

## **Engloba Assessoria de Comunicação: teoria e prática no plano de ação para a ONG Integração dos Anjos<sup>1</sup>**

Vinícios SPARREMBERGER<sup>2</sup>  
Victoria Valentine Silva CAMPOS<sup>3</sup>  
Kellyn Giuliana BONIATTI<sup>4</sup>  
Juliana Coimbra BAINO<sup>5</sup>  
Eliane Patrícia Staudt AIRES<sup>6</sup>  
Carina Nardi da SILVA<sup>7</sup>  
Bruna Jacquelinne Rohleder de LIMA<sup>8</sup>  
Rosângela Florczak de OLIVEIRA<sup>9</sup>

Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM-Sul), Porto Alegre, RS

### **RESUMO**

Este trabalho é resultado de um projeto desenvolvido durante a disciplina de Assessoria de Imprensa do Curso de Jornalismo da ESPM-Sul, que teve como objetivo planejar e executar estratégias de relacionamento com a mídia para a ONG Integração dos Anjos de Porto Alegre. A proposta ainda incluiu a criação de uma agência de comunicação que serviu como base para o aprendizado sobre as atividades de uma assessoria de imprensa e, posteriormente, permitiu a execução eficaz do planejamento estratégico junto a ONG. Dessa forma, uniu-se neste trabalho o aprendizado teórico da disciplina com a possibilidade de colaborar com o desenvolvimento de uma instituição cuja base parte de uma preocupação social.

**PALAVRAS-CHAVE:** Assessoria de Imprensa; Terceiro setor; Planejamento estratégico; Agência de comunicação; Jornalismo.

### **1 INTRODUÇÃO**

A necessidade de estar informado a todo tempo sobre diversos assuntos é, talvez, o principal reflexo que os avanços tecnológicos, econômicos e culturais trouxeram ao ser humano. Em sentido amplo, essa realidade levou ao desenvolvimento dos meios de comunicação que, conseqüentemente, tornaram-se foco de interesse de diversas organizações. O noticiário de jornais, revistas, emissoras de rádio, de televisão e, nos

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XXII Prêmio Expocom 2015, na Categoria Jornalismo, modalidade Projeto de Assessoria de Imprensa (avulso).

<sup>2</sup> Aluno líder do grupo. Estudante do 5º Semestre do Curso de Jornalismo da ESPM-Sul, email [sparremberger@gmail.com](mailto:sparremberger@gmail.com)

<sup>3</sup> Estudante do 5º Semestre do Curso de Jornalismo da ESPM-Sul, email: [viic\\_campos@hotmail.com](mailto:viic_campos@hotmail.com).

<sup>4</sup> Estudante do 4º Semestre do Curso de Jornalismo da ESPM-Sul, email: [keelboniatti@gmail.com](mailto:keelboniatti@gmail.com).

<sup>5</sup> Estudante do 5º Semestre do Curso de Jornalismo da ESPM-Sul, email: [julianabaino@hotmail.com](mailto:julianabaino@hotmail.com).

<sup>6</sup> Estudante do 4º Semestre do Curso de Jornalismo da ESPM-Sul, email: [aires\\_eliane@hotmail.com](mailto:aires_eliane@hotmail.com).

<sup>7</sup> Estudante do 5º Semestre do Curso de Jornalismo da ESPM-Sul, email: [carinanardi@gmail.com](mailto:carinanardi@gmail.com).

<sup>8</sup> Estudante do 4º Semestre do Curso de Jornalismo da ESPM-Sul, email: [brunajrohleder@gmail.com](mailto:brunajrohleder@gmail.com).

<sup>9</sup> Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo da ESPM-Sul, email: [rosangela.oliveira@espm.br](mailto:rosangela.oliveira@espm.br).

últimos anos, também da web, passou a ser visto como um espaço possível de divulgação sobre fatos de interesse destas organizações para a sociedade.

Nesse contexto, a Assessoria de Imprensa, uma das áreas que compõem o conjunto de conhecimentos denominado de Comunicação Corporativa, surge com a função de intermediar o contato com a mídia. Sua atuação consiste em gerenciar o fluxo de informação e relacionamento entre a organização, a imprensa e os demais públicos que ela atinge. Segundo Fausto Neto (2008), num mundo marcado pela lógica da midiaticização, é por meio da Assessoria de Imprensa que as organizações buscam ganhar visibilidade. Para isso, utiliza-se de diversas estratégias que precisam ser amplamente planejadas e organizadas para que os objetivos da organização sejam alcançados.

Na disciplina de Assessoria de Imprensa ministrada na ESPM-Sul, o ensino é amparado em metodologias ativas, na qual o estudante é posto como o agente responsável pela sua aprendizagem. Busca-se, por meio de atividades práticas, prepará-los para que atuem como verdadeiros assessores de imprensa. A proposta, portanto, inclui a criação de uma agência de comunicação como forma de embasar o aprendizado das atividades de uma assessoria de imprensa e os principais conceitos que permeiam a área para o posterior assessoramento e relacionamento com a mídia para um cliente real.

O enfoque deste artigo permeia o planejamento estratégico em Assessoria de Imprensa utilizado pela *Engloba Assessoria de Comunicação*, agência criada pelos alunos de jornalismo da ESPM-Sul, para a ONG Integração dos Anjos de Porto Alegre.

## **2 OBJETIVO**

De modo geral, o objetivo deste trabalho buscou não apenas proporcionar a vivência prática da atividade de Assessoria de Imprensa aos estudantes, mas, essencialmente, conciliar a aprendizagem das metodologias de planejamento e gestão estratégica que permeiam a área com a possibilidade de colaborar com o desenvolvimento de uma instituição cuja base parte de uma preocupação social. Ainda podem ser elencados objetivos secundários que fazem referência tanto à disciplina como também ao planejamento de relacionamento com a mídia para a ONG Integração dos Anjos. São eles:

1. Aproximar-se da realidade organizacional e, especialmente, do terceiro setor. Neste caso, de uma instituição que atende crianças e adolescentes em situação de vulnerabilidade social.

2. Exercitar o relacionamento com gestores de uma organização e mediar o relacionamento com os profissionais da imprensa.
3. Desenvolver e aplicar as técnicas de Assessoria de Imprensa, como criação de *mailing list*; *press release*, sugestões de pautas, *follow-up*, *media training*, monitoramento e avaliação de resultados.
4. Assessorar a ONG Integração dos Anjos de forma a torná-la conhecida entre a sociedade porto-alegrense e também no mercado de comunicação da capital gaúcha.

### 3 JUSTIFICATIVA

O Terceiro Setor surge no Brasil e no mundo com o desafio de auxiliar o desenvolvimento político, econômico e social do meio em que estão inseridos. Constituído, em sua maioria, por organizações da sociedade civil sem fins lucrativos, atua onde nem mesmo o setor público e as empresas privadas conseguem chegar.

O terceiro setor tem sido um dos agentes imprescindíveis no processo de assistência às populações carentes, em razão de sua política baseada na execução de projetos e programas capazes de incentivar a geração de emprego e renda, bem como despertar as comunidades para a exploração de atividades que possam assegurar sua sobrevivência (MAÑAS e MEDEIROS, 2012, p.18).

À exemplo de entidades dessa natureza estão as Organizações Não Governamentais, que consistem em mecanismos que proveem a sociedade com determinados bens coletivos e sociais que nem o primeiro e o segundo setor são capazes de suprir. Segundo Menescal (1996, p. 28), as ONGs são grupos de pressão que buscam influenciar e democratizar políticas públicas a fim de suprir às necessidades da sociedade e de condições de vida iguais e justas no mundo todo e também movimentar a sociedade em que estão inseridas, utilizando-se de suas relações de solidariedade, na busca dessa democratização.

Mesmo com importante papel, o Terceiro Setor ainda enfrenta dificuldades, tais como a deficiência de sustentabilidade de recursos, já que não tem fins lucrativos. Além disso, o número de organizações disputando os limitados recursos é cada vez maior. Segundo a Associação Brasileira de Organizações Não Governamentais (Abong), já em 2010 havia 290,7 mil Fundações Privadas e Associações sem Fins Lucrativos no Brasil.

A comunicação assume um caráter estratégico nesse processo, dada a sua capacidade de difundir de maneira profissional as informações concernentes à organização, tornando-se um importante agente potencializador da atuação da entidade em seu meio e

legitimador do seu papel social perante a sociedade. No entanto, em vista das dificuldades que muitas instituições enfrentam para manter com regularidade suas ações, o investimento em comunicação é relegado a um segundo plano.

Nesse sentido, a escolha de uma ONG como um cliente real para o desenvolvimento do trabalho de Assessoria de Imprensa surgiu como um meio de unir o aprendizado teórico e prático da disciplina com a possibilidade de colaborar com uma instituição cuja base parte de uma preocupação social. Assim, surgiu o nome da ONG Integração dos Anjos.

Com 31 anos de atuação, porém ainda pouco conhecida entre a população da Capital gaúcha, a ONG atende cerca de 250 crianças e adolescentes em situação de vulnerabilidade social no turno integral e também através do Serviço de Apoio Socioeducativo (SASE), prestando, inclusive, assistência às suas famílias. O principal público da instituição são os moradores de sete comunidades próximas a sua sede, localizada da Av. Ipiranga, uma das principais vias da capital gaúcha. Criada em 1984 por Chiquinho dos Anjos com o objetivo de promover a educação e auxiliar os moradores da região, a ONG atuou fortemente para incluir seus assistidos em atividades culturais. Para isso, Chiquinho motivou as crianças a participarem das escolas de samba da cidade, fundou um time de futebol, criou oficinas de música e adotou o Movimento de Alfabetização de Porto Alegre (MOVA) na instituição.

Em 2003, através de um convênio com a FASC (Fundação de Assistência Social e Cidadania), alcançou sua maior conquista: a nova estrutura para abrigar seus assistidos e melhorar os projetos desenvolvidos. Assim, pôde ampliar seus serviços e passou a atender crianças e adolescentes do SASE, que abrange beneficiados entre 6 e 15 anos no turno inverso ao da escola, oferecendo alimentação, apoio pedagógico e psicossocial, oficinas culturais, esportivas e atividades para estimular o desenvolvimento afetivo e social. Na época, 28 das 64 crianças incluídas no projeto estavam fora da escola ou nunca tinham frequentado uma instituição de ensino. Em 2008, com a implantação da Educação Infantil, passou a atender mais de 100 crianças com apoio da Secretaria Municipal da Educação.

Atualmente, a Integração dos Anjos é uma entidade registrada no Conselho Municipal da Educação e Secretaria da Saúde. Em todos esses anos, foi construindo uma história sólida na assistência às crianças e adolescentes em situação de vulnerabilidade social de Porto Alegre. Sua atuação ainda inclui o desenvolvimento de projetos sociais junto ao Orçamento Participativo, Movimento de Mulheres Chefes de Família na luta pela moradia, o incentivo à alfabetização de jovens e adultos e o trabalho voluntário.

## 4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

A construção do trabalho de Assessoria de Imprensa ocorreu de forma gradual, a fim de facilitar o aprendizado dos alunos e contribuir para o desenvolvimento e a execução do planejamento estratégico. As atividades foram divididas nas seguintes etapas: criar uma agência de Assessoria de Imprensa, escolher a instituição para o assessoramento e planejar o relacionamento com a mídia, conforme descrevemos a seguir:

**4.1 Agência:** A criação de uma empresa de Assessoria de Imprensa, primeira etapa de trabalho da disciplina, promoveu uma pesquisa acerca das especificidades da área e do relacionamento com a mídia. O grupo realizou um diagnóstico do mercado gaúcho, incluindo as principais empresas de comunicação do Estado, para, posteriormente, definir o perfil da agência a ser criada, bem como o portfólio de produtos e serviços, os cargos e atribuições e o nome e a identidade da mesma.

Assim, surgiu a *Engloba Assessoria de Comunicação*, criada por sete estudantes de jornalismo da ESPM-Sul para atender gratuitamente um cliente real. Com a missão de construir soluções inteligentes, desenvolvendo a comunicação entre clientes, a mídia e o público com exatidão e agilidade, a agência se propôs a produzir conteúdo online e off-line, assim como dar suporte na área de eventos. Para tanto, a equipe possuía coordenadores, analistas de comunicação e de mídias sociais, revisores e um responsável pela clipagem.

**4.2 Delimitação do projeto:** O assessoramento visou contribuir no processo de visibilidade social e política da instituição, de modo que o trabalho desenvolvido tivesse a sua importância reconhecida junto a sociedade. O grupo optou por trabalhar com uma entidade cujo foco de atuação estivesse na educação e, dessa forma, o nome da ONG Integração dos Anjos surgiu no sentido de atender essa delimitação, em função do seu trabalho com cerca de 250 crianças e jovens em situação de vulnerabilidade social.

**4.3 Planejamento Estratégico em Assessoria de Imprensa:** Após a criação da agência e a escolha da instituição, o grupo iniciou o planejamento estratégico das atividades de Assessoria de Imprensa. Essa etapa se colocou como elemento primordial para garantir a qualidade da execução do trabalho do projeto de comunicação junto a ONG.

O planejamento é, por definição, um processo que se respalda em dados sistematizados, informações, conhecimentos, viveres e saberes intrinsecamente vinculados aos objetivos, aos valores e à missão de uma organização, não devendo ser entendido como uma atividade episódica ou meramente organizacional. (BUENO, 2009, p. 38)

O planejamento estratégico consiste em um processo que facilita a gestão de qualquer empresa, auxiliando na definição de metas e estratégias. Sua prática é essencial para a elaboração de projetos e a definição dos rumos. Em vista disso, o diagnóstico acerca da ONG Integração dos Anjos possibilitou ao grupo elaborar a estratégia adequada para dar início ao planejamento que seria colocado em prática.

Nesta direção, a *Engloba Assessoria de Comunicação* definiu como objetivo central tornar a instituição conhecida e visível no mercado de comunicação de Porto Alegre, por meio da divulgação de seus projetos e do papel relevante da ONG na vida de diversas famílias com vulnerabilidade social. Para isso, foi preciso definir os objetivos de comunicação, com estratégias, metas, indicadores e planos de ação a fim de ampliar a visibilidade da ONG, conforme quadro abaixo:

---

|  |   |
|--|---|
| <b>Meta 1</b>  | <b>Indicador 1</b>  |
| Veicular pelo menos três matérias a respeito da instituição na mídia de Porto Alegre.                | Número de notícias publicadas nos principais veículos de comunicação da cidade. |
| <b>Meta 2</b>  | <b>Indicador 2</b>  |
| Aumentar pelo menos 80% dos seguidores e visibilidade das redes sociais da ONG Integração dos Anjos. | Quantidade de curtidas nas redes sociais e as visualizações das publicações.    |
| <b>Meta 3</b>  | <b>Indicador 3</b>  |
| Conseguir a participação de personalidades em eventos da instituição.                                | Número de participações nos eventos da ONG a convite da nossa Assessoria.       |

---

## 5 DESCRIÇÃO DO PROCESSO

O desenvolvimento do trabalho de assessoria de comunicação para a ONG Integração dos Anjos teve início com a primeira visita à sede da entidade. Ao longo do semestre, foram realizados seis encontros oficiais. Com o monitoramento da agência foi se constituindo o vínculo do grupo com a Instituição. Além disso, as reuniões com a coordenadora da ONG, Raquel Souza, e a equipe responsável pela área de Marketing da Integração dos Anjos proporcionaram o entrosamento necessário para o entendimento acerca das necessidades da organização.

O plano de ação foi uma iniciativa da *Engloba Assessoria de Comunicação* como propósito de dar à ONG maior visibilidade por meio da sugestão de pautas para os principais veículos de comunicação da capital. Procurou-se, então: encontrar histórias de destaque e que poderiam resultar em geração de mídia espontânea; aprimorar as redes sociais da ONG a fim de mobilizar formadores de opinião na divulgação e participação de eventos da instituição. Após o plano de ação ser devidamente apresentado e aprovado pela coordenação da ONG, o grupo iniciou os trabalhos para colocá-lo em prática. A partir de um *mailing list* (lista de contatos importantes para o cliente) foram enviados os primeiros releases para a imprensa. Criado pela própria agência, a lista incluiu os principais jornalistas e profissionais especializados no terceiro setor.

O primeiro resultado da agência veio logo com o primeiro envio. O site *coletiva.net*<sup>10</sup> publicou o release de apresentação da agência *Engloba Assessoria de Comunicação*, destacando o trabalho da ONG Integração dos Anjos. Assim, o grupo alcançou parte do primeiro objetivo de divulgar o trabalho da instituição. O mesmo release também foi publicado pela agência de notícias da ESPM-Sul, a *HubNews*<sup>11</sup>.

A análise das mídias sociais da ONG, para verificar a necessidade de melhorá-las e de criar novos conteúdos, possibilitou aos alunos identificar os aspectos até então explorados pela entidade e avaliar possíveis alterações. O aperfeiçoamento dos conteúdos nesses formatos foi pensando em termos de divulgação e, também, de fortalecimento da comunicação com a comunidade atendida. Com o decorrer do assessoramento, as postagens na fanpage da ONG no Facebook<sup>12</sup> e no blog<sup>13</sup> da instituição foram intensificadas. Além de posts sobre os eventos realizados na entidade que, inclusive, receberam coberturas jornalísticas da agência, apostou-se em posts interativos, com mensagens, pensamentos ou mesmo simples cumprimentos, sempre priorizando o círculo social da instituição.

A resposta às mudanças surgiu relativamente rápido. Além do retorno positivo dos pais das crianças e jovens, obtido por meio dos profissionais da ONG, os números das mídias sociais tiveram um crescimento considerável. A página da ONG no Facebook, por exemplo, passou de 282 curtidas no início do trabalho, em 20 de setembro, para 686 até o dia 19 de novembro de 2014, o que representa um crescimento de 144%. A página conta

<sup>10</sup> O *coletiva.net* é uma revista digital dedicada a assuntos de carreiras e negócios na área de marketing e comunicação. Acesso à matéria no link: <http://www.coletiva.net/noticias/2014/10/estudantes-da-espm-criam-agencia-de-comunicacao/>

<sup>11</sup> A *HubNews* é uma agência de Jornalismo Multiplataforma do curso de Jornalismo da ESPM-Sul. A matéria disponível no link: <http://hubnews.espm.br/noticias/geral/685-estudantes-de-jornalismo-criam-engloba-assessoria-de-comunicacao>

<sup>12</sup> Endereço eletrônico da página da ONG no Facebook: <https://www.facebook.com/ongintegracaodosanjos>

<sup>13</sup> Endereço eletrônico do blog da ONG: <https://integracaodosanjos.wordpress.com/>

hoje com cerca de 760 curtidas<sup>14</sup>. Além disso, o número de visualizações no blog da instituição surpreendeu, passando de 136 em setembro para 975 em outubro de 2014. Em números, isso significa um aumento de 717%.

Vale ressaltar que atuação da agência buscou ir além do planejamento inicial e contribuir de outras formas para a divulgação do trabalho da entidade. Além da cobertura fotográfica realizada em alguns eventos, o grupo aproveitou a comemoração do Dia das Crianças (outubro 2014) na sede para gravar um vídeo institucional, que pode ser visto no canal do *YouTube*<sup>15</sup> criado pela agência para a própria ONG. Portanto, através das fotos das crianças e também do vídeo o grupo conseguiu mobilizar as pessoas por meio das redes pessoais para que conhecessem o trabalho da entidade.

Paralelamente ao trabalho desenvolvido com as mídias sociais, a *Engloba* buscou o reconhecimento da ONG através de histórias de vida que pudessem chamar a atenção para a instituição. Além do envio contínuo de releases, o grupo se dedicou para emplacar uma matéria em algum veículo de comunicação televisivo. Para isso, foi contatada a produção do Grupo Bandeirantes do Rio Grande do Sul, oferecendo uma pauta sobre o fundador da ONG, Chiquinho dos Anjos. Visto o interesse do veículo, após alguns dias de contato, a Engloba conseguiu agendar a gravação e levar a história para a grande mídia.

A matéria<sup>16</sup> fez parte do quadro *Cidadão Legal* da *BAND RS* e foi ao ar no dia primeiro de novembro de 2014. Nela, Chiquinho dos Anjos, idealizador da instituição, falou um pouco sobre o trabalho realizado por ele e outros voluntários e destacou as aulas de percussão, que fazem sucesso há anos nas vilas atendidas pela ONG. Em sua fala, ele revela a paixão que sente por todo o trabalho que realiza há mais de 30 anos: “Às vezes a gente acorda e fica se perguntando ‘o que eu vim fazer aqui nesse mundo’. E eu acho que eu já achei a resposta – procurar fazer o bem, sem olhar a quem. E acordar no outro dia para ver o que eu posso fazer melhor hoje do que eu fiz ontem”.

A veiculação da matéria, portanto, mostrou-se como um grande conquista, não só para o grupo, mas principalmente para a instituição que pôde mostrar para todo o Rio Grande do Sul um pouco do seu trabalho e da importância que ele desempenha para as comunidades que assiste, além, é claro, da preocupação e amor depositados por todos aqueles que diariamente fazem as atividades da ONG acontecerem.

---

<sup>14</sup> Dados do dia 25 de abril de 2015. Disponível em: <https://www.facebook.com/ongintegracaodosanjos>

<sup>15</sup> Endereço eletrônico do vídeo institucional produzido pela Engloba Assessoria de Comunicação para a ONG Integração dos Anjos: <https://www.youtube.com/watch?v=Q03T4pwjztQ>

<sup>16</sup> Endereço eletrônico da matéria produzida pela BAND: <https://www.youtube.com/watch?v=Wm8paLxyp4g>

Ainda, fez parte do escopo de atuação da assessoria, oferecer o suporte necessário aos profissionais que estariam em contato com a imprensa e o aprimoramento das mídias sociais. Isso foi pensando para que o trabalho desenvolvido não finalizasse com o término do assessoramento. Para isso, a agência realizou um *mídia training*<sup>17</sup> para os profissionais da ONG, com o intuito de facilitar o contato com os veículos de comunicação e produziu um manual de mídias sociais a fim de fortalecer e auxiliar na produção de conteúdo.

## 6 CONSIDERAÇÕES

A criação da agência *Engloba Assessoria de Comunicação* e o assessoramento da ONG Integração dos Anjos oportunizaram aos alunos colocar em prática o conteúdo proposto pela disciplina de Assessoria de Imprensa. As atividades foram desempenhadas profissionalmente, o que proporcionou a atuação como verdadeiros assessores de imprensa, os quais exerceram a função de interlocutores com o cliente, produtores de conteúdo e gestores do projeto. Inicialmente, os estudantes enfrentaram algumas dificuldades para trabalhar em equipe, mas elas foram enfrentadas e superadas. Além disso, tiveram disciplina para executar o que havia sido planejado e capacidade de avaliar para contornar as situações quando as coisas não saíam como o esperado.

No que diz respeito às metas estabelecidas pelo grupo – das quais pretendiam a veiculação de três matérias a respeito da ONG na mídia de Porto Alegre, o aumento em pelo menos 80% dos seguidores da fanpage, o crescimento do número de visualizações do blog e a participação de personalidades em eventos da instituição – pode-se dizer que os resultados obtidos foram positivos.

Foram duas as matérias veiculadas. A primeira delas, no site *Coletiva.net*, no dia 7 de outubro, que, apesar de o enfoque ser na criação na Engloba por parte dos alunos, o release também falava sobre a ONG. A segunda, uma entrevista com o fundador da Integração dos Anjos, Chiquinho dos Anjos, que foi ao ar através do quadro *Cidadão Legal* da *BAND RS*. Ainda, a segunda meta foi superada. Tanto a fanpage da ONG no Facebook quanto o blog da instituição cresceram no número de visualizações, além do esperado.

A terceira meta não foi atingida, no entanto, acredita-se que os outros resultados que não haviam sido previstos e ocorreram superam as expectativas. Entre eles, o envolvimento do grupo na cobertura de eventos da ONG, a produção do vídeo institucional, a interação

---

<sup>17</sup> O *media training* é um processo de treinamento dos porta-vozes de uma organização, com o objetivo de aperfeiçoar sua capacidade de se relacionar com os jornalistas, seja na hora das entrevistas, eventos ou almoços de relacionamento.

com a sociedade por meio das redes sociais, a produção e apresentação de um *media training* e de um treinamento de redes sociais para os funcionários da Integração, além do legado de conhecimento.

Com o trabalho, pôde-se unir o aprendizado teórico e prático da disciplina com a possibilidade de colaborar com o desenvolvimento de uma instituição cuja base parte de uma preocupação social. Ainda, considerando-se as competências-alvo da disciplina, que eram capacidade de planejar, habilidade de trabalhar em grupo, disciplina para executar o que foi planejado, capacidade de avaliar o que foi executado e de abstrair conceitos, a partir da prática desenvolvida, o grupo de alunos se dedicou fortemente para atendê-las e acabou por superar as expectativas.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BUENO, Wilson da Costa. **Comunicação empresarial: políticas e estratégias**. São Paulo: Saraiva, 2009.

COLETIVA.NET, portal de notícias. **Estudantes da ESPM criam agência de comunicação**, 2014. Disponível em: <<http://www.coletiva.net/noticias/2014/10/estudantes-da-espm-criam-agencia-de-comunicacao/>>.

FAUSTO NETO, Antonio. Comunicação das organizações: da vigilância aos pontos de fuga. In: OLIVEIRA, Ivone de Lourdes de; SOARES, Ana Thereza Nogueira (Org.). **Interfaces e tendências da comunicação no contexto das organizações**. São Caetano do Sul: São Paulo, 2008.

HUBNEWS, agência de notícias da ESPM-Sul. **Estudantes de jornalismo criam Engloba Assessoria de Comunicação**, 2014. Disponível em: <<http://hubnews.espm.br/noticias/geral/685-estudantes-de-jornalismo-criam-engloba-assessoria-de-comunicacao/>>.

INTEGRAÇÃO DOS ANJOS, Ong. **Histórico da ONG**, 2015. Disponível em: <<https://integracaodosanjos.wordpress.com/>>.

MAÑAS, Antonio Vico; MEDEIROS, Eptácio Ezequiel de. **Terceiro Setor: um estudo sobre a sua importância no processo de desenvolvimento socio-econômico**. In: *Perspectivas em Gestão & Conhecimento*, João Pessoa, v. 2, n. 2, p. 15-29, jul./dez. 2012

MENESCAL, Andréa Koury. História e Gênese das Organizações Não Governamentais. In: GONÇALVES, Hebe (org). **Organizações não governamentais: solução ou problema?** São Paulo: Estação Liberdade, 1996.