Modalidade do trabalho: Relato de experiência
Evento: XVII Jornada de Extensão

USINA DE IDEIAS: PRÁTICAS DE MERCADO NA UNIVERSIDADE[1]

Talita Cindrowski Mazzola[2], Marcia Formentini[3].

[1] Trabalho submetido ao Salão do Conhecimento 2016, na Categoria Jornada de Extensão, modalidade Relato de Experiência.
[2] Bacharel em Comunicação Social Habilitação Jornalismo. Pesquisadora e analista de comunicação da Usina de Ideias.email: talita.mazzola@unijui.edu.br.
[3] Bacharel em Comunicação Social Habilitação Jornalismo. Pesquisadora e analista de comunicação da Usina de Ideias.email: talita.mazzola@unijui.edu.br.

INTRODUÇÃO

Criada em 1997, a Agência Experimental de Comunicação Social da UNIJUÍ - Usina de Ideias nasceu com o objetivo de levar o conhecimento além da sala de aula, proporcionando aos alunos um ambiente onde pudessem aliar o conhecimento adquirido nas aulas à prática que enfrentam no mercado após sua formação. Para além disso, a Usina de Ideias se apresenta como um ambiente de práticas multidisciplinares entre os cursos de Jornalismo e Publicidade e Propaganda, proporcionando um espaço onde os acadêmicos tem a oportunidade de desenvolver suas atividades em conjunto com os colegas de outros cursos, exatamente como a dinâmica do mercado se apresenta, tornando a realidade da agência experimental mais próxima da vivência no mercado de trabalho.

A Usina de Ideias se consolida como uma agência de cunho acadêmico vinculada ao trabalho de alunos e inserida, portanto, num contexto cujas particularidades de cada função são levadas em consideração no momento do planejamento do trabalho. Esse modelo segue uma estrutura de experimentação, apresentando-se aos alunos como um espaço onde é possível praticar com clientes reais o aprendizado de sala de aula, tornando a formação acadêmica completa em todas as suas possibilidades. Para Rubim,

"A experimentação e o exercício das diferenciadas linguagens da comunicação contemporânea, ao requererem sempre e necessariamente conteúdos, exigem que a comunicação seja encarada como complexa atividade cultural, como produção cultural e como realização de um novo e poderoso poder social" (RUBIM, 2006, pg.36).

O objetivo principal da aproximação do mercado por meio das atividades da agência experimental é levar o aluno a enfrentar situações reais, às quais ele encontrará depois da formação, preparando-o para o mercado buscando orientá-lo no planejamento e execução das atividades/ações de acordo com os conteúdos desenvolvidos ao longo da formação acadêmica e exigidos pelos empregadores.

METODOLOGIA

Hoje a Usina de Ideias é vinculada ao Departamento de Ciências Administrativas, Contáveis, Econômicas e da Comunicação (DACEC) e atua como um espaço pedagógico. Atualmente conta com um estagiário de jornalismo e outros dois de Publicidade e Propaganda, resultando no trabalho integrado destas áreas.

Modalidade do trabalho: Relato de experiência
Evento: XVII Jornada de Extensão

"O trabalho integrado possibilita ao aluno uma visão do conjunto das disciplinas ministradas em um mesmo semestre e a sua inserção no programa do curso, abrindo perspectivas e expectativas a serem exploradas nos semestres seguintes. A realização desse trabalho também ajuda na compreensão do conceito do trabalho científico da imprescindibilidade de sistematização de dados. Os estudantes ficam mais cientes das possibilidades e limitações da atividade, bem como das necessidades e especificidades da formação acadêmica e profissional" (TONDATO, 2004, pg.79)

Por tratar-se de uma agência de cunho primeiramente pedagógico, ocupa um espaço no prédio da Comunicação Social e apresenta-se também como um laboratório para os alunos. A agência também se utiliza dos laboratórios de vídeo, áudio e defotografia dos cursos de Jornalismo e Publicidade e Propaganda, podendo fazer uso de todo equipamento disponível para atender suas demandas.

O quadro funcional da agência é composto por três professores coordenadores das áreas de Publicidade e Propaganda, Jornalismo e Relações Públicas, um funcionário bacharel em Jornalismo, além de três estagiários, dois de Publicidade e Propaganda e um de Jornalismo atuando na resolução das demandas, sempre sob supervisão dos professores coordenadores e do funcionário responsável.

A contratação dos estagiários é feita de forma semestral, tendo contrato renovado a cada seis meses por um período de até dois anos. Cada nova contratação é feita por meio de um edital aberto pela instituição e uma seleção realizada em conjunto com o setor de Recursos Humanos da IES, juntamente com um professor coordenador da agência e o profissional atuante. Os estagiários são contratados em regimes de 20 e 30 horas semanais, de forma remunerada.

A formação desses alunos/estagiários é feita com base no aprendizado das disciplinas em sala de aula e intensificado ao longo do atendimento das demandas, voltando sua visão ao pensamento crítico e para o uso das diferentes plataformas. Um dos exemplos é a utilização do Blog da Usina, plataforma utilizada para divulgação das atividades relacionadas aos cursos envolvidos, bem como de aproximação com os acadêmicos. O wix também é uma plataforma utilizada pela Usina de Ideias, mas no sentido de dar visibilidade ao portfólio de trabalhos já realizados pela agência experimental. Há ainda a FanPage da Usina de Ideias utilizada como um canal de comunicação rápida e direta com os acadêmicos. No que se refere ao atendimento ao cliente, as principais formas de contato são via e-mail e telefone.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Durante os quase 20 anos de atuação junto ao curso de Comunicação Social, a Usina de Ideias se estruturou como a principal referência para vitrine de trabalhos dos alunos, organização e atendimento das demandas do próprio curso, além de proporcionar de forma orientada e qualificada uma experiência profissional aos acadêmicos. Atualmente, a agência assume todas as demandas relacionadas aos cursos de Jornalismo e Publicidade e Propaganda. Tendo em vista que os cursos são os seus principais clientes, toda produção é voltada para que se possam atender as demandas solicitadas por eles ao longo do ano, como, por exemplo, a produção e organização da Semana Acadêmica e do Profissional do Futuro, evento promovido pela universidade, que tem por objetivo apresentar os cursos de Jornalismo e Publicidade e Propaganda aos alunos do Ensino Médio, além de outras demandas necessárias.

Não obstante, a agência experimental se diferencia por ser um espaço voltado não apenas aos estagiários dos cursos envolvidos, mas também a todos os alunos, proporcionando por meio de suas

plataformas, como o blog e o Facebook, a divulgação do trabalho desenvolvido por eles em sala de aula. O objetivo é que os acadêmicos vejam na Usina de Ideias uma forma de divulgar seu trabalho de forma efetiva, compartilhando o conhecimento adquirido com os demais colegas e também que possam conhecer as ações dos cursos de forma rápida e interativa.

Há também a preocupação de realizar uma produção voltada ao fomento do pensamento crítico, apresentando aos acadêmicos novas visões e tendências de mercado, incentivando-os a pensar fora da caixa e buscar novos horizontes para suas próprias produções. A pesquisa acontece, geralmente, pela equipe da Usina de Ideias, no entanto, o espaço também é aberto para que os acadêmicos compartilhem suas produções.

Em função da preocupação com a experiência profissional, a Usina de Ideias atende ainda um público de clientes externos como, por exemplo, o Departamento de Ciências Administrativas, Contábeis, Econômicas e da Comunicação, ao qual pertence, além dos demais cursos da universidade e a própria instituição. Entre as principais demandas externas da agência, está o atendimento às demandas da Incubadora de Empresas – Criatec, que é uma criação da Vice-Reitoria de Pós-Graduação, Pesquisa e Extensão da Universidade, por meio da Agência de Inovação e Tecnologia (AGIT) e que conta com o apoio da Usina de Ideias na assessoria de imprensa e produção de peças gráficas e campanhas para divulgação de suas atividades. Além disso, a agência atende também as demandas das dezesseis empresas incubadas à Criatec, com objetivo de oferecer a elas suporte por meio de uma assessoria integrada de comunicação.

O atendimento à Criatec e suas incubadas envolve os dois cursos– Jornalismo e Publicidade e Propaganda – e possibilita aos estagiários trabalhar com um cliente real e exigindo demandas que envolvem, em algumas situações, apoio de instituições governamentais, fazendo-os trabalhar também com a legislação, aproximando-os ainda mais da realidade que encontrarão no mercado de trabalho. Para além destes, a Usina de Ideias realiza ainda um trabalho de filantropia, prestando serviços a entidades como o Lar da Criança Henrique Liëbich e Apae de Ijuí, e atende clientes da comunidade externa conforme a possibilidade.

O processo inicia pelo atendimento da demanda, em um contato inicial com o cliente, equipe de estagiários, funcionário e coordenador por meio de uma reunião onde é definido o briefing da demanda. Após a definição do briefing, acontece o processo de criação realizado exclusivamente pelos alunos com o acompanhamento do profissional e do coordenador da área solicitada.

A produção é realizada para diferentes plataformas definidas em reunião prévia. No entanto, o atendimento das demandas se dá a partir de uma oferta que abrange todas as áreas do Jornalismo e da Publicidade e Propaganda que são exploradas de acordo com as potencialidades identificadas em cada acadêmico, sempre sobre o acompanhamento de um profissional. Dentre os trabalhos realizados se destacam a realização da assessoria de imprensa com produção de conteúdo para diferentes veículos e públicos, realização e coberturas de eventos em foto, vídeo e organização; realização de campanhas e peças publicitárias, bem como seu planejamento, implementação e acompanhamento de resultados, atendimento de demandas audiovisuais por meio da criação, ornamentação e produção da demanda.

Os projetos realizados pela agência devem ser remunerados de forma a cobrir seus custos de produção, com orçamento próprio de cada projeto. Seguindo a filosofia da Unijuí, alguns dos projetos realizados são de cunho filantrópico, como já citado anteriormente. Os recursos obtidos por meio do atendimento das outras demandas são destinados à reposição dos custos de materiais,

remuneração dos estagiários envolvidos e aquisição de equipamentos para a agência. Nos serviços internos, o pagamento das atividades desenvolvidas pela Usina de Ideias é realizado por meio de transferência interna. Para os serviços prestados a outras instituições, a remuneração é feita por meio de boletos gerados a partir da controladoria da Universidade.

CONCLUSÃO

Conclui-se assim, que a Usina de Ideias é um espaço fundamental para o desenvolvimento das capacidades dos acadêmicos dos cursos envolvidos, bem como uma vitrine dos trabalhos desenvolvidos pelos alunos. Apresenta-se ainda como de vital importância para o fomento ao pensamento crítico por meio dos eventos que organiza e apoia, como a Semana Acadêmica dos cursos de Jornalismo e Publicidade e Propaganda.

A agência trabalha de acordo com suas possibilidades operacionais, não se confundindo com o papel desempenhado pela Coordenadoria de Marketing da Universidade, cabendo a esta, as demandas institucionais cotidianas. Portanto, a Usina de Ideias caracteriza-se como um espaço político/pedagógico para consolidar e ampliar o processo de aprendizagem dos acadêmicos de Jornalismo e Publicidade e Propaganda da Unijuí.

Cumpre com seu papel de proporcionar um espaço de debate e aprendizado, tornando o ambiente do mercado de trabalho mais palpável para os acadêmicos que estagiam na agência, mas também para os demais alunos que podem utilizar a Usina como um meio de aprendizado e compartilhamento de informações e que busca fomentar o pensamento crítico em todas as instâncias.