

GESTÃO NA COMUNICAÇÃO INTEGRADA: A EXPERIÊNCIA DA AGÊNCIA FILAMENTO

Patrícia Cristina de Lima¹

patricia.lima@baraodemaua.br

Carmen Silvia Porto Brunialti Justo²

carmen.justo@baraodemaua.br

Belisa Brião Figueiró³

belisa.figueiro@baraodemaua.br

Márcio Huertas⁴

marcio.huertas@baraodemaua.br

Centro Universitário Barão de Mauá

INTRODUÇÃO

Agência Experimental de Comunicação do Centro Universitário Barão de Mauá – Agência Filamento, tem como proposta integrar e proporcionar a vivência dos alunos dos Cursos de Jornalismo, Publicidade, e Produção Audiovisual, além da colaboração do curso de Design Gráfico, em um ambiente de uma agência de comunicação integrada (REGULAMENTO AGÊNCIA, 2022, p. 5). No ano de 2022, o retorno das atividades presenciais motivou a participação dos estudantes na Agência. Além do aumento no número de participantes, a Agência passou a atender mais projetos de outros cursos da instituição, o que possibilitou a utilização de

¹ Doutora e mestra pela Universidade Paulista, UNIP. Especialização em MBA em Gestão de Negócios Digitais pelo Descomplica Cursos Livres Via Web S.A. Especialização em Docência e Performance na Educação a Distância pelo Descomplica Cursos Livres Via Web S.A. Especialização em MBA em Marketing Digital pela Faculdade Alfa América LTDA, ALFAAMÉRICA. Especialização em MBA em Marketing e redes sociais pela Faculdade Alfa América LTDA, ALFAAMÉRICA. Especialização em MBA Administração Geral pelo Instituto de Ensino e Pesquisa em Administração, INEPAD. Docente do Centro Universitário Barão de Mauá.

² Mestra pela Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Ribeirão Preto, FFCLRP-USP. Especialização em Marketing pela Escola Superior de Propaganda e Marketing, ESPM. Doutoranda pela Universidade Federal de São Carlos, UFSCar. Docente do Centro Universitário Barão de Mauá..

³ Mestra em Imagem e Som, e Doutoranda em Ciência, Tecnologia e Sociedade pela Universidade Federal de São Carlos, UFSCAR. Docente do Centro Universitário Barão de Mauá.

⁴ Mestre pelo Centro Universitário Moura Lacerda, CUML. Especialização em Docência do Ensino Superior pela Faculdade de Educação São Luís, FSL. Docente no Centro Universitário Barão de Mauá.

ferramentas de gestão profissional para o planejamento das atividades e trabalhos. Esse relato de experiência tem como objetivo apresentar como as ferramentas digitais de gestão, além da institucionalização de processos, possibilitaram a expansão dos atendimentos e planejamento da Agência.

OBJETIVO

Formação de lideranças e compreensão do trabalho em equipe.

METODOLOGIA

A metodologia proposta para esse estudo pauta-se na pesquisa exploratória, pois “busca apenas levantar informações sobre um determinado objeto [...]” (SEVERINO, 2016, p. 132 e descritiva para entender “sua natureza, características, causas, relações, e conexões com outros fenômenos” (BARROS; LEHFELD, 2007, p. 84) no contexto da implantação das ferramentas. O projeto da Agência passou por três fases a saber: a) implementação de ferramentas de gestão de processos; b) organização da estrutura organizacional; c) implementação do método PCDA⁵ para métricas e verificações dos trabalhos. Após a agregação dos novos membros, a partir da criação de um painel no software de gestão de projetos Trello foi possível inserir as equipes responsáveis por cada trabalho, assim como o andamento e seus repositórios. O repositório usado foi Google Drive, visto a facilidade de acesso dos alunos. Isso possibilitou a unificação das mensagens e acelerou a visualização das etapas cumpridas e a cumprir. Carvalho (2015) explica que otimizar o tempo é um dos primeiros passos do gerenciamento de projetos efetivos. O gerenciamento do tempo engloba a definição das atividades, sequenciamento, estimativa de duração, além do cronograma. E é justamente nestas quatro frentes que Trello e Google Drive atuaram mais fortemente. A seguir foi a determinação dos chamados heads⁶ de cada área, com o objetivo de melhorar o fluxo de trabalho. Para isso, alunos da

⁵ PDCA é a sigla para Planejar, Fazer (Do), Checar e Agir. É um ciclo contínuo onde a verificação de problemas e a busca de soluções acontece de maneira orgânica.

⁶ Head é um termo utilizado no mercado de comunicação e gestão para designar responsáveis por pessoas e equipes dentro de uma empresa. O head gerencia através de metas e verificações os trabalhos destinados àquele grupo.

Agência com conhecimentos avançados, foram selecionados para gerenciar os aprendizes.

RESULTADOS

A implementação do método PCDA teve como foco o controle e melhoria contínua de processos. Através de relatórios de estratificação foi possível saber sensibilidades e forças de cada uma das tarefas cumpridas pela Filamento dentro do período.

CONCLUSÃO

Percebe-se a importância do uso de ferramentas gerenciais similares, visto que aproximam a visão do aluno do mercado profissional.

Palavras-chave: Agência de comunicação. Ferramentas de Gestão. Planejamento.

REFERÊNCIAS

BARROS, Aidil Jesus da Silveira; LEHFELD, Neide Aparecida de Souza. **Fundamentos de metodologia científica**. 3ª ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

CARVALHO, Fábio Câmara Araújo de. **Gestão de projetos**. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2015.

REGULAMENTO AGÊNCIA EXPERIMENTAL DE COMUNICAÇÃO. Ribeirão Preto: Curso de Comunicação Social, Centro Universitário Barão de Mauá, 2022.

SEVERINO, Antonio Joaquim. **Metodologia do Trabalho Científico**. São Paulo: Cortez, 2016.