



Portfólio de Relações Públicas da AGiCOM¹

Thamy Fernanda Pastorelli CAVASSANI²

Thalita Cagega PENHA³

João Evangelista TEIXEIRA⁴

RESUMO

A Agência Integrada de Comunicação da Universidade Metodista de São Paulo (AGiCOM) é parte integrante da Faculdade de Comunicação (FAC). Os estagiários são alunos dos cursos que compõem a FAC e cada núcleo/departamento é monitorado por professores-consultores qualificados. Os núcleos da agência que possuem alunos de relações públicas são: Planejamento, Pesquisa, Eventos e Produtos Comunicacionais. Neste trabalho especificaremos as atividades realizadas pelos devidos núcleos.

PALAVRA-CHAVE: Comunicação; Relações Públicas; Portfólio; Agência.

1. INTRODUÇÃO

Em 2009, a Universidade Metodista de São Paulo unificou os setes cursos da área de Comunicação dando origem à FAC (Faculdade de Comunicação). Em julho do mesmo ano, com intuito de fazer com que todos os cursos de comunicação trabalhassem integrados, foi criada a AGiCOM (Agência Integrada de Comunicação), unificando também as agências experimentais que existiam nos cursos. Desde então, os estagiários da agência, alunos da faculdade, são responsáveis pelas mais diversas atividades da área, como o planejamento, organização e cobertura de todos os eventos da FAC; campanhas publicitárias; campanhas promocionais; pesquisa; planejamento de comunicação; mídia, atendimento; produção

¹ Trabalho submetido ao XVII Prêmio Expocom 2010, na Categoria Relações Públicas, Modalidade Agência Júnior Relações Públicas.

² Aluno líder do grupo e estudante do 5º Semestre do curso de Relações Públicas, e-mail: thamy.cavassani@metodista.br.

³ Estudante do 3º semestre do curso de Relações Públicas, e-mail: thalita.cagega@hotmail.com.

⁴ Orientador do Trabalho, Professor do Curso de Relações Públicas, e-mail: joao.teixeira@metodista.br.



gráfica; produção audiovisual, ligada a produção de peças digitais, rádio, TV e cinema digital. A Agência está apta a prestar serviços, tanto às Faculdades que compõe a Universidade, como a clientes externos.

Atualmente a AGICOM conta com 55 estagiários, 12 funcionários, nove professores-consultores, dois coordenadores e o diretor da Faculdade. E é uma das poucas agências de comunicação a integrar tantas áreas e possuir departamentos específicos.

A AGiCOM proporciona aos alunos a oportunidade de estagiar em todas as áreas da Comunicação, em seus diversos núcleos. São eles:

Relações Públicas – núcleos de planejamento de RP, produtos comunicacionais, pesquisa, eventos;

Comunicação Mercadológica – núcleos de eventos, planejamento e mídia, pesquisa, criação, atendimento e produção gráfica;

Publicidade e Propaganda – núcleos de criação, eventos, pesquisa, planejamento, mídia, produção gráfica, atendimento;

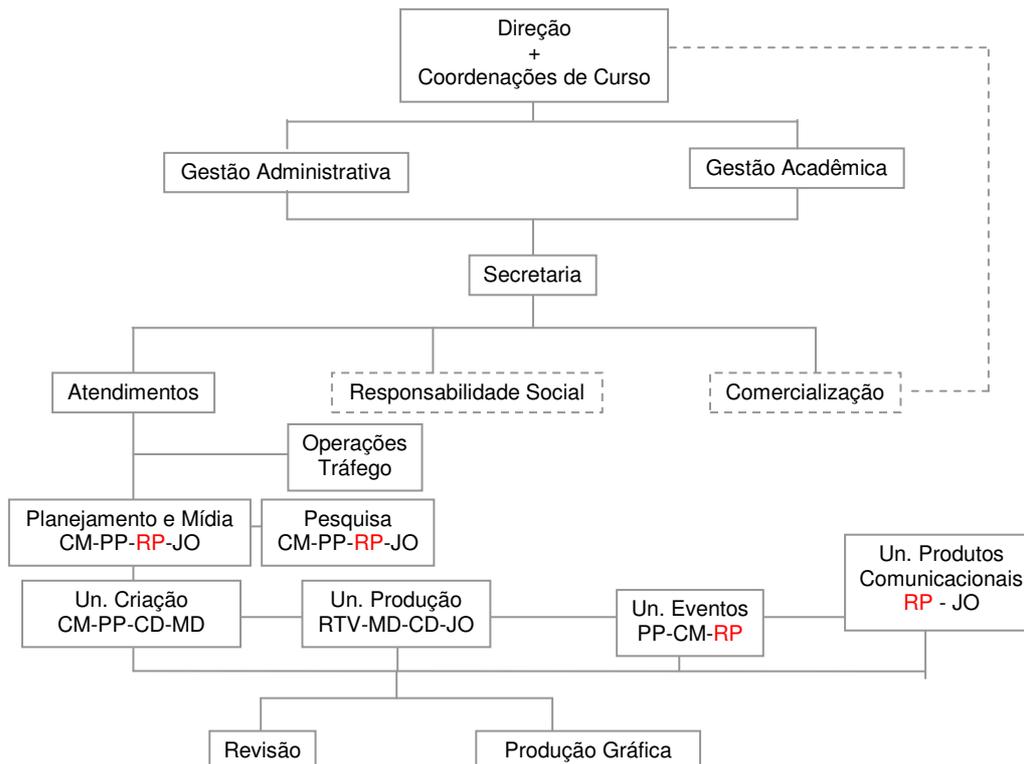
Cinema Digital – núcleo audiovisual;

Mídias Digitais – núcleo de web;

Rádio e TV – núcleo audiovisual;

Jornalismo – núcleo de imprensa, produtos comunicacionais e assessoria de imprensa.

Segue organograma geral da AGICOM:





2. OBJETIVO

O objetivo deste trabalho é apresentar o portfólio de Relações Públicas dos núcleos da Agência Integrada de Comunicação da Universidade Metodista de São Paulo.

3. JUSTIFICATIVA

Os projetos desenvolvidos pelos estagiários servem como base para uma formação profissional de qualidade. Com a orientação dos professores-consultores, os alunos podem esclarecer dúvidas sobre determinadas atividades e aprender especificidades sobre cada projeto.

4. DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Foi realizado um levantamento dos projetos de Relações Públicas internos e externos desenvolvidos pelos núcleos no ano de 2009.

Núcleo de Planejamento

Projetos Internos

- **Rudge Ramos Jornal:** planejamento de comunicação para o evento de comemoração do aniversário de 30 anos do jornal; proposta comercial para captação de anunciantes (mídia kit).
- **Projeto de Educação Alimentar:** parceria entre o colégio Metodista, o curso de Nutrição da Universidade Metodista e a Unilever para desenvolver e implantar um projeto de educação alimentar na grade curricular dos alunos do colégio. Desenvolvimento de apostilas e evento de lançamento.
- **Centro Universitário e Colégio Bennett:** planejamento de Relações Públicas para o Centro Universitário e Colégio Bennett, integrante à Rede Metodista, na cidade de Rio de Janeiro.



Projetos Externos

- **Projeto Turístico para a Vila Paranapiacaba:** planejamento de comunicação e desenvolvimento de um vídeo para a Prefeitura de Santo André, reestruturando a Vila de Paranapiacaba.

Núcleo de Pesquisa

Projetos Internos

- **Metô Fashion:** Pesquisa realizada para o evento do 5º semestre do curso de Publicidade e Propaganda. Foram realizadas pesquisas quantitativas, levantando opiniões do público visitante, para avaliar características e estabelecer uma avaliação constante e efetiva desses projetos.
- **Cosmética/ Cores & Sabores/ Espaço Turismo:** Pesquisa realizada para o eventos de publicidade e propaganda e turismo. Foram realizadas pesquisas quantitativas, levantando opiniões do público visitante, para avaliar características e estabelecer uma avaliação constante e efetiva desses projetos.
- **Top of Brands:** Pesquisa realizada para o evento de publicidade e propaganda. O projeto pesquisa a lembrança de marcas, que visa o posicionamento na mente dos consumidores de cada categoria de produtos ou serviços.
- **Projeto Farmácia:** Pesquisa sobre o perfil do consumidores de produtos nas farmácias, agregado ao projeto de banco de dados do jornal Data Rudge (Rudge Ramos Jornal). Os objetivos eram conhecer o valor médio de compras feitas em farmácias, os produtos procurados com maior frequência, os principais atrativos que influenciam na hora da escolha do estabelecimento para a execução da compra, possibilidade de uma relação tendenciosa de fidelidade de acordo com a faixa etária, sexo ou classe social, identificação do tempo médio de permanência dos consumidores e por último, avaliação do nível de satisfação do consumidor para com as principais farmácias locais.



Núcleo de Eventos

Projetos Internos

- **Fórum de Integração:** criação de um Fórum para promover, no primeiro momento, uma reunião de caráter informativo em que foi apresentada à equipe de estagiários, professores-consultores, funcionários e a direção da Faculdade de Comunicação, a nova estrutura da Agência Integrada de Comunicação.
- **Mix de Comunicação:** palestras simultâneas com o Congresso de Iniciação Científica da Metodista. As palestras, com o tema principal: “A Internet Mudou o Mundo”, contaram com a presença de renomados profissionais das áreas da comunicação e com apresentações de trabalhos realizados por alunos dos cursos de comunicação inscritos no Congresso Científico.

Projetos Externos

- **Top of Brands:** Evento de premiação para os ganhadores do “Top of Brands”. Pesquisa realizada pelo Núcleo de Pesquisa abordando as marcas mais lembradas pelos consumidores na região do ABC.

Núcleo de Produtos Comunicacionais

Projetos Internos

- **Revista Binária:** a revista Binária foi criada com o objetivo de divulgar informações da Faculdade de Comunicação da Universidade Metodista e também de assuntos voltados à comunicação que estão ocorrendo no mundo, atraindo os alunos para a leitura e acompanhamento das notícias, em um veículo eletrônico com textos curtos, além de divulgar a AGiCOM e a FAC por mais esse canal de comunicação com seus *stakeholders*.
- **Mural da FAC:** Os dois murais que estão localizados no edifício Delta, próximos a FAC, e têm por objetivo ampliar e estreitar a comunicação entre a FAC e seus alunos.
- **Twitter:** Com intuito de divulgar a Agência Integrada de Comunicação e a Faculdade de Comunicação, foi criado o Twitter da AGICOM.



- **Newsletters e E-mails Marketing:** tem por objetivo divulgar a todos os alunos e coordenadores de curso, os eventos realizados na FAC e na Universidade quando se tratarem de comunicação.

5. CONSIDERAÇÕES

A agência júnior oferece ao aluno a aplicação da teoria nos diversos segmentos da comunicação e nos projetos de empresas reais do mercado, o que faz o aluno desenvolver sua profissão e tenha uma visão diferente de outros profissionais. Na agência, o estagiário tem autonomia para desenvolver ideias, é responsável por projetos, aprende a trabalhar em grupo e conhece outras áreas além da que estuda, complementando seu conhecimento e currículo, processo que dificilmente ocorre como estagiário de agências comuns atuantes no mercado de trabalho.

O fato de o aluno ter contato direto com professores, faz com que suas dúvidas sejam sanadas e possibilita aprender diferentes formas de aplicar a teoria.