

## **RELATO DE EXPERIÊNCIA EM ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO: CANTINHO DO CAFÉ**

Nathielly de Cássia Gavião Paz, discente de graduação, Universidade Federal do Pampa, Campus São Borja

Micael dos Santos Olegário, discente de graduação, Universidade Federal do Pampa, Campus São Borja

Vitória Carolina Oliveira Rios, discente de graduação, Universidade Federal do Pampa, Campus São Borja

Bianca Bichet Ramires, discente de graduação, Universidade Federal de Pelotas  
Eloísa Joseane da Cunha Klein, docente, Universidade Federal do Pampa

e-mail primeira autora- [nathiellypaz.aluno@unipampa.edu.br](mailto:nathiellypaz.aluno@unipampa.edu.br)

e-mail segundo autor- [micaelolegario.aluno@unipampa.edu.br](mailto:micaelolegario.aluno@unipampa.edu.br)

e-mail terceira autora- [vitoriarios.aluno@unipampa.edu.br](mailto:vitoriarios.aluno@unipampa.edu.br)

e-mail quarta autora- [biancabichet@gmail.com](mailto:biancabichet@gmail.com)

e-mail quinta autora- [eloisaklein@unipampa.edu.br](mailto:eloisaklein@unipampa.edu.br)

O presente trabalho é fruto da experiência de alunos do curso de Jornalismo, da Universidade Federal do Pampa (Unipampa), no componente curricular de Assessoria de Comunicação. Durante o primeiro semestre de 2022, o grupo composto pelos alunos: Nathielly Gavião Paz, Micael dos Santos Olegário, Vitória Carolina Oliveira Rios e Bianca Bichet Ramires (atualmente transferida para outra instituição), sob a orientação da professora Eloísa Joseane da Cunha Klein, realizaram a assessoria de comunicação do Cantinho do Café, lancheria localizada próxima ao Campus São Borja da Unipampa, e de propriedade de Ione Ribeiro Prestes. Em um primeiro momento, o foco do componente curricular e do trabalho de assessoria esteve em entender os diversos aspectos da assessoria em comunicação. Segundo o Manual de Assessoria de Imprensa da Fenaj (2007), a assessoria de comunicação se caracteriza pela produção de um plano de comunicação para organizações públicas e/ou privadas de modo a criar uma identidade para as relações desta instituição com a sociedade. Vasco Ribeiro (2015) relaciona assessoria com outras áreas da comunicação, e a descreve como um jornalismo institucional à serviço não só de uma empresa, mas da sociedade. Sullivan (2012) destaca as adaptações que os jornalistas precisam fazer ao divulgar conteúdos em mídias sociais digitais, em virtude da economia da atenção, que influencia no consumo de conteúdos nestes ambientes. Estes conceitos foram alguns dos princípios que nortearam o início do trabalho, em conjunto também com o entendimento da importância das mídias sociais digitais para a comunicação contemporânea. Após a discussão teórica inicial, o grupo foi orientado à escolha de uma empresa para realizar assessoria experimental de forma voluntária. A escolha pelo Cantinho do Café se deu em virtude da proximidade do estabelecimento com a comunidade universitária da Unipampa. Após o aceite da proprietária, os alunos realizaram uma pesquisa de comunicação, com o objetivo de entender e conhecer melhor aspectos como a missão, objetivos e públicos almejados pela lancheria. A

partir da pesquisa de comunicação, foi possível constatar o foco em um atendimento acolhedor, personalizado e direto. Por se tratar de um empreendimento emergente, criado no início de 2022, para atender justamente à demanda da comunidade universitária no retorno das atividades presenciais da Unipampa, o Cantinho não possuía identidade visual, e não estava presente nas mídias sociais digitais. Em seguida, os alunos realizaram uma pesquisa de mídia, para entender como outros estabelecimentos do ramo se comunicavam com seus públicos. Conforme a diretriz estabelecida na disciplina, a assessoria de comunicação voluntária dos discentes deveria ser norteada para as mídias sociais digitais. Considerando isto, e todas as informações levantadas pelo grupo sobre o contexto do assessorado e local, elaborou-se um Plano de Comunicação, com o seguinte objetivo principal: “Criar e consolidar uma identidade visual para o Cantinho do Café de forma a estabelecer uma comunicação acolhedora, simples e direta com os seus clientes”. O público estabelecido como prioritário foram os estudantes da Unipampa. Em primeiro lugar, o grupo fez o registro do Cantinho do Café na plataforma do Google Negócios e criou contas no Facebook e Instagram, além de criar uma logomarca própria para a empresa. Entre as ações desenvolvidas ao longo da assessoria, o foco esteve em realizar publicações semanais e utilizar os stories do Instagram como meio para estabelecer uma comunicação e interação maior com o público. Ao final dos 4 meses de assessoria, desde a seleção do estabelecimento e pesquisa até a última postagem no Instagram, foram contabilizadas 31 publicações e a conta do Cantinho do Café havia alcançado 349 seguidores. Além disso, o grupo promoveu, em iniciativa conjunta com a proprietária o “Arraial do Cantinho”, evento temático com decoração e comidas típicas da festa junina no local. Como resultados, foi possível perceber a identificação do estabelecimento com seus clientes, por meio de feedbacks e marcações do perfil, e a importância de uma comunicação simples, direta e personalizada na fidelização dos clientes e estabelecimento de uma marca. Ainda que não seja possível mensurar quantitativamente os resultados financeiros da assessoria, em termos qualitativos o saldo é positivo, em virtude, especialmente, do grau elevado de satisfação manifestado pela dona do Cantinho do Café ao final do período. Ao trabalhar com instituições e pessoas reais, os discentes puderam ter o contato direto com a prática da assessoria como ela é no mercado profissional da comunicação, e a experiência adquirida no componente ajuda melhorar preparar os alunos para o exercício da profissão, inclusive no aspecto do trabalho em equipe. Os resultados da assessoria de comunicação também demonstram a qualidade e o comprometimento da Unipampa na formação acadêmica e profissional.

**Agradecimentos:** Universidade Federal do Pampa (Unipampa); Curso de Jornalismo

**Palavras-chave:** Assessoria de Comunicação; Mídias sociais digitais; Relato de Experiência.

#### **Referências:**

FENAJ. **Manual de Assessoria de Comunicação**. Brasília: Fenaj, 2007. Disponível em: [http://www.fenaj.org.br/mobicom/manual\\_de\\_assessoria\\_de\\_imprensa.pdf](http://www.fenaj.org.br/mobicom/manual_de_assessoria_de_imprensa.pdf)

RIBEIRO, Vasco. **Assessoria De Imprensa: Fundamentos Teóricos e Práticos** Novas Edições Acadêmicas (2015). p.27-49.

SULLIVAN, Marguerite Hoxie. **Uma assessoria de imprensa responsável na Era Digital.** Washington: Bureau de Programas de Informações Internacionais Departamento de Estado dos Estados Unidos, 2012. p.51-62