



**Projeto Experimental “Integrarte Comunicação Especializada – Assessoria de  
Comunicação para ATRADEF”**

Aline COSTA  
Ana Helena de CLEVA  
Bianca Sanches BUONO  
Bruna Molon GROTTI  
Camila Avelar MACHADO  
Camila Leite de LIMA  
Fernando Vidotto de CARVALHO

Professor/Orientador: Fábio Eloi de OLIVEIRA

Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, SP



## **PROJETO EXPERIMENTAL “INTEGRARTE COMUNICAÇÃO ESPECIALIZADA – ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO PARA ATRADEF”<sup>1</sup>**

Bianca Sanches BUONO<sup>2</sup>

Fábio Eloi de OLIVEIRA<sup>3</sup>

Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, SP

### **RESUMO**

A memória descrita no trabalho conta como foi o processo para a criação da Integrarte Comunicação Especializada, agência que tem como objetivo único oferecer serviços de Comunicação Externa e Interna para empresas, ONGs e instituições preocupadas com a integração de deficientes à sociedade, seja por meio da arte, do esporte ou do trabalho.

Além do percurso de pesquisa e levantamento de dados para a criação da empresa, também detalhamos nossas criações gráficas e logotipo e a aplicação dos nossos serviços a um cliente real: a ATRADEF – Associação Trabalhista de Defesa dos Direitos e Interesses das Pessoas com Deficiência, que tem como trabalho principal inserir deficientes no mercado de trabalho e oferecer-lhes respaldo jurídico para lutarem por seus direitos.

Palavras-chave: empresa; comunicação interna e externa; serviço especializado

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XVIII Prêmio Expocom 2011, na Categoria Jornalismo, modalidade Projeto de assessoria de Imprensa.

<sup>2</sup> Aluno líder do grupo e estudante do 8º. Semestre do Curso de Jornalismo, email: bianca\_buono@hotmail.com

<sup>3</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo. E-mail: folive20@uol.com.br



## INTRODUÇÃO

Falar, ouvir, ler e escrever. Os exercícios que fazem parte da Comunicação podem ser considerados de extrema importância para quaisquer tipos de relação pessoal e social. A relevância em manter um canal aberto entre emissor e público receptor é o primeiro passo para identificar erros, desenvolver mudanças e manter um fluxo confiável de informações. Muitas pessoas não percebem ou ignoram a fundamental importância da Comunicação nos processos de formação de ideias e geração de negócios. É a partir da exposição e da troca de informações que se concretizam parcerias, ações conjuntas e projetos abrangentes. Os trabalhos desenvolvidos por um time de Comunicação que esteja alinhado aos discursos e mensagens que a empresa quer passar pode afetar diretamente em ações que envolvem o dia a dia, o trabalho e até mesmo a cultura de uma organização.

A despreocupação com o comunicar de forma certa e eficaz pode provocar um impacto significativo (e negativo) no resultado de qualquer ação. Esquivar-se de planejar as estratégias de Comunicação de acordo com as mensagens que se quer passar pode refletir na imagem interna, externa e, conseqüentemente, no relacionamento com clientes, patrocinadores e demais membros públicos.

Nós, como profissionais de Comunicação, defendemos em nosso Trabalho de Conclusão de Curso os estudos nas áreas corporativas, mostrando as diferentes vertentes do jornalismo e quais os resultados dos processos aplicados a diversos tipos de clientes. Mostraremos, a partir da agência Integrarte Comunicação Especializada, os benefícios que instituições e empresas podem conquistar a partir de um trabalho estratégico da área de Comunicação.

O trabalho desenvolvido por jornalistas com conhecimento de texto, linguagem, informação, relacionamento com a mídia, entre outras características, enriquece os processos dentro de uma corporação. É fundamental que os profissionais que atuam neste segmento tenham o conhecimento das ferramentas que possam ser usadas na realização desses projetos: é isso o que chamamos de planejamento estratégico.



## II. OBJETIVO

A importância da Comunicação no processo de desenvolvimento de uma empresa reflete nitidamente nos lucros, visibilidade e satisfação dos funcionários e clientes. Por isso, o objetivo do nosso Trabalho de Conclusão de Curso foi montar uma agência de Comunicação focada em atender empresas, instituições, ONGs e projetos que visam à inclusão e integração de deficientes à sociedade.

Os objetivos principais da agência, portanto, são: levar o tema “deficiência” para mídia de forma clara e despida de preconceitos; ajudar a despertar os jornalistas para a necessidade de se tratar o tema com a seriedade merecida, pois os deficientes também são seu público; ajudar os clientes a, além de firmarem e disseminarem seus conceitos, conseguirem por meio do plano de Comunicação mais adeptos e patrocinadores.

Por fim, os objetivos com o plano desenvolvido ao cliente são: aumentar a exposição e a visibilidade do cliente na mídia; tornar a imagem dos deficientes mais natural para a sociedade; facilitar aos jornalistas abordagens que não beírem o bizarro; contribuir para a integração social e cultural das minorias; quebrar as barreiras que impedem a inserção das minorias físicas na mídia especializada, que toma como base a beleza padrão; divulgar eventuais novidades da ATRADEF; dissociar a imagem da ONG do deputado Campos Machado; e integrar os funcionários da matriz e filiais, de forma que todos saibam das novidades e estejam alinhados ao objetivo da Associação.



### III. JUSTIFICATIVA

#### 3.1 JUSTIFICATIVA DA AGÊNCIA

Dos sete integrantes do grupo, cinco trabalham com Assessoria de Imprensa ou Comunicação Empresarial. Esse foi o primeiro ponto para a escolha desse formato de Trabalho de Conclusão de Curso.

O que reforçou a escolha foi o próprio trabalho da ATRADEF. Ao conhecer a Associação, decidimos que nossos quatro anos de faculdade serviriam para que pudéssemos trabalhar com projetos semelhantes, a fim de colaborar com a disseminação do conceito da inclusão e da integração de deficientes.

Esperamos ser a Assessoria referência no nicho de deficientes, por meio da realização de um trabalho completo e personalizado de acordo com as necessidades e o orçamento de cada cliente. Além disso, pretendemos tornar o assunto ‘deficiência’ mais normal e livre de preconceitos, através da inserção rotineira dos nossos clientes na mídia.

#### 3.2 JUSTIFICATIVA DO CLIENTE

Inserção de deficientes no mercado de trabalho e luta pela igualdade são elementos-chaves que compõem a ATRADEF, inaugurada em 2004.

A equipe é composta por empregados contratados por uma empresa privada, que é responsável pelo pagamento dos salários e benefícios – leia-se assistência médica. O tempo médio de trabalho dos empregados na ONG varia de um a cinco anos, e não há plano de carreira nem avaliação de desempenho. Na matriz, a maior parte dos funcionários trabalha externamente, comparecendo na sede de uma a duas vezes por semana.

O objetivo do trabalho é criar um plano de Comunicação que contemple Assessoria de Imprensa e Comunicação Organizacional. Com isso, espera-se que o cliente possa se ser reconhecido não só pelo público ao qual se destina, mas também pelos formadores de opinião.



#### IV. MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

O diferencial da Integrarte Comunicação Especializada é o cliente. Preparada para elaborar estratégias de Comunicação que atendam às mais diversas necessidades especiais, a Integrarte é a parceira ideal para empresas, ONGs e associações que se preocupam com a integração de deficientes na sociedade.

Na esfera da Comunicação Interna, a agência propõe soluções para que a informação seja acessível a todos os públicos, transformando visões e comportamentos. No que diz respeito à Comunicação Externa, além de colaborar para a divulgação do projeto do cliente, a Integrarte procura desmistificar o assunto 'deficiência' e fazer com que as abordagens da mídia sejam naturais e positivas.

**a) Assessoria de Imprensa:** contempla todo e qualquer tipo de relação com a mídia, desde a proposta de pauta até o acompanhamento de entrevistas, passando pela elaboração de *press releases*.

**b) Auditoria de imagem e de opinião:** monitoramento interno e externo para detectar qual imagem os públicos têm da empresa.

**c) Internet:** produção e atualização de conteúdo para a Internet, incluindo site, blog, fóruns, sala de imprensa e redes sociais como Twitter, Facebook e Myspace.

**d) Clipping:** acompanhamento da presença do cliente na mídia.

**e) Comunicação Interna:** criação de canais específicos – intranet, revista institucional, newsletter, mural, campanhas – para atender à demanda interna de informações e promover a valorização do funcionário.

**f) Criação e design:** implantação e gerenciamento de identidade visual para a empresa ou para campanhas específicas.

**g) Media Training:** treinamento para porta-vozes, que passarão a ser responsáveis por replicar os valores e as novidades da empresa.

**h) Organização de eventos**

**i) Planejamento estratégico de Comunicação**



## V. DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Para atendermos a ATRADEF, fizemos diversas visitas ao local percebendo, assim, cada ponto que teríamos que modificar. Além disso, realizamos uma pesquisa com os funcionários para captarmos as reais necessidades nos âmbitos internos e externos de Comunicação.

Nosso plano partiu do princípio de que é necessário ajustar primeiramente os pontos internos da empresa, ou seja, a comunicação entre funcionários, para depois organizar a comunicação com *stakeholders*.

Para a Comunicação Interna foram propostos os seguintes veículos e ações: Jornal Mural, Intranet, festa anual em comemoração ao aniversário da ATRADEF, Projeto Encontros (escopo de uma vista de familiares) e brindes personalizados para eventos.

Já no âmbito externo, a Inetgrarte planejou encontros de *good will*, desenvolvimento de perfis em mídias virtuais, acompanhamento de entrevistas, captação e gerenciamento de *mailing*, *media training*, elaboração de *press-kit*, realização de *clipping* e simpósios.



## VI. CONSIDERAÇÕES

Fazer uma avaliação do nosso projeto experimental e também do nosso memorial é falar de trabalho e deixar explícito o quanto nos dedicamos e nos esforçamos para que a nossa agência desse certo e para que o nosso cliente ficasse satisfeito.

Em praticamente um ano de projeto, pudemos aprender sobre diversas questões relacionadas ao mundo corporativo – desde o processo de abertura de empresa, até como fazê-la dar certo e, acima disso, como prospectar clientes para tê-los em nossa carteira.

Descobrimos, então, que esse é um processo longo e demorado. E que, infelizmente, as empresas de Comunicação, em sua maioria, não são reconhecidas como deveriam. Conhecemos um pouco das dificuldades a serem enfrentadas no mercado de trabalho, que incentiva cada vez mais o empreendedorismo, a iniciativa, e cobra cada vez mais a especialização profissional. Crescemos individualmente, academicamente e profissionalmente.

O nosso projeto já começou diferente. Queríamos montar uma empresa de Comunicação com o grande diferencial de explorar um nicho de mercado inédito. Por termos escolhido um segmento tão pouco trabalhado, tivemos muita pesquisa a fazer e muito a aprender sobre o mundo, as limitações e as facilidades dos deficientes físicos. Apesar de não ter sido uma tarefa fácil, podemos dizer de peito aberto que cada segundo de esforço valeu a pena.

O memorial tem a função de ser um “diário de bordo” do projeto experimental de conclusão de curso. Foi nestas páginas que colocamos todas as memórias, aflições e alegrias, contemplando o processo de montar uma empresa para um público especializado e a busca por um cliente para colocarmos em prática todas as nossas ideias e ações.

Realizar um Plano de Negócio de Comunicação Interna como Projeto Experimental não foi fácil. Até porque esta não é uma modalidade muito escolhida por alunos que graduam em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo. No entanto, temos orgulho de dizer que, por mais difícil e complicado que tenha sido, nós conseguimos, e o mais importante: trabalhamos como uma verdadeira equipe e temos certeza de que esse foi o ponto chave para termos alcançado tudo o que conquistamos até aqui.

Hoje, após essa longa trajetória, temos certeza de que é possível criar uma empresa de Comunicação especializada no atendimento a deficientes e que ela pode ser muito eficiente se for conduzida com cuidado e ética e se tiver uma visão ampla do que norteia uma organização deste segmento.





## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADMINISTRADOR. Atendimentos Especializados. Disponível em [www.fundacaodorina.org.br](http://www.fundacaodorina.org.br)

ADMINISTRADOR. Direito das Pessoas Portadoras com Deficiência. Disponível em [www.adfego.com.br](http://www.adfego.com.br)

ADMINISTRADOR. ADD Esporte – Programa Criança. Disponível em [www.add.org.br](http://www.add.org.br)

ADMINISTRADOR. Nosso Trabalho. Disponível em [www.casadaesperancasantos.org.br](http://www.casadaesperancasantos.org.br)

ADMINISTRADOR. Aspectos sociais, políticos e psicológicos da deficiência física. Disponível em < [www.cdof.com.br/deficientes.htm](http://www.cdof.com.br/deficientes.htm)>

ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO. Mercado de Trabalho: um dos eixos da andef. Disponível em < [www.andef.org.br/home/index.php](http://www.andef.org.br/home/index.php)>

ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO DA SECRETARIA ESPECIAL DOS DIREITOS HUMANOS. Conade apresenta à imprensa campanha de acessibilidade. Disponível em [www.adeva.org.br](http://www.adeva.org.br)

BAHIA, J. Introdução a Comunicação Empresarial. MAUAD Editora, 1995.

BRANT, L. O papel de cada um. Escrituras Editora, 2001.

BUSCAGLIA, L. Os deficientes e seus pais – um desafio ao aconselhamento. Editora Record, 1983.

BUVINIC, M.; MAZZA, J. Inclusão Social e Desenvolvimento na América Latina. Elsevier Editora Ltda, 2005.

CARINA CASUSCELLI. A moda está em baixa no suplemento feminino \*Jornal O Estado de São Paulo. Disponível em < [www.amodaestaembaixa.blogpost.com](http://www.amodaestaembaixa.blogpost.com)>

DANIEL SERRA; ANTONIOA SILVA. Uma janela para o mundo. Disponível em [www.lerparaver.com](http://www.lerparaver.com)

DENISE PEREIRA DOS SANTOS. Depoimentos. Disponível em [www.deficientesolidario.com.br](http://www.deficientesolidario.com.br)

EDEVÂNIO FRANCISCONI ARCENO. Educação especial – incluindo uma igualdade diferente. Disponível em [www.brasilecola.com](http://www.brasilecola.com)

EDUARDO DE ALMEIDA CARNEIRO. Conheça a AACD. Disponível em [www.aacd.com.br](http://www.aacd.com.br)