

COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL APLICADA À AGÊNCIA FOTEC

Juliana Bulhões Alberto Dantas • Universidade Potiguar (UnP);
Email: julianabulhoesdantas@gmail.com

Josenildo Soares Bezerra • Universidade Potiguar (UnP);
Orientador; E-mail: soares.bezerra@gmail.com

RESUMO: O artigo discute a implantação de uma equipe de assessoria de imprensa na Agência Fotec. O Projeto Agência Fotec de (Foto) Jornalismo Experimental foi criado em 2006 com o intuito de fazer a cobertura foto e jornalística da Semana de Ciência, Tecnologia e Cultura (Cientec) da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN) – e somente em 2010 ganhou uma equipe de assessoria de imprensa. Ao final, é traçado um panorama da comunicação organizacional do projeto, as ações que obtiveram êxito e que devem seguir nas próximas edições da Cientec e os avanços que podem ser feitos para torná-lo mais eficaz com vistas ao alcance dos objetivos.

Palavras-chave: Relações Públicas. Comunicação Organizacional. Agência Fotec. Assessoria de Imprensa. Jornalismo Científico.

ORGANIZATIONAL COMMUNICATION IN THE FOTEC AGENCY

ABSTRACT: The article aims to discuss the deployment of a team spokesperson for the Fotec Agency. Project Agency of Fotec (Photo), Experimental Journalism was established in 2006 in order to photograph and develop a newspaper at Week of Science, Technology and Culture (Cientec) of the Federal University of Rio Grande do Norte – where there was only one group working in 2010 as press. At the end, it provides an overview of organizational communication project, the actions that were successful and should follow in upcoming editions of Cientec and advances that can be done to make it more effective with a view to achieving objectives.

Keywords: Public Relations. Organizational Communication. Fotec Agency. Media Relationship; Science Journalism.

1. INTRODUÇÃO

O Projeto Agência Fotec - (Foto) Jornalismo Experimental - foi criado durante a XII Cientec - Semana de Ciência, Tecnologia e Cultura da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), realizada de 3 a 6 de outubro de 2006. O Projeto Agência FOTEC: Fotografia Experimental em Comunicação tem como coordenador o Prof. Dr. Itamar Nobre, da base de pesquisa Pragmática da comunicação (Pragma). Nesse contexto, o Projeto surgiu com caráter eventual, visando a realizar a cobertura fotográfica daquele evento.

No ano de 2010, dando prosseguimento ao Projeto, foi proposta a criação de uma equipe de assessoria de imprensa para a Agência apenas durante a Cientec 2010, que aconteceu no mês de julho. Foram selecionados seis estudantes de Comunicação Social – Radialismo, Jornalismo e Publicidade & Propaganda – e uma coordenadora para a equipe. O primeiro passo foi a definição do planejamento estratégico e a criação do blog Sala de Imprensa, em que foram postados os releases produzidos

2. SOBRE O PROJETO FOTEC

A Agência Fotec tem como objetivos propiciar aos alunos do curso de Comunicação Social da UFRN a experimentação da produção jornalística e da fotografia de imprensa em uma mesma pauta; estimular a formação de um profissional habilitado para assumir múltiplas funções; estimular o trabalho em equipe; desenvolver, nos participantes, a responsabilidade produtiva; estimular, nos monitores, a capacidade de liderança e de gestão de grupos em formação profissional.

No projeto atual, há a proposta de realizar a Agência Fotec em três dimensões: extensão, pesquisa e pesquisa. Como projeto de extensão, vinculado ao Programa de Melhoria de Qualidade de Ensino na Graduação; como suporte midiático para os alunos dos componentes curriculares de Introdução ao Jornalismo, Fotojornalismo, Linguagem jornalística e Redação, Pesquisa e Entrevista, para exercitarem o jornalismo e fotojornalismo estudados na sala de aula; e em caráter fixo, semestralmente, inserindo alunos avulsos das habilitações Jornalismo, Radialismo e de Publicidade e Propaganda, de qualquer período; e, em caráter eventual, nos diversos eventos ocorrentes durante o ano, em especial a CIENTEC e o Programa Trilhas Potiguares.

Na proposta de melhoria de qualidade de ensino na graduação, os alunos das disciplinas citadas, todas vinculadas ao Departamento de Comunicação Social da UFRN, regularmente oferecidas a cada semestre letivo, produzirão seus trabalhos de forma orientada, através do FotojoRN – Ateliê Curricular de Fotojornalismo da UFRN, sob a orientação do prof. Dr. Itamar de Moraes Nobre; e do LabjoRN - Laboratório de Jornalismo da UFRN, sob a orientação da profa. Dra. Maria do Socorro Furtado Veloso. Semestralmente as disciplinas registram um número entre 45 e 50 de alunos matriculados.

De um modo geral, o Projeto propõe uma inovação na Comunicação Social da UFRN ao articular o ensino, a pesquisa e a extensão, envolvendo os monitores da disciplina no exercício de iniciação à docência, da subcoordenação do Projeto, desenvolvendo suas aptidões administrativas e de liderança; assim como, articulando o conhecimento teórico com o prático, refletindo cientificamente sobre as dinâmicas comunicacionais, e servindo à pró-reitoria de extensão, à universidade e à sociedade civil, como suporte para divulgação de informações Institucionais, sociais, culturais e científicas.

Nessa perspectiva, propõe-se, também, a desenvolver uma intervenção pedagógica, estimulando a produção fotojornalística e a divulgação de notícias referentes ao cotidiano social, na perspectiva de se formar um profissional mais completo, habilitado para escrever notícias textuais e fotográficas. É nesse campo que cada aluno assume o desafio de experimentar, em uma mesma pauta, as funções de pauteiro, chefe de reportagem, repórter e editor de texto, repórter fotográfico e editor de fotografia.

É importante deixar claro que a intenção é formar um profissional habilitado para as múltiplas funções sem, contudo, defender essa prática simultânea como efetiva e permanente. Pensamos que, ao experimentarmos pedagogicamente tal formação, o aluno possa estar pronto para explorá-la eventualmente, quando for solicitado no mercado de trabalho. Pensamos em uma formação que acompanhe as mudanças mercadológicas provocadas pelas novas tecnologias e a multidisciplinaridade.

3. IMPLANTAÇÃO DA ASSESSORIA DE IMPRENSA

Antes de qualquer coisa uma organização qualquer deve se preocupar com a imagem. Em se tratando de um Projeto do curso de Comunicação Social, isso se intensifica. Logo os integrantes da Agência Fotec perceberam que algo estava faltando para complementar a divulgação do material produzido pelos alunos. Para Argenti (2006), a imagem de qualquer organização está diretamente ligada à percepção que os diferentes públicos têm das mensagens que ela envia em nome e logomarcas, incluindo expressões da sua visão corporativa.

Essa reflexão leva-nos a pensar que é muito tênue a imagem de uma empresa ou instituição qualquer; tudo que é enviado ao meio externo ou até impressões não progra-

mas podem afetar na imagem que se tem da mesma. Para Mafei (2004), investir na mídia é dar um voto de confiança nela. E acrescenta: “ir à mídia para expor posições e tornar públicos bons trabalhos é o que têm buscado as empresas, os governos, as entidades da sociedade civil e os cidadãos comuns. Isso é algo próprio da democracia avançada em todo o mundo.” (MAFEI, 2004, p.18).

Ter uma equipe de assessoria de comunicação e ou de imprensa é, antes de tudo, preocupar-se com essa imagem e, ainda, com possíveis problemas que a instituição ou grupo possa passar. Para Kunsch:

Não basta pautar-se por ações isoladas de comunicação, centradas no planejamento tático para resolver questões, gerenciar crises e gerir produtos sem uma conexão com a análise ambiental e as necessidades do público de forma permanente e pensada estrategicamente (KUNSCH, 2006, p. 132).

Nos preparativos para a Cientec 2010, dando prosseguimento ao Projeto, foi lançada a proposta da criação de uma equipe de assessoria de imprensa para divulgar os feitos da equipe da Fotec pontualmente durante o evento. Foram selecionados, entre os inscritos no Projeto, seis estudantes de Comunicação Social e uma coordenadora para guiar a equipe, sendo esta a autora deste artigo. O primeiro passo foi a definição do planejamento estratégico e a criação do blog Sala de Imprensa, em que foram postados os releases produzidos.

No site (<http://www.fotec.ufrn.br>), em que são postadas as matérias e as fotos produzidas pelos estudantes, havia necessidade de um espaço específico para a assessoria, para o internauta não confundir as matérias jornalísticas com os releases e afins. Assim, surgiu a ideia do blog, que se encontra disponível no endereço <http://www.saladeimprensafotec.blogspot.com>.

O blog da assessoria de imprensa da Fotec foi o ponto de convergência para postar os três releases produzidos pelos alunos e enviados pela imprensa, além de ser o encontro do material da assessoria – como matérias veiculadas e pequenas notícias internas, que não interessam a todos os internautas. Além disso, foi definido, no planejamento, que o uso do Twitter ficaria a cargo da equipe de assessoria, por serem os alunos mais ligados à divulgação do Projeto e do evento.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A equipe de assessoria recebeu várias críticas, tanto positivas quanto negativas. As principais reclamações foram, entre outras, com relação à falta de internet, bem como de impressora e celular. Alguns pontos do planejamento não puderam ser cumpridos, como foi o caso do contato por telefone com as redações jornalísticas da cidade do Natal.

Positivamente, houve uma maior veiculação das matérias da Fotec na mídia. Alguns jornais da cidade utilizaram as fotos produzidas pelos alunos – com os devidos créditos. E a agência serviu como pauteira do evento, como sempre acontece, fornecendo informações específicas e de diversos ângulos sobre o projeto. A assessoria serviu como ferramenta para deixar isso à mostra tanto para a mídia local, que pode conhecer o projeto, como para estudantes, que, no futuro, podem vir a integrar a equipe e desenvolver trabalhos fotojornalísticos em suas carreiras.

Outro ponto positivo foi a formulação de uma linguagem para o blog, o que foi feito por meio de uma identificação que as notícias do blog teriam caráter institucional com objetivo de publicizar a Fotec. Também foi salutar o fato do release ter sido feito em conjunto, pois todos puderam ver seu processo de concepção e modificação; o segundo release, por exemplo, foi uma atualização do primeiro e deu mais condições de pautas que o anterior, possibilitando uma maior chance de publicação na mídia.

Um grande fator positivo foi a movimentação do Twitter da Fotec pela assessoria de imprensa durante a Feira Cientec. Houve o desenvolvimento de formas criativas de divulgar o Projeto pelo micro-blogging, além disso, contabilizou-se uma grande estatística de retuitagens no perfil do Twitter da Fotec, o que, com certeza, trouxe mais acessos ao site.

A novidade no gerenciamento da mídia possibilitou uma grande mudança para o perfil @Fotec, aumentando em mais de 100% os “seguidos” e ajudando a aumentar os “seguidores”, além de ter batido o recorde de atualizações do perfil. O fato de apenas a assessoria mexer no twitter foi bastante interessante para manter-se a unidade no trabalho. Em suma, o Twitter da Fotec teve um ganho significativo de seguidores, seguidos, atualizações e retuitagens (inclusive de jornalistas) durante essa Cientec, graças ao trabalho focado da assessoria.

Muito ainda pode ser melhorado. Uma das sugestões dadas foi que a coordenação geral do Projeto deve ficar atenta à sub-utilização da equipe de assessoria, pois algumas pessoas a confundiram com o apoio técnico e até com o grupo dos pauteiros. Em alguns casos, as atividades que não eram específicas de nenhuma equipe eram deixadas para a assessoria de imprensa executar, o que não deve acontecer, já que a função representa um trabalho especializado, que requer dedicação específica.

Outro ponto sugerido foi a criação de uma equipe de arte para desenvolver as peças – camisetas, cartões, crachás – antes da Feira, pois este serviço também não deve ficar com a assessoria, já que o assessor não é a pessoa ideal para esse tipo de serviço. Um ponto bastante cotado para as modificações posteriores diz respeito à realização de oficinas de assessoria de imprensa para os integrantes da equipe.

Um dos grandes avanços que a Agência poderá ter, partindo do investimento em uma assessoria de comunicação, é o acréscimo na vertente da comunicação interna, que, mesmo sendo muito eficaz, pode melhorar e se profissionalizar, tornando-se mais um ponto de aprendizagem para os alunos envolvidos. Para Rego (1986), a comunicação interna dá a possibilidade de se criar e se manter um fluxo de informações que acolha

todos os setores organizacionais, compondo um fluxo ágil e adequado no que diz respeito à disseminação de mensagens.

A criação da assessoria pode dar uma contribuição positiva ao Projeto, pois deu uma projeção à Agência perante a mídia. Foram muitos os comentários via Twitter, email e pessoalmente. Por meio da clipagem, pode ser conferido o resultado do trabalho da assessoria de imprensa. Vários meios de comunicação divulgaram o Projeto, tanto online, quanto impresso e até via televisão.

No final da Cientec 2010, o coordenador geral, prof. Dr. Itamar Nobre, constatou que a assessoria foi um diferencial e aprovou a continuação da equipe no Projeto. Por isso, há a expectativa de que, na edição 2011 da Cientec, a Agência Fotec de (Foto) Jornalismo Experimental continue com a experiência da assessoria de imprensa, que foi o primeiro passo para a consolidação da comunicação organizacional da Agência.

Novos planos estão sendo traçados e estima-se um grupo mais consolidado e com mais integrantes, além de uma melhor condição de trabalho. É muito importante que a equipe continue nas outras oportunidades de trabalho da Fotec, sempre dando um foco diferente ao trabalho feito pela redação, pois, da perspectiva de sucesso do Projeto, de pouco adianta ele existir e só ficar no meio acadêmico. Toda a sociedade deve conhecer o trabalho da Agência.

5. REFERÊNCIAS

ARGENTI, P. A. **Comunicação Empresarial: a Construção da Identidade, Imagem e Reputação.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada.** São Paulo: Summus, 2003.

_____. Planejamento e gestão estratégica de relações públicas nas organizações contemporâneas. **Analisis**, n. 34, 2006, p. 125-139. Disponível em: <<http://ddd.uab.cat/pub/analisi/02112175n34p125.pdf>> Acesso em: 09 jun. 2011 às 22h04.

MAFEI, Maristela. **Assessoria de imprensa: como se relacionar com a mídia.** São Paulo: Contexto, 2004.

NOBRE, Itamar de Moraes. Apresentação. **O Projeto Fotec.** Disponível em <http://www.fotec.ufrn.br/index.php?option=com_content&view=article&id=1&Itemid=15> Acesso em 10 jun.2011 às 14h35.

REGO, Gaudêncio Torquato do. **Comunicação Empresarial: Comunicação Institucional.** São Paulo: Summus, 1986.