



O FORTALECIMENTO DA MARCA E DA IMAGEM DO PROGRAMA CONEXÕES DE SABERES NA UNIVERSIDADE FEDERAL DO TOCANTINS

Ana Carolina Costa dos ANJOS¹
Celene Fidelis Frias FERREIRA²

Resumo:

O presente artigo retrata de forma teórica o conceito de comunicação dirigida e sua aplicabilidade no processo de (re)construção identitária e (re)afirmação imagética do Programa Conexões de Saberes na Universidade Federal do Tocantins, no ano de 2009. A adoção planejada de ações comunicativas desencadeou a criação e o desenvolvimento de instrumentos de comunicação dirigida, por alunos conexas, que resultou, efetivamente, na ampliação da visibilidade e no fortalecimento da marca perante a comunidade acadêmica e os vários públicos da instituição. Contribuindo, dessa forma, para a sua credibilidade e a adoção do programa como ação institucionalizada de extensão pela Pró-Reitoria de Extensão, Cultura e Assuntos Comunitários da UFT, garantindo assim, sua sustentabilidade.

Palavras-chave: Comunicação; Comunicação Dirigida; Conexões de Saberes

Introdução

A comunicação está presente em todas as formas de vida do planeta, entendendo que a significação do termo consiste simploriamente em troca de informações (sejam estas informações oriundas de linguagens verbal ou extra-verbal), sendo assim, a comunicação é imprescindível para sobrevivência. Como afirma Xifra-Heras (1974) apud Fortes (2002, p. 26);

¹ Aluna de graduação do curso de Comunicação Social/Jornalismo, da Universidade Federal do Tocantins e membro do grupo de pesquisa (CNPq) Jornalismo e Multimídia. Email: caroldosanjos23@gmail.com.

² Professora Assistente do Curso de Comunicação Social/Jornalismo da Universidade Federal do Tocantins. Mestre em Administração de Empresas pela Universidade de Franca e coordenadora geral do Programa Conexões de Saberes na Universidade Federal do Tocantins. Email: celeneff@uft.edu.br.

Alcar – Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia
I Encontro de História da Mídia da Região Norte
Universidade Federal do Tocantins – Palmas – outubro de 2010

[...] a necessidade de informação se torna cada vez mais notável, devido à sua crescente complexidade e ao aparecimento de fatos novos que colocam o homem num estado de desorientação, apenas superável com o conhecimento mais completo possível de seu ambiente e de seus semelhantes.

Desta maneira a ausência da troca de informações suscita no indivíduo e nos grupos inquietações e incertezas que só podem ser supridas por uma informação exata e rápida. Para proporcionar a difusão de informações com eficácia e eficiência torna-se indispensável elaborar uma comunicação dirigida.

A elaboração de uma comunicação dirigida requer o conhecimento prévio do público (ou do grupo que se pretende transformar em público). Sendo assim, se formula uma comunicação estratégica elaborada perante um trabalho sistemático e integrado as Relações Públicas junto à “construção da responsabilidade histórica como instrumento valorativo dos relacionamentos”³.

Este artigo descreve como o Grupo de Trabalho Comunicação & Imagem resgatou e formulou a identidade e imagem do Programa Conexões de Saberes dentro da Universidade Federal do Tocantins, através da comunicação dirigida.

O PCS na Universidade Federal do Tocantins

Na Universidade Federal do Tocantins (UFT), desde 01 de junho de 2006, o programa vem atuando em ações de acesso e permanência de estudantes de origem popular na instituição e promovendo o estreitamento das relações com a comunidade não acadêmica. Contudo, o diálogo do programa com a comunidade acadêmica, ou seja, neste caso com o público interno (conexistas e professores-coordenadores) e misto (alunos não-conexistas, funcionários da instituição e corpo docente) não estava acontecendo de forma eficiente. Por isto, fez necessário o desenvolvimento de ações de comunicação dirigida a fim de resgatar a história do programa, (re)construir e (re)afirmar a identidade junto à comunidade acadêmica da UFT.

As ações do Programa Conexões dos Saberes se deram através de atividades desenvolvidas pelos Grupos de Trabalho (GTs) em comunidades dos setores Aurenny e

³ BARROS, André; KUDO, Juliana; LIMA. **Comunicação Dirigida: Estratégias para a Excelência na Comunicação**. Londrina, 2008.

Alcar – Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia
I Encontro de História da Mídia da Região Norte
Universidade Federal do Tocantins – Palmas – outubro de 2010

Santa Bárbara e em escolas da rede de ensino público municipal (onde foram ofertadas oficinas de produção textual, artes cênicas, produção de ferramentas de comunicação alternativa e educação alimentar). Além de visitas às comunidades das ARNOS (Área Residencial Noroeste), realização de pesquisa socioeconômica com calouros da UFT e bolsistas do PCS, organização de seminário.

O PCS proporciona aos conexas a possibilidade de publicações, pois o resultado final das ações desenvolvidas é a elaboração de memoriais (relato dos alunos sobre suas atividades e experiências pessoais) e artigos científicos. Na UFT nos anos de 2007 e 2008 o PCS publicou oito artigos científicos com os seguintes títulos e temas:

- “Diferenças e desigualdades sociais no acesso à universidade na UFT-Campus de Palmas”. Uma análise das dificuldades de acesso à universidade enfrentada pelos candidatos de nível socioeconômico baixo.
- “Algumas reflexões sobre educação, tecnologia e as novas formas de exclusão”. Trata-se da convergência tecnológica surgida e desenvolvida no seio da sociedade informacional.
- “Memória oral e cotidiano: um estudo da comunidade do bairro Aurenay III do município de Palmas”. Uma análise do cotidiano e a história da comunidade do bairro citado através do meio da memória oral.
- “Desigualdade e diferença de gênero e etnia na UFT: elementos básicos para uma discussão”. O artigo teve como objeto de análise a percepção de estudantes universitários sobre a temática em discussão.
- “Ensaio sobre políticas de educação alimentar e nutricional em comunidades: ações desenvolvidas em Palmas”. Projeto de Educação alimentar que foi elaborado a partir da soma de três ensaios em torno do tema Educação Alimentar e Nutricional.
- “Combatendo a exclusão com novas formas de comunicação”. Elaborado como relato da experiência de extensão de comunicação comunitária na comunidade Santa Bárbara. Elucidando como este gênero de comunicação contribuiu para o fortalecimento da coesão social dos membros desta comunidade.
- “Iniciativas públicas e inclusão: uma realidade a ser conquistada”. O artigo aborda de forma comparativa os problemas de inclusão digital nas escolas municipais da rede pública em Palmas.
- “Realidade Indígena: um estudo da situação dos alunos indígenas da Universidade Federal do Tocantins”. O artigo discute sobre a vivência acadêmica e a cosmovisão cultural dos alunos indígenas na UFT e propõe uma reflexão a cerca da sociedade informacional e de suas implicações políticas e culturais.

Alcar – Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia
I Encontro de História da Mídia da Região Norte
Universidade Federal do Tocantins – Palmas – outubro de 2010

Outra forma de publicação é a coleção “Caminhadas de Universitários de Origem Popular”, na qual um conjunto de trabalhos acadêmicos desenvolvidos por bolsistas das Instituições Federais de Ensino Superior que participam do PCS tem suas produções publicadas. A proposta deste veículo é dar visibilidade a uma parcela da população - colocando-a como sujeito na sociedade. Suscitando, deste modo, subsídios para a elaboração de políticas públicas que contemple a este público.

Comunicação Organizacional

A comunicação organizacional é um processo relacional entre indivíduos cuja possibilidade interferência é real, como elucida Kunsch (2003, p. 73); “percebemos que elas sofrem interferências e condicionamentos variados, dentro de uma complexidade difícil até de se diagnosticada”. Por isso, deve-se analisar a comunicação no interior das organizações e entre ela e seus públicos, como afirma Brandão, (2009). A comunicação organizacional;

[...] tem como objetivo primeiro o mercado, visando atingir os diversos públicos das corporações com o intuito de vender – seja uma imagem, seja um produto, seja uma idéia, seja uma fé – e obter lucro financeiro, pessoal, em status ou poder. Para isso, utilizar-se-á de todo o arsenal de instrumentos e tecnologias de comunicação de massa, de grupo e interpessoal, complementando com técnicas de pesquisas diversas [...] bem como de todo o conjunto de conhecimentos e técnicas das áreas de Marketing e de Comunicação Organizacional. (BRANDÃO, 2009, p. 3)

A característica principal é a de criar vínculos com os diversos públicos que determinada organização atende de maneira a construir uma imagem favorável a esses públicos, segundo Brandão (2007, p.1).

Comunicação Dirigida

A fim de conceituar o termo Gutierrez Fortes (2003, p 239), cita Andrade (1993, p.34), que explica a comunicação dirigida, pois com a comunicação dirigida tem-se “a finalidade de transmitir, conduzir e algumas vezes recuperar informações para estabelecer comunicação limitada, orientada e freqüente com selecionado número de

Alcar – Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia
I Encontro de História da Mídia da Região Norte
Universidade Federal do Tocantins – Palmas – outubro de 2010

pessoas homogêneas e conhecidas”. Representa um alvo exato para dirigir as mensagens, de forma que tem-se o controle integral do emissor do canal e, singularmente, do depositário da informação (grupo que se almeja converter em público).

O advento da comunicação dirigida requer segundo Montinho (2000), a preexistência de públicos. Para que a comunicação ocorra de forma efetiva a cada público é necessário um estudo psicossociológico, no qual o profissional de relações públicas formula estrategicamente o relacionamento com os públicos específicos, através da comunicação dirigida.

O termo que se propõem explicar a respeito não é uma nova área que se começa estudar agora, todavia, é um campo da Comunicação cuja importância só atualmente esta sendo reconhecida, como afirma Ferreira (1999). Segundo o presente autor esta forma de comunicação sempre foi empregada pelo profissional de Relações Públicas a fim de formar e orientar o “público-alvo-objeto de sua atividade”.

Assim ao conceituar o termo Ferreira (1999, p.73), afirma que a comunicação dirigida consiste na “elaboração da mensagem eficiente, eficaz e apta a produzir os efeitos desejados no público receptor”. Para disseminação desta mensagem planejada e estruturada é preciso escolher corretamente o veículo, de modo que se obtenha mais rápido o *feed-back*.

A conceituação do termo público para o autor Fábio França (2003), consiste na idéia de filosofia de relacionamentos. Subdividindo-se em tese em três categorias interno; externo e misto. Segundo Andrade (1989) apud França (2003), o conceito de público perpassa pelo enfoque de grupos com interesses comuns. Seguindo esta óptica não se deve desnortear-se e confundir público com massa, multidão, comunidade e até humanidade, trata-se de um grupo com interesse(s) comum(ns).

Todavia, o termo (público), pode ser interpretado como um grupo de pessoas envolvidas em determinados assuntos. Para ilustrar a significação do termo Fábio França (2003), recorre ao conceito do Dicionário de Houaiss (2001, p. 2330), no qual, em um sentido mais restrito, público se delimitaria as seguintes características: 1)

Alcar – Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia
I Encontro de História da Mídia da Região Norte
Universidade Federal do Tocantins – Palmas – outubro de 2010

conjunto de pessoas que lêem, vem e ouvem uma obra literária, dramática, etc. 2)
conjunto de pessoas que assistem efetivamente a um espetáculo, reunião musical. 3)
conjunto de pessoas as quais se destina uma mensagem artística, jornalística.

Ainda seguindo esta óptica psicossociológica conceitua-se público como;

Agrupamento espontâneo de pessoas adultas e/ou grupos sociais organizados, com ou sem contigüidade física, com abundância de informações analisando uma controvérsia, com atitudes e opiniões múltiplas, quanto à soluções ou medidas a serem tomadas perante ela, com ampla oportunidade de discussão, e acompanhado ou participando do debate geral por meio da integração pessoal ou dos veículos de comunicação, à procura de uma atitude comum, expressa em uma decisão ou opinião coletiva, que permitirá a ação conjugada (ANDRADE, 1989, p. 41 apud FRANÇA, 2003, p. 3).

Ao fundamentar sua pesquisa a respeito da conceituação do termo público França (2003) recorre a Grunig (1983, p. 139), com a finalidade de definir as três condições para existência de público que seriam: “a) Que enfrente um mesmo problema; b) Que reconheça a existência do problema; c) Que se organize para fazer alguma coisa sobre o problema. Sob esta perspectiva Grunig (1983) apud França (2003, p. 4), estabelece a existência de quatro tipos de públicos:

- a) O não público - o grupo ao qual não se aplicam as três condições citadas para a constituição de um público. Diante de um não público a empresa não exerce influência sobre ele, nem ele sobre a empresa;
- b) Público latente - quando os membros de um grupo enfrentam um problema similar resultante da organização, mas não detectam;
- c) Público consciente - quando o grupo reconhece o problema; e
- d) Público ativo – quando o grupo se organiza para discutir o problema e fizer alguma coisa a respeito dele.

A Comunicação Dirigida aplicada pelos conexas

O projeto para o PCS, no ano de 2009, sob a coordenação da professora Celene Fidelis, visava o resgate da história, imagem e identidade do programa dentro da UFT como também nas instituições, nas quais desenvolveu alguma atividade. Para isso, foram criados três Grupos de Trabalho; Administração, Planejamento Estratégico e Comunicação e Imagem. Neste artigo falaremos especificamente do G.T. Comunicação e Imagem.

O Grupo de Trabalho Comunicação e Imagem foi responsável por todas as informações relacionadas à comunicação e divulgação do Programa Conexões de Saberes dentro da Universidade Federal do Tocantins. As reuniões aconteceram sempre às segundas-feiras, das 14h às 15h e às quartas-feiras, das 16h30 às 17h30, na sala do Programa Conexões de Saberes.

O grupo contou com a participação de sete alunos de diferentes cursos (Comunicação Social, Ciências da Computação e Engenharia de Alimentos), que desenvolveram todo material jornalístico (blog e *press-release*) e publicitário (logomarca, cartazes, panfleto e cartilha) de acordo com as demandas do programa. Todo material foi elaborado sob a coordenação e orientação da professora. Dra. Liana Vidigal Rocha.

Outro objetivo do GT foi o de elaborar um artigo científico, cujo conteúdo relatasse as experiências dos alunos dentro do grupo, além de explicar a sua efetiva participação na elaboração das estratégias de divulgação do PCS.

Produtos desenvolvidos pelo Grupo de Trabalho: Comunicação & Imagem

O GT, por se propor a trabalhar a construção e o fortalecimento da imagem do PCS dentro da UFT, entendeu que a forma para divulgação deveria ser a comunicação dirigida. As ferramentas escolhidas para alcançar os públicos alvos (alunos conexas de outros GTs, alunos não conexas, professores coordenadores do PCS, corpo docente não participante do PCS e funcionários da UFT) eram o blog, o panfleto, a cartilha e o cartaz.

Alcar – Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia
I Encontro de História da Mídia da Região Norte
Universidade Federal do Tocantins – Palmas – outubro de 2010

A seguir os alunos conexas do GT narram suas experiências no PCS e também como se deu a confecção das ferramentas de comunicação utilizadas para criar e fortalecer a imagem do PCS dentro da UFT.

Geame Fialho da Costa:

O meu papel dentro do PCS nessa fase creio que foi bastante útil. Na tentativa de escrever textos que permitiriam ao leitor conhecer melhor o que esse programa significa. Foi realizado primeiramente um trabalho de pesquisa e leitura de textos pesquisados por colegas, também do Conexões, a partir desse material pude ter um fio condutor para escrever os textos. Como o meu curso está diretamente ligado ao meu trabalho neste G.T. me ajudou bastante no próprio curso, comunicação social-jornalismo. Ver o meu trabalho e dos meus colegas como cartilha, blog, cartaz é uma sensação de conquista de acreditar que todos somos capazes. Trabalhar no Programa Conexões de Saberes foi e está sendo muito prazeroso. Ter uma atividade, uma ocupação e junto à isso uma remuneração que me ajudou muito permanecer na universidade e muito satisfatório. Fez com que eu me interessasse mais com assuntos da universidade. Pois até saber da existência desse programa e eu não tinha nem dimensão da sua importância.

Thiago Cabral Borges:

Na primeira reunião do GT ocorreu a divisão de tarefas, onde recebi a função de criar um blog e deixá-lo com uma aparência mais apresentável. Foi uma surpresa, não imaginava que minhas funções me dariam tamanha satisfação. Com a popularização do blog, a facilidade de implementação e publicar, além de sua utilização por milhões de pessoas para assuntos profissionais, tornou-se bastante viável a sua utilização para suprir as necessidades do Conexões. A facilidade de se manipular um blog é considerável, mas meus conhecimentos sobre o assunto quase não existiam. Isso dificultou bastante meu trabalho ao longo das semanas, porém, não o suficiente para atrapalhar meu desenvolvimento, pois o compromisso com o Conexões me motivavam cada vez mais. Inicialmente o blog do PCS tinha um layout padrão do Blogger. O fato de ocorrer duas reuniões por semana me possibilitava sempre ter a certeza do deveria realizar. Por isso a cada reunião apresentava melhorias, pedia mais opiniões e ajuda. Durante algum tempo o layout do blog continuou sendo um padrão com algumas alterações feitas nos primeiros meses. Para obter um blog com uma boa aparência precisei estudar muito conteúdos desconhecidos, isso acabou me ajudando no curso, pois já adiantou conhecimentos necessários que eu deveria obter sozinho. A união e ajuda dos membros do GT foi essencial para o desenvolvimento de minhas obrigações, pois a o grupo consegue transmitir a motivação que cada pessoa necessita para sempre realizar o seu melhor superando suas limitações. Os conhecimentos obtidos no Conexões, me proporcionou um desenvolvimento necessário em minha carreira

Alcar – Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia
I Encontro de História da Mídia da Região Norte
Universidade Federal do Tocantins – Palmas – outubro de 2010

profissional, além de concluir o objetivo de fornecer ao blog um layout com uma boa aparência. Por me ajudar de tantas maneiras o Programa Conexões de Saberes se tornou de suma importância em minha vida, trazendo-me conhecimento, motivação e novas experiências.

Ana Carolina Costa dos Anjos

No GT De Comunicação tive a oportunidade de aprender a escrever matérias jornalísticas sob orientação da prof. Dr^a Liana Vidigal para postagem no blog do PCS, e também textos para cartilha, ou seja, ambos enquadram-se em gêneros jornalísticos (jornalismo *online* e material institucional-publicitário, respectivamente), os quais não tinha respaldo teórico para produzir. A proposta do GT era resgatar a história do PCS na UFT, então tivemos que fazer várias entrevistas com ex-conexista, ex-coordenadores e conexas com mais de um ano de contribuição. Ao conversar com estas pessoas compreendi que os ideais de uma sociedade melhor realmente não morreram com o ano de 1968. E continuam perpassando fenomenologicamente pelos corredores das IFES, através de sujeitos que acreditam na humanização do ensino e do pressuposto empírico-popular para a produção de conhecimento científico.

Liliane Coelho de Carvalho

No início de 2009, uma nova coordenação assumiu o Programa Conexões de Saberes, com objetivos que logo me interessaram. Estava no programa há um ano e três meses desenvolvendo trabalhos de extensão na comunidade de Palmas. O programa foi implantado em 2006 na UFT, no entanto era pouco conhecido pela comunidade acadêmica. Observando isto, a nova gestão decidiu desenvolver um trabalho diferente dos que foram desenvolvidos em outras gestões. Optou-se, então por não desenvolver trabalhos de extensão, mas voltados para a divulgação do programa nos sete *Campi* da UFT.

Foram criados 3 grupos de trabalho, Administração e Organização, Planejamento Participativo e Comunicação e Imagem. No final de março tivemos a primeira reunião geral com os novos bolsistas, neste dia foi decidido os participantes de cada grupo. Fiquei indecisa em qual grupo ia ingressar, em reuniões anteriores tinha comentado que iria participar do grupo de Administração e Organização, mas pensei melhor e resolvi arriscar e ir em busca de coisas novas, escolhi o de Comunicação e Imagem. Confesso que sair de lá pensando “onde tinha me enfiado”, uma estudante de engenharia de alimentos participando de uma GT de comunicação e imagem.

No dia seguinte tivemos a primeira reunião, percebi que assim como eu os meus colegas que não eram da área da comunicação estavam apreensivos, quanto ao trabalho que desenvolveriam no GT. Fiquei tranquila quando a coordenadora explicou o que ela queria de cada um e quais eram as metas do GT. Eu e a Jordânia ficamos com a tarefa de coletar dados e passar para os outros conexas.

Alcar – Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia
I Encontro de História da Mídia da Região Norte
Universidade Federal do Tocantins – Palmas – outubro de 2010

Nossas reuniões eram realizadas duas vezes na semana, nas quais nos eram passadas tarefas. Acho que esse foi um dos motivos que fez com que o GT se desenvolvesse tão bem. Tínhamos que cumprir as tarefas e sabíamos que para dar certo tínhamos que nos dedicar ao PCS. É importante salientar, que desde o início houve uma troca de conhecimento e que todos cooperavam para que o resultado alcançado fosse o melhor. Com certeza essa foi a maior prova que o GT estava mesmo “com a cara do PCS”, já que a conexão, é isso, e a troca de saberes estava sendo desenvolvida. Juntos criamos: um blog, cartazes e panfletos e a cartilha.

Apreendi muito com o meu GT e com o PCS, quando foi apresentado essa nova etapa a primeira coisa que me veio a cabeça foi realizar um ótimo trabalho, já que esse seria o minha última participação no conexões e gostaria de deixar algo bom no programa (o programa estava previsto para acabar em julho de 2009). Não sei se as tarefas desenvolvidas por mim supriram as expectativas do meu GT, pois olhando para trás percebo que em alguns momentos poderia ter feito melhor. Todavia, termino esse trabalho com a certeza de que tudo que aconteceu fez bem para a minha vida em todos aspectos. E tenho a certeza que fiz a escolha certa quando resolvi participar desse GT. Valeu à pena!!!!

Jordânia Negreiros Mota

O objetivo do PCS em 2009/1 era divulgar-lo na UFT, para isto os conexas se dividiram em três G.Ts, o que mais chamou minha atenção foi o GT de Comunicação e Imagem, pois era algo novo, e sempre busquei fazer coisas diferentes.

Sendo estudante de engenharia de alimentos, que gosta de cálculo, estatística, etc., fiquei nervosa por alguns momentos por pensar que poderia ter que produzir textos. Mas, isso passou logo na primeira reunião que aconteceu no dia primeiro de abril. Nela foram expostas as propostas e metas do grupo, além disso, dividimos as tarefas de cada conexas desenvolveria de acordo com suas habilidades. O grupo era formado por três estudantes de Engenharia de Alimentos, um estudante de Ciência da Computação e duas de Comunicação social, sendo que uma dessas era voluntária.

Liliane, Maria e eu éramos veteranas no PCS, ficamos responsáveis por pesquisas de resgate histórico (busca de documentos, entrevistas e visitas). Sendo que todos do G.T podiam opinar e de igual maneira, era com o trabalho deles também. Eu sempre procurei não fazer “trabalho de jornalista”, não era medo e sim insegurança, que ao decorrer do tempo foi desaparecendo.

No dia 13 de abril, Liliane e eu ficamos de fazer o layout do cartaz e panfleto. Minha experiência com o *Coreldraw* era mínima, foi assim que comecei a praticar este programa. Fiz o possível, mesmo assim não ficou muito bom.

Numa dessas reuniões realizada nas segundas e quartas, apareceu o Jeferson estudante de Comunicação Social que propôs ser voluntário,

Alcar – Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia
I Encontro de História da Mídia da Região Norte
Universidade Federal do Tocantins – Palmas – outubro de 2010

ficando com a função antes exercida por mim: *layout*. Foi melhor assim!

Para produção da cartilha tive que pesquisar mais ainda, assim como os demais participantes. A Professora Liana (coordenadora do GT) nos deixou muito a vontade para expor nossas opiniões. Isso que fez o nosso GT cumprisse todas as metas propostas no tempo determinado.

Maria de Moraes Lima

É uma brilhante idéia essa do GT de Comunicação e Imagem de divulgar o PCS, é tão fundamental que deveria ter se iniciado com o programa. Em relação a minha experiência nesse grupo, achei que foi pouco proveitosa, por não ter habilidades com a área da comunicação. Mas, mesmo assim, tive a oportunidade de contribuir com na busca de informações, também fui responsável pela elaboração das atas das reuniões.

A equipe acima foi responsável pela elaboração das ferramentas de comunicação dirigida para os públicos interno e externo do PCS na UFT sob a orientação da professora Dr^a Liana Vidigal.

Os outros Grupos de Trabalhos (Administração e Planejamento Estratégico) foram responsáveis pela organização e *layout* da sala, um evento de inauguração da sala do PCS, um jornal mural, catalogação da coleção “Caminhadas Universitárias”, entre outras ações. Além de visitas aos *Campi* como núcleos de pesquisa, entidades de base do movimento estudantil, conversas oficiais com coordenadores de curso, diretores dos sete *Campi*. Para inauguração da sala os G.T's se articularam, enviando *releases* para os veículos de comunicação de Palmas, convidando a comunidade acadêmica, organizando todo evento desde a recepção, cerimonial a apresentações.

Considerações Finais

O artigo trabalhou com o conceito de comunicação dirigida, apresentando uma aplicação - a (re)construção identitária e (re)afirmação imagética do PCS na Universidade Federal do Tocantins, no ano de 2009. A importância de se trabalhar a comunicação para o público interno, como foi o caso, é impreterível para qualquer organização. A falta de informações pode prejudicar a imagem da organização tal como a opinião pública e a sustentação do seu perfil.

Alcar – Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia
I Encontro de História da Mídia da Região Norte
Universidade Federal do Tocantins – Palmas – outubro de 2010

A ação comunicativa planejada estrategicamente e aplicada de forma integrada propicia a organização uma boa performance imagética perante seu público, fortalecendo sua imagem e mantendo uma comunicação coesa.

O resultado imediato, das ações desenvolvidas pelo projeto de (re)construção identitário do PCS na UFT, pôde ser diagnosticado já no segundo semestre do ano de 2009, no qual do PCS teve um aumento considerado do número de inscritos para o projeto 2009/2. O programa se tornou conhecido e vem pautando, até hoje, alguns veículos de comunicação da UFT e de Palmas.

Referências

BARROS, André Freitas Marques de; KUDO, Juliana da Silva; LIMA, Lucas Ferreira. **Comunicação Dirigida: Estratégias para a Excelência na Comunicação**. Londrina, 2008. Disponível em: < >. Acesso em 20 jun 2009.

BRANDÃO, Elizabeth. **Conceito de Comunicação Pública, In Comunicação Pública: Estado, Mercado e Interesse Público**. Apresentação. São Paulo: Ed. Atlas ,2009.

FERREIRA, Waldir. **Comunicação Dirigida: instrumento de relações públicas**. In: KUNSCH, Margarida (Org.). **Obtendo resultados em relações públicas**. São Paulo: Pioneira, 1997.

FORTES, Waldir Gutierrez. **Amplo Programa de informações, In Relações Públicas: Processo, Funções, Tecnologia e Estratégias**. São Paulo: Summus, 2003.

FRANÇA, Fábio. **Conceituação lógica de públicos em relações públicas**. Disponível em: < www.metodista.br/agenciarp/ffranca.pdf – Fabio França 2003> Acesso em 20 jun 2009.

MONTINHO, Ana. **A comunicação dirigida e os meios de comunicação**. Disponível em: <https://bdigital.ufp.pt/.../1/comunicacao_dirigida.pdf.> Acesso em 25 jun 2009.