



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA  
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO  
COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL  
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

**PLANO DE COMUNICAÇÃO INTEGRADA PARA O CURSO DE GRADUAÇÃO  
EM COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL DA UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA**

ANA BEATRIZ MAGALHÃES

Memorial apresentado ao Curso de Comunicação Organizacional da Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social.

Brasília

2014

ANA BEATRIZ MAGALHÃES

PLANO DE COMUNICAÇÃO INTEGRADA PARA O CURSO DE GRADUAÇÃO EM  
COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL DA UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA

Memorial apresentado ao Curso de Comunicação Organizacional da Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social.

MEMBROS DA BANCA EXAMINADORA

---

Orientadora: Prof<sup>ª</sup>. Dr<sup>ª</sup>. Elen Cristina Gerales (FAC/UnB)

---

Prof. Dr. Tiago Quiroga Fausto Neto (FAC/UnB)

---

Prof<sup>ª</sup>. MSc. Luisa Guimarães Lima (FAC/UnB)

---

Prof. Esp.. Felipe Canova Gonçalves (FAC/UnB)

## RESUMO

Este memorial consiste no relato das motivações, justificativas e objetivos do desenvolvimento de um plano de comunicação integrada para o primeiro curso de graduação em Comunicação Organizacional do Brasil, oferecido desde 2010 pela Universidade de Brasília. Contém também uma breve trajetória da passagem da estudante pelo curso, com as contribuições de cada disciplina e um histórico da aquisição das habilidades e competências. Com o objetivo de consolidar e fortalecer a reputação e imagem do curso com os públicos-alvo, foram propostas sete ações de comunicação para serem executadas em curto e médio prazo, norteadas por uma análise de ambiente, uma análise SWOT e fundamentada por autores como Margarida Kunsch e Gaudêncio Torquato do Rego e por entrevistas semi-estruturadas realizadas com os coordenadores responsáveis pela criação e continuidade do curso de Comunicação Organizacional e dois coordenadores dos principais cursos de graduação em Jornalismo do Distrito Federal.

**Palavras-chave:** Comunicação Organizacional. Plano de Comunicação. Comunicação Integrada. Graduação.

## SUMÁRIO

<b>1.</b>	<b>BREVE TRAJETÓRIA EM UM CURSO NOVO.....</b>	<b>05</b>
<b>2.</b>	<b>PROJETO FINAL: DESAFIO DE HORA MARCADA.....</b>	<b>11</b>
<b>3.</b>	<b>E O FUTURO É UMA ASTRONAVE QUE TENTAMOS PILOTAR.....</b>	<b>15</b>
<b>4.</b>	<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>16</b>

## 1 BREVE TRAJETÓRIA EM UM CURSO NOVO

Ingressei, no segundo semestre de 2010, no curso de graduação em Comunicação Organizacional, na Universidade de Brasília. Entre as matérias obrigatórias do primeiro semestre estavam Ética, Legislação e Responsabilidade Social, Introdução ao Marketing, Linguagens da Comunicação, Introdução às Teorias da Comunicação e Introdução ao Planejamento. As disciplinas iniciais possuem cunho introdutório às principais competências indicadas ao profissional na área. Além destas, cursei a disciplina optativa de Introdução à atividade empresarial, oferecida pela Faculdade de Tecnologia, em parceria com o Sebrae. A disciplina possuía quatro módulos, com diferentes professores das áreas de Marketing, Consultoria Empresarial, Administração e Economia, com atividades realizadas em grupo de seis alunos, que deveriam apresentar um plano de negócio executável ao final do semestre, no qual foi apresentado um plano de negócio viável para a abertura de um restaurante. Todas as disciplinas foram cursadas integralmente e com aprovação. No mesmo semestre, em novembro, ingressei na área de marketing da agência júnior de audiovisual, Pupila Audiovisual, em que fiquei até março do ano seguinte, quando optei por emprego de carteira assinada como operadora de telemarketing na empresa CTIS.

Já no segundo semestre do curso, devido à rotina de trabalho de seis horas diárias, cursei apenas as disciplinas obrigatórias no período noturno. São elas: Linguagens da Comunicação, Metodologia de Pesquisa em Comunicação, Planejamento em Comunicação, Produção e Edição de Imagem e Som e Teorias da Comunicação Organizacional. Neste semestre, as disciplinas de Linguagens da Comunicação e Produção e Edição de Imagem e Som exigiam produtos de comunicação, que acabavam sendo realizados em horário contrário ao das aulas, devido à necessidade de utilização do Laboratório de Rádio e de Edição de vídeos. Com dificuldade em conciliar o trabalho no telemarketing, que não possuía relação com o curso de graduação, optei, no mês de maio, por sair da empresa e me dedicar exclusivamente às disciplinas.

No terceiro semestre, cursado a partir de agosto de 2011, ingressei nas disciplinas obrigatórias de Técnicas de Jornalismo Impresso e *On Line*, Planejamento Gráfico, Visual e Web, Gestão em Comunicação, Políticas de Comunicação e Sociedade e Cidadania. Com maior disponibilidade de tempo, foram incluídas na grade disciplinas optativas oferecidas pela Faculdade de Comunicação, entre elas Oficina de Produção de Artigos Científicos, Comunicação e Gênero e Tecnologia de Comunicação. Nas duas últimas disciplinas mencionadas, foram avaliadas pela entrega de artigos científicos como trabalhos finais. Para a

primeira disciplina, foi feito um artigo sobre o filme “O Retrato de Dorian Grey”, de Oliver Parker com Ben Barnes e Colin Firth, analisado pela perspectiva feminista e, já na segunda, foi realizada uma análise fílmica do longa *Metrópolis*, de Fritz Lang, com o objetivo de questionar as relações sociais em comparação ao avanço das tecnologias de comunicação.

No mesmo semestre, na disciplina de Técnicas de Jornalismo Impresso e *Online*, em parceria com a disciplina de Planejamento Gráfico, Visual e Web, a turma do terceiro semestre produziu a revista “Avante”, como produto final de avaliação das duas disciplinas. A primeira, ministrada pelo professor Fábio Pereira e, a segunda, pelos professores Luciano Mendes e Gabriela Freitas, que orientaram todo o processo de elaboração de projeto gráfico e editorial. Para a elaboração do projeto, os professores definiram a escolha de um comitê composto por oito alunos, do qual participei. O comitê desenvolveu o projeto com um cliente real, o GirArt, projeto de política pública que buscava a reabilitação e inserção social de jovens de baixa renda de Brasília e entorno. Após a elaboração do projeto, cinco alunos ficaram responsáveis por organizar as editorias propostas para a revista Avante, dois por acompanhar o processo do projeto gráfico e eu por representar o papel de “editora-chefe”. Nesse processo, desempenhei funções de contato com o cliente para elaboração de *briefing*, reuniões de pauta, acompanhamento da apuração, desenvolvimento das matérias e reportagens, a evolução do projeto gráfico, logo e identidade visual, além da editoração e impressão de quatro exemplares da revista para avaliação da responsável pelo projeto GirArt e para avaliação dos professores. Neste mesmo semestre, em outubro, ingressei na empresa Ruas Mercado Cultural, contratada com carteira assinada e rotina de seis horas diárias, na área de comunicação, com o cargo de auxiliar de comunicação em plataforma *web*. A empresa prestava serviço para o Sebrae, atualizando uma plataforma *online* de suporte às antigas *Lan Houses* de todo Brasil, em um projeto que visava modificar os planos de negócio para Pontos de Cultura, por meio de treinamentos específicos e captação de recursos. O suporte também era oferecido por meio das redes sociais Facebook e Twitter, além da realização de palestras e projetos presenciais em todo o país.

No quarto semestre cursei as disciplinas obrigatórias em Técnicas de Jornalismo em Rádio e TV, Instrumentos da Comunicação Organizacional, Planejamento e Gestão em *Marketing*, Criação em Comunicação e Publicidade. Também ingressei na disciplina de Tópicos Especiais em Comunicação Organizacional 1, oferecida pela professora Elen Geraldes, e, com mais oito alunos, realizei o lançamento dos livros *Casa dos Afetos*, de Cremilda Medina, e *O Cavaleiro da Terra de Ninguém*, de Sinval Medina, que ocorreu na Faculdade de Comunicação, em maio de 2012. Todo o evento de lançamento, divulgação para

a imprensa, redes sociais e a comunicação visual foram realizados pelo grupo, sob a orientação da professora. O lançamento ocorreu no dia 17 de maio, na Faculdade de Comunicação e no espaço Genaro Burger Jazz para o público externo.

Ainda no quarto semestre, a revista *Avante*, produzida no terceiro semestre, foi submetida ao prêmio Expocom do XIV Congresso de Ciências da Comunicação da Região Centro-Oeste. Entre março e abril, com a orientação do professor Fábio Pereira, escrevi o *paper* de submissão da revista ao congresso. Todos os alunos que cursaram a disciplina e participaram da criação da revista poderiam realizar a atividade. Viajei para Campo Grande, em junho, e apresentei o projeto de forma presencial, vencendo na categoria de Veículo de comunicação interna e/ou externa (avulso), na área de Relações Públicas, classificando-me para o Intercom nacional, que aconteceu em setembro do mesmo ano, em Fortaleza – CE. O trabalho foi apresentado presencialmente na Universidade de Fortaleza, onde a revista *Avante* competiu com outros quatro trabalhos vencedores da mesma categoria nas regiões Sudeste, Norte, Nordeste e Sul, e trouxe para o curso de Comunicação Organizacional o primeiro lugar no Prêmio Expocom Nacional 2012.

No quinto semestre, cursei as disciplinas obrigatórias de Roteiro, Produção e Direção Para Web, Vídeo e Cinema, Pesquisa em Opinião e Mercado, Planejamento e Gestão em Organizações Públicas, Privadas e do Terceiro Setor, além da disciplina optativa de Tópicos Especiais em Comunicação Organizacional, disponibilizada pela Faculdade de Comunicação, com o intuito de incluir os alunos na organização da III Conferência Brasileira de Mídia Cidadã. Compus a Comissão Organizadora, no grupo responsável pelas atividades culturais do evento, que aconteceu na Universidade de Brasília entre os dias 23 e 25 de setembro de 2012.

Antes, em agosto, ingressei como estagiária na empresa Objetiva Assessoria e Comunicação, para prestar serviços de assessoria de imprensa para clientes de diversas áreas de atuação, entre eles a Confederação Nacional da Pesca e Aquicultura - CNPA, com a qual atuei durante o período de um ano, divulgando as ações, projetos, eventos e serviços, participando de atividades no Distrito Federal e Rio de Janeiro, de forma presencial, e nos demais Estados por suporte *online*. Após dois meses de atuação, já atendia outras contas nas áreas de eventos culturais e gastronomia, realizando a elaboração de releases, criação de pautas, contato com jornalistas, acompanhamento de entrevistas, *clipping* e atendimento aos clientes.

No sexto semestre do curso de Comunicação Organizacional, frequentei as aulas das disciplinas obrigatórias de Formatação e Gerenciamento de Projetos em Comunicação,

Planejamento e Gestão em Web, Gestão Estratégica para a Sociedade e Avaliação em Projetos de Comunicação. Neste semestre em diante, não havia mais a necessidade de cursar disciplinas optativas, pois cursei cerca de sete anos de francês na rede pública de ensino, no Centro Interescolar de Línguas de Brasília, e pude solicitar a concessão automática de créditos pelo reconhecimento de estudos realizados em cursos de língua estrangeira, mediante equivalência entre certificados/diplomas obtidos e disciplinas oferecidas pelo departamento de Línguas Estrangeiras e Tradução. Ainda no sexto semestre, escrevi e diagramei com outros oito alunos e a professora Elen Geraldine, o capítulo “Evento: informação, cidadania e cultura”, para o livro “Jornalismo e literatura: As aventuras da memória”, que conta com mais 11 capítulos de autores como Cremilda Medina, Célia Maria Ladeira Mota e Leonardo Mota, Maria Jandyra Cavalcanti Cunha Dácio, Renault da Silva, Fábio Henrique Pereira, Zélia Leal Adghirni, Bruna Renata Cavalcante de Barros e Thais de Mendonça Jorge. O livro foi concluído em e-book e terá também versão impressa.

Em abril de 2013, sugeri a criação da área de gestão de mídias sociais na empresa Objetiva Assessoria e Comunicação, que deu início ao trabalho com a rede de supermercados brasileira Supermaia, atualmente ainda cliente nas áreas de mídias sociais e assessoria de imprensa da empresa. O Supermaia é uma empresa familiar, que conta com cerca de 15 lojas no Distrito Federal e não investia em mídias digitais até o início de 2013, quando propus um plano de comunicação para as redes sociais, em conjunto com o trabalho já realizado na assessoria e o setor de marketing, que já existia dentro da lógica da empresa para a veiculação de peças publicitárias e promoções factuais. Campanhas de datas comemorativas, comunicação institucional e valorização da equipe, por exemplo, foram assuntos que ganharam espaço nas redes sociais para funcionários e clientes, que a partir da implementação das redes passaram a contar com mais um canal de comunicação, que, diferentemente das peças publicitárias, de acordo com a estratégia, investia em assuntos descontraídos e voltados para o cotidiano do público. A partir da conquista deste primeiro cliente de mídias sociais, a empresa se estruturou com funcionários de *designer* e publicidade, que, atualmente, trabalham com soluções para mais de dez clientes. Em abril de 2013, a empresa me contratou como assessora de imprensa e gestora de mídias sociais em jornada de trabalho de 8h diárias. Em junho do mesmo ano, passei a atuar como coordenadora das equipes de assessoria de imprensa e mídias sociais e, atualmente, acompanho o trabalho de dois jornalistas, seis estagiários de jornalismo, publicidade e comunicação organizacional, além de um designer, que, juntos, atendemos cerca de 40 clientes fixos. Coordenei a comunicação de eventos culturais nacionais e internacionais, que exigiam planos de mídia e planejamento de



divulgação da assessoria de imprensa e redes sociais, com artistas internacionais como Elton John, Aerosmith e Whitesnake, Guns n' Roses, Paramore, Hillsong United, que aconteceu em São Paulo no Festival Promessas da Rede Globo, Federal Music, com DJs internacionais nas edições de 2012, 2013 e 2014. Além de eventos com artistas nacionais como Caetano Veloso, Maria Rita, Djavan, Zeca Pagodinho, Nando Reis, Lulu Santos, Preta Gil, Serjão Loroza e outros. No Distrito Federal, o ritmo sertanejo é muito difundido e a empresa atende à principal casa de shows deste estilo na cidade, o Villa Mix Brasília, junto à qual desenvolvo atividades de assessoria de imprensa desde a inauguração da casa em 2012. Já assessoriei shows de artistas como Jorge & Matheus, Chitãozinho & Xororó, César Menotti & Fabiano, Bruno & Marrone, Guilherme & Santiago, Gusttavo Lima, Lucas Lucco, Israel Novaes e grupos de outros estilos que se apresentam frequentemente no local, como Anitta, Naldo, Aviões do Forró e Banda Eva. Ainda no ritmo, a empresa oferece serviços de comunicação para artistas locais como Henrique & Ruan e Wagner Simão, trabalhando diretamente com a promoção da carreira dos artistas regional e nacionalmente.

Coordeno ainda a assessoria de imprensa e redes sociais para a área de gastronomia. Neste caso, além destas atividades, como o serviço é oferecido para restaurantes que, diferentemente do Supermaia, não contam com área de marketing, busco como diferencial para a empresa dar um suporte auxiliando na criação de promoções, eventos e anúncios em veículos especializados em gastronomia. Entre os restaurantes que a empresa atende, estão o Oliver, Parrilla Madrid, Baco Pizzaria, Babel, Bar do Alemão, Hostaria dei Saponi e outros. Trabalhei, também, para a franquia Sushiloko, que tem mais de 30 lojas em todo o Brasil e teve início em Brasília. O Sushiloko conta com equipe estruturada de marketing, que desenvolve ações em conjunto com a assessoria de imprensa.

Na área das redes sociais, minha contribuição para a empresa foi relacionada, na primeira etapa, à proposição do serviço para os clientes já fixos na assessoria de imprensa, ressaltando a importância de uma comunicação alinhada e estrategicamente posicionada em diversos canais de comunicação. Na segunda etapa, após termos, juntos, adquirido *expertise* para desenvolver a gestão de mídias sociais com maior estabilidade e segurança, começamos a oferecer este serviço em prospecção de novos clientes. Participei desde a etapa de cativação de novos e antigos clientes da assessoria, até o planejamento, criação de conteúdo, monitoramento e intervenção nas redes sociais. Atualmente a empresa conta com mais de 15 clientes estáveis com os quais desenvolvemos essas atividades diariamente.

Com base na disciplina do sexto semestre, Formatação e Gerenciamento de Projetos em Comunicação, ministrada pelas professoras Délcia Vidal e Denise Machado e inspirada na

disciplina Comunicação e Gênero, cursada no terceiro semestre, e em contato com os projetos da Confederação Nacional da Pesca e Aquicultura, com a qual trabalhei em 2012, escrevi, em 2014, o projeto “Mar de Mulheres”, para o Ministério da Pesca, que foi aprovado e executado em Goiânia, em março do mesmo ano. O projeto consistiu na valorização da mulher pescadora, por meio da exposição de um ensaio fotográfico realizado em colônias de pescadores do Rio de Janeiro. A exposição foi realizada na praça de eventos do Terminal Rodoviário de Goiânia e ainda tem possibilidade de ser realizada em outros Estados.

No sétimo semestre, cursei as disciplinas obrigatórias de Assessoria e Consultoria em Comunicação e o Pré-Projeto de TCC, além de ter recebido a inclusão da disciplina Tópicos Especiais em Comunicação Organizacional 4, referente à participação no livro “Jornalismo e literatura: As aventuras da memória”. Durante o pré-projeto de TCC, optei por criar um manual de comunicação para um dos clientes da empresa na qual trabalho, a rede de moda feminina e masculina Setemares, que conta com mais de oito franqueados no Brasil. O cliente não renovou contrato com a empresa, o que dificultou a realização do trabalho, devido à rotina de oito horas diárias e aulas à noite, que não se adequaram aos horários disponíveis do dono da empresa para o meu atendimento. Assim, desenvolvi o pré-projeto de TCC, que tinha por objetivo elucidar e compreender as expectativas do mercado de trabalho na área pública que ofereçam espaço de atuação para os primeiros profissionais graduados em Comunicação Organizacional. Sempre quis refletir sobre o curso e dar uma contribuição a ele: para mim, o projeto final seria esse momento.

De forma voluntária, prestei serviços de assessoria de imprensa em outubro de 2013 para o projeto Brincando e Criando, sediado em Minas Gerais, que atende gratuitamente crianças de 8 a 18 anos, em fase escolar, oferecendo aulas de teatro e música no período contrário das aulas. O grupo foi convidado a participar do 10º Festival Nacional de Teatro de Duque de Caxias, cidade do Rio de Janeiro em que passei a infância e onde parte da minha família ainda reside. Após a divulgação da participação do projeto no festival, a prefeitura da cidade de Espera Feliz, em Minas Gerais, tomou conhecimento e, atualmente, estimula e promove a participação do grupo em eventos de cultura no Estado de Minas Gerais.

Em 2014, no oitavo semestre, cursei a disciplina referente à elaboração do TCC e fui monitora da disciplina Técnicas de Jornalismo Impresso e *Online*, auxiliando os alunos e os professores que participaram da disciplina neste semestre. Durante este período, continuei trabalhando na Objetiva Assessoria e Comunicação por oito horas diárias.

Em março, desenvolvi uma atividade voluntária para o movimento “Somos todas Cláudias”, que surgiu após Cláudia Silva Ferreira, moradora do Morro da Congonha, no Rio

de Janeiro, ter sido baleada durante uma operação da Polícia Militar e ter sido colocada no porta-malas de uma viatura da polícia, que, durante o trajeto ao hospital, teve o compartimento aberto e Claudia ficou presa por um pedaço da roupa, sendo arrastada por cerca de 250 metros. O movimento, iniciado por mulheres negras residentes no Distrito Federal, realizou um ato de repúdio contra o racismo no dia 25 de março em marcha fúnebre na Rodoviária do Plano Piloto. Fiquei responsável pela divulgação do ato para a imprensa, que ganhou repercussão nacional em portais como G1 e R7, além da cobertura de TVs locais, sendo exibido no telejornal da Rede Globo, Bom Dia DF. Atualmente o movimento continua em campanha nas Redes Sociais e realiza reuniões frequentes, vinculadas ao movimento feminista e ao movimento negro no Distrito Federal.

Dois aspectos se destacam em minha trajetória no curso. O primeiro é viver um curso novo, em sua segunda turma, e estar fortemente sob o ethos da construção coletiva. Sentíamos, professores e estudantes, que cada matéria e cada trabalho ajudavam a construir esta história. Havia a dificuldade de falta de referências, de não se saber qual o resultado final, mas estava presente esta energia de construção.

Outro aspecto importante foi a minha condição de estudante trabalhadora, que a partir do quinto semestre passou a ser de trabalhadora estudante. As muitas horas de trabalho, os compromissos em todos os turnos do dia, o pouco tempo de sono, a baixa disponibilidade para frequentar a universidade durante o dia marcaram esse período. No entanto, tentei alimentar minhas práticas profissionais com as disciplinas cursadas e vividas em Comunicação Organizacional.

## **2 PROJETO FINAL: DESAFIO DE HORA MARCADA**

No mesmo mês de março, a professora e orientadora Elen Geraldês indicou que eu definisse as organizações públicas que seriam investigadas de acordo com o tema de pré-projeto de TCC. Os capítulos e leituras necessárias foram definidos, bem como o primeiro prazo de entrega do material. Não consegui cumpri-lo. No dia 03 de abril, a orientadora indicou que eu tomasse novos rumos e modificasse o TCC, com a sugestão de um produto em vez de uma monografia, no qual produzisse um Plano de Comunicação Integrada para o curso de graduação em Comunicação Organizacional. Eu aceitei e, a partir daí, dei início às entrevistas com o diretor da Faculdade de Comunicação, David Renault, com o coordenador de Comunicação Organizacional, Tiago Quiroga, e a ex-coordenadora Delcia Vidal, além dos coordenadores dos cursos de Comunicação Social das faculdades UniCEUB e Iesb, Henrique

Moreira e Daniella Goulart Rodrigues. As entrevistas semiestruturadas foram agendadas e realizadas em abril e no início do mês de maio.

Nos intervalos das entrevistas, fiz um breve levantamento histórico da Comunicação Organizacional no Brasil. Autores como Margarida Kunsch e Gaudêncio Torquato do Rego disponibilizam obras organizadas que contam de forma detalhada a evolução da área no Brasil, principalmente em São Paulo, cidade onde atuam de forma mais direta. Na sequência, fiz um levantamento de informações sobre a criação da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília, da década de 1960 até a criação do curso de Comunicação Organizacional, narrada em entrevista pelos professores David Renault, Délcia Vidal e Tiago Quiroga.

Em toda a bibliografia de histórico e mesmo na narrativa dos entrevistados, é evidente a relação do curso com a área de Relações Públicas e os contratempos que aconteceram entre os representantes das áreas com a criação do curso de Comunicação Organizacional. O assunto foi citado por mim, que, em pesquisa nos sites dos órgãos representativos dos profissionais de Relações Públicas, tive acesso a documentos referente à situação, percebendo assim, uma necessidade de abordar o assunto ao longo do planejamento.

Para desenvolver o trabalho, foi necessário agendar as entrevistas com os coordenadores para conseguir um primeiro panorama do cenário atual no qual o curso de Comunicação Organizacional foi criado. Primeiro, devido à disponibilidade de tempo, conversei com a professora Délcia Vidal, que comentou sobre os dois primeiros anos de atividade do curso, já com as primeiras turmas em aulas. Em seguida, conversei com o professor Tiago Quiroga, que trouxe uma abordagem voltada para a atual situação do curso e a problematização destes primeiros quatro anos e meio de existência. Com uma visão externa, ouvi o coordenador do curso de Jornalismo do Centro Universitário de Brasília - UniCEUB, o professor Henrique Moreira, que, em entrevista, deixou sua opinião quanto ao curso de Comunicação Organizacional, o mercado de trabalho, a visão dele sobre o curso de Relações Públicas e, ainda, pude identificar uma possibilidade de concorrência quando o professor comentou sobre a existência de projetos prontos para serem executados com a criação de um curso técnico em Comunicação Organizacional para o período noturno. O UniCEUB entrou há um ano na cartela de clientes da empresa que trabalho. Por meio das atividades que desenvolvemos na assessoria de imprensa, tenho um estreito relacionamento com a Assessoria de Comunicação do UniCEUB - ACC, na qual já trabalhei de forma interna por semanas. Lá, identifiquei alunos, ex-alunos e profissionais de fora, como eu, que contribuía de forma conjunta para a divulgação da instituição em diversos meios. A ACC, junto com a assessoria

externa que represento, é uma das responsáveis pela atual reputação e imagem do UniCEUB. Já no Instituto de Educação Superior de Brasília – Iesb, onde conversei com a coordenadora do curso de Jornalismo, professora Daniella Goulart, pude perceber na fala da professora um discurso voltado ao protecionismo do jornalismo, mas um reconhecimento das atividades de Relações Públicas e Comunicação Organizacional, identificados nas disciplinas e nos formatos de trabalhos divididos por módulos das disciplinas. Todas as entrevistas foram realizadas de acordo com a disponibilidade dos professores e a empresa na qual trabalho foi gentilmente flexível em conceder minha liberação para realizar todas as entrevistas em tempo hábil para o desenvolvimento do projeto.

A partir das entrevistas, com base na técnica de análise SWOT, versão disponibilizada por Philip Kotler, que sofreu adaptações para se encaixar no modelo de negócio sem fins lucrativos, foram definidos os pontos fortes e fracos e as ameaças e oportunidades que o curso de Comunicação Organizacional possuía. Neste processo de análises, também foram levados em consideração os contextos sociais, políticos e econômicos. Notei que a bibliografia consultada tanto na área de administração quanto na de comunicação forneciam modelos e dicas bem claras para organizações que visam ao lucro. O curso de Comunicação Organizacional, neste caso, não tem esse objetivo por estar sendo oferecido por uma universidade pública. Houve, então, um reajuste nas perguntas-chave para o levantamento de informações relevantes para o objetivo desta organização. Durante as entrevistas com os coordenadores da UnB, percebi que a preocupação com a aprovação do curso pelo Ministério da Educação foi extinta com sucesso, quando o curso obteve nota máxima na avaliação, mas que ainda havia a necessidade de um próximo passo, que está sendo construído com cautela e paciência: a consolidação da área de conhecimento em Comunicação Organizacional no Brasil.

Durante o processo das entrevistas semiestruturadas, foram surgindo dúvidas e indicações dos entrevistados para maior conhecimento do tema. Um dos nomes mais recorrentes foi o da professora Elizabeth Brandão, que gentilmente, respondeu aos meus e-mails com uma série de sugestões de leituras e uma orientação valiosa sobre autores e dicas de instituições de ensino e pesquisa que produzem materiais sobre Reputação Organizacional, que, a partir dali, tornava-se o ponto principal de preocupação do planejamento. Inicialmente foi levada em consideração a classificação dos públicos da instituição de acordo com Fábio França. Ao conhecer os públicos da organização, tornou-se mais lógico discernir ações de comunicação com maior chance de resultados dentro do planejamento.

Ao longo das leituras, entrevistas e até mesmo conversas informais, surgiam novos assuntos e possibilidades que pertenciam ao tema geral e poderiam ser incluídas no trabalho. A maior dificuldade encontrada foi discernir o que era realmente necessário abordar no trabalho do que não tinha tanta necessidade de ser mencionado. Com a biblioteca em greve, funcionando de segunda-feira à sexta-feira em horários restritos, não tive possibilidade de utilizar o espaço da forma como era necessário em virtude do choque de horário com o trabalho e tive de buscar bibliografia do curso em bibliotecas alternativas e, principalmente, sítios virtuais.

A primeira versão do trabalho abordou um breve histórico da Comunicação Organizacional no Brasil, o histórico da Faculdade de Comunicação até a criação do curso de Comunicação Organizacional, referencial teórico de autores da Administração, em virtude da análise SWOT, uma análise de ambiente, o levantamento de pontos fundamentais que surgiram ao longo das entrevistas com os coordenadores dos cursos de Comunicação Social e Organizacional, citação de autores com abordagens sobre comunicação integrada e reputação organizacional e, finalmente, sugestões de ações de comunicação integrada que contemplassem as indicações elucidadas pela bibliografia utilizada e estivessem de acordo com as análises de ambiente, as entrevistas e as possibilidades viáveis de realização das atividades.

Desenvolver um plano de comunicação ruim pode ser fatal. Um plano ruim é aquele feito sem a preocupação dos resultados e, principalmente, sem um objetivo relevante. É fundamental que o gasto de energia despendido para a execução de um plano, ainda mais no caso de uma instituição pública, seja utilizado de forma consciente e alinhada com os objetivos centrais da instituição. Por isso a importância dada aos contextos e à opinião dos professores, que ainda são ou já foram profissionais da área fora da academia, foi de extrema importância para fundamentar as ideias e justificar a possibilidade de execução das ações propostas. Essas, que já são utilizadas por outras instituições e se aplicam à realidade e, principalmente, podem auxiliar de forma direta na consolidação e no fortalecimento do primeiro curso de graduação em Comunicação Organizacional do País. Identificar os riscos e pontos negativos também faz parte do planejamento, o que, de certa forma, me deixou incrédula quanto à eficácia e à possibilidade de eu, mera aluna, propor ações que podem mudar a rotina da faculdade. Mas a possibilidade de dar certo se tornou a chave do processo.

### **3 E O FUTURO É UMA ASTRONAVE QUE TENTAMOS PILOTAR...**

Ao longo dos quatro anos de graduação, procurei sempre utilizar as experiências passadas em sala de aula, a análise de cada pesquisa, a opinião de cada autor e os conselhos dos professores como norte para o desenvolvimento das minhas atividades no mercado de trabalho. Em diversas situações a Universidade se mostrou como base sólida nos argumentos com clientes, como fonte criativa para empreender e até mesmo como parte do convencimento devido à credibilidade que a instituição impõe e, conseqüentemente, trago comigo na formação.

Em cada entrevista de emprego e com cada novo cliente, eu sempre fiz questão de dizer que sou estudante e aprendiz de Comunicação Organizacional. Por maior que fosse o estranhamento, era satisfatório ver a expressão de admiração e reconhecimento da relevância da área para as organizações em cada rosto. Sinto-me como uma célula, responsável por levar um pouquinho do assunto em cada canto em que eu estou. Ser da segunda turma de graduação em Comunicação Organizacional é, com certeza, um privilégio e um diferencial indiscutível. Não sou jornalista, não sou publicitária, sou comunicadora organizacional.

Entre as disciplinas que mais influenciaram o desenvolvimento das atividades que exerço atualmente estão as disciplinas de planejamento, de produção textual, de criatividade, a disciplina optativa de estudos de Gênero e, sem dúvida, a disciplina de Ética e responsabilidade social. No mercado de trabalho ou no voluntariado tive a chance de colocar, mesmo que de forma singela, minhas crenças por meio da comunicação. Fortalecer ideias, modificar cenários, contribuir de alguma forma para a melhoria de simples espaços é gratificante e age, em mim, como combustível para continuar.

A prática e a convivência com um mundo que não é ideal, que não é aquele para o qual planejamos nossos trabalhos em sala de aula, contribuem de forma significativa para as conclusões pessoais. Comunicar é lidar diretamente com pessoas e, com isso, inesperados tipos de reações. A teoria ajuda muito e embasa a experiência para evitar crises.

Após a etapa de graduação, pretendo buscar no mercado de trabalho novas experiências e contato com profissionais que continuem me possibilitando absorver conhecimento na área. Encontrei na assessoria de imprensa uma atividade que sinto prazer em realizar. Mas espero desbravar outras áreas da comunicação ao longo dessa jornada profissional e espero, ainda, sempre ter a chance de complementar com o aperfeiçoamento e aprofundamento acadêmico e contribuir de alguma forma para a Comunicação Organizacional.

## REFERÊNCIAS

FAUSTO Neto, Tiago Quiroga. **Tiago Quiroga Fausto Neto**: depoimento [abr. 2014]. Entrevistadora: Ana Beatriz Magalhães. Brasília: Universidade de Brasília, 2014. Gravação sonora. Entrevista concedida para o Trabalho de Conclusão de Curso.

KOTLER, Philip – **Administração de Marketing – 10ª Edição, 7ª reimpressão** – Tradução Bazán Tecnologia e Lingüística; revisão técnica Arão Sapiro. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Comunicação organizacional: histórico, fundamentos e processos, volume 1 / Margarida Krohling Kunsch, organizadora.** – São Paulo: Saraiva 2009.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada.** São Paulo: Summus, 2003.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Relações Públicas e modernidade: novos paradigmas na comunicação organizacional / Margarida Maria Krohling Kunsch.** – São Paulo : Summus, 1997. – (Coleção Novas buscas em comunicação; v.56).

MOREIRA, Manoel Henrique Tavares. **Manoel Henrique Tavares Moreira**: depoimento [abr. 2014]. Entrevistadora: Ana Beatriz Magalhães. Brasília: Centro Universitário de Brasília, 2014. Gravação sonora. Entrevista concedida para o Trabalho de Conclusão de Curso.

REGO, Francisco Gaudêncio Torquato do, 1945 – **Comunicação Empresarial, comunicação institucional: conceitos, estratégias, sistemas, estrutura, planejamento e técnicas / Francisco Gaudêncio Torquato do Rego.** – São Paulo: Summus, 1986. (Novas buscas em comunicação; v. 11).

RENAULT, David da Silva. **David Renault da Silva**: depoimento [abr. 2014]. Entrevistadora: Ana Beatriz Magalhães. Brasília: Universidade de Brasília, 2014. Gravação sonora. Entrevista concedida para o Trabalho de Conclusão de Curso.

RODRIGUES, Daniella. **Daniella Goulart Rodrigues**: depoimento [abr. 2014]. Entrevistadora: Ana Beatriz Magalhães. Brasília: Instituto de Educação Superior de Brasília, 2014. Gravação sonora. Entrevista concedida para o Trabalho de Conclusão de Curso.

VIDAL, Delcia Maria de Mattos. **Delcia Maria de Mattos Vidal**: depoimento [abr. 2014]. Entrevistadora: Ana Beatriz Magalhães. Brasília: Universidade de Brasília, 2014. Gravação sonora. Entrevista concedida para o Trabalho de Conclusão de Curso.