

## **Projeto de Assessoria Institucional: Interação com a Comunidade Acadêmica, Mídia e a Sociedade<sup>1</sup>**

Muryllo Simon Barbosa MOREIRA<sup>2</sup>

Nahida Almeida GHATTAS<sup>3</sup>

Sckarleth Alves MARTINS<sup>4</sup>

Tuili de Abreu Freitas FERREIRA<sup>5</sup>

Patrícia KOLLING<sup>6</sup>

Universidade Federal de Mato Grosso – UFMT, Campus Universitário do Araguaia, Barra do Garças, MT

### **RESUMO**

Trata-se de um projeto de assessoria institucional, desenvolvido na Universidade Federal de Mato Grosso, Campus Universitário do Araguaia. A proposta do projeto tem como foco principal a divulgação jornalística de ações de pesquisa, extensão e ensino, eventos e cursos, desenvolvidos por docentes e discentes da Universidade, através dos veículos institucionais (jornal, site, e-mails) e dos meios de comunicação regionais. Este projeto visa à aproximação da Universidade dos meios de comunicação, como também da comunidade em geral.

**PALAVRAS-CHAVE:** assessoria; comunicação; interação; divulgação

### **1 INTRODUÇÃO**

O Campus Universitário do Araguaia, unidade da Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT), com sede no município de Barra do Garças, sudeste do Estado, divisa com Goiás, através da inserção no Programa de Apoio a Planos de Reestruturação e Expansão das Universidades Federais (Reuni), consolidou sua expansão, contabilizando 16 de cursos de graduação, 3.200 estudantes e 180 professores. O Campus possui dois programas de mestrado e um doutorado interinstitucional. Com a expansão e o crescimento da comunidade acadêmica, um novo cenário se constitui. A UFMT precisou investir em infraestrutura, através da incorporação de uma nova unidade, com a construção de salas de aulas, laboratórios, auditórios; além da aquisição de equipamentos e livros.

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XIX Prêmio Expocom 2012, na Categoria Jornalismo, projeto de assessoria de imprensa.

<sup>2</sup> Aluno líder do grupo e estudante do 5º. Semestre do Curso Comunicação Social – Jornalismo, Universidade Federal de Mato Grosso, Campus Universitário do Araguaia (UFMT-CUA), Barra do Garças (MT), email: [muryllinhosimon@hotmail.com](mailto:muryllinhosimon@hotmail.com)

<sup>3</sup> Estudante do 5º. Semestre do Curso Comunicação Social – Jornalismo, Universidade Federal de Mato Grosso, Campus Universitário do Araguaia (UFMT-CUA), E –mail: [nahidaalmeida@hotmail.com](mailto:nahidaalmeida@hotmail.com)

<sup>4</sup> Estudante do 5º. Semestre do Curso Comunicação Social – Jornalismo, Universidade Federal de Mato Grosso, Campus Universitário do Araguaia (UFMT-CUA), E –mail: [sckarlethmartins@gmail.com](mailto:sckarlethmartins@gmail.com)

<sup>5</sup> Estudante do 7º. Semestre do Curso Comunicação Social – Jornalismo, Universidade Federal de Mato Grosso, Campus Universitário do Araguaia (UFMT-CUA), E –mail: [tuilifreitas@gmail.com](mailto:tuilifreitas@gmail.com)

<sup>6</sup> Orientadora do trabalho. Professor do Curso do Curso Comunicação Social – Jornalismo, Universidade Federal de Mato Grosso, Campus Universitário do Araguaia (UFMT-CUA), Barra do Garças (MT), email: [patikolling@gmail.com](mailto:patikolling@gmail.com)

Paralelamente, ao crescimento de vagas e número de cursos e dos prédios, proliferou-se no Campus uma infinidade de projetos de extensão, de trabalhos de pesquisa e demais atividades acadêmicas. São centenas de profissionais e acadêmicos produzindo e adquirindo conhecimento, fazendo ciência, trabalhando junto á comunidade, ou seja, criando um novo cenário de desenvolvimento para a região do Alto Araguaia. Estas pesquisas, projetos e trabalhos desenvolvidos pelos estudantes e professores do Campus, careciam de divulgação, para que os temas universitários fossem levados ao conhecimento da comunidade e da região. O fortalecimento da comunicação interna e externa tornou-se uma necessidade da nova estrutura. Isso porque, como explica Elizabeth Brandão e Bruno Carvalho, a imagem, identidade da empresa, é seu maior patrimônio, seu maior valor e é ela que representa a empresa junto a seu público:

Cabe a comunicação construir ou manter esse que é o seu maior bem: a imagem, tanto com ações no público interno, com divulgação para a opinião pública, seja com a construção de relações frutíferas com os públicos estratégicos da organização. (BRANDÃO e CARVALHO, 2002, p. 193).

Com o objetivo de suprir parte desta demanda de comunicação, principalmente à divulgação de cursos e eventos para comunidade externa e devido à falta da estrutura de assessoria de imprensa profissional do Campus, criou-se uma assessoria institucional através de um projeto de extensão. No primeiro ano o projeto era coordenado pela técnica Maria Thereza Godoy e a partir de 2010, foi assumido por um professor do curso de jornalismo, com a participação de estudantes do curso, como bolsistas.

É um projeto que se propõe a divulgar as atividades de ensino, pesquisa e extensão, eventos, e ações desenvolvidas na Universidade para a comunidade acadêmica e a sociedade. As atividades realizadas pelos acadêmicos incluídos ao projeto compreendem: a produção de textos e fotografias que são enviadas para os meios de comunicação locais e institucionais, o agendamento de entrevistas, a produção de sugestões de pautas, divulgação de eventos, a atualização do site do Campus e o monitoramento do que é publicado na imprensa local. O projeto também prevê a produção de textos e pautas para o jornal do Campus Universitário do Araguaia, o InfoCampus. Desta mesma o projeto trabalha com a

comunicação interna, informando a comunidade acadêmica dos acontecimentos ocorridos no campus.

O público-alvo envolve cerca de quatro mil quatrocentos e noventa pessoas, tanto interno e externo do Campus Universitário, entre discentes, docentes, técnico-administrativos e a sociedade da região.

Para os estudantes do curso de Jornalismo, o projeto de assessoria institucional constitui-se como um verdadeiro laboratório de práticas profissionais, complementando as atividades teóricas ministradas em sala de aula.

## **2 OBJETIVOS**

Este projeto iniciou com o objetivo de divulgar as atividades desenvolvidas pela Universidade junto aos meios de comunicação e a comunidade regional e fortalecer a comunicação interna. Desta forma buscava-se dar visibilidade a Universidade, melhorando e fortalecendo a sua imagem e credibilidade junto à comunidade regional.

Em 2011, o projeto teve como foco central a divulgação das ações comemorativas dos 30 anos do Campus. O projeto visava dar visibilidade aos fatos históricos, as atividades comemorativas e as ações desenvolvidas atualmente no Campus, promovendo aproximação e reconhecimento da comunidade regional e dos meios de comunicação.

São também objetivos do projeto:

- Alimentar os veículos de informação institucionais da UFMT (Jornal da UFMT, sites e outros), divulgando as ações desenvolvidas no Campus, para que este possa obter reconhecimento de suas ações na Universidade como um todo.
- Integrar ensino e extensão, oportunizando aos estudantes de jornalismo a prática jornalística.
- Qualificar os espaços de difusão de informação institucional, conhecendo os diferentes públicos da universidade e suas demandas.
- Aperfeiçoar a troca de informações entre o público interno, através da busca e difusão de informações entre diferentes setores.

- Levar ao conhecimento da comunidade acadêmica a conscientização da importância de divulgarem as ações que desenvolvem.

### 3 JUSTIFICATIVA

O Campus Universitário do Araguaia/UFMT comemorou em 2011 trinta anos de atuação na região do Médio Araguaia. Durante todos esses anos foram desenvolvidas na área do ensino, da pesquisa e da extensão um significativo número de projetos e atividades. No entanto, a maior dificuldade reconhecida pela comunidade acadêmica foi precária comunicação realizada entre a Universidade e a comunidade, como também internamente, pois o Campus não possuía uma equipe de profissionais atuando na assessoria de imprensa. Ao desenvolver qualquer ação no ambiente acadêmico persiste a preocupação de como levar isso a sociedade. Com o crescimento do número de cursos, professores e estudantes, este problema se agravou, pois cresceram o número de produções, de eventos e de pessoas na comunidade acadêmica carecendo de informação.

A autora Graça França Monteiro, em A Notícia Institucional, destaca que publicizar, tornar público acontecimentos considerado relevantes, passou a ser uma das mais importantes estratégias adotadas pelos diversos campos sociais para obter a aprovação da sociedade e garantir sua legitimidade. “No mundo contemporâneo, o saber fundamentado na autoridade “daquele que fala” passou a ser legitimado por “aquele que ouve”, a opinião pública” (MONTEIRO, 2002, p. 140).

Com a falta de uma equipe de profissionais para atuar na assessoria de imprensa do Campus o projeto se justificava como uma alternativa para tentar melhorar a divulgação de eventos, palestras e projetos desenvolvidos pela Universidade, como também estreitar os vínculos com os veículos de comunicação, alimentar as mídias institucionais com notícias do Campus, enviadas a Assessoria de Comunicação do Campus Central da UFMT e melhorar a comunicação interna.

Todas estas ações do projeto se justificam, principalmente no ano de comemoração dos 30 anos da UFMT/CUA. Era necessário marcar essa data histórica, resgatando e divulgando informações sobre a sua história, personagens importantes, conquistas, perspectivas e atividades comemorativas.

Monteiro (2002) destaca que conscientes da importância do acesso à mídia e do poder que têm junto a ela, as instituições trabalham para serem “lembradas pela imprensa”, para ampliarem sua presença nos veículos e, mais do que isso, para serem reconhecidas como referências. “Para atingir esse objetivo, produzem textos informativos para divulgação jornalística, compreendendo pautas, releases, position papers, informes oficiais, comunicados, artigos, notas técnicas. Enfim, produzem notícias” (MONTEIRO, 2002, p.146). Foi exatamente esse o trabalho que o projeto desenvolveu.

Isto porque o jornalismo e as atividades comunicativas são práticas que muito mais que repassar informações a sociedade, tem o poder de influenciar opiniões e decisões. O jornalismo com o poder de fazer crer e ver tem a capacidade de transformar a visão de mundo e deste modo agir sobre o mundo. Dessa forma, as notícias se constituem como parte essencial de um processo mais amplo que é o de tomada de decisão e de conscientização das pessoas sobre a importância das instituições na nossa sociedade. Ao falarmos da Universidade Federal do Mato Grosso estaríamos através da prática do jornalismo, oferecendo a população regional informações de credibilidade, que transformariam suas formas de ver, pensar e agir sobre a Universidade.

A divulgação da Universidade junto aos meios de comunicação é também uma forma de prestarmos contas das atividades que desenvolvemos a sociedade. A UFMT é uma instituição pública federal, e através da difusão das nossas ações poderemos abrir espaços para sermos avaliados pela sociedade, que aponta se nossas ações estão de acordo com seus interesses e necessidades, tornando-se assim uma aliada da organização e, portanto, comprometida com sua manutenção. As questões públicas afetam tanto os negócios quanto a imagem das instituições e o jornalismo é uma alternativa simples e de credibilidade para mostrarmos a sociedade em que ações estes recursos estão sendo investidos.

Quando falamos do público interno, destacamos que um processo de comunicação interna qualificado é fundamental para promover maior interação e valorização desta comunidade, através da divulgação das ações e atividades desenvolvidas. Sem informação não existe comunicação e nem interação.

#### **4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADAS**

Com a criação do projeto de extensão, uma das primeiras iniciativas foi à divulgação da existência do projeto, que tinha sobe coordenação, a própria orientadora deste trabalho.

Logo, foi criado um e-mail próprio para o trabalho de assessoria, realizado um levantamento dos e-mails de professores e turmas de graduação existentes no Campus (comunicação interna) e a construção de um *mailing list dos veículos de comunicação regional*. A produção dessa ferramenta partiu das buscas de contatos telefônicos e e-mail em páginas eletrônicas de jornais impressos, on line, televisivos e rádios, como também através do contato direto com jornalistas e profissionais atuantes nesses meios. O mailing list conta com 40 contatos de jornais, sites, rádios e televisões da região, além de 150 e-mails de professores do Campus e técnicos administrativos, 46 e-mails de turmas de estudantes, além de e-mail de todas as escolas estaduais, municipais e particulares de Barra do Garças, Pontal do Araguaia, Aragarças e Araguaiana, cidades próximas da região.

Na sequência iniciou-se um processo de aproximação dos meios de comunicação através de visitação a esses meios. Aproveitava-se a realização de algum evento ou atividade no campus, para entregar pessoalmente os convites e releases aos meios de comunicação local. Desta forma foram estreitando-se os laços com essas mídias. Da mesma forma, através de visitação e contatos por e-mail, foi fortalecida a aproximação com a Assessoria de Comunicação do Campus Central da UFMT, em Cuiabá.

A partir daí iniciou-se um trabalho de: produção de releases e fotografias de eventos, atividades e projetos desenvolvidos na Universidade, encaminhados, por e-mail, constantemente aos meios de comunicação, aos veículos institucionais e a comunidade acadêmica; encaminhamento de sugestões de pautas e entrevista aos meios de comunicação; atendimento das demandas dos meios de comunicação; e não se esquecendo da produção de textos e fotografias para o Jornal InfoCampus e para o blog da Agência Júnior de Jornalismo do Campus, o Focaia, que serviu como meio de divulgação das produções realizadas.

Paralelamente e também após a implantação de todos os métodos e ferramentas de assessoria e divulgação da entidade, foi realizado o processo de *clipagem* de todo o material divulgado na imprensa. Para isso, foram levantados os principais sites, portais de notícias e jornais da região de Barra do Graças e realizou-se o acompanhamento verificando o conteúdo publicado a partir dos textos produzidos pela equipe do projeto.

A equipe do projeto era constituída pelos acadêmicos do curso de jornalismo: Muryllo Simon, Carolina Danelli, Nahida Ghattas, Sckarleth Martins, Tuili Freitas e Adélia Martos,

com apoio ocasional de outros estudantes. A coordenação do projeto foi realizada pela professora Patrícia Kolling, com apoio dos professores Leandro Eduardo Wick Gomes e Alfredo José Lopes Costa.

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

O projeto de extensão de assessoria do Campus Universitário do Araguaia, UFMT tem sua atenção voltada às ações que envolvem o Campus, eventos, pesquisa, extensão, ensino, com o intuito sempre de divulgar, promover os trabalhos realizados, com isso com o envio constante de releases para os meios de comunicação.

Parte das suas ações em 2011 teve voltada à comemoração dos 30 anos de existência da Instituição, um marco importante para a região. Com a existência e funcionamento do projeto, pode-se fazer um forte trabalho de divulgação e promoção da Universidade.

Na comemoração dos 30 anos, pode-se contar com a presença da Reitora e através dos convites entregues aos meios de comunicação da região, sites, portais de notícias, a imprensa se fez presença no evento contribuindo com a divulgação e visibilidade da comemoração do Campus. Com o trabalho de assessorar, foi dado um grande auxílio aos repórteres, principalmente na hora das entrevistas. Da mesma forma os meios que não estiveram presentes receberam com agilidade releases sobre o que estava acontecendo na universidade.

Durante o ano 2011, foram produzidos 30 releases sobre os mais variados assuntos, que foram encaminhados por e-mail para: os meios de comunicação da região, que divulgaram os textos em jornais impressos, on line, tvs e rádios, as escolas da região, aos professores e técnicos administrativos e turmas de estudantes do Campus Universitário.

Para realização do trabalho, a equipe do projeto reunia-se frequentemente para a produção de pautas e distribuição de tarefas. Nestas reuniões eram estabelecidas responsabilidade e prazos. Os textos produzidos pelos estudantes antes de serem encaminhados aos meios de comunicação eram supervisionados pela coordenadora do projeto. Em alguns casos retornavam aos autores para serem refeitos, efetivando-se um processo de aprendizagem.

Algumas dificuldades foram encontradas ao decorrer do processo do projeto, como: falta de acesso a um telefone para contatar com os meios de comunicação, falta de acesso ao site do campus, problema solucionado posteriormente, a falta de compreensão de alguns

professores e estudantes da Universidade da importância de divulgar suas ações e de receber os meios de comunicação com agilidade.

## **RESULTADOS**

O projeto, que teve duração de um ano, tem resultados evidentes e efetivos. Os meios de comunicação regionais e a comunidade em geral, tanto interna como externa, passaram a ter maior conhecimento das atividades que a Universidade desenvolve, aumentou a participação dos meios de comunicação da região em eventos da Universidade com o interesse de divulgar as produções acadêmicas da instituição, cresceu o espaço de inserção da universidade junto a esses meios, como também no site institucional da UFMT, através da divulgação com maior frequência dos textos e fotografias enviados pela equipe do projeto, fortalecendo elos de comunicação internos e externos.

Um dos resultados perceptíveis é a aproximação da Universidade com os dos meios de comunicação, que já reconhecem a universidade como espaço produtor de pautas e tem utilizado os releases como matérias e ou sugestão de pautas. O sucesso da divulgação da comemoração dos 30 anos do Campus, acontecido em maio de 2011, com a presença massiva dos meios de comunicação regionais para a divulgação das atividades (solenidades, inaugurações e shows) e com a presença da comunidade nestas atividades, sendo que um show da orquestra da Universidade reuniu mais de duas mil pessoas, demonstram o fortalecimento dessa relação.

Na comunidade interna é perceptível o maior conhecimento de tudo que acontece no próprio Campus e também é constante a busca de professores e estudantes procurar a equipe de projeto interessada em divulgar as ações que desenvolve. No contato informal com docentes e discentes que tiveram seus trabalhos divulgados pelo projeto percebe-se uma significativa satisfação pela valorização do trabalho desenvolvido, através da divulgação deste em meios de comunicação regional e institucional.

A equipe conquistou a credibilidade da administração do Campus que durante o ano forneceu ao grupo senha de acesso ao site do Campus para a publicação de notícias.

Para os acadêmicos de jornalismo, que integram o projeto, este tem sido um aprendizado constante de teoria e prática, primeiramente na produção de pautas, textos e fotos, no acompanhamento do trabalho de uma assessoria que exige apuração eficiente e agilidade e posteriormente no acompanhamento das publicações em jornais, sites, TVs e rádios.

Agilidade no trabalho, qualidade na apuração e produção de textos e fotos, aproximação com jornalistas da região são alguns dos aprendizados que podem permitir afirmar que estes trabalhos de extensão são um importante complemento do ensino.

Através dos resultados obtidos foi perceptível a necessidade da continuidade do projeto, porém, à medida que o projeto torna-se conhecido e valorizado e que a Universidade possui uma comunidade acadêmica cada vez mais produtiva, crescem as demandas de divulgação, desta forma torna-se necessário à criação de uma equipe coordenada por um profissional que possa dedicar-se exclusivamente a esse trabalho. Devido à sobrecarga de atividades dos docentes envolvidos em projetos de ensino, pesquisa e extensão; a partir deste ano o projeto foi incorporado ao projeto do jornal InfoCampus que continuará divulgando as atividades da universidade, porém com foco em ações atemporais e usando as mídias sociais como espaço de difusão.

## **6 CONSIDERAÇÕES**

Este projeto é de fundamental importância para a divulgação da Universidade junto aos meios de comunicação e a sociedade. É um projeto que permite aos docentes e discentes da Universidade divulgar os eventos, projetos, pesquisas realizadas internamente, tanto através dos canais institucionais (site, jornal) como também aos veículos de comunicação externos. Por meio desta interação foi possível uma aproximação com trocas de informações, através de visitas, cobertura de eventos, entrevistas e também do envio constante de releases.

O projeto de Assessoria Institucional permite aos acadêmicos do curso de Jornalismo ter contato com as práticas profissionais da área, assim podendo complementar a teoria aprendida em sala de aula. As perspectivas futuras são da continuidade deste projeto, amadurecimento através das falhas e dificuldades e sua progressão a cada dia. Através dos resultados obtidos é perceptível o desenvolvimento e a necessidade de continuidade do projeto, promovendo oportunidades de aprendizagem aos alunos do curso de comunicação e gerando uma maior visualização das atividades universitárias em Barra do Garças.

O mais importante, entretanto, é que o projeto tornou-se reconhecido dentro do e fora do Campus, servindo como meio de interação entre a Universidade, comunidade acadêmica e a sociedade.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BERGER, Christa. *Campos em confronto: a terra e o texto*. Porto Alegre: Ed. UFRGS, 2003.

BRANDÃO, Elizabeth e CARVALHO, Bruno. Imagem Corporativa: Marketing da Ilusão. In: DUARTE, Jorge (org.) *Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia*. São Paulo: Atlas, 2002.

MONTEIRO, Graça França. A notícia institucional. In: DUARTE, Jorge (org.) *Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia*. São Paulo: Atlas, 2002.

LOPES, Dirceu Fernandes. *Jornal laboratório: do exercício escolar ao compromisso com o público leitor*. São Paulo: Summus, 1988.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. *Universidade e comunicação na edificação da Sociedade*. São Paulo: Loyola, 1992.