



LABORATÓRIO DE COMUNICAÇÃO INTEGRADA DA UERJ

Jéssica Martins de Souza¹
Bruna Labandeira da Silva²
Ana Carolina Silva Oliveira³
Clarissa Lima Trindade⁴
Pedro Vinícius da Silva Melo⁵
Raissa Juliana de Araújo Machado⁶
Andrea Amorim⁷
Eduardo Peret⁸
Priscila Batista⁹
Bruno Valentim¹⁰
Fernando do Nascimento Gonçalves (Orientador)¹¹
Universidade do Estado do Rio de Janeiro

Resumo

Laboratório de graduação, o Laboratório de Comunicação Integrada do Departamento de Relações Públicas, LCI (Ex-Escritório de Relações Públicas) congrega alunos, professores e profissionais do campo da comunicação em atividades de ensino e de extensão desde 1995. O LCI presta serviços a unidades da UERJ assim como à comunidade externa, organizando eventos acadêmicos e não-acadêmicos, estabelecendo estratégias de comunicação e de assessoria de imprensa, trabalhando em produção gráfica e em produção em ambientes *web*, além de editar e atualizar as duas revistas acadêmicas *on-line* do programa de pós-graduação/mestrado da Faculdade de Comunicação. Em 2009, começamos a realizar trabalhos para o Instituto Aqualung e, na Uerj, para o Departamento de Planejamento da Universidade (Diplan), a Empresa Iniciativa Junior da Faculdade de Administração e para o Centro de Tecnologia Educaional, além de continuarmos com nossas parcerias com diversos outros setores da universidade. A partir de junho de 2009, por abranger diversas áreas de comunicação, o Escritório de Relações Públicas passou a se chamar Laboratório de Comunicação Integrada (LCI). Este paper apresenta projeto, descreve suas atividades e principais resultados de 2009.

Palavras-chave: Comunicação Integrada; Relações Públicas; Ensino.

¹ Aluna líder FCS/UERJ

² Aluna FCS/UERJ

³ Aluna FCS/UERJ

⁴ Aluna FCS/UERJ

⁵ Aluno FCS/UERJ.

⁶ Aluna FCS/UERJ

⁷ Coordenadora Técnica de RP

⁸ Coordenador Técnico de Jornalismo

⁹ Webdesigner

¹⁰ Designer

¹¹ Professor Orientador.



1 Introdução

O Laboratório de Comunicação Integrada (ex-Escritório de Relações Públicas) funciona de forma efetiva desde 1995 como um laboratório de graduação ligado ao Departamento de Relações Públicas da Faculdade de Comunicação Social. Atua na prestação de serviços de comunicação e relações públicas para as comunidades interna e externa da UERJ, o que lhe garante um perfil fortemente extensionista e, ao mesmo tempo, de mercado - fundamental para a formação discente.

Na prática, o Laboratório funciona como uma assessoria de comunicação experimental, visando a dar, tanto ao aluno bolsista quanto ao que o utiliza como sala de aula, a vivência de um ambiente profissional ainda na universidade. Seu objetivo principal é oferecer aos alunos a vivência prática de trabalhos de comunicação e relações públicas, de jornalismo e design oriundos das comunidades interna e externa da UERJ, por meio da prestação de serviços de qualidade acessíveis à comunidade a pequenos empresários e entidades diversas.

Em 2009, começou a desenvolver para o Prodeman um site para divulgar resultados de suas pesquisas. Para a Diplan, em parceria com a Dinfo, o LCI iniciou um projeto para facilitar o acesso de toda a comunidade da Uerj ao relatório de desempenho gerencial com dados orçamentários da universidade, conhecido como “centro de custos”. Para a ONG Aqualung, o LCI inicia uma parceria para desenvolver um site e consultoria na área de eventos para a organização do I Fórum do Meio Ambiente, que visa dar visibilidade a práticas sustentáveis e de inovação tecnológica e envolve inúmeras empresas.

Enquanto algumas atividades são permanentes como os eventos de recepção aos calouros e o Seminário Perspectivas Profissionais em Comunicação, outras atividades são pontuais, como o apoio no planejamento e na execução da logística do maior congresso da área de comunicação do país, o Intercom, que congregou em torno de 5.000 pessoas na universidade (em setembro de 2005); a produção de material impresso e assessoria de imprensa para a Casa França-Brasil (em 2007); a produção do *website* para o Instituto de Biologia da UERJ no qual há um gerenciador de conteúdo que possibilita ao usuário atualizar o *site* de qualquer lugar e mais um DVD de videoaulas com tutorial (2008).

A natureza e a dinâmica das atividades realizadas pelo Laboratório de Comunicação Integrada (LCI)/Escritório de Relações Públicas (ERP) exige, além da supervisão docente, apoio técnico especializado nas áreas de Relações Públicas e Jornalismo (Habilitações



oferecidas na Faculdade de Comunicação Social da UERJ), Programação Visual (Desenho Industrial) e produção em ambiente *web*. O LCI vem se consolidando ao longo dos anos como uma referência para trabalhos de comunicação dentro da UERJ e como um campo importante para formação no curso de Relações Públicas e atualmente também no de Jornalismo e de Desenho Industrial.

Os alunos, supervisionados pelos coordenadores técnicos e docentes, planejam, executam e avaliam todas as tarefas concernentes ao conteúdo, à criação e ao tratamento das mensagens e estratégias de comunicação e design. Estas atividades levam o nome da faculdade e da UERJ nos produtos utilizados pelos clientes, regional e, algumas vezes, nacionalmente.

2 OBJETIVO

Geral

Realizar ações de comunicação que resultem em oportunidades de vivência prática de situações necessárias à formação discente.

Específicos

- Estimular a articulação entre ensino, pesquisa e extensão durante a formação profissional
- Dar suporte a atividades de sala de aula no desenvolvimento de projetos especiais;
- Gerar produtos comunicacionais de qualidade para o curso de Relações Públicas e para a Faculdade de Comunicação Social (FCS).

3 JUSTIFICATIVA

Dentro do Projeto político-pedagógico do Curso de Comunicação Social da FCS/UERJ, estabelece-se precipuamente a articulação entre ensino, pesquisa e extensão como chave para a formação de indivíduos plenos capacitados crítica e tecnicamente para atuar nas áreas profissionais de Relações Públicas e Jornalismo num mundo em constante mudança. Nesse sentido, a Faculdade de Comunicação Social tem em seus currículos e em sua estrutura acadêmica elementos que procuram estimular e desenvolver essa articulação.



Parte de suas disciplinas apresenta, assim, interfaces com atividades de iniciação científica e atividades laboratoriais, seja no ensino de graduação ou através de projetos de ensino e extensão. As atividades realizadas nos laboratórios, tanto quanto as demais, cumprem o importante papel de relacionar os conteúdos das disciplinas ao exercício profissional, aliado ao senso crítico, necessários à formação.

O Laboratório de Comunicação Integrada (ex-Escritório de Relações Públicas) cumpre exatamente este papel. Como laboratório de graduação, o LCI é utilizado como sala de aula em diferentes disciplinas do curso de Relações Públicas, como Comunicação Comunitária, Assessoria de Imprensa, Projetos Experimentais, Produção Gráfica, Instrumentos de Relações Públicas, Organização de Eventos e Cerimonial e Redação para Multimídia II. Como projeto de extensão, o Laboratório reúne também parte da memória de eventos ligados à Faculdade como a Semana de Comunicação, este ano em sua XXXI edição. Realiza permanentemente atividades como organização e execução de eventos e cursos, a recepção aos calouros e o *Seminário Perspectivas profissionais de comunicação*.

Finalmente, o LCI presta apoio a atividades que podem ser consideradas estratégicas para a comunicação da Universidade e da comunidade próxima, ao mesmo tempo que enseja a articulação ensino-aprendizado dentro do trinômio ensino-pesquisa-extensão.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Desde 2008, o LCI conta com um espaço físico maior para o desenvolvimento e ampliação de suas atividades (salas 10034 e 10030–A). Uma pequena sala para reuniões e um aparelho frigobar garantem um ambiente confortável e adequado para o atendimento de demandas das unidades internas da UERJ e de clientes externos. O LCI conta ainda com dois ramais de telefone, um aparelho de fax, sete microcomputadores e duas impressoras multifuncionais.

Neste espaço funciona, no período tarde/noite, uma equipe formada por um coordenador e um vice-coordenador docentes, um supervisor técnico com formação na área de comunicação, sete alunos bolsistas (estágio interno e extensão), um voluntário e dois profissionais de Design que dão suporte às atividades de produção para mídia impressa e eletrônica e digital.

Cada demanda nova é recebida pela área de atendimento formada pelos bolsistas e sob supervisões técnica e docente. O atendimento tria os pedidos e os cadastra para um



posterior agendamento de reunião para a tomada do *briefing*. Nesta, faz-se um diagnóstico e definem-se as linhas de ação a serem realizadas. A partir daí, as demandas passam a constituir um projeto. Os alunos então são divididos pelas diferentes atividades que são planejadas, executadas e avaliadas sob a supervisão dos coordenadores docentes e técnicos, por meio de reuniões periódicas.

Os coordenadores técnicos de jornalismo e de Relações Públicas bem como os designers participam de todas as etapas, da tomada de briefing à realização e avaliação das atividades. Eles realizam também a supervisão de alunos bolsistas e não-bolsistas da graduação na realização de suas atividades, através de apoio técnico, acompanhamento e capacitação. Cada atividade que é transformada em projeto passa a contar com um plano de trabalho, um cronograma e gera no final um relatório de resultados e com avaliação.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Dentro do conceito de comunicação integrada, os alunos de Relações Públicas, de Jornalismo e de Design atuam conjuntamente e dentro de suas áreas específicas, mas concorrendo para uma visão global das atividades, numa perspectiva interdisciplinar. Ou seja, as ações são complementares sem se confundirem:

São atividades técnicas desenvolvidas pelos alunos de RP e de Jornalismo no Laboratório de Comunicação Integrada:

- Tomada de briefing e desenvolvimento de projetos
- Planejamento e organização de eventos e cerimoniais – cursos, seminários, congressos
- Concepção e produção de material de divulgação impresso e digital
- Elaboração de folheteria institucional;
- Campanhas de comunicação – institucional, de *marketing* e utilidade pública
- Fortalecimento de marcas e imagem empresarial
- Roteirização e produção de vídeos institucionais
- Divulgação e assessoria de imprensa – planos de mídia, *press-releases*, contatos com a imprensa, *clipping* e orientação a entrevistas
- Mala-direta
- Criação e manutenção de *sites* de internet e outros produtos *web* (*hotsites*, *e-flyers*)
- Criação de marcas/logotipos



- Projetos de reposicionamento de marca - branding
- Criação de produtos para web (revistas eletrônicas, hotspots, convites e folhetos virtuais para divulgação)
- Criação de *spots* publicitários para rádio e TV;
- Projetos de comunicação interna
- Gerenciamento de publicações online como as revistas científicas do Mestrado em Comunicação da UERJ, Logos e Contemporânea.
- Pauta e reportagem e produção de conteúdo para o site da Faculdade e do Mestrado.

São atividades dos alunos de Design e os profissionais supervisores técnicos:

- Elaboração de projetos gráficos de impressos e sites e editoração eletrônica
- Criação e desenvolvimento de sites e blogs corporativos
- Acompanhamento de produção (envio de arquivos para impressão, preparação de fotolitos, provas gráficas, impressão) e pós-produção (vincagem, dobra e acabamento);
- Levantamento de custos e elaboração de orçamentos de produção gráfica;
- Acompanhamento de projetos de comunicação visual (cronograma e briefing)
- Desenvolvimento de logística e acompanhamento de projetos de comunicação visual
- Criação de identidade visual para eventos e projetos corporativos
- Projetos de legibilidade e leitura (estudo de fontes, cores, texturas dos materiais gráficos)
- Projetos de ergonomia visual (organização visual da informação)
- Projetos de sinalização para eventos
- Criação de marcas/logotipos;
- Desenvolvimento de projetos de arquitetura da informação e usabilidade para sites
- Design da informação/infografia
- Criação de apresentações em flash, como portfólios digitais



6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

No campo do *ensino*, a presença dos técnicos é fundamental para o acompanhamento de alunos e suporte a professores, além do atendimento a demandas concretas de clientes externos, que proporcionam excelente oportunidade de aprendizado. Seu apoio, além de viabilizar diversas ações, proporciona a professores a estrutura necessária para a execução de projetos de graduação ligados às disciplinas já mencionadas anteriormente. Aos alunos, conseqüentemente, proporciona o contato com uma experiência prático-profissional que enriquecerá o desenvolvimento de atividades necessárias para a formação discente.

A experiência vem demonstrando nitidamente que o entrosamento de profissionais e de alunos de áreas afins é um dos fatores responsáveis pela qualidade das produções discentes e por seu bom desempenho em sala de aula, especialmente no caso das disciplinas técnicas. Em 2008 e 2009, isto ficou bastante claro com o apoio dos técnicos PROATEC de *design* para desenvolvimento de nova identidade visual para o restaurante *Wraps* e para a campanha de prevenção de câncer de mama para a ONG da Mangueira, Meninas e Mulheres do Morro, realizados na disciplina Produção Gráfica.

No campo da *extensão* - que contempla a prestação de serviços para a comunidade interna da UERJ, associações comunitárias, organizações não-governamentais e escolas, entre outros – esse entrosamento tem sido essencial para a organização de eventos e cursos e assessoria a projetos que aproximam o aluno de demandas sociais concretas, igualmente importantes para sua formação.

No campo da *pesquisa*, realiza atualmente estudos e discussões sobre áreas consideradas estratégicas, como internet e redes sociais. Os alunos fazem encontros com um dos professores que participam do Laboratório e este ano, por exemplo, redigiram textos para serem apresentados no Intercom Junior. Alguns alunos do mestrado e alguns projetos de iniciação científica também têm interface com o Laboratório, na busca de suporte para suas atividades ou propriamente realizando parcerias, como é o caso da edição das revistas científicas *Logos* e *Contemporânea*, em cujas equipes há bolsistas de graduação e mestrados que atuam no LCI.

O LCI tem realizado atividades que têm colaborado para firmá-lo como uma forte referência dentro e fora da UERJ na execução de projetos de comunicação. Os resultados das ações do LCI podem ser medidos basicamente através de dois indicadores: quantitativos - o número e a diversidade das atividades; e qualitativos - os alunos que realizam atividades



no projeto geralmente desenvolvem consideravelmente o senso crítico e prático pelo contato e atendimento de demandas externas de trabalhos em sua área.

Como conseqüência, os alunos têm grande facilidade para colocação em estágios externos e em empresas. Ao mesmo tempo, a crescente demanda por seus serviços vem cada vez mais corroborar sua posição como uma referência interna e externa na UERJ na prestação de serviços de comunicação. As principais conseqüências disto são a contribuição efetiva para uma formação discente de qualidade, o aumento da visibilidade da área de Relações Públicas e a melhor compreensão sobre sua importância.

Em anexo, segue o arquivo do relatório anual de 2009¹², com o resumo de todas as atividades desenvolvidas.

¹² Por motivo de greve na UERJ em 2008, parte das atividades do relatório de 2009 ainda mostram ações de 2008, mas que foram realizadas e/ou finalizadas em 2009.



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

FRANÇA, Fábio, FREITAS, Sidinéia Gomes. *Manual de qualidade em projetos de comunicação*. São Paulo: Pioneira, 1997.

FREITAS, Ricardo Ferreira. *A assessoria de imprensa e o gestor público: atenção à orquestra midiática*. In: Luciane Lucas dos santos. (Org.). *Media training: como agregar valor ao negócio melhorando a relação com a imprensa*. 1 ed. São Paulo: Summus Editorial, 2007, v. 1, p. 81-101.

GONÇALVES, F. N. . *Relações Públicas e as novas tecnologias*. In: Ricardo Ferreira Freitas. (Org.). *Desafios contemporaneos em comunicacao: perspectivas de Relacoes Publicas*. 1 ed. São Paulo: Summus, 2002, v. 65, p. 51-71.

_____. *O ensino de Relações Públicas em uma sociedade flexível*. Revista Científica de La Asociacion Latinoamericana de Relaciones Públicas, Buenos Aires, Argentina, v. 01, n. 01, 2000, p. 39-49.

GONÇALVES, F. N. ; OLIVEIRA, Fátima Regis de. *Paradigmas das Relações Públicas: contribuições da teoria da complexidade para se pensar a comunicação interna nas organizações*. In: Charbelly Estrella; Ricardo Benevides; Ricardo Ferreira Freitas. (Org.). *Por dentro da comunicação interna : tendências, reflexões e ferramentas*. 1 ed. Curitiba: Champagnat, 2009, v. 1, p. 63-82.

KUNSCH, Margarida. *Planejamento De Relações Publicas na Comunicacao Integrada*. 4 ed. São Paulo: Summus, 2003.

_____. (Org) *Obtendo resultado com Relações Públicas*. São Paulo: Summus, 1997.