

Agência Experimental de Relações Públicas: relato de um projeto de extensão na Universidade Federal de Alagoas¹

Emanuelle Gonçalves Brandão RODRIGUES²

Laura Nayara PIMENTA³

Laerthe Luide Gomes Lessa VASCONCELOS⁴

Universidade Federal de Alagoas, Maceió, AL

RESUMO

A Agência Experimental de Relações Públicas (Agerp) é um projeto de extensão do Curso de Relações Públicas da Universidade Federal de Alagoas (Ufal). Partindo de um cenário político e econômico complexo, intensificado pela Pandemia da Covid-19, o projeto tem como objetivo desenvolver e consolidar a comunicação interna e externa do curso, integrando ensino, pesquisa e extensão. Os resultados indicam que os principais desafios enfrentados são principalmente culturais, o que requer uma comunicação fundamentada em investigação, interpretação e circulação de sentidos, tal como proposta na perspectiva da complexidade de Baldissera (2014b).

PALAVRAS-CHAVE: relações públicas; extensão universitária; agência experimental; comunicação estratégica; complexidade.

INTRODUÇÃO

A Agência Experimental de Relações Públicas (Agerp) é um projeto de extensão do Curso de Relações Públicas da Universidade Federal de Alagoas (Ufal) com financiamento interno pelo Programa de Fomento a Atividades Extensionistas (Profaex). Seu objetivo consiste em desenvolver e consolidar a comunicação interna e externa do curso, aprimorando os fluxos internos de informações e possibilitando maior dialogismo nas relações internas de trabalho.

Na tentativa de fomentar a produção de conhecimento e a divulgação científica de projetos vinculados ao curso, a agência direciona suas atividades sobretudo para o público interno, composto por doze docentes, nove servidores técnicos e 323 discentes. O trabalho, nesse sentido, é um aspecto fundamental para a construção de estratégias de comunicação, de modo que a experiência visada pelo projeto busca valorizar os servidores do curso e promover a valorização do trabalho como atividade constituinte da existência humana.

¹ Trabalho apresentado na Jornada de Extensão, evento integrante da programação do 24º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 8 a 10 de maio de 2024.

² Professora do Curso de Relações Públicas da Universidade Federal de Alagoas, e-mail: egbrodrigues@gmail.com.

³ Professora do Curso de Relações Públicas da Universidade Federal de Alagoas, e-mail: lanapi05@gmail.com.

⁴ Estudante de Graduação do 8º período do Curso de Relações Públicas da Universidade Federal de Alagoas, e-mail: laerthe.vasconcelos@ichca.ufal.br.

É nessa perspectiva que a Agerp busca contribuir com a formação dos futuros profissionais de relações públicas, assim como funcionar como laboratório para bolsistas e colaboradores do projeto. Por meio da divulgação de atividades acadêmicas e profissionais, também se propõe a abordar a pluralidade de ações desenvolvidas no âmbito da universidade, reforçando os pilares constituintes da Ufal: ensino, pesquisa e extensão. Nessa direção, os alunos podem colocar em prática os aprendizados de sala de aula com ações de caráter extensionista, estimulando a participação de outros discentes em atividades de pesquisa e extensão através de divulgação dos projetos internos.

Criada em 2020, a Agerp teve papel primordial especialmente no contexto da Pandemia da Covid-19, utilizando sua página no Instagram como principal canal de comunicação entre servidores e estudantes. A agência é, historicamente, vinculada à Coordenação do Curso de Relações Públicas, de forma que os/as docentes responsáveis assumem também a liderança do projeto ao iniciarem o período de gestão. Assim, o projeto surge com o propósito de contribuir com a busca de soluções para os problemas de comunicação do setor, que envolve os diferentes grupos. Este é um aspecto determinante para a construção da percepção pública sobre o curso e sua valorização como organização promotora da mudança social através de atividades de ensino, pesquisa e extensão.

No presente texto, apresentamos um relato sobre as ações realizadas pela Agerp desde agosto de 2023, quando foi reestruturada e aprovada no Profaex/Ufal com bolsa estudantil. Apontamos os principais resultados alcançados e desafios enfrentados até o momento e como esse tipo de projeto pode contribuir para a comunicação dentro da universidade, aprimorando o relacionamento com os públicos internos e promovendo o imbricamento entre os três pilares da formação acadêmica.

METODOLOGIA

A metodologia adotada pelo projeto segue os princípios da gestão da comunicação organizacional estratégica, baseado no planejamento de comunicação integrada de Kunsch (2003), envolvendo comunicação interna, administrativa e institucional. Antes de iniciar o projeto, percebemos a existência de uma série de ruídos entre integrantes do público interno, bem como a ausência de informação de diretrizes e normas institucionais da universidade. Considerando que o curso faz parte de uma instituição pública de ensino,

era preciso que houvesse um alinhamento de procedimentos institucionais, o que só seria possível com informação.

Com o auxílio do bolsista, realizamos reuniões com membros dos três grupos (servidores técnicos, representação estudantil e docentes) no início dessa nova etapa projeto, o que coincidiu com o começo da gestão e de um novo período do curso, envolvendo todo o processo de matrícula. É importante destacar que a ausência de colaboradores anteriormente, por um período de meses, esteve relacionada à falta de fomento/orçamento institucional. Apostando em uma perspectiva dialógica da comunicação (FARIAS, 2009), propusemo-nos a ouvir as diferentes demandas sem perder de vista as normas institucionais e a impessoalidade característica das atividades do setor público.

Assim, dividimos as atividades em algumas etapas, que não necessariamente se excluem: 1) Criação e manutenção de canais de comunicação com os públicos, com foco na comunicação interna; 2) Pesquisa de opinião; 3) Diagnóstico de comunicação (incluindo comunicação visual); 4) Divulgação científica de projetos e atividades acadêmicas relacionadas de interesse público; 5) Planejamento gráfico; e 6) Produção de eventos institucionais.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Fundado em 1978, o Curso de Relações Públicas da Ufal surgiu, a princípio, como habilitação de Comunicação Social, dividindo o departamento com Jornalismo. Foi somente em 2015, seguindo um movimento nacional de autonomia da área, que se tornou um curso independente. Os benefícios, como o enfoque nas especificidades e o fortalecimento da identidade institucional, foram seguidos igualmente de obstáculos, a começar pela comunicação organizacional. Apesar da formação acadêmica e profissional dos docentes e gestores do curso, o contexto político, econômico e cultural impunha desafios à organização. Atualmente, é a única graduação da área no Estado de Alagoas e uma das poucas do Nordeste, possuindo características próprias que se ligam às particularidades do mercado profissional local.

No planejamento da comunicação estratégica, é preciso considerar que as organizações são sistemas complexos nos quais coexistem diferentes culturas e que estão em processo contínuo de diálogo com outros sistemas (BALDISSERA, 2014b). Uma organização, portanto, estabelece uma relação de troca e afetação com diversos entes por

meios de redes de comunicação. A dinâmica de relacionamento com os públicos e outras organizações pode ser mais ou menos complexa, a depender das características e papéis que cada um desempenha. Além disso, cada ator nesse processo possui interesses que não necessariamente coincidem, o que é um desafio que somente a gestão estratégica pode lidar ao considerar que os entes organizacionais são construídos por meio de relações que os sujeitos estabelecem com, entre e sobre eles (BALDISSERA, 2014b).

A extensão universitária adquire cada vez mais centralidade nas atividades da Ufal, tanto que, atualmente, novos currículos devem considerar não apenas atividades de projetos, mas também a própria curricularização da extensão como componente curricular obrigatório. Entendo a comunicação como a organização de um comum a ser partilhado (SODRÉ, 2014) e as relações públicas como uma filosofia de gestão de relacionamentos estratégicos pautada em investigação, interpretação e circulação de sentidos tem como horizonte o bem comum (BALDISSERA, 2014b), a Agerp assumiu como pressuposto a complexidade sistêmica para desenvolver suas ações. Para tanto, considerou as contradições, ambivalências e desafios no processo de aprendizagem e decisões estratégicas baseadas em conhecimentos provenientes de ensino, pesquisa e extensão. Seu ponto de partida foi a comunicação interna e o fortalecimento da identidade institucional.

Na perspectiva da complexidade assumida por Baldissera (2014a), consideramos também as diferentes dimensões da organização no processo de construção do nosso diagnóstico e desenvolvimento do planejamento estratégico. Em primeiro lugar, a organização comunicação, que diz respeito aos discursos oficiais, que precisam, no caso do Curso de Relações Públicas, dialogar com os da Ufal e serem veiculados por canais oficiais. Em segundo, a organização comunicante, que se refere à comunicação em diferentes fluxos sem controle da organização. Assim, é preciso considerar que muitas interações relacionadas ao curso se realizam independente das suas ações ou interesses, e que mesmo algumas gerando ruídos, é preciso entender como e por que existem. Em terceiro lugar, há a organização falada, que envolve aquilo que se fala sobre o curso fora de seus espaços institucionais, o que precisa ser considerado no planejamento.

RESULTADOS PARCIAIS

A comunicação interna do Curso de Relações Públicas se mostrava ineficiente, com poucas informações e algumas barreiras nos fluxos de comunicação com os grupos que fazem parte do público interno. Para o diagnóstico, realizamos um levantamento dos

meios de comunicação de curso e como eles contribuíam para a construção e consolidação de sua imagem, se transmitiam sua missão, visão e valores e estavam alinhados com a comunicação institucional da instituição a qual o curso faz parte. O nosso foco, nesse primeiro momento, recaiu sobre a comunicação interna, podendo se ampliar em uma nova edição do projeto. Isso porque observamos que era preciso trabalhar a comunicação com o público interno para nos fortalecermos enquanto organização e, a partir disso, construir uma imagem sólida para os públicos externos.

Apesar das barreiras que ainda enfrentamos, como a existência de canais informais de comunicação que competem e causam ruídos quanto às informações oficiais, a comunicação teve avanços significativos. Aumentamos os canais oficiais de comunicação, criamos uma periodicidade de publicação de informações e buscamos formas de obter um feedback dos públicos. Este último é, ainda, o maior desafio, o que se deve às barreiras ainda não derrubadas de comunicação. Realizamos uma pesquisa de opinião para avaliar o clima organizacional, bem como os interesses e expectativas quanto à comunicação interna com servidores técnicos, docentes e a representação estudantil. Os resultados nos ajudaram a desenvolver uma série de ações no plano de comunicação.

A grande mudança diz respeito à periodicidade das publicações, sobretudo na página oficial da Agerp no Instagram, com mais informações para os públicos, com detalhamento de dados e uma comunicação mais alinhada ao interesse dos estudantes, sobretudo. Esta, por sinal, é a mídia mais acompanhada pelos estudantes. No que se refere ao site institucional do curso, ele vem sendo atualizado com informações institucionais de interesse público, em uma periodicidade menor do que das redes sociais. Também aumentamos a periodicidade de produção e publicação de materiais para o mural do curso, bem como criamos uma lista de e-mails para o público interno.

Intensificamos a divulgação de trabalhos acadêmicos, a nível de ensino, pesquisa e extensão, com publicações especiais em suas redes, assim como através de outros canais de comunicação, como o mural. Os trabalhos divulgados, desenvolvidos por alunos e professores, estimulam a integração dos públicos às atividades acadêmicas, internas ou externas à Ufal, ampliando os horizontes e a compreensão do papel da universidade pública na vida das pessoas.

Apesar dos desafios enfrentados, que envolvem uma cultura organizacional ancorada em redes informais de comunicação e falta de entendimento sobre as características institucionais e administrativas do curso, percebemos melhorias no

relacionamento com o público interno, que possui mais informações sobre os fluxos do curso e da universidade.

CONCLUSÃO

A Agerp é um braço importante da comunicação organizacional do Curso de Relações Públicas da Ufal, tendo impacto sobre a gestão de comunicação e relacionamentos do curso com seus públicos. O projeto tem contribuído para reforçar a importância das atividades de ensino, pesquisa e extensão na formação dos estudantes, divulgando não apenas oportunidades de atuação, mas construindo uma comunicação que valoriza todos os públicos e suas atividades acadêmicas. Ao mesmo tempo, temos investido na construção conjunta de uma cultura organizacional que contribua para o fortalecimento da nossa identidade como Curso de Relações Públicas e graduação de uma instituição pública de ensino, com as particularidades que lhes são próprias. Ao falar sobre nós mesmos, o projeto também contribui para a nossa identificação como público e como parte de um projeto conjunto de transformação social.

REFERÊNCIAS

- BALDISSERA, R. A complexidade dos processos comunicacionais e a interação nas organizações. In: MARCHIORI, Marlene. (org.). **Cultura e interação**. Coleção faces da cultura e da comunicação organizacional. Difusão; Senac: Rio de Janeiro, 2014a. P. 113-124.
- BALDISSERA, R. Relações Públicas: uma perspectiva a partir do paradigma da complexidade. In: GONÇALVES, Gisela; GUIMARÃES, Marcela. (org.). **Fronteiras e fundamentos conceituais**. Coleção Relações Públicas e Comunicação Organizacional: dos fundamentos às práticas (vol. 1). Livros CabCom: Covilhã, 2014b.
- FARIAS, F. Relações Públicas e sua função dialógica. **Organicom**, [S. l.], v. 6, n. 10-11, p. 142–147, 2009. DOI: 10.11606/issn.2238-2593.organicom.2009.139017. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/organicom/article/view/139017>. Acesso em: 22 mar. 2024.
- KUNSCH, M. **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação integrada**. Edição Revista. São Paulo: Summus, 2003.
- SODRÉ, M. **A ciência do comum: notas para o método comunicacional**. Rio de Janeiro: Vozes, 2014.