

Agência Escola de Comunicação Pública e de Divulgação Científica e Cultural na UFPR

Claudia Quadrosⁱ, Kelly Prudencioⁱⁱ, Patrícia Meloⁱⁱⁱ e Regiane Ribeiro^{iv}

O projeto técnico-científico da Agência Escola de Comunicação Pública e de Divulgação Científica e Cultural na Universidade Federal do Paraná reúne professores e alunos dos cursos que integram o Sacod – Setor de Artes, Comunicação e Design: Artes Visuais, Música, Jornalismo, Publicidade, Relações Públicas e Design. Neste resumo, destacamos a participação do curso de Relações Públicas no referido projeto que tem como objetivo geral integrar na Agência Escola os espaços de formação, experimentação e inovação tecnológica em comunicação para promover o desenvolvimento científico, tecnológico e cultural da UFPR e a sua inserção na sociedade.

A formação refere-se ao envolvimento de estudantes de graduação e pós-graduação no treinamento das atividades já previstas nas disciplinas dos cursos que integram o Sacod. Com a supervisão de professores e orientadores, os estudantes desenvolvem habilidades acadêmicas com aplicação prática de seus produtos na comunicação da UFPR. A experimentação possibilita o contato com a cultura profissional na área de formação do estudante, além de desenvolver novos formatos e linguagens para a divulgação científica e cultural. Já a inovação tecnológica prevê o desenvolvimento de competências e habilidades para o trabalho na interface Comunicação e Tecnologia.

Criada em 2018, a Agência conta com a participação de nove professores, oito deles são orientadores e uma exerce a função de coordenadora geral. No quadro docente, uma professora tem formação em Relações Públicas. Entre os estudantes, há cinco bolsistas de pós-graduação e vinte e um de graduação e, destes, quatro são de Relações Públicas e uma de Comunicação Institucional. Dos doze profissionais terceirizados selecionados por meio de edital, há duas relações públicas. Com o grande desafio de traduzir a linguagem científica, a Agência Escola procurar mostrar à população os avanços, as conquistas e o papel da ciência, da tecnologia e da cultura para o desenvolvimento da sociedade.

Para Teixeira (2014), a divulgação científica é um direito de todas as pessoas. E ao compartilhar o conhecimento científico em uma linguagem acessível, a universidade permite que um maior número de pessoas participe de processos de decisões. No desenvolvimento das atividades da Agência, a integração entre docentes, discentes e profissionais permite refletir sobre os processos produtivos e o papel de cada um na divulgação científica e cultural. No caso das relações públicas, foco deste trabalho, destacamos três projetos para demonstrar a inserção desta área na Agência Escola: Projeto Interdisciplinar, Projeto IntegrAgência e o Plano de Mídias da UFPR.

O projeto Interdisciplinar faz parte da matriz curricular do curso de Relações Públicas. Oferecida do primeiro ao sexto períodos, o objetivo é planejar ações de extensão para a comunidade interna e externa da UFPR. O projeto desenvolvido no segundo período do curso, em 2018, envolveu três disciplinas: Teorias da Relações Públicas, Projeto Agência I (organização de eventos) e Fundamentos de Produção Audiovisual. Ele foi planejado para valorizar a memória da UFPR e demonstrar de que forma a Agência Escola poderia estimular a participação de mais pessoas na divulgação científica e cultural da instituição. Desse modo, alunos de Relações Públicas conheceram os objetivos da Agência, puderam refletir sobre os conteúdos aprendidos nas disciplinas envolvidas e colocaram em evidência a dedicação da universidade com a sociedade. Nesta primeira edição, os alunos escolheram os cursos de Direito, Biologia, Geografia e Letras para resgatar a memória deles a partir de diferentes temas: a participação da mulher no curso de Direito, a agroecologia, a crise política no Brasil e migrações e a escrita criativa.

A segunda edição do Projeto IntegrAgência, desenvolvida de forma integrada com docentes e discentes dos cursos de Publicidade e Relações Públicas reuniu professores, estudantes e profissionais terceirizados que formam parte da Agência Escola. O objetivo foi construir coletivamente o DNA da Agência, sempre procurando compreender os processos produtivos das áreas envolvidas. Constituído de três dinâmicas, o evento coletou opiniões e percepções sobre a Agência e aproximou seus integrantes. Após a realização, foi possível construir a missão, visão e valores da Agência Escola. Com base em Almeida (2005), alunos de Publicidade e Relações Públicas ainda puderam participar de todas as etapas de um processo de trabalho de comunicação integrada.

O plano de mídias sociais para a Agência Escola permitiu pesquisar e aplicar novos conhecimentos do campo das Relações Públicas. A reflexão sobre as reconfigurações da profissão com o desenvolvimento da tecnologia foi fundamental para analisar novos processos produtivos no mercado de trabalho e propor novas ações para as redes sociais digitais da Agência Escola, da UFPR e da TV universitária.

Por fim, destacamos que as atividades desenvolvidas até o momento demonstram que os discentes devem ser protagonistas do processo de produção do conhecimento e, assim, contribuir para uma sociedade mais participativa.

Palavras-chave: Relações Públicas; divulgação científica; cultura; ensino; inovação.

Referências

ALMEIDA, A. L. C. A influência da identidade projetada na reputação organizacional. Tese de doutorado do PPG em Administração, UFMG, 2005.

TEIXEIRA, A. C. A comunicação pública de ciência nos programas de pós-graduação em saúde coletiva do Brasil. Tese de doutorado do PPG em Saúde, Tecnologia e Sociedade, São Paulo, USP, 2014.

ⁱ Professora da UFPR e orientadora de estudantes de Relações Públicas na Agência Escola.

ⁱⁱ Professora da UFPR e coordenadora da Agência Escola.

ⁱⁱⁱ Doutoranda da UFPR e coordenadora de Marketing da Agência Escola.

^{iv} Professora da UFPR e diretora do SACOD – Setor de Artes, Comunicação e Design.