

Assessoria Integrada de Comunicação: da produção de conteúdo à visibilidade midiática

Cód/Nome	75 - Assessoria Integrada de Comunicação: da produção de conteúdo à visibilidade midiática
Orientador	Joseline Pippi
Campus	Jorge Amado
Área	Atividades que visem à familiarização do bolsista com o funcionamento da estrutura de gestão universitária
Vagas	2
	josipippi@ufsb.edu.br

Resumo

O projeto tem como objetivo introduzir os(as) estudantes nos processos gerenciais de comunicação a partir do acompanhamento das atividades realizadas pela Assessoria de Comunicação Social da UFSB. Tendo em vista a importância do papel da Comunicação como elemento integrado ao cotidiano das instituições, especialmente no que diz respeito à visibilidade e transparência, torna-se relevante mapear os processos dos serviços oferecidos, bem como o impacto da presença da universidade na mídia regional. Uma Assessoria Integrada de Comunicação (AIC) possui estrutura complexa que congrega diferentes áreas com o objetivo geral de produzir conteúdo sobre a universidade para dois públicos: a comunidade interna e público externo. 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. Os canais de comunicação mais utilizados para esse público são: portal (notícias, eventos e editais), informativo mensal 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. 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

- Acompanhamento da produção de conteúdo noticioso e publicitário (impresso, sonoro e audiovisual) para mídias tradicionais e digitais sobre a UFSB; - Acompanhamento do

monitoramento de redes sociais dos perfis oficiais da UFSB; - Monitoramento na repercussão de notícias sobre a UFSB na mídia regional, em seus diferentes canais; - Acompanhamento do mapeamento das atividades realizadas pela ACS durante o período de vigência da bolsa.

Atividades semanais e carga horária

- Aprimoramento do clipping noticioso sobre a UFSB; - Auxílio na elaboração de estudos sobre o impacto das estratégias comunicacionais adotadas pela ACS; - Auxílio no desenvolvimento de um portfólio das campanhas desenvolvidas pela ACS; - Auxílio na elaboração do banco de imagens da ACS.

Introdução

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.

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.

Objetivo Geral

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

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; - orientar os(as) estudantes a respeito de conhecimentos técnicos necessários para o trabalho em assessoria de comunicação.

Metodologia

Acompanhamento orientado das atividades desenvolvidas pela ACS.

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.

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.