



AGERP UFSM – institucionalizando a comunicação nos 50 anos da UFSM¹

Fernanda BARBOSA²
Lauren NASCIMENTO³
Elisangela MORTARI⁴

Universidade Federal de Santa Maria, Rio Grande do Sul, RS

RESUMO

Depois de 40 anos o Curso de Comunicação Social- Relações Públicas da Universidade Federal de Santa Maria e nos 50 anos da Instituição, a primeira agência experimental na área de RP passa a promover eventos científicos, captar recursos para produções culturais de grande porte e assessorar clientes em ações de comunicação interna. A participação direta dos alunos proporcionou a consolidação da proposta curricular: unir teoria e prática.

PALAVRAS-CHAVE: comunicação institucional; agência experimental; relações públicas.

INTRODUÇÃO

As funções das relações públicas são constantemente objeto de pesquisa e de discussão no cenário acadêmico. Aliar o saber teórico ao prático e incluir os estudos das relações públicas no campo da comunicação também é tarefa recorrente nas instituições de ensino superior.

A falta de uma definição clara e unívoca de relações públicas propicia uma desorientação nos estudos e nas pesquisas da área, acarretando, invariavelmente, uma prática equivocada e um mercado que constantemente confunde relações públicas com marketing.

No ensino das relações públicas geralmente se opta por uma das vertentes para a conceituação do termo, sendo eles: processo, função, cargo, profissional e atividade. Dependendo também da formação do professor, o viés adotado pode assumir ainda uma inclinação administrativa, sociológica, jornalística, artística, entre outras. O mercado, por sua vez, absorve os profissionais para atuarem em áreas que exigem muito menos o saber acadêmico e muito mais o saber intuitivo, a dizer, atuam em recepção e promoção

¹ Trabalho submetido ao XVIII Prêmio Expocom 2011, na Categoria Relações Públicas, modalidade Agência Jr de Relações Públicas.

² Aluno líder do grupo e estudante do 5º. Semestre do Curso Comunicação Social – Relações Públicas, email: fernandastb@hotmail.com

³ Estudante do 5º. Semestre do Curso de Comunicação Social – Relações Públicas, email: lauren_nascimento@hotmail.com

⁴ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social – Relações Públicas, email: elimortari@hotmail.com



de eventos, na área de secretariado e controle de agendas e no relacionamento trivial com a mídia local.

Dessa forma, o conceito que antes negociava com as cinco situações para a definição do termo, se depara com diferentes contextos de relações públicas. Como então, num curso de Relações Públicas, encaminhar a formação de jovens que escolhem para si uma profissão tão multifacetada?

Seduzidos por estas múltiplas possibilidades, os profissionais formados e os acadêmicos na prática de estágios em relações públicas, acabam dando novos enfoques ao termo e se distanciando ainda mais da cena midiática.

Impulsionados pela rápida inclusão no mercado de trabalho, as relações públicas adquirem o status de prestadora de serviços, atuando muito mais na instrumentação de ações da mídia interna e no trato com empregados, do que na elaboração de estratégias e no gerenciamento da comunicação.

A inserção atual das relações públicas na discussão teórica perde sua densidade, porque se desvincula do processo – estudado na universidade – dos programas executados no mercado. Acontece que o processo, na atual prática de relações públicas, foi substituído pelo diagnóstico e os programas, são as ações rotineiras que em nada lembram a visão estrategista e antecipatória de relações públicas.

Dessa forma, utilizar o cenário acadêmico como espaço para o exercício das relações públicas propiciará maior entendimento das demandas do mercado face às práticas interventoras do processo comunicacional desencadeado pelas relações públicas.

2 OBJETIVO

5.1. Objetivo Geral:

_ Implantar a Agência Experimental de Relações Públicas junto ao curso de Comunicação Social da UFSM, visando articular a nova perspectiva do ensino e da prática da habilitação, incentivando a integração entre o meio acadêmico e o mercadológico através de novas abordagens da profissão.

5.2. Objetivos Específicos:

- proporcionar práticas laboratoriais no exercício das relações públicas;



- desenvolver estratégias de comunicação norteadas pela visão da área de relações públicas;
- coordenar a comunicação institucional na UFSM;
- planejar, produzir e organizar ações nos 50 anos da UFSM.

3 JUSTIFICATIVA

O curso de relações públicas da UFSM tem se destacado frente às outras habilitações da área da Comunicação Social, dado o desempenho e a atuação dos acadêmicos em assessorias de comunicação dentro e fora dos limites da Instituição de Ensino.

Em 1993 iniciaram as práticas pedagógicas de assessoramento, incluindo no currículo de 2004, as disciplinas de Assessoria de Relações Públicas I e II, cujo objetivo é “elaborar planos de relações públicas e campanhas institucionais. Estudar e analisar as estratégias de comunicação utilizadas para construir a imagem corporativa, dos produtos e serviços e das formas de atuação ética na assessoria. Elaborar e executar planos estratégicos, táticos e operacionais de relações públicas para uma organização.”

No mesmo currículo, foram destinadas 150 horas para a prática de estágio enquanto atividade complementar de graduação, a serem cumpridos com a supervisão e orientação de professores e sob a égide de um programa e de uma avaliação da disciplina.

O grande número de acadêmicos no mercado de trabalho em Relações Públicas, desde os primeiros semestres do curso, é atividade corriqueira. Entretanto, os profissionais que designam estagiários da área, na grande maioria das vezes, confundem as atividades destinadas ao Relações Públicas. A falta de um orientador na Universidade e no local de estágio contribui para a formação deficitária e para a ineficiência dos Núcleos de Formação propostos pelo currículo atual. A não interlocução entre o aprendizado em disciplinas teóricas e técnicas com a prática do estágio, prejudica a formação acadêmica e põem em cheque as discussões acerca do conceito de relações públicas iniciado pelo meio acadêmico.

Neste contexto, a proposta de implantação da Agência Experimental de Relações Públicas pretende iniciar um processo de sistematização do ensino acadêmico aliado à prática laboratorial.

A implantação de um espaço laboratorial em relações públicas deverá confrontar a teoria e a prática amparadas pela grade curricular e pelo plano político pedagógico da habilitação. Dessa forma, será possível inserir-se na discussão entorno da definição de relações públicas, direcionando as estratégias e os programas de ação para o campo da comunicação, e retirando da área o clichê de prestadora de serviços.



4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

A AGERP é o resultado de várias ações desenvolvidas pelo curso de Comunicação Social – Relações Públicas:

1. implantação das assessorias de relações públicas nas unidades de ensino e órgãos suplementares da UFSM;
2. instalação da Facos Agência de Comunicação Integrada;
3. reformulação curricular e adequação às diretrizes curriculares da área;
4. desmembramento das coordenações dos cursos – uma coordenação para cada área;
5. reformulação da Facos Agência, tornando-se exclusivamente agência de publicidade;
6. implantação do laboratório de relações públicas;
7. implantação da Agência de Relações Públicas;
8. participação da AGERP no processo de revisão e readequação da comunicação na UFSM;
9. construção das políticas de comunicação da UFSM com a participação da AGERP;
10. participação da AGERP na sistematização e planejamento da comunicação integrada da UFSM.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

A AGERP foi criada em novembro de 2009 e, efetivamente, suas atividades iniciaram em março de 2010, com as comemorações dos 50 anos da Universidade Federal de Santa Maria. Responsável pelo planejamento de comunicação das atividades comemorativas do cinquentenário da Instituição, a AGERP é constituída por:

- 1 professor orientador
- 9 acadêmicos bolsistas (6 de relações públicas, 1 jornalismo, 1 de publicidade e propaganda e 1 de desenho industrial)
- 3 acadêmicos voluntários de relações públicas

Com os recursos humanos essencialmente de origem acadêmica e dispondo de uma infraestrutura adequada, a AGERP, com apoio institucional e com projetos de captação de recursos, realizou entre outras atividades:

- planejamento de produção, lançamento e distribuição da marca dos 50 anos da UFSM;
- show de lançamento do ano do cinquentenário com a Orquestra Sinfônica de Santa Maria e Band On the Run;
- Seminário Brasileiro de Pesquisa Operacional – SBPO;



- reformulação do layout do portal da UFSM, através do desenvolvimento do link comemorativo aos 50 anos da UFSM;
- Festival de Cultura Popular da UFSM;
- 25ª Jornada Acadêmica Integrada da UFSM;
- planejamento e execução de estandes – Congresso de Iniciação Científica e Pós-graduação (CICPG), FEISMA Multifeira de Santa Maria, Feira do Livro de Santa Maria;
- Concerto com o pianista Arthur Moreira Lima.

Como o processo de implantação da AGERP estava totalmente voltado para o atendimento ao cliente institucional, se fez urgente preparar adequadamente um planejamento de comunicação integrada para a própria AGERP no ano de 2011.

Com a implantação das Gerências (de comunicação interna e de produtos de comunicação, de qualidade interna e de eventos) será possível assumir o controle e o planejamento da comunicação na UFSM.

6 CONSIDERAÇÕES

Com a implantação da AGERP/UFSM, espera-se que pontos hoje detectados como frágeis na comunicação institucional da Universidade sejam sanados, assim como, permita que novas frentes de trabalho se abram para a habilitação de Relações Públicas, desafogando outras áreas de atuação.

A principal meta ser alcançada é a organização da prática de estágio, amparada pela disciplina de Estágio em Relações Públicas. Com este resultado espera-se sistematizar políticas de comunicação para a Instituição, legitimando o setor inaugurado em 2010.

Também será possibilitado o estudo de novas abordagens em Relações Públicas, com clientes reais e através de projetos de curto prazo, inaugurando uma outra modalidade de ação no curso de Relações Públicas da UFSM.

Por último, aguarda-se que a AGERP seja um lugar de encontro entre o mercado e a academia, organizado segundo as iniciativas de professores e técnicos em educação, mostrando que a Universidade Pública pode e deve se comprometer com ação imediata na comunidade local.