



INTEGRACION,
EXTENSION,
DOCENCIA
E INVESTIGACION
PARA LA
INCLUSION
Y COHESION
SOCIAL

22 AL 25
NOVIEMBRE
DE 2011
SANTA FE
ARGENTINA



TITULO: Assessoria de Comunicação às Instituições da UFSM no norte gaúcho

EJE: Incorporación curricular de la extensión

AUTORES: Mariana Cristina Raimondi, Bruna Occhi, Tássia Becker Alexandre.

REFERENCIA INSTITUCIONAL: Universidade Federal de Santa Maria – UFSM/Cesnors

CONTACTOS: marianaraimondi@gmail.com, occhi.bruna@gmail.com,
tassia.becker@gmail.com.

RESUMEN

O artigo proposto consta o relato das atividades de assessoria de imprensa às instituições da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) no Norte gaúcho, onde estão envolvidos os cursos de Comunicação Social, habilitação em Jornalismo e Engenharia Ambiental; ambos do Centro de Educação Superior Norte do Rio Grande do Sul (CESNORS). Além destes, o Colégio Agrícola de Frederico Westphalen (CAFW) também faz parte do projeto. Este projeto de extensão visa promover a circulação social de informações sobre o CAFW e sobre o curso de Engenharia Ambiental em particular. Considera-se essa atividade importante, porque difunde os órgãos da UFSM na região, fazendo com que haja mais valorização das suas atividades, mais alunos interessados em ingressar na instituição e maior integração com a comunidade local.

1 INSTITUIÇÕES E ENTIDADES ENVOLVIDAS NO PROJETO

O Curso de Comunicação Social – Hab. Jornalismo, representado pela Professora Ms. Andrea Franciele Weber e pelas acadêmicas Bruna Occhi, Mariana Cristina Raimondi e Tássia Becker Alexandre, constituem o grupo de assessoria de imprensa. O Colégio Agrícola de Frederico Westphalen e o curso de Engenharia Ambiental do CESNORS, representados, respectivamente, pelo Diretor Luís Alberto Cadoná e pelo Professor. Dr. Arci Dirceu Wastowski, compõem os assessorados.



INTEGRACION,
EXTENSION,
DOCENCIA
E INVESTIGACION
PARA LA
INCLUSION
Y COHESION
SOCIAL

22 AL 25
NOVIEMBRE
DE 2011
SANTA FE
ARGENTINA



2 INTRODUÇÃO

Este projeto de extensão visa promover a circulação social de informações sobre o CAFW e sobre o curso de Engenharia Ambiental em particular. Considera-se essa atividade importante, porque difunde os órgãos da UFSM na região, fazendo com que haja mais valorização das suas atividades, mais alunos interessados em ingressar na instituição e maior integração com a comunidade local. Esse tipo de promoção, que é importante para toda instituição, é ainda mais para instituições públicas e de ensino, cujo êxito depende do envolvimento comunitário e é voltado à promoção social. Em nosso caso, o segundo agravante é o fato de esses órgãos estarem em fase de implantação (como o CESNORS e o curso de Engenharia Ambiental, que datam respectivamente de 2006 e 2009) ou reformulação (como o CAFW, que em 2009 passou a trabalhar também com ensino superior), o que exige maiores investimentos em divulgação.

Serão beneficiados pelo projeto, a comunidade local, CAFW, CESNORS, curso de Engenharia Ambiental e curso de Jornalismo.

A comunidade local terá benefícios porque por meio das informações recebidas poderá conhecer e participar das atividades das instituições, seja em cursos, seminários, orientações ou mesmo em concursos vestibulares.

CESNORS e CAFW, enquanto órgãos executivos da UFSM, por meio da proposta aqui delineada, poderão ter maior reconhecimento e aceitação social, visto que a falta de informação sobre as duas instituições na região em que atuam ainda é preocupante. O CAFW, apesar de mais de quatro décadas de atuação, embora tenha o nome reconhecido, não tem sua imagem associada à qualidade nem aos cursos superiores de tecnologia que vem implantando nos últimos anos. Já o CESNORS, por ser recente, ainda necessita de divulgação sobre cursos novos, atividades de pesquisa, possibilidades de maior inserção social, entre outros fatores. Ambas as instituições, tampouco, tem seu nome devidamente vinculado à UFSM.

O curso de Engenharia Ambiental foi implantado no final de 2009 e necessita buscar diferenciação e destaque em relação aos cursos de Engenharia Florestal e Agronomia, mais tradicionais e com os quais é frequentemente confundido. Além disso, a região tem uma grande necessidade desses profissionais e um bom campo de atuação na área, o que deve ser desenvolvido e esclarecido junto à comunidade.



INTEGRACION,
EXTENSION,
DOCENCIA
E INVESTIGACION
PARA LA
INCLUSION
Y COHESION
SOCIAL

22 AL 25
NOVIEMBRE
DE 2011
SANTA FE
ARGENTINA



Por fim, o curso de Jornalismo tem como benefícios, a experiência profissional que oferece aos seus alunos, por meio de atividades com caráter de “estágio em assessoria de imprensa”, além da promoção social das atividades do curso. Deve-se considerar também que profissionais das áreas assessoradas e a comunidade em geral podem conhecer as atividades profissionais realizadas por jornalistas, uma vez que a região não tem tradição de trabalho em assessoria de imprensa.

3 OBJETIVOS

Como objetivo geral, pretendemos promover socialmente o curso de Engenharia Ambiental e a instituição CAFW por meio da divulgação de informações referentes aos mesmos.

Para atingir essa meta, temos como objetivos específicos: projetar e atualizar sites na internet; produzir e apresentar programas jornalísticos nas mídias radiofônica e televisiva; produzir material jornalístico impresso, bem como material de divulgação; enviar notícias e agendar entrevistas para veículos de comunicação externos e internos; realizar clipping de conteúdos midiáticos envolvendo os assessorados; receber e encaminhar a imprensa nas instituições; colaborar com a organização de eventos; e gerenciar o relacionamento dos porta-vozes das instituições com a mídia.

4 JUSTIFICATIVA

O norte do Rio Grande do Sul, em específico a região do Médio Alto Uruguai, a qual pertence a cidade de Frederico Westphalen, que abriga o CESNORS e o CAFW, está entre as menos desenvolvidas do estado, tanto cultural quanto economicamente.

É inerente às instituições públicas o dever de ser transparente e democrática, contando com a participação social. Em consequência, se enquadra o papel da assessoria de imprensa, que, segundo a Federação Nacional dos Jornalistas (apud MAFEI, 2007, p. 52), é: “o serviço de administração das informações jornalísticas e do seu fluxo, das fontes para os veículos de comunicação e vice-versa”.



INTEGRACION,
EXTENSION,
DOCENCIA
E INVESTIGACION
PARA LA
INCLUSION
Y COHESION
SOCIAL

22 AL 25
NOVIEMBRE
DE 2011
SANTA FE
ARGENTINA



A adequada circulação de informações referentes aos assessorados auxilia na melhoria da imagem do assessorado e no desenvolvimento sócio-econômico da região, visto que a comunidade ao conhecer e reconhecer a importância deste passa a interagir nas decisões e atividades que neles se desenvolvem.

Justifica-se o trabalho de assessoria de imprensa nas instituições da UFSM (CAFW e Curso de Engenharia Ambiental do CESNORS) na promoção e divulgação das ações para o alcance dos resultados pretendidos.

5 MARCO TEÓRICO CONCEITUAL E REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

O assessor de imprensa é fundamental ao trabalho de uma assessoria de comunicação. É ele que mantém contato com os veículos de comunicação, divulgando informações inerentes aos seus assessorados. (CHINEM, 2003, p.12).

Através de vários métodos, tais como o envio de release¹, press kit², clipping³, media training⁴, entre outros, a principal função do assessor é a de construir e manter uma identidade (imagem) que remeta fielmente à missão/valores de seu assessorado. Nesse sentido, Brandão e Carvalho (2008, p.191) explicam a importância dessa formulação/manutenção de uma identidade:

A identidade corresponde a determinada lógica coerente de funcionamento fundada na ação coletiva das pessoas em uma empresa e que a distingue de outras. Essa lógica constitui-se e se afirma no tempo, dá à empresa certa continuidade, e permite que seus funcionários, seus parceiros, seus públicos específicos e a sociedade em geral identifiquem a empresa e, muitas vezes, identifiquem-se com ela.

O trabalho de uma assessoria de imprensa deve ter como base um plano de assessoria, em que serão descritas as atividades a serem desenvolvidas. Chinem (2003, p. 33) disserta do que se trata um plano de assessoria de imprensa: “É um processo

¹ Material distribuído à imprensa para sugestão de pauta ou veiculação gratuita (DUARTE, 2008).

² Conjunto de material, geralmente reunido em uma pasta ou envelope, enviado à redação ou distribuído aos jornalistas, [...] que busca informar a respeito de determinado assunto (ibdem).

³ Consiste em identificar rotineiramente na imprensa as citações sobre a organização ou temas previamente determinados, organizá-las e encaminhá-las para conhecimento dos interessados (ibdem).

⁴ é um treinamento dirigido às lideranças das instituições, visando desenvolver competências comunicativas para lidar com a mídia, garantindo a representação das empresas para o grande público por intermédio dos meios de comunicação (CHINEM, 2003, p. 37).



INTEGRACION,
EXTENSION,
DOCENCIA
E INVESTIGACION
PARA LA
INCLUSION
Y COHESION
SOCIAL

22 AL 25
NOVIEMBRE
DE 2011
SANTA FE
ARGENTINA



abrangente, que define metas, objetivos, públicos-alvo da instituição e, acima de tudo, as políticas de comunicação a serem adotadas”.

Piratininga (2008, p.71) constata também que “além da divulgação de novos produtos e serviços da companhia, a assessoria de imprensa deve estimular a promoção e manutenção da imagem do cliente”. A construção dessa imagem é dependente da posição da instituição perante os meios de comunicação, a partir de seus porta-vozes.

Esse processo de escolha/treinamento de porta-vozes pode ser realizado através do media training, que constitui numa capacitação deste para se portar adequadamente como fonte perante as diversas mídias.

Cabe também ao assessor de imprensa manter uma agenda atualizada e gerenciar o relacionamento entre assessorado e mídia. A delimitação de um público-alvo é fundamental para este aspecto, pois facilitará uma maior visibilidade e um melhor retorno do trabalho de assessoria.

O retorno do trabalho de uma assessoria de imprensa não pode ser medido a curto prazo. O assessor deve, através de práticas éticas, adquirir confiança com os veículos de comunicação e com o seu assessorado, para que se torne o mediador principal nesta relação, como afirma Piratininga (2008, p.116):

A grande regra que rege a relação entre assessorado e assessor de imprensa é a **CONFIANÇA (sic)**.

No entanto, para adquirir credibilidade, respeito e espaço dentro e fora de qualquer organização, o assessor de imprensa não pode abdicar da verdade dos fatos e da ética. Tampouco basta ter domínio do que é notícia e saber como divulgá-la. Ou exibir em sua agenda contatos de primeiro nível com as principais mídias do país (Piratininga, 2008, p 116).

Uma das maneiras de avaliação do trabalho de uma assessoria de imprensa é o clipping. Neste produto, pode ser verificado, por exemplo, em quais setores da comunidade a instituição é mais presente, bem como em quais veículos de comunicação a instituição é mais citada.

6 METODOLOGIA



INTEGRACION,
EXTENSION,
DOCENCIA
E INVESTIGACION
PARA LA
INCLUSION
Y COHESION
SOCIAL

22 AL 25
NOVIEMBRE
DE 2011
SANTA FE
ARGENTINA



Na primeira fase do projeto, serão levantadas, junto aos docentes responsáveis pelas instituições assessoradas, as metas desejadas pela instituição, os recursos disponíveis e as atividades já realizadas.

Inicialmente, será desenvolvido o plano de assessoria, onde estarão contidas as atividades a serem desenvolvidas. Dentre estas, as assessorias promoverão, também, a cobertura de eventos relacionados às instituições. Está prevista a confecção de cartazes, folders, programas radiofônicos, atualização do site da instituição, entre outros. Para complementar as atividades aqui mencionadas, será também desenvolvido um projeto de *media training*.

Ao final do período, será realizado um clipping, onde estará reunido o material jornalístico de interesse do assessorado. Além do clipping, poderá ser realizada outra forma pertinente de avaliação dos resultados das atividades desenvolvidas ao longo do ano/semestre, como, por exemplo, a produção de um relatório.

7 RESULTADOS

A atividade ainda está em desenvolvimento. Porém, os resultados mostram inicialmente a mudança na compreensão por parte dos assessorados da necessidade deste trabalho. Até o momento, já se reconhece: Um maior conhecimento da população local sobre CAFW e Engenharia Ambiental; Associação entre essas instituições e ensino gratuito e de qualidade pela população da região; Esclarecimento social sobre o vínculo entre esses órgãos e a UFSM; Maior integração entre as instituições e a comunidade; Maior reconhecimento social da importância dessas instituições; Aumento na procura pelas instituições no vestibular.

Conseguiu-se, também, a aprovação dos projetos de *media training*, jornal mural, vídeo institucional e informativo on-line, que serão executados nos próximos meses. Além disto, foram publicadas aproximadamente sessenta notícias referentes aos assessorados em meios de comunicação da região.

Através do trabalho da assessoria, alcançou-se espaço na mídia impressa, radiofônica e digital, veiculando notícias em jornais regionais, programas radiofônicos institucionais e sites noticiosos.

Acredita-se que até o encerramento do projeto serão alcançados mais resultados.



REFERÊNCIAS BIBLIOGRAFICAS

CHINEM, Rivaldo. **Assessoria de imprensa: como fazer**. 2 ed. São Paulo: Summus, 2003.

DUARTE, Jorge. **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica**. 2 ed. Brasília: Atlas, 2008.

PIRATININGA, Paulo. **Como usar a mídia a seu favor: as melhores práticas para ser notícia**. Cla, 2008.