

SAACODINDO: Plano Estratégico para integração plena do Setor de Artes, Comunicação e Design ¹

Ana Luiza Ramos Moretti FERREIRA²

Giovanna Gequelin CHAGAS³

Juliana Barbosa de CARVALHO⁴

Larissa Barizon de LIMA⁵

Universidade Federal do Paraná, Curitiba, PR

Resumo

O presente trabalho é um relato de experiência do trabalho final produzido por alunas de Relações Públicas nas disciplinas de Planejamento Estratégico e Projeto Agência II, que consistia na criação de um Plano de Comunicação Estratégica para o Setor de Artes, Comunicação e Design da Universidade Federal do Paraná. Foram utilizadas metodologias ativas como metodologia baseada em projetos e problemas, além de pesquisa quanti e qualitativa, análise swot e pesquisa bibliográfica e documental e aplicação de ações e eventos para minimizar questões de relacionamento entre públicos e construção da memória e fortalecimento da identidade de uma organização.

Palavras-chave

Comunicação organizacional; Planejamento estratégico de comunicação; Relações públicas; Eventos institucionais; Integração interdisciplinar.

Introdução:

A comunicação organizacional preza por uma forma sistemática, estratégica e integrada para a construção de imagem e identidade alinhadas com a cultura da organização (KUNSCH, 2003). Assim, a comunicação passa de uma visão operacional para um caráter estratégico dentro das organizações (KUNSCH, 2009). E não seria diferente dentro do Setor de Artes, Comunicação e Design da Universidade Federal do Paraná, onde a interdisciplinaridade é evidente pela diversidade de cursos dentro de seus departamentos,

¹ Trabalho apresentado Espaço Graduação, atividade integrante do XX Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e Relações Públicas.

² Graduanda do 5º período do curso de Relações Públicas da Universidade Federal do Paraná. E-mail: analuiza3@ufpr.br

³ Graduanda do 5º período do curso de Relações Públicas da Universidade Federal do Paraná. E-mail: giovanna.gequelin@ufpr.br

⁴ Graduanda do 5º período do curso de Relações Públicas da Universidade Federal do Paraná. E-mail: julianabarbosa1@ufpr.br

⁵ Graduanda do 5º período do curso de Relações Públicas da Universidade Federal do Paraná. E-mail: barizonde@ufpr.br

como Jornalismo, Relações Públicas, Publicidade e Propaganda, Design Gráfico e de Produto, Artes, Música e Produção Cultural, mas também por suas inter-relações.

Este relato aborda a produção de um plano de comunicação “SACOODindo: Plano Estratégico para integração plena do Setor de Artes, Comunicação e Design”, criado por estudantes de Relações Públicas do quarto período nas disciplinas de Planejamento Estratégico e Projeto Agência II, ministradas pelos Professores Doutores Camila Tavares e Vinicius Carrasco. A proposta de produção foi a seleção de uma instituição dentro da Universidade Federal do Paraná, na qual deveria ser feito o diagnóstico da organização, bem como o levantamento histórico, o organograma, o quadro de colaboradores, a análise de cenário, da instituição e de seus públicos. Foram propostas estratégias de Relações Públicas direcionadas aos públicos de interesse do plano (FORTES, 2003; FRANÇA, 2012). Assim, foram criadas ações a serem implementadas, com o cronograma operacional, recursos necessários e avaliação e monitoramento (KUNSCH, 2003).

Com a finalidade de abordar conceitos de planejamento, o papel da comunicação no contexto organizacional e detalhar etapas essenciais para esse processo, como diagnóstico, estratégias, execução, controle e avaliação (KUNSCH, 2003; FORTES, 2003), trazendo exemplos práticos da função e modelos de planos, projetos e programas de Relações Públicas, e desenvolvendo este conceito na prática ao realizar o desenvolvimento de um plano próprio dos alunos, utilizando a metodologia baseada em projetos e problemas além de pesquisa quanti e qualitativa e análise swot, suprimindo e atingindo os objetivos da ementa das disciplinas e de propor uma comunicação mais efetiva para a organização em questão.

Plano estratégico:

O diagnóstico baseado em pesquisa e análise do contexto organizacional permite a identificação de problemas e oportunidades de comunicação (KUNSCH, 2003). Durante a proposta, foi feita uma breve análise histórica sobre o Setor de Artes, Comunicação e Design, que um dia foi unificado geograficamente, com os três departamentos ocupando o campus da Reitoria da Universidade Federal do Paraná, e com o tempo foram divididos em três câmpus, departamento de Artes localizado no campus do Batel, Comunicação no campus do Juvevê e Design na Reitoria. Após, partiu-se para a análise estrutural, do organograma, criação de um quadro de colaboradores, análise de cenário externa e interna, análise da instituição e de seus públicos, análise de ações de integração já realizadas pelo setor e entrevistas com chefes de

departamento para melhor compreensão sobre a cultura organizacional de cada departamento (SCHEIN, 2009). O diagnóstico apontou que a maior problemática era a falta de integração causada pela distância física e culturas organizacionais diferentes. A partir daí, foi desenvolvido um plano comunicacional que previa a maior integração dos três departamentos, superando as barreiras geográficas e trabalhando em uma cultura de pertencimento de uma mesma comunidade.

Utilizando o evento como uma ferramenta de comunicação estratégica (KUNSCH, 2003), desenvolveu-se uma proposta com o objetivo de reconstrução de identidade e memória, partindo do significado de rito - conjunto de práticas repetidas que oferecem significado - tornando-se elemento formador da identidade cultural, fortalecendo espaços de convivência simbólica para construir sentidos compartilhados e fortalecer laços entre os públicos de interesse- docentes, discentes e técnicos. (BARBOSA; OLIVEIRA, 2024).

As ações a serem implementadas seriam três eventos com focos em públicos diferentes e ocupando espaços físicos distintos, para que não se prendessem a locais geográficos (KUNSCH, 2003). O primeiro evento seria o SACOD Pesquisa +, com o objetivo de integrar docentes e discentes dos três departamentos - Artes, Comunicação e Design - por meio de um dos pilares da UFPR: a pesquisa buscava divulgar e valorizar as produções científicas do setor. O local utilizado seria a quadra do Campus da Reitoria - campus onde fica o Departamento de Design - funcionaria como uma feira com cerca de 30 barracas onde os pesquisadores e suas equipes - bolsistas e voluntários - iriam expor banners e panfletos sobre seus trabalhos, promovendo uma rotatividade entre os participantes da feira, estimulando trocas, diálogos e novas parcerias interdisciplinares. E, como ato simbólico tradicional, seria o corte de fita para inauguração, na feira seria diferente com a amarração de uma fita simbolizando a união dos departamentos e o compromisso coletivo com a pesquisa, ressignificando esse ritual de abertura (BARBOSA; OLIVEIRA, 2024). O segundo evento, chamado “InterAção”, seria uma semana de oficinas protagonizadas pelos técnicos-administrativos do setor voltadas aos discentes, com o objetivo central de valorizar o papel dos técnicos dentro da UFPR, rompendo com as hierarquias tradicionais, reconhecendo seus saberes práticos e promovendo uma troca horizontal de conhecimento (KUNSCH, 2003). Seria realizado nas salas de aula do Campus Batel - onde se encontra o Departamento de Artes - ofertadas de 10 a 15 oficinas práticas ministradas pelos técnicos em suas áreas de competência. O último evento seria o SACOODindo, o qual leva o nome do plano

estratégico, e seria a festa de integração dos departamentos com o objetivo de promover a integração entre docentes, discentes, técnicos e terceirizados por meio de uma celebração artística e cultural, visando fortalecer o sentimento de pertencimento e reconhecimento mútuo entre os departamentos. Ocorreria na área externa do Campus do Juvevê - localizado no Departamento de Comunicação. Durante o evento ocorreriam exposições artísticas, show de talentos e música ao vivo realizados pelos próprios alunos. Também haveria food trucks e um coffee break para confraternização, além de uma cerimônia de abertura com homenagens a membros do setor - técnicos, docentes, alunos e terceirizados - que se destacaram em suas atuações. Assim, a realização desses eventos ocorreria de forma anual, criando uma tradição e um rito para o público de interesse dessas ações, construindo identidade e memória. (BARBOSA; OLIVEIRA, 2024)

A partir da criação desses eventos, foi elaborado um cronograma operacional detalhado de como cada um dos eventos funcionaria, trazendo o pré-evento, a organização para a realização do evento, a produção e acompanhamento da realização, o pós-evento, a análise dos resultados da equipe e do público impactado, o detalhamento das etapas a serem cumpridas com responsáveis designados e o período de execução de cada tarefa (CESCA, 2008).

Com esse cronograma operacional, a equipe que iria produzir o evento - os próprios alunos e docentes - saberiam o que fazer e teria controle sobre cada etapa. Ademais, foi elaborado um orçamento financeiro de cada evento, além dos recursos humanos e apoio institucional, com a criação de comissões organizadoras com voluntários, apoio administrativo da direção do setor e do Cerimonial da Universidade Federal do Paraná e uso das infraestruturas internas.

Como última etapa do plano SACOODindo, adotou-se uma abordagem para avaliação e monitoramento dos eventos, como indicadores pensando na adesão do público e nível de integração interdisciplinar para a feira, monitoria da diversidade temática e eficácia de troca de saberes entre técnico e alunos para a semana de oficinas, e para a festa, avaliação de sentimento de pertencimento e qualidade da organização (KUNSCH, 2003). Ademais, instrumentos de coleta de dados, por QR-code e e-mail por meio de formulário de feedback, e esses dados coletados serão discutidos em reuniões de avaliação para sempre ter melhorias contínuas, e elaborando relatórios administrativos. Assim, encerrando o ciclo de eventos e o plano.

Considerações finais

Tal experiência permitiu estudo sobre a práxis do planejamento estratégico e seus desdobramentos nas relações sociais do SACOD a partir de paradigmas e abordagens teóricas em Relações públicas e de Comunicação organizacional. A atividade permitiu relacionar teoria e prática, mesmo que propositiva, e lançar olhar para o universo complexo da Comunicação Organizacional dentro do ambiente acadêmico, suas nuances e diferentes públicos e formas de relacionamento. A proposta permitiu que o grupo se debruçasse sobre problemáticas encontradas no mercado e encontrassem respostas utilizando-se de metodologias que embasassem soluções para melhoria do ambiente analisado e suas relações sociais, permitindo mais eficiência em processos e nessa integração entre públicos. Para as estudantes em formação, a realização do trabalho foi um exercício prático que aproximou do mercado e do exercício profissional e foi um momento profícuo de aprendizado. A troca entre as alunas e a organização trouxe conhecimentos estratégicos no relacionamento com interações, escuta ativa, diálogo, participação e deliberação entre as partes, assim, contribuindo para alcançar o objetivo do setor sobre a temática de integração.

Referências

- BARBOSA, Juliana; OLIVEIRA, Ronaldo. *Eventos institucionais como ferramenta de integração simbólica*. Curitiba: Universidade Federal do Paraná, 2024.
- CESCA, Cleuza Gimenes. *Organização de eventos: manual para planejamento e execução*. 9. ed. São Paulo: Summus, 2008.
- FORTES, Waldyr Gutierrez. *Relações públicas: processo, funções, tecnologia e estratégias*. 2. ed. São Paulo: Summus, 2003.
- FRANÇA, Fábio. *Públicos: como identificá-los em uma nova visão estratégica*. 3. ed. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2012.
- KUNSCH, Margarida Maria Krohling. *Planejamento de relações públicas na comunicação integrada*. 4. ed. São Paulo: Summus, 2003.
- KUNSCH, Margarida Maria Krohling. *Comunicação organizacional: histórico, fundamentos e processos*. São Paulo: Saraiva, 2009.
- SCHEIN, Edgar H. *Cultura organizacional e liderança*. São Paulo: Atlas, 2009.