



7º CONGRESSO BRASILEIRO DE EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA



07 a 09 de setembro de 2016

A COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL COMO ESTRATÉGIA DE OTIMIZAÇÃO DAS AÇÕES EXTENSIONISTAS

Área temática: Comunicação

Nomes dos autores: Lívia Alessandra Campos Monteiro;

Carolina Machado Saraiva de Albuquerque Maranhão

Instituição: Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP)

Resumo: Este artigo apresenta a comunicação organizacional do Núcleo da Cátedra Unesco (*NuCat*) como proposta estratégica às ações extensionistas e como ferramenta indispensável na gestão empresarial. O planejamento de comunicação foi realizado através de uma metodologia que visa estruturar seu conceito empresarial, desenvolver a comunicação de cada programa do *NuCat* para a produção de conteúdo para a comunidade e produzir conteúdo para as mídias sociais do núcleo. O resultado buscado por nós é o estreitamento de vínculos entre a comunidade e os programas de extensão.

Palavras chave: extensão universitária; projeto de extensão; comunicação organizacional.

1. Introdução

A Cátedra Unesco: Mulheres, água, sustentabilidade é um projeto existente na Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP) desde 2006, oriundo de um acordo entre a Unesco e a UFOP. De acordo com o site do *NuCat*, o programa de Cátedras da Unesco tem como objetivo fornecer formação por meio do intercâmbio de conhecimentos e o espírito de solidariedade entre os países em desenvolvimento.

O intercâmbio de conhecimentos que se pretende difundir através desta Cátedra específica é associado à água, mulheres e sustentabilidade. Estes três pontos foram escolhidos pois dizem respeito às questões da pobreza e da equidade dos gêneros, prioridades da Unesco. Desta forma, a Cátedra visa “ser um Núcleo de Excelência que

ISBN: 978-85-93416-00-2

Realização:



Patrocínio:



Apoio:





7º CONGRESSO BRASILEIRO DE EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA



07 a 09 de setembro de 2016

valoriza as competências das mulheres, que preserve os recursos hídricos e que promova o desenvolvimento de forma sustentável”.

Desde sua fundação, a Cátedra buscou cumprir seu papel buscando disseminar princípios do desenvolvimento sustentável, empreendedorismo e a educação ambiental. Estes, foram inicialmente compartilhados por meio de palestras itinerantes sobre água e saúde nos bairros de Ouro Preto. Além disso, foram dados à comunidade diversos cursos de qualificação, criando assim o Programa de Capacitação Permanente da Cátedra, conhecido como “Qualificação 100 horas para senhoras”.

Em 2012, foi criado o Núcleo da Cátedra Unesco: Mulheres, água, sustentabilidade – *NuCat*, como expansão da Cátedra. O núcleo funciona como conselho consultivo da Cátedra, além de desenvolver dentro dela não só a extensão, mas também o ensino e a pesquisa.

Atualmente, três grandes programas existem dentro do *NuCat*: Administração em Ação, Antônio Pereira e 100 horas para Senhoras. Cada um deles possuem cinco projetos. Estes, desempenham objetivos relacionados ao desenvolvimento das necessidades específicas de alguns distritos de Ouro Preto e Mariana, como Antônio Pereira e Bento Rodrigues, um dos distritos de Mariana afetados pela queda da barragem da Samarco.

Recentemente, os professores responsáveis pelo *NuCat* identificaram a necessidade da implementação de um planejamento de comunicação e marketing no *NuCat*. Este plano veio como objetivo principal potencializar a divulgação dos cursos e oficinas oferecidos pelo *NuCat*, além de divulgar os próprios resultados e atividades dos programas do *NuCat* desenvolvidos pela comunidade.

A comunicação relativa à organizações, empresas e ONGs envolve vários campos da comunicação, como as relações públicas, o marketing e a publicidade. Da mesma forma, envolve a imagem interna e externa de uma organização, assim como será desenvolvido no *NuCat*.



7º CONGRESSO BRASILEIRO DE EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA

07 a 09 de setembro de 2016



Tal implementação pode ser justificado pela importância da estreita comunicação comunidade-extensão já que “ao lado da necessidade dos aportes científicos para a geração de conhecimentos orientada pela pesquisa, faz-se necessário olhar a extensão como prática social comunicativa”. (SUGAHARA, 2012, P. 167)

Assim, como prática social comunicativa, o projeto de extensão deve utilizar seu potencial comunicativo a favor da aproximação com seu público alvo e de seu próprio desenvolvimento. Desta forma, é possível utilizar a comunicação como ferramenta na gestão empresarial, gerando visibilidade ao *NuCat* na região em que o projeto atua.

2. Material e Metodologia

As necessidades iniciais evidenciadas pelos coordenadores do *NuCat* em relação a comunicação do núcleo estavam envolvidas em três pilares: 1. Estruturação do conceito empresarial do *NuCat*; 2. Controle da comunicação de cada programa do *NuCat* para a produção de conteúdo para a comunidade; 2. Criação, gestão e produção de conteúdo para as mídias sociais do núcleo.

É necessário evidenciar como os três tópicos são complementares e estão vinculados um ao outro para terem sucesso. O conceito e a imagem organizacional dependem de como a empresa é vista pela sociedade e pelos seus próprios membros. Estes, por sua vez, criam essa imagem em razão do que foi comunicado a elas por meio dos canais internos e externos de comunicação, o que nos permite concluir, como Sousa (2006) afirma, que:

A imagem, ou seja, a percepção pública da organização (dos seus colaboradores, produtos, serviços, marcas, etc.), depende, necessariamente, da comunicação que a organização estabelece com o exterior. Assim, é melhor que a informação seja planejada e sistemática do que ocasional e não planejada (SOUSA, 2006, p. 50)





7º CONGRESSO BRASILEIRO DE EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA



07 a 09 de setembro de 2016

Buscando essa informação planejada e sistemática, os três pilares evidenciados precisam estar alinhados um ao outro para o sucesso da comunicação integrada do *NuCat*, já que:

A forma como se comunica numa organização é, assim, uma variável fundamental para a emergência e mutação da cultura organizacional e do clima interno da organização. É, em consequência, um vector estruturante da identidade de qualquer organização, ou seja, *daquilo que ela é...* (SOUSA, 2006, P. 53)

Desta forma, vê-se necessário trabalhar cada pilar separadamente e em momentos distintos, contudo, com consciência de que o trabalho em cada pilar, influencia e depende do desenvolvimento dos demais.

1. Conceito Empresarial do *NuCat*

Para formar as diretrizes da comunicação integrada do *NuCat*, o passo inicial é compreender o *NuCat* como organização. Já que, de acordo com Maranhão e Motta:

...cada organização vai pensar, estruturar e avaliar o marketing conforme sua consciência sobre o que ele é, ou seja, o seu conceito vai variar conforme o contexto específico e a concepção dos executivos sobre a função principal da pesquisa de mercado, precificação, segmentação, desenvolvimento de produtos, entre inúmeras atividades de mercado. (MARANHÃO; MOTTA, 2009, p. 13)

Buscando isso, será feito estudos dos planos de cada projeto e programa incluso no *NuCat* e entrevistas com seus respectivos coordenadores, professores e bolsistas. Essas entrevistas devem explorar o histórico dos programas, suas funções, objetivos, importância, assim como sua relação dentro do programa das Cátedras. A partir daí, é possível ver como o programa se enxerga internamente.

Tal registro será produzido em forma de vídeo e texto. Ambos, servem como o material inicial para publicação nas redes sociais do *NuCat*, como Facebook e Youtube. Os mesmos servirão para atualização o site oficial, que atualmente não possui dados sobre cada programa incluído no Núcleo.



7º CONGRESSO BRASILEIRO DE EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA



07 a 09 de setembro de 2016

O resultado destes relatos será convertido em conteúdo institucional sobre a Cátedra, seus programas, suas funções sociais e demais temáticas que surjam como importantes para a definição do que é o *NuCat* perante à comunidade, seus próprios membros, sendo também um registro para o futuro da organização.

2. Controle da comunicação interna e externa

O controle e desenvolvimento de ferramentas para comunicação interna empresarial é de grande importância e tem muita influência no funcionamento, crescimento ou fracasso de uma empresa, já que:

Para coordenarem as suas atividades, para obterem informações necessárias ao seu desempenho, para perceberem qual é o clima interno, para se manterem a par do que muda, para alcançarem os seus objetivos pessoais, para prosperarem dentro de uma organização, os seus membros precisam de comunicar e precisam também de estar convencidos de que devem comunicar, o que, paradoxalmente, também só se consegue comunicando...” (SOUSA, 2006, p. 49)

Considerando isso, assim como a ausência de um regular instrumento de comunicação para todos os projetos e programas envolvidos no *NuCat*, uma auditoria de comunicação organizacional será realizada. Esta, tem como objetivo conhecer o funcionamento e rotina de cada programa do *NuCat* e diagnosticar suas redes de comunicação interna e externa, a fim de aprimorá-las.

Essa auditoria é realizada por meio do acompanhamento da coordenação e dos programas envolvidos no Núcleo. Seu diagnóstico é gerado através de análise e observação de reuniões internas e com a comunidade, questionários e entrevistas. Tais análises abordam substancialmente as rotinas de funcionamento, objetivos, dificuldades, impasses, necessidades comunicacionais, como cada programa se relaciona e comunica externamente com a comunidade e seu público alvo e ainda, algo muito necessário, as formas de comunicação interna entre membros.

O resultado desse acompanhamento será formulado por meio de um relatório que cria soluções e metas para os problemas de comunicação interna e externa do



7º CONGRESSO BRASILEIRO DE EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA



07 a 09 de setembro de 2016

NuCat. A comunicação interna atual e ideal são apresentadas num organigrama, instrumento que, de acordo com Sousa (2006):

...dá pistas para compreender os fluxos de informação formais que ocorrem, ou deveriam ocorrer, dentro das organizações. Porém, normalmente, as pessoas, dentro das organizações, encontram sempre canais alternativos de comunicação, estabelecendo estruturas para os fluxos de informação não coincidentes com o organigrama. Por isso, numa auditoria à comunicação organizacional deve comparar-se o organigrama com a estrutura formal e informal de trocas de informação dentro da organização e desta para o exterior, avaliando-se impacto (não necessariamente negativo) das estruturas paralelas de comunicação. (SOUSA, 2006, p. 52)

A identificação dos fluxos de informação formais e informais permitirão identificar de que forma atualmente são repassadas internamente as notícias e informações importantes dos programas do *NuCat*. As falhas desta comunicação interna serão solucionadas através do reordenamento dos canais de comunicação interno de cada programa, da coordenação do *NuCat* e de todos os envolvidos no projeto. Tal reordenamento será feito por sugestões de aplicativos, programas e redes sociais que facilitem a comunicação interna.

Outro canal de comunicação será acrescentado. Este, fazendo a ligação entre cada programa e os responsáveis pela comunicação organizacional do *NuCat*. Neste canal um representante de cada programa ficará responsável por pautar informações, dados, imagens e conteúdo para as redes sociais do *NuCat*. Por isso, esse canal é imprescindível para a otimização da comunicação externa.

As conversas com o público-alvo e participantes dos programas na comunidade resultarão num passo importante. A partir destas conversas, será definido os canais de comunicação com maior potencial de visibilidade ao *NuCat*. Afinal, de nada adianta criar canais de comunicação projeto-comunidade, se a comunidade não recebe esse conteúdo, sendo um exemplo do pesar que “...em muitas situações as universidades constituem um gueto na sociedade, ficando distanciada do conjunto social mais amplo e muito voltada para dentro de si mesma”.(SANTOS, 2014, P. 157).



7º CONGRESSO BRASILEIRO DE EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA

07 a 09 de setembro de 2016



3. Criação, gestão e produção de conteúdo para as mídias sociais do *NuCat*.

O Facebook do *NuCat* será a primeira mídia social do núcleo a ser criada. Isso porque ela foi a primeira evidenciada pelos coordenadores do *NuCat* como necessária para início imediato. Além disso, a rede social tem grande quantidade de membros, é acessível e permite interações e compartilhamento de informações, ideias, sendo, portanto, útil para os objetivos do *NuCat*.

O Facebook será inicialmente alimentado com os vídeos e informações obtidas nas entrevistas e conversas realizadas no momento de identificação do conceito e identidade do *NuCat* e de seus projetos. Outra fonte de informações para publicações iniciais do Facebook são as propostas, eventos, palestras, cursos e necessidades imediatas dos programas e projetos do *NuCat*.

Produtores externos de conteúdo, como parceiros do *NuCat*, também entram desde o início do gerenciamento do Facebook do *NuCat*. Tais conteúdos serão oriundos de órgãos como Proex, Capes, Cnpq, Fapemig, agências de fomento, Unesco e suas outras cátedras assim como outras universidades.

A partir do momento em que o canal de comunicação interno entre os programas e equipe de comunicação for iniciado, as pautas quinzenais dos programas serão organizadas e publicadas, de forma que cada projeto tenha um espaço semanal na página do Facebook.

Neste momento, um plano de publicações será desenvolvido. Nele, a quantidade de publicações diárias será planejada de acordo com várias análises. Os dias e horários melhores para publicações são primordiais, assim como o tipo de conteúdo que mais atraia os seguidores da página. Esse plano deve ser a cada dois meses revisado, considerando que as redes sociais têm mudanças rápidas e seus melhores horários, tipos de publicações e outros elementos modificam-se constantemente.

Juntamente com o momento de ajuste do plano de publicações do Facebook, outras redes sociais poderão ser implementadas, de acordo com a realidade, necessidade



7º CONGRESSO BRASILEIRO DE EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA



07 a 09 de setembro de 2016

e interação da comunidade envolvida nos programas. Inicialmente, Twitter, Instagram, LinkedIn são as demais redes sociais pensadas.

3. Resultados e Discussões

Espera-se que com a implementação da comunicação organizacional dentro do Núcleo da Cátedra Unesco – água, mulheres e sustentabilidade, organize-se melhor e cria uma cultura de compartilhamento interno das informações e repasses do núcleo, gerando dessa forma uma melhor comunicação, consciência interna do trabalho alheio e identificação conjunta do Núcleo, imprescindíveis para a boa gestão empresarial interna.

Dessa forma, pretende-se que esse processo molde, dentro de todos os membros do *NuCat*, a noção, compreensão do histórico, funções, objetivos e metas do *NuCat*, gerando assim a cultura organizacional, imprescindível para a consciência da identidade e construção da marca *NuCat* para todos os públicos.

Também deve ser evidenciado os benefícios que as mídias sociais trazem no relacionamento com a sociedade e especificamente público-alvo dos programas e projetos pertencentes ao *NuCat*, sendo uma valorização do projeto, aproximação e facilidade de comunicação com aqueles que precisam se comunicar, questionar e indagar o núcleo.

É necessário considerar que os planos aqui citados são iniciais de um projeto que deve existir enquanto o *NuCat* existir. Desta forma, durante todo o processo, a comunicação deve ser periodicamente revisada, a fim de constatar se a equipe de comunicação está atendendo os interesses e necessidades dos programas e do público alvo. Interesses estes que também são moldados de acordo com o tempo, desenvolvimento dos projetos e outros fatores.

4. Conclusão

A estruturação da comunicação organizacional é a um grande passo no desenvolvimento de um projeto de extensão. Tal comunicação, é algo essencial para difusão de informações de cursos, programas, sendo assim de grande auxílio aos



7º CONGRESSO BRASILEIRO DE EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA



07 a 09 de setembro de 2016

objetivos da Cátedra e à gestão empresarial. Isso evita que repita o padrão que vivemos já que “na atualidade, temos excesso de informação e insuficiência de organização, logo carência de conhecimento” (MORIN, 2003).

Só o fato de trazer conhecimento, a partir de um planejamento e um desejo de desenvolver a comunicação do projeto, já é parte de ações que podem auxiliar a universidade e os projetos de extensão a cumprirem, de acordo com Santos, seus papéis sociais:

...não como uma “boa ação” cidadã, mas como um conjunto de ações integradas e um processo acadêmico-científico, com rigor estrutural, padronização de conceitos e normas, metas a serem alcançadas a curto, médio e longo prazos, planejamento e avaliação de seus métodos, resultados e impactos sociais. (SANTOS, 2014, p. 156)

Considerando o rigor formal, a padronização e o planejamento e organização de métodos, é possível afirmar é possível estreitar os vínculos entre a comunidade e os programas de extensão. Garantindo, desta forma, o amadurecimento do projeto e de sua gestão empresarial, permitindo alcances maiores e mais eficientes na comunidade.

5. Referências

- MARANHÃO, Carolina Saraiva. MOTTA, Fernanda Vasconcelos. **A dimensão mítica da formação do profissional de marketing: 90% de inspiração e 10% de transpiração.** Revista Gestão Organizacional. 2009, v. 02, n. 1.
- MORIN, Edgar. **A comunicação pelo meio (teoria complexa da comunicação).** Revista FAMECOS, Porto Alegre, nº 20 Abr. 2003.
- SANTOS, Marcos Pereira dos. **Extensão Universitária: espaço de aprendizagem profissional e suas relações com o ensino e pesquisa na educação superior.** Revista Conexão UEPG. 2014, v. 11, n. 18, p. 154-163. Disponível em: <<http://www.revistas2.uepg.br/index.php/conexao/article/view/4547/3091>>. Acesso em: 13 abr. 2016.
- Sobre nós. **NuCat online: construindo competências.** Disponível em: <<http://www.nucatonline.com.br/sobre-nos>> Acesso em: 04 abr. 16.
- SOUSA, Jorge Pedro. **Elementos de Teoria e Pesquisa da Comunicação e dos Media.** Porto: Ed.Universidade Fernando Pessoa, 2006. Disponível em: <<http://www.bocc.uff.br/pag/sousa-jorge-pedro-elementos-teoria-pequisa-comunicacaomedia.pdf>> Acesso em: 30 mar. 16.
- SUGAHARA, Cibele Roberta. **A extensão universitária como ação socioeducativa.** Conexão UEPG, Ponta Grossa/PR, v. 8, n. 2, p. 164-169. 2012. Disponível em: <<http://www.revistas2.uepg.br/index.php/conexao/article/view/4548>> Acesso em: 29 mar. 16.

ISBN: 978-85-93416-00-2

Realização:



Patrocínio:



Apoio:

