

Projeto 50

Assessoria de Comunicação Integrada: Identidade Institucional e Relação com a Mídia

Cód/Nome	50- Assessoria de Comunicação Integrada: Identidade Institucional e Relação com a Mídia
Orientador	Joseline Pippi
Campus	CJA
Area	Atividades acadêmicas (ensino/pesquisa/extensão) - ÊNFASE NO ENSINO
Vagas	2
Email	josipippi@ufsb.edu.br

Resumo do Projeto.

Tendo em vista a importância do papel da Comunicação como elemento integrado ao cotidiano das instituições de ensino superior, especialmente no que diz respeito à visibilidade, presença na comunidade, prestação de serviço e transparência, torna-se premente mapear as rotinas produtivas e quantificar os resultados do trabalho realizado. Uma Assessoria de Comunicação Integrada possui estrutura complexa que congrega diferentes áreas com o objetivo geral de produzir conteúdo sobre a universidade para dois públicos: a comunidade interna e a audiência externa. Em se tratando da comunidade interna, a produção de conteúdo gira em torno da divulgação de informações de cariz administrativo e/ou acadêmico, voltado para servidores (docentes, técnico-administrativos e terceirizados) e estudantes. No caso da Universidade Federal do Sul da Bahia (UFSB) os canais de comunicação mais utilizados para esse público são: portal (notícias, eventos e editais), informativo e eventuais mensagens coletivas via correio eletrônico. Para o público externo, o portal constitui-se como principal canal, além dos releases encaminhados via mailing list para a imprensa regional. A produção de conteúdo também é segmentada de acordo com as funções da mensagem: noticiar ou publicizar. As redes sociais atualmente estão sendo utilizadas como canais de divulgação para ambos públicos, dada a grande adesão de seguidores tanto da comunidade interna como externa. O projeto tem como objetivo introduzir os(as) estudantes nos processos organizacionais de Comunicação

Institucional, a partir do acompanhamento, mapeamento e análise das atividades realizadas pela Assessoria de Comunicação Social da UFSB. Como já mencionado, acompanhar a produção de conteúdo noticioso e publicitário, além de medir sua receptividade por parte dos públicos são objetivos da ação proposta para o projeto ora apresentado.

Atividades dos bolsistas

As atividades serão divididas de acordo com as diferentes áreas de produção de conteúdo da ACS/UFSB: 1) produção noticiosa: diz respeito à produção de conteúdo para os públicos interno e externo. Nessa área, o/a estudante poderá realizar as seguintes atividades: - mapeamento e análise das rotinas produtivas de produção noticiosa para o portal e para a imprensa regional, onde o/a estudante será capaz de compreender como acontece o processo de busca de informações, redação noticiosa para o portal, empacotamento dessas informações via release para a imprensa regional e divulgação nas redes sociais. Esta atividade tem por objetivo desenvolver no/a estudante a ideia de como funciona na prática o dia-a-dia de uma assessoria de imprensa e de como o setor se relaciona com a mídia regional; - mapeamento do clipping e quantificação/qualificação das notícias sobre a UFSB publicadas na imprensa regional, onde o/a estudante poderá, através do uso de ferramentas de busca e raspagem de dados, realizar a análise quantitativa e qualitativa do material publicado sobre a universidade, com vistas a estabelecer parâmetros comparativos da eficácia e efetividade do trabalho de assessoria de imprensa. Esta atividade tem como meta iniciar o/a estudante na análise de indicadores de comunicação organizacional, ferramenta essencial para o bom desempenho do setor de comunicação nas universidades. - elaboração de pautas em assessoria de imprensa, onde o/a estudante poderá compreender as diferenças a elaboração de uma pauta noticiosa tradicional e de uma pauta de assessoria de imprensa. Esta atividade visa à elucidação das nuances de ordem prática e ética que permeiam as atividades da produção da notícia em veículos de imprensa tradicionais e veículos de assessoria. 2) programação visual e audiovisual: diz respeito à produção de conteúdo publicitário (marketing) sobre a universidade. Nessa área, o/a estudante poderá realizar as seguintes atividades: - acompanhamento das rotinas produtivas dos setores de Programação Visual e Audiovisual, onde o/a estudante poderá conhecer e mapear os principais produtos desenvolvidos para a comunicação institucional interna e externa que visibilizem a marca da UFSB. Esta atividade objetiva mostrar para o/a estudante a importância do uso correto e consciente da marca institucional. - conhecer e mapear o processo criativo na produção de conteúdo imagético e audiovisual, onde o/a estudante poderá conhecer os principais softwares, ferramentas e rotinas criativas da área de programação visual e audiovisual da ACS/UFSB. O objetivo dessa atividade é mostrar como as demandas internas geram produtos que são compartilhados nas redes sociais da universidade. - mapeamento e quantificação dos produtos visuais sobre a universidade publicados nas redes sociais oficiais, onde o/a estudante poderá, através do uso de ferramentas de busca e de análise, quantificar o material divulgado, com vistas a estabelecer parâmetros comparativos da eficácia e efetividade da presença institucional junto aos públicos interno e externo. Esta atividade tem como meta iniciar o/a estudante na análise de indicadores de comunicação organizacional, ferramenta essencial para o bom desempenho do setor de comunicação nas universidades.

Atividades semanais

Em referência ao acompanhamento da produção noticiosa: estudos teórico-práticos sobre o funcionamento de uma Assessoria de Comunicação Integrada, acompanhamento (por videoconferência) das reuniões de pauta; mapeamento da rotina produtiva da assessoria de imprensa, estruturação de um modelo de catalogação para a clippingem; busca e catalogação das notícias publicadas sobre a universidade na mídia

regional (em especial os veículos on-line), quantificação, qualificação e análise do clipping; elaboração de indicativos de comunicação. Em referência ao acompanhamento do setor de programação visual e audiovisual: mapeamento das rotinas produtivas e do processo de criação de peças para campanhas institucionais, elaboração de uma proposta de catalogação para o portfólio das peças de divulgação institucionais; catalogação das peças; acompanhamento das reações aos produtos visuais com a marca UFSB nas redes sociais oficiais da instituição (monitoramento de redes).

1. Introdução/Apresentação:

O trabalho desenvolvido por uma Assessoria de Comunicação Integrada está diretamente voltada para a produção de conteúdo que informe a respeito do(a) assessorado(a), bem como lhe dê visibilidade positiva junto aos públicos de interesse. A Assessoria de Comunicação Social (ACS) da UFSB é o setor responsável pela gestão da comunicação da universidade com públicos distintos, tanto os internos (alunos e servidores) quanto os externos, por meio dos canais institucionais de divulgação e do contato com a mídia. Dentre suas atribuições estão: o preparo e a divulgação de conteúdo audiovisual, notícias e programação visual para os canais institucionais (portal, informativo interno, perfis oficiais nas plataformas de redes sociais Facebook, Instagram, Youtube e Twitter); a gestão da identidade visual da UFSB; o monitoramento da imagem da instituição em diferentes canais. Compreender como funciona a ACS e como seus processos internos estão estruturados auxilia no entendimento do papel da comunicação nas instituições, especialmente em relação à função social que tem a universidade no contexto no qual ela se insere. Além, conhecer as estratégias comunicacionais empregadas nos processos de comunicação auxiliam na implantação de processos organizacionais mais transparentes e inclusivos. O projeto ora proposto atem-se ao propósito de inserir o(a) estudante no cenário de acompanhamento das estratégias comunicacionais implementadas e no monitoramento da recepção dos conteúdos produzidos. Trata-se de uma oportunidade dos(as) estudantes conhecerem o funcionamento de uma assessoria de comunicação.

2. Justificativa:

Tendo como base a importância dos processos comunicacionais nas instituições de ensino superior pública, especialmente aqueles voltados para divulgar o que é produzido na universidade para o público em geral, torna-se imprescindível conhecer as estratégias de comunicação empregadas nas ações comunicativas e seus efeitos. Sendo assim, a ACS torna-se um espaço privilegiado para se conhecer em detalhes todo o processo de comunicação da UFSB.

3. Objetivo Geral:

Tornar a ACS um espaço de aprendizado a respeito dos processos comunicacionais empregados por uma assessoria de comunicação numa universidade pública.

3.1 Objetivos Específicos:

Disseminar o princípio de que os processos de comunicação são essenciais para o funcionamento de uma universidade e também pela legitimação de sua função social perante a sociedade; - aproximar a ACS da comunidade acadêmica da instituição; - despertar vocações na área da Comunicação Social entre os(as) estudantes.

4. Metodologia:

Acompanhamento orientado das atividades desenvolvidas pela ACS, com foco nas áreas acima descritas e com foco no ensino.

5. Resultados Esperados:

Ser oportunidade para que estudantes possam conhecer o trabalho desenvolvido numa assessoria de comunicação de uma universidade pública e, na medida das aptidões, despertar vocações para a área; - organização do clipping; - organização do banco de imagens; - organização do portfólio da ACS; - aquisição de conhecimentos técnicos a respeito dos processos desenvolvidos pela ACS.

6. Referências:

GOMES, Gilberto. Comunicação Social: filosofia, ética, política. São Leopoldo: Ed. Unisinos, 1997. MUSSE, Cristina Ferraz (Org.). Comunicação e universidade: reflexões e críticas. Curitiba: Appris, 2019. SÁNCHEZ-TABERNERO, Alfonso. Os conteúdos dos meios de comunicação. Lisboa: Mídia XXI, 2013.