



RESUMO EXPANDIDO SUBMETIDO AO XXVI ENID - 2024 - UFPB A PRODUÇÃO DE UM GUIA DE ATENDIMENTO AO PÚBLICO PARA MICROEMPREENDEDORES NA DISCIPLINA DE REDAÇÃO E COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL

José Rodrigo Cavalcanti de Menezes ;
Maria Lívia Pacheco de Oliveira

Programa de Monitoria

CCTA - Centro de Comunicação, Turismo e Artes Campus I - João Pessoa

INTRODUÇÃO

O projeto de monitoria da disciplina de Redação e Comunicação Organizacional, realizado no período 2024.1, teve como objetivo principal desenvolver habilidades de escrita e comunicação estratégica nos discentes, com foco no ambiente organizacional. Uma das produções principais deste ciclo foi a finalização do Guia da Comunicação Escrita para Organizações, com o tema Atendimento ao Público para Microempreendedores, o quarto volume de uma série de e-books que vêm sendo desenvolvidos ao longo dos últimos quatro anos em diferentes turmas desta disciplina do curso de Relações Públicas, como parte das atividades de monitoria. O guia visa ajudar microempreendedores a aprimorar a comunicação com seus clientes, abordando técnicas de linguagem, atendimento e estratégias de fidelização. A monitoria também buscou estimular o protagonismo discente e preparar os alunos para os desafios do mercado de trabalho, promovendo um ambiente colaborativo e dinâmico.

METODOLOGIA

A metodologia utilizada foi a Aprendizagem Baseada em Problemas (ABP), com atividades práticas realizadas em duplas e divididas em cinco partes, que ligavam teoria e aplicação. Cada parte apresentava uma situação hipotética sobre o assunto que foi abordado durante a aula, na qual os discentes deveriam desenvolver o modelo de comunicação escrita ideal para aquela situação. Na Figura 1 tem-se um exemplo de uma das cinco atividades práticas que foram realizadas em duplas, apresentando problemas que precisavam ser solucionados. O desenvolvimento do quarto volume do guia foi realizado em grupos, promovendo a troca de experiências e desenvolvendo habilidades de comunicação. O estudo envolveu o levantamento de necessidades de microempreendedores, análise de diferentes tipos de públicos e estratégias de atendimento, além de elaborar conteúdos que pudessem ser utilizados na prática, como textos informativos e orientações. Inovações como o uso de ferramentas digitais para colaboração (Google Docs e Canva) foram incorporadas para facilitar o trabalho e a organização das tarefas. O monitor também foi responsável por dar orientações constantes sobre os textos produzidos, o que contribuiu para o aprimoramento contínuo das habilidades dos alunos.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

O projeto da monitoria culminou na finalização do quarto volume do Guia da Comunicação Escrita para Organizações, um conjunto de materiais instrutivos (Figura 2) que vem sendo desenvolvido nos últimos quatro anos, com a participação de diferentes turmas. Neste ano, o trabalho da monitoria incluiu a edição e a revisão dos volumes anteriores, tendo em vista uma padronização. Ao longo da disciplina, os alunos aplicaram conceitos aprendidos na teoria da comunicação organizacional, como a importância do planejamento de conteúdo, uso de linguagem apropriada e técnicas de comunicação não violenta. Já as atividades práticas foram realizadas em duplas, estimulando a colaboração e o debate entre os discentes. Como resultado, os alunos mostraram evolução significativa na produção de textos voltados para o público externo e interno, evidenciando a capacidade de adaptar o estilo de comunicação às necessidades dos microempreendedores. A prática constante e o feedback proporcionaram melhorias visíveis na escrita dos alunos. O conjunto final de quatro e-books em breve servirá como material de consulta para microempreendedores, contendo orientações práticas para suas atividades diárias.

Imagem - 1

**UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA**
CENTRO DE COMUNICAÇÃO, TURISMO E ARTES
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO
Curso: Relações Públicas
Disciplina: Redação em Comunicação Organizacional
Docente: Maria Lúcia Paes de Oliveira
Discentes:

2ª ATIVIDADE AVALIATIVA
Página 5 de 8

A partir do perfil do cliente ideal que você criou, usando o mapa da empatia para uma organização fictícia, escolha um produto ou serviço que essa organização oferece e crie uma legenda para uma publicação nas redes sociais digitais. Considere-se de usar os elementos das necessidades da sociedade para redes sociais, incluindo introdução, menção, prova e conclusão, para engajar o consumidor público.

Nome: _____ Idade: _____

o que
PENSA E SENTE?

o que
OUVE?

o que
VÊ?

o que
FALA E FAZ?

quais são as **DORES?**

quais são as **NECESSIDADES?**

Imagem - 2



CONSIDERAÇÕES FINAIS

O projeto de monitoria foi essencial para a realização da revisão e da edição dos volumes anteriores, além do atual, dos guias de comunicação escrita para organizações, contribuindo diretamente para a finalização desse conjunto de quatro e-books, os quais espera-se publicação pelo centro (CCTA). Essa série, desenvolvida ao longo dos últimos quatro anos, proporcionou aos alunos a oportunidade de aplicar os conceitos teóricos na prática, promovendo um aprendizado significativo. A monitoria se revelou uma excelente oportunidade para o desenvolvimento de competências essenciais para o mercado de trabalho, principalmente nas áreas de comunicação escrita e atendimento ao público. O projeto contribuiu para o fortalecimento da formação dos alunos e para a criação de materiais úteis e aplicáveis no contexto organizacional, que ficarão como um legado tanto para o projeto de ensino quanto para a sociedade.

REFERÊNCIAS

- BARROWS, H. S. A Taxonomy of Problem-Based Learning methods. *Medical Education*, v.20, 1986.
- FRANÇA, A. S. *Comunicação Escrita Nas Empresas: Teorias E Práticas*. Editora Atlas S.A., 2000.
- GUIMARÃES, R. A. *Comunicação e Redação Organizacional*. São Paulo: Editora Abril, 2010.