



UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS
FACULDADE DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS - FAFICH
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

Disciplina: LABORATÓRIO DE PLANEJAMENTO DA COMUNICAÇÃO - AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO SOLIDÁRIA

Carga horária: 90 horas/aula

Créditos: 6

Código: COM334

Curso: Comunicação Social

Turma: MX

Período Letivo: 2º Semestre de 2016

Professor: Márcio Simeone Henriques

Estagiária Docente: Iasminny Cruz

Objetivo: Prática de planejamento da comunicação aplicado a instituições de qualquer natureza. Identificação, segmentação e classificação de públicos. Pesquisa e diagnóstico da comunicação. Formulação de planos, projetos, programas de relacionamento com os públicos. Formas de avaliação da efetividade das ações e dos instrumentos de comunicação.

Campo de práticas: planejamento de comunicação por meio de técnicas participativas

Ênfase: comunicação estratégica e relações públicas

O Laboratório Agência de Comunicação Solidária nasceu, em 2010, de uma parceria entre o Laboratório de Relações Plínio Carneiro – LARP e a Associação Imagem Comunitária – AIC. A Agência de Comunicação Solidária– ACS é um projeto originalmente concebido pela AIC, ONG sediada em Belo Horizonte/ MG, que tem como missão a promoção da cidadania e do desenvolvimento comunitário através da democratização dos meios de comunicação. Desde sua fundação, trabalhando em parceria com coletivos populares, entidades culturais e movimentos juvenis, a AIC atua nas áreas da comunicação comunitária e da educação midiática, desenvolvendo oficinas e pesquisas, produzindo programas de vídeo e rádio, prestando consultorias e assessorias voltadas para a inclusão de diferentes segmentos sociais no universo de produção e uso das comunicações. Desde a criação da ACS, em 2009, a Agência atendeu mais de 60 grupos comunitários da Grande BH e do interior de Minas Gerais. A proposta é contribuir para a sustentabilidade e para o fortalecimento institucional desses coletivos por meio da oferta gratuita de serviços de planejamento de comunicação e produção de peças e ações comunicativas. A partir de 2010, o projeto passou a contar com a parceria da UFMG, através do LARP, para o atendimento a demandas de ações mais amplas voltadas para o planejamento de comunicação para a mobilização social destes coletivos, o que deu sequência a outras atividades que já vinham sendo realizadas conjuntamente.

A realização dessas atividades tem contribuído para o fortalecimento de instituições e coletivos comunitários comprometidos com a promoção da cidadania e dos direitos humanos. As ações previstas no projeto colaboram para ampliar a visibilidade pública desses grupos, fomentando a construção de um reconhecimento e de uma legitimidade indispensáveis para potencializar o trabalho por eles desenvolvido. Ao mesmo tempo, contribuem para a formação de competências que auxiliam esses agentes nos processos de construção de parcerias e captação dos recursos, necessários para seu funcionamento.

O apoio da UFMG ao projeto da Agência de Comunicação Solidária significa investir no desenvolvimento de entidades que realizam trabalhos de destaque em diferentes áreas – arte, cultura, desenvolvimento comunitário, ambiental e social. São iniciativas que colaboram para a promoção da transformação social e para a construção de realidades mais justas na Grande BH. Acredita-se que esta interação UFMG/AIC proporciona uma potencialização do trabalho, assim como



UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS
FACULDADE DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS - FAFICH
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

uma reflexão acadêmica sobre este tipo de atividade. Além disso, a realização deste Laboratório pretende promover uma articulação entre as atividades de ensino e as atividades de extensão, especialmente aquelas ligadas à Comunicação para Mobilização Social, que são realizadas pelo DCS, através do LARP. Assim, esta atividade didática integra o Projeto de Ensino “Agência de Comunicação Solidária”. No 2.º semestre de 2016, o foco será o planejamento de comunicação dessas entidades, a ser realizado junto com eles, por meio da utilização de metodologias participativas. Também ocorre no âmbito de um Termo de Cooperação firmado entre a UFMG e a AIC.

Objetivos Gerais:

- Promover, junto a grupos e movimentos de caráter comunitário da Região Metropolitana de BH, um planejamento de comunicação com vistas à promoção de seu desenvolvimento institucional.
- Contribuir para a formação acadêmica de estudantes interessados em desenvolver atividades de planejamento de comunicação e de relações públicas voltadas para promoção da cidadania e para o fortalecimento de mobilização social.
- Realizar articulação com atividades de extensão realizadas pelo LARP.

Objetivos específicos:

- Prestar atendimento a demandas de coletivos populares e a instituições sem fins lucrativos, de caráter mobilizador, durante o 2.º semestre de 2016, organizando as suas necessidades de comunicação por meio de um planejamento participativo.

Metodologia:

A Agência de Comunicação Solidária realiza suas atividades segundo duas diretrizes fundamentais: formação e colaboração. A primeira refere-se à instituição de processos formativos para os próprios coletivos atendidos, de tal forma que possam se capacitar para atuação autônoma na área de comunicação. A segunda está ligada à participação dos próprios membros desses coletivos no processo de diagnóstico e formulação de estratégias comunicativas, de modo colaborativo. Ambas se concretizam não apenas nos momentos específicos de formação (encontros, oficinas e discussões) e de elaboração do plano de comunicação, mas também de forma indissociável, a cada momento do processo.

Todo o trabalho tem por fundamento o planejamento de comunicação em processos de mobilização social. Desta forma, o Laboratório trabalha no sentido de fundamentar a prática não apenas em conhecimentos teóricos sobre planejamento estratégico da comunicação e comunicação integrada, como também em conhecimentos sobre os processos de formação e movimentação de públicos em situações mobilizadoras (coletivização de causas sociais, vinculação dos públicos a causas e a projetos mobilizadores, fatores de identificação e estratégias comunicativas nos processos de mobilização social).

Além de uma metodologia específica voltada a processos de mobilização social, outro diferencial é a produção de um planejamento de comunicação de maneira coletiva. Para isso, utilizaremos a metodologia de mapeamento de públicos e qualificação de vínculos da mobilização social e ferramentas de diagnóstico participativo.

Neste trabalho, teremos os propositores da ação (no caso, os alunos) dialogando com os membros das entidades para chegar a um diagnóstico mais próximo possível do real. A construção participativa desse processo permite que os saberes dos propositores e coletivos dialoguem e que novos



UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS
FACULDADE DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS - FAFICH
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

conhecimentos sejam construídos juntos, sejam eles tanto um pensamento comunicativo mais estratégico por parte dos grupos comunitários como o enriquecimento de práticas profissionais por parte dos alunos.

Operacionalização:

- Divisão dos alunos matriculados em até quatro equipes de trabalho, para atendimento às demandas a serem definidas.
- Participação nos encontros semanais do Laboratório, onde serão trabalhadas as metodologias a serem utilizadas no processo de planejamento, bem como onde será feita a orientação aos alunos.
- Participação obrigatória em quatro encontros com os grupos comunitários para produção e apresentação do diagnóstico de comunicação.

Cronograma geral: -

- Fase 1 - 9/08 – 30/08 - Apresentação do Laboratório e Fundamentação teórica
- Fase 2 - 30/08 -11/10 - Preparação metodológica e Diagnóstico da Comunicação
- Fase 3 - 11/10 – 14/11 - Devolutiva e desenvolvimento do Programa de ações
- Fase 4 - 14/11 – 06/12 Estruturação e Apresentação do Plano de Comunicação

Mapa de avaliação do Laboratório:

Tarefa	Descrição	Pontos	Prazo
1	1.º Relatório Fase Exploratória	10	22/08/2016
2	2.º Relatório Metodologia	10	12/09/2016
3	1.º Encontro de Avaliação Individual	10	22/09/2016
	3.º Relatório: Quadro de Análise	20	11/10/2016
4	2.º Encontro de Avaliação Individual	10	11/10/2016
5	Plano de Comunicação (documento completo)	30	21/11/2016
6	Avaliação Geral	10	28/11/2016

Todos os documentos serão postados no MinhaUFMG, exceto os Encontros de Avaliação Individual, que ocorrerão presencialmente.

Critérios de avaliação para o desenvolvimento de projetos laboratoriais:

a) Eficiência e presteza no cumprimento de tarefas - Deve ser lembrada a condição estabelecida, que prevê expressamente a disponibilidade de trabalhos extraclasse (a carga horária do Laboratório para o aluno é de 90 horas, o que extrapola o seu período definido para os encontros de orientação), coerente com uma dinâmica de projetos laboratoriais. Considera-se também essencial a pontualidade no cumprimento dos prazos previstos e a pronta informação sobre todas as tarefas em andamento. Além disso, será avaliada também a forma como forem cumpridas as tarefas. O desempenho cotidiano de cada aluno estará sendo desde o início avaliado e deve espelhar-se na própria autoavaliação prevista.

(b) Integração nas equipes de trabalho - Considera-se a necessidade de uma interação permanente entre os alunos e os grupos que se formarem para as diversas tarefas. As questões devem ser discutidas dentro de um máximo espírito de respeito ao trabalho coletivo. O próprio aluno subsidiará o professor ao final do semestre para a avaliação do desempenho coletivo nas frentes de trabalho.



UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS
FACULDADE DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS - FAFICH
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

(c) Integração com os grupos e entidades da ACS – É de extrema importância que os alunos mantenham um relacionamento respeitoso com os integrantes dos grupos e entidades participantes do Laboratório, sabendo conduzir da melhor forma os processos participativos, valorizando os saberes de cada um, respeitando a história e trajetória dos grupos populares.

(c) Assiduidade - É indispensável frequência às reuniões do Laboratório.

(d) Espírito de iniciativa - Será considerada a capacidade demonstrada pelo aluno de propor iniciativas e desenvolver soluções, visando o bom andamento dos trabalhos (consultando sempre o professor orientador ou monitores). Os alunos devem se sentir encorajados a se atribuírem tarefas antes mesmo que o professor orientador o faça.

Para saber mais sobre o projeto Agência de Comunicação Solidária da AIC acesse <http://aic.org.br/acoes/agencia-de-comunicacao-solidaria/>.

Referências:

- Associação Imagem Comunitária (AIC): <http://www.aic.org.br/>
Rua Davi Campista, 247 - Floresta
Belo Horizonte / (31) 3272-7600

Contatos específicos da Agência na AIC:

Beatriz Bretas – bia@aic.org.br
Emanuela São Pedro – emanuela@aic.org.br
Contatos com o professor: simeone@ufmg.br
Contatos com a estagiária docente: iasminnytsacruz@gmail.com

Bibliografia básica:

ALBUQUERQUE, Adão Eunes. Planejamento das Relações Públicas. Porto Alegre: Sulina, 1983.
BARROS, Antonio; DUARTE, Jorge. Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação. São Paulo: Atlas, 2005.
CHILDS, Harwood L. O problema fundamental das Relações Públicas. In: _____. Relações públicas, propaganda e opinião pública. 2. ed. Rio de Janeiro: FGV, 1967. p. 16-26.
FORTES, Waldyr Gutierrez. Pesquisa institucional: diagnóstico organizacional para relações públicas. São Paulo: Loyola, 1990.
HENRIQUES, Márcio. Público não é alvo. Belo Horizonte, 1998.[mimeo].
HENRIQUES, Márcio. O Planejamento Sistêmico da Comunicação. Belo Horizonte, 1998[mimeo].
HENRIQUES, Márcio S. et al. Comunicação e Estratégias de Mobilização Social. 2. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.
KUNSCH, Margarida M. K. Planejamento das Relações Públicas na comunicação integrada. 4.ed. São Paulo, Summus, 2003.
FRANÇA, Fábio. Públicos – como identificá-los em uma nova visão estratégica. São Caetano do Sul / SP:Yendis Editora, 2004.
MONTGOMERY, C.; PORTER, M. Estratégia: a busca da vantagem competitiva. 3. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1998.
SIMÕES, Roberto Porto. Relações Públicas: função política. 3ª ed. São Paulo: Summus, 1995.
TORQUATO DO REGO, Francisco G. Comunicação empresarial/Comunicação Institucional. São Paulo, Summus, 1986.



UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS
FACULDADE DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS - FAFICH
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

Outras referências:

BARROS, Antonio; DUARTE, Jorge. Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação. São Paulo: Atlas, 2005.

FARIA, Andréa Alice da Cunha e NETO, Paulo Sérgio Ferreira. Ferramentas do diálogo – qualificando o uso das técnicas do DRP: diagnóstico rural participativo. Brasília: Ministério do Meio Ambiente; Instituto Internacional de Educação no Brasil, 2006.

HENRIQUES, Márcio S. et al. Comunicação e Estratégias de Mobilização Social. 2. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.

HENRIQUES, Márcio Simeone. Comunicação e mobilização social na prática de polícia comunitária. Belo Horizonte: Autêntica, 2010.

HENRIQUES e WERNECK, Márcio Simeone e Nisia Maria Duarte (org). Visões de Futuro: responsabilidade compartilhada e mobilização social: Autêntica, 2005.

KUNSCH, Margarida M. K. Planejamento das Relações Públicas na comunicação integrada. 4.ed. São Paulo, Summus, 2003.

LIMA, Rafaela Pereira (org). Mídias comunitárias, juventude e cidadania. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.

MAFRA, Rennan. Entre o espetáculo, a festa e a argumentação: mídia, comunicação estratégica e mobilização social. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.

SHIRKY, Clay A Cultura da Participação: criatividade e generosidade no mundo conectado. Rio de Janeiro, Zahar, 2011.

SHIRKY, Clay. Lá vem todo mundo: o poder de organizar sem organizações. Rio de Janeiro, Zahar, 2012.

TORO A., Jose Bernardo & WERNECK, Nisia Maria D. Mobilização Social: Um modo de construir a democracia e a participação. Brasília: Belo Horizonte: Autêntica, 2004.

VERDEJO, Miguel Expósito. Diagnóstico Rural Participativo – Um Guia Prático. Brasília: Ministério do Desenvolvimento Agrário – Secretaria da Agricultura Familiar, 2006.