos, contribuindo, até mesmo, para aumentar o número de alunos na instituição de ensino.

Com a reformulação dos membros da empresa e da diretoria, o projeto também sofreu mudanças. O contrato foi renovado e o atual diretor-presidente designou apenas um membro estagiário para a manutenção do projeto. A estagiária trouxe inovações para as redes sociais da contratante, transformando os perfis no *Facebook* em páginas, ampliando ainda mais o potencial de divulgação da marca.

Além disso, a *Communicare* tem parceria com docentes do curso de Jornalismo. O tutor da empresa é um deles e mantém um site atualizado pelos membros da agência, contendo várias produções dos alunos do curso, o www.educom.faced.ufu.br.

A *Communicare* está sempre aberta a novas ideias e paradigmas que possam surgir do relacionamento com empresas, instituições e grupos que tenham interesse em projetos na área comunicacional. O compromisso da Empresa Júnior é sempre com a qualidade, competência e, principalmente, com o sucesso dos resultados.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO

A criação e manutenção de novas formas de comunicação, conforme explicita Torquato (2010), perpassa por alguns elementos entendidos como prioritários na *Communicare*. A empresa júnior está em fase de consolidação, embora os componentes já saibam em quais os campos ou “braços” de atuação pretendem desenvolver projetos, a saber, cinco campos: i. comunicação estratégica organizacional, com projetos na área empresarial como o citado anteriormente; ii. comunicação e ciência, com projetos na área acadêmica, produção de revistas e livros; iii. comunicação e eventos, com organização de eventos; iv. comunicação e mídia, com projetos na área de rádio, TV e impressos e; v. comunicação digital, com projetos desenvolvidos com foco na internet. Os membros da empresa estão aptos para oferecer serviços dentro de qualquer uma dessas grandes áreas. Alguns dos projetos em andamento serão detalhados a seguir.

5.1 IDENTIDADE VISUAL E REDES SOCIAIS DA EMPRESA

Desde sua criação, a *Communicare* possui um blog com a intenção de informar os estudantes de Comunicação, disponibilizando notícias sobre o meio comunicacional, além de informações sobre concursos e vagas para estágio. A empresa conta também com uma página no *Facebook* que objetiva divulgar e dar visibilidade para suas ações. A manutenção das redes sociais da empresa funciona

também como uma espécie de treinamento aos membros, visto que a agência atende na área de Assessoria para mídias sociais.

Com a posse da nova diretoria, notou-se que a empresa não possuía uma identidade visual própria e iniciou-se um projeto de criação de uma. Para tal, tem-se realizado reuniões de *brainstorming* para a criação de uma logomarca, um produto para divulgação da empresa e captação de clientes e um *website*.

Após algumas reuniões, optou-se por trazer à identidade visual da empresa a figura do polvo, animal invertebrado que carrega o simbolismo da inteligência, criatividade, flexibilidade, transformação, adaptabilidade e diversidade, além de, metaforicamente, representar os diversos “braços” da empresa. Um designer foi contratado e a logomarca está em processo de produção, não tendo sido finalizada a tempo para a produção deste *paper*. Neste meio tempo, o blog da *Communicare* também foi desativado, visando apresentar o renascimento da empresa, representado pela posse da nova diretoria, já com a nova identidade visual.

5.2 EVENTOS

Recorrentemente, a *Communicare* tem organizado eventos para o público discente do curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo da UFU. Foram eventos organizados pela empresa:

a) *I Ciclo de Debates em Jornalismo Especializado* – Em 2012, os membros da empresa convidaram os consagrados jornalistas da cidade de Uberlândia, César Honório Teixeira, Mônica Cunha e Rick Paranhos para compor uma mesa redonda que debateu os caminhos do Jornalismo Especializado no Brasil.

b) *I Ciclo de Debates em Jornalismo Opinativo* – Seguindo a mesma linha do evento anterior, em 2014 a *Communicare* trouxe aos alunos da UFU a oportunidade de discutirem os rumos do Jornalismo Opinativo com os jornalistas locais Raphael dos Anjos, Janaina Pazza, Vanessa Carlos e Rafael Venâncio.

c) *I Mostra de Produção Acadêmica em Jornalismo* – Com o objetivo de recepcionar os calouros do curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo, alunos do terceiro semestre criaram um evento para apresentar as produções do curso aos novos estudantes. A *Communicare* apoiou o evento que consolidou-se e sua segunda edição está sendo organizada, dessa vez, pela empresa.

d) *Oficina Produção de Notícias: Em busca da saia da baiana* – O Centro Acadêmico de Comunicação Social (CACoS) realiza anualmente a Semana Acadêmica do curso. Para a terceira edição do evento, a *Communicare* se fez presente oferecendo uma oficina acerca da produção de notícias com foco na busca por fugir do senso comum e encontrar um viés diferenciado como forma de se sobressair no mercado de trabalho. Como produto da oficina, obteve-se um jornal de cobertura do evento, denominado *O Divergente*.

5.3 GRUPO FPM: ASSESSORIA PARA MÍDIAS SOCIAIS

O primeiro contrato firmado com a *Communicare* foi com a Associação Educacional de Patos de Minas Gerais, para manutenção de suas redes sociais. Os estagiários do projeto produzem conteúdo, monitoram, atualizam e divulgam todas as empresas do grupo contratante, que compreendem algumas universidades privadas em diferentes cidades do país.

A partir deste projeto, os membros da agência, juntamente ao professor tutor produziram o artigo *Comunicação Estratégica Organizacional Em Plataformas Digitais De Interação E Divulgação De Produtos Jornalísticos: Cases Na Educação*, o projeto foi publicado na Revista Científica Acta, Volume IV, 2012.

5.4 ENGENHEIROS SEM FRONTEIRAS: ASSESSORIA DE IMPRENSA

Um estudante de engenharia da Universidade Federal de Uberlândia fundou, em 2014, a ONG *Engenheiros Sem Fronteiras* em Uberlândia. A *Communicare* tem apoiado a fundação da ONG desde os seus primórdios oferecendo serviços em Assessoria de Imprensa e um contrato para outras demandas está em processo de discussão.

5.5 CAPTAÇÃO DE CLIENTES

Ainda em 2014, a empresa tem trabalhado na captação de novos clientes. Dentre os projetos que estão em processo de discussão e contratação estão o plano de Assessoria de Comunicação e Imprensa para o vereador Adriano Zago, a criação de anais para o *II Seminário de História e Cultura: Imagens na escrita da História* do Programa de Pós-graduação em História (INHIS) da Universidade Federal de

Uberlândia e a elaboração de um plano de mídia para a Prefeitura de Campus da UFU.

6 CONSIDERAÇÕES

A Empresa Júnior do Curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo da Universidade Federal de Uberlândia nasceu com o intuito de explorar as principais qualidades de cada aluno dentro dos diferentes setores da empresa. Todos os produtos, ações estratégicas e projetos apresentados aqui, são elaborados a partir de reuniões de *brainstorming*, discussões, análises teóricas e iniciativas mediadas pelo professor tutor.

O projeto *Comunicação Estratégica Organizacional em Plataformas Digitais de Interação e Divulgação de Produtos Jornalísticos* pode exemplificar a atuação da *Communicare* em termos conclusivos, servindo de referencial para a atuação da empresa.

Primeiramente para a execução deste projeto, é feito um planejamento de ações estratégicas de comunicação voltadas às plataformas digitais de comunicação. A partir desse planejamento de ações, são estudadas etapas de trabalho a serem executadas com a finalidade de desenvolver a área de comunicação digital no grupo parceiro. Tomando como base três pilares de trabalho: pensar, produzir e divulgar, a *Communicare* atua produzindo materiais jornalísticos que são divulgados nas redes sociais. O projeto acaba por trazer um diferencial à empresa parceira.

A Comunicação Organizacional é um setor estratégico dentro de uma corporação. É necessário receber investimentos e contar com profissionais qualificados para lidar com um mercado altamente competitivo. Realizando este trabalho com a empresa júnior, os estudantes e futuros jornalistas estão exercitando na prática a relação direta com o mercado de trabalho, buscando no ambiente competitivo do mercado, a competência necessária para lidar com situações reais do mundo comunicacional.

REFERÊNCIAS

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

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

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