

Núcleo de RP da Agência Experimental de Comunicação da Unisc – A4¹

Jusiane Janine Quoos SKOLAUDE²

Gustavo Felipe PRANK³

Victória Gomes de CARVALHO⁴

Tiago de Oliveira WESCHENFELDER⁵

Universidade de Santa Cruz do Sul, Santa Cruz do Sul, RS

RESUMO

O Curso de Comunicação Social, da Universidade de Santa Cruz do Sul é composto por quatro habilitações, sendo Jornalismo, Publicidade e Propaganda (PP), Relações Públicas (RP) e Produção em Mídia Audiovisual (PMA). Cada habilitação representa também um núcleo da A4 – Agência Experimental de Comunicação, onde a equipe busca realizar um trabalho integrado, cada um exercendo sua função e agregando com o objetivo de adquirir resultados positivos nas ações executadas. Este paper busca apresentar o trabalho realizado pelo núcleo de Relações Públicas através das atividades propostas pelo Curso de Comunicação no decorrer do ano de 2015. Como integrada deste trabalho, destacamos a ação de comemoração ao Dia do RP, em dezembro de 2015.

PALAVRAS-CHAVE: relações públicas; planejamento; ações; agência experimental de comunicação.

1 INTRODUÇÃO

O Curso de Comunicação Social, da Universidade de Santa Cruz do Sul (Unisc), é composto por laboratórios de informática, fotografia, televisão e rádio, onde os alunos têm acesso para a realização de trabalhos acadêmicos, assim como ações propostas pela Coordenação do Curso. Também possui uma agência experimental, a A4 – Agência Experimental de Comunicação, que é integrada por núcleos de trabalho – jornal, publicidade, relações públicas e produção em mídia audiovisual – numa estrutura que de forma integrada, busca executar as atividades, sempre visando o máximo de qualidade.

¹ Trabalho submetido ao XXIII Prêmio Expocom 2016, na Categoria III – Relações Públicas e Comunicação Organizacional, modalidade RP 01 Agência Jr. de Relações Públicas.

² Aluno líder do grupo e estudante do 7º. Semestre do Curso de Comunicação Social, habilitação Relações Públicas da UNISC, email: jusiquoos@hotmail.com

³ Estudando do 4º. Semestre do Curso de Comunicação Social, habilitação Relações Públicas da UNISC, email: gustavo.pranke@hotmail.com

⁴ Estudando do 4º. Semestre do Curso de Comunicação Social, habilitação Relações Públicas da UNISC, email: victoriadecarvalho123@gmail.com

⁵ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social da Unisc e Coordenador do Núcleo de Relações Públicas da Agência Experimental de Comunicação da UNISC, email: tiagowdeoliveira@gmail.com.

Também possui uma equipe de docentes capacitados para atender as demandas, que são os Coordenadores dos Núcleos de trabalho da Agência.

Este espaço tem por objetivo proporcionar aos acadêmicos monitores a oportunidade de experimentar e vivenciar na prática a teoria estudada em sala de aula. Na Agência, os alunos adquirem experiência através de ações executadas em suas respectivas áreas. Cada núcleo realiza atividades que agregam a habilitação específica, sendo por responsabilidade de Relações Públicas as seguintes funções: planejamento geral das atividades, organização de todo processo, execução e avaliação final. Dentro do planejamento anual do núcleo, foi mantida de outros anos, a realização de uma reunião semanal com todos os integrantes do núcleo, onde cada monitor pudesse se manifestar quando fosse de interesse, relacionando com as ações propostas pelo Curso. Cada núcleo é composto por determinado número de monitores voluntários, monitores bolsistas e um professor coordenador. O núcleo de Relações Públicas esteve no ano de 2015, composto por quatro monitores bolsistas e três voluntários, grupo este coordenado pelo professor Tiago de Oliveira Weschenfelder. Para facilitar o trabalho desenvolvido, a equipe faz uso de computadores individuais, materiais necessários de escritório, murais, telefone com ramal, armários e caixas identificadas para arquivar memórias e documentos pertinentes ao núcleo, etc.

Como forma de registro e divulgação do trabalho de qualidade realizado pelos alunos, este paper tem por objetivo apresentar as ações executadas ao longo do ano de 2015, dentro do planejamento proposto no início do mesmo, dando destaque para a ação comemorativa ao Dia do Relações Públicas.

2 OBJETIVO

Dar a oportunidade aos acadêmicos monitores de experimentar o mercado de trabalho, através do desenvolvimento de atividades de relações públicas, realizando ações de qualidade, através de experimentação e dedicação às ações demandadas pela Coordenação do Curso de Comunicação Social.

3 JUSTIFICATIVA

O trabalho realizado no núcleo de Relações Públicas da A4 – Agência Experimental de Comunicação Social visa à qualificação das ações realizados, através de planejamento, acompanhamento de todo processo de execução e da avaliação das mesmas. Pelo fato de a Agência ter o objetivo de proporcionar aprendizado aos monitores, onde predomina a

experimentação da prática do mercado, é importante salientar que a cada ação desenvolvida conseguimos mostrar a importância do papel de um profissional de Relações Públicas no meio empresarial. Segundo a autora Maria Aparecida o objetivo desses profissionais

é estabelecer, desenvolver e manter, de forma planejada, ligações, relacionamentos diretos, gerais ou especializado, entre pessoas, entre organizações públicas e privadas, seus públicos e a sociedade, de forma a transformar essa rede de relacionamentos em benefícios tangíveis e intangíveis para todos os envolvidos. (FERRARI, 2009, p. 160)

Um dos fatores importantes que a Agência leva em consideração desde o ano de 2004 - momento em que ocorreu uma transformação, onde as quatro habilitações se tornaram núcleos na Agência, é o trabalho integrado dessa equipe, pois em um evento como a Semana Acadêmica, por exemplo, uma habilitação depende da outra, cada uma com suas funções dentro dos respectivos núcleos.

Essa é uma parceria instigada pelos monitores de Relações Públicas, buscando sempre o trabalho em equipe e não competitivo, pois descobrimos a cada ação, que todos trabalhando juntos por um único objetivo, oportunizam resultados mais positivos para o Curso de Comunicação Social, considerado o cliente da A4. Essa também é uma posição da Associação Brasileira das Empresas de Relações Públicas (Aberp), em 1984, ao afirmar que “Acreditamos na comunicação integrada, ou seja, na atuação conjunta de todos os profissionais da área. Não há conflitos entre as diversas atividades: há somatória em benefício do cliente” (1984, p.12).

Ações como essas, organizadas pelo núcleo de Relações Públicas, fazem uma diferença positiva para o Curso de Comunicação, pois oportuniza momentos de convivência entre os alunos do Curso, das diferentes habilitações, além de proporcionar aprendizado, troca de experiências com profissionais do mercado, aprendizado através de oficinas, comemoração de datas significativas, etc. Ainda, há uma interligação entre teoria e prática, aproveitando o conteúdo oferecido em sala de aula, que se torna a base dos trabalhos realizados. Conforme Kunsch (2003, p.385) “os eventos constituem uma atividade de grande interesse para as organizações, tendo em vista que propiciam o envolvimento direto dos públicos na sua realização”. Quando realizado com planejamento prévio e bem estruturado, desenvolve-se satisfatoriamente e acaba apresentando resultados positivos, atingindo os objetivos finais, de integrar os alunos, Coordenação do Curso, funcionários e profissionais do mercado.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

O núcleo de Relações Públicas tem o hábito de realizar um planejamento anual das ações a serem desenvolvidas durante o ano. Conforme a teoria exposta em sala de aula, planejar cada atividade é um passo muito importante para iniciar uma movimentação, ou seja, os riscos de acontecer imprevistos se tornam menores e transmite uma segurança satisfatória aos envolvidos.

O planejamento estratégico visa buscar as melhores formas para gerenciar as ações estratégicas das organizações, tendo por base as demandas sociais e competitivas, as ameaças e as oportunidades do ambiente, para que a tomada de decisões no presente traga os resultados mais eficazes possíveis no futuro. (KUNSCH, 2003, p. 244)

Outro método utilizado semanalmente no núcleo são as reuniões com todos os envolvidos e coordenador, onde cada monitor realiza um *feedback* da semana. Além disso, mensalmente é executada uma reunião com o coordenador do Curso e quando necessário o grupo se reúne com representantes dos demais núcleos – esse processo pode ocorrer mensalmente ou com mais frequência, dependendo do tamanho da ação.

Também ocorre a divisão de tarefas onde cada monitor se responsabiliza por determinadas atividades, dando seu *feedback* nas reuniões, conforme citado acima. Esse processo acontece de forma integrada com os demais núcleos, pois um depende do outro para a ação ser completa, por exemplo: o núcleo de RP planeja, organiza e executa. O núcleo de Jornal divulga, faz cobertura, entrevistas. O núcleo de PP realiza a parte gráfica para divulgação e o núcleo de PMA, trabalha a parte visual, com vídeos, programa de rádio, cobertura audiovisual, etc.

São várias as técnicas, mas o núcleo de Relações Públicas, em específico, realiza relatórios individuais das ações e depois compilam todos, montando um relatório anual, onde constam pontos positivos e negativos, contatos, metodologia, ações, desenvolvimento, facilitando assim as próximas edições. Outro método importante é a pesquisa de satisfação ou avaliação por meio do número de pessoas presentes nas atividades.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Principais atividades desenvolvidas

Conforme o planejamento do semestre, abaixo as atividades desenvolvidas pelos monitores, considerando as ações propostas pela própria Coordenação do curso, as demandas da própria Unisc como Instituição, as ações em parceria com Unisc TV, laboratório de fotografia e com os outros núcleos da Agência A4.

Dentre as funções do núcleo perante as ações, esteve: planejamento, organização, divulgação e execução/realização de todas as ações que o Curso de Comunicação Social idealizou, incluindo divulgação, locação de espaços, reserva de equipamentos, orçamentos de palestrantes, oficinas – com suas respectivas necessidades – decoração, cerimonial, recepção, apoio durante eventos, montagem, execução e tabulação de pesquisas, etc. As ações a seguir foram realizadas nos dois semestres do ano de 2015, sendo a Comemoração do dia do *RP*, o foco desse paper:

- ➔ Atualização e manutenção dos murais existentes nos blocos do Curso, utilizado para informações vindas da coordenação e divulgação das atividades.
- ➔ Reuniões semanais do núcleo com monitores voluntários e bolsistas, assim como o coordenador.
- ➔ Apoio com Cerimonial, Cerimonialista e acompanhamento dos eventos: Semana Acadêmica da Fotografia, Mostra de Filme dos alunos do Curso de Produção em Mídia Audiovisual.
- ➔ Planejamento, organização, divulgação e execução/realização de todas as ações do núcleo, palestras e eventos do Curso de Comunicação Social. Dentre eles: *Aula Inaugural* com Rafael Rezende (09/03/2015); 3º e 4º *Montra “Em Cartaz”* que tem o propósito de apresentar os vídeos realizados em 2014/02 pelos alunos da habilitação de Produção em Mídia Audiovisual nas disciplinas de Documentário I, Roteiro, Produção e Direção de Curta-Metragem e Projeto Experimental em Audiovisual (07/04/2015); *Dia do Jornalista* (07/04/2015); *Dia das Mães* (08 a 21/05/2015); *Dia dos Namorados* (12/06/2015); *Festa Junina* (14/06/2015); 5º *Correria* (26/09/15); *Dia da Secretária* (30/09/2015); *Dia do Professor* (15/11/2015); *Viva Unisc* (05/11/2015)
- ➔ *Planejamento, organização, divulgação, execução e avaliação da XX Semana Acadêmica do Curso de Comunicação Social*, que teve como tema “Comunicação

conquistando espaços”. (18 a 22/05/2015), com os palestrantes Denilson Shikako e o tema: “Inovação, isso agora é comigo”, Daniel HDR e o tema: “Do Fã ao Profissional - Estratégia para se trabalhar com o que se gosta”, Walter Lima e o tema: “Dados e comunicação social: novos processos tecnológicos para entender o comportamento humano”, Lala Deheinzelin e o tema: “O futuro desejável da comunicação”, Sergio Reis e o tema: “Comunicação – Portal do conhecimento”. Além das palestras ocorreram as oficinas nos turnos da manhã e noite, como: histórias em quadrinhos, coaching, ilustrator, desing editorial, cerimonial, operação de câmera, 3D max, jornalismo literário, ilustrator avançado, photoshop, fotografia, responsabilidade social, affer effects, edição de áudio, estratégias de relações públicas na ambiência da internet e desmistificação e elaboração de projetos culturais e leis de incentivo.

- ➔ Auxílio e planejamento, organização e execução de uma ação no evento *Feira do Livro em Santa Cruz do Sul* (11 a 20/09/2015);
- ➔ Auxílio e planejamento, organização e execução de uma ação no evento *Lançamento do Jornal UNICOM* (03/11/2015).

Dentre as atividades realizadas pelo núcleo de Relações Públicas no ano de 2015, a ação relacionada ao dia do profissional de Relações Públicas está em destaque nesse paper. A ação foi planejada no decorrer do ano por três monitores do núcleo de Relações Públicas, sendo eles Jusiane Janine Quos Skolaude, Victória de Carvalho e Gustavo Felipe Prank e coordenados pelas professoras Elizabeth Huber Moreira e Grazielle Brandt. Esta é uma ação surpresa para os alunos, onde só a organização tem consciência do que acontece no dia. A ação foi planejada e executada nos mínimos detalhes pela equipe de alunos, sendo este um diferencial das outras edições, pois foi a primeira vez que alunos organizaram a comemoração do dia, através do núcleo de Relações Públicas da Agência Experimental de Comunicação. As edições anteriores foram organizadas exclusivamente pelos professores.

Inicialmente tivemos a ideia de realizar uma ação ao ar livre, identificado como “A festa do branco”. O conceito deste tema seria por estarmos no final do ano, finalizando as atividades de 2015, reta final do semestre e iniciando as comemorações de espera de 2016. Entendemos que o significado tem ligação direta com a profissão, pois ser RP é isso, ou seja, esperar um novo ano, planejar novas ideias e executá-las com dedicação para adquirir resultados positivos e sempre pensando em uma próxima ação.

A ação seria em frente ao prédio da Reitoria, onde o ambiente é propício, visto que é um local aconchegante, com pergolados, plantas, chafariz, bancos. Na visão da equipe organizadora seria o lugar ideal para realizar o evento. Porém, veio a dúvida: e se chovesse? Precisávamos de uma alternativa. Planejamos, concomitante, a organização do evento na versão ao ar livre e em local fechado, que seria no prédio do Memorial, com entrada, corredor, espaço para festa e auditório. Porém, os recursos financeiros foram reduzidos ao máximo e tínhamos que adaptar as duas versões com muita criatividade. Em nosso planejamento inicial havíamos destacado diversos serviços que acabamos cortando e realizando com a nossa própria mão de obra, simplificando assim, os gastos.

Podemos afirmar que 20 dias antes, começamos a acompanhar a previsão do tempo. Os materiais de divulgação (em anexo) foram montados visando às duas possibilidades, ou seja, estávamos certos de que fazendo chuva ou sol, a ação seria realizada. Até o dia ficamos no impasse de onde realizar a ação. Porém, quando o dia amanheceu nublado e chuvoso nosso planejamento estratégico, pensando em duas possibilidades, foi posto em prática. Os materiais de decoração foram alugados para serem montados nos dois espaços. A divulgação ocorreu via internet, pessoalmente e através dos murais do Curso, mas o principal fator foi montar um convite nominal e entregar em mãos para cada aluno de Relações Públicas. Fazendo uso do *Facebook* criamos um evento e convidamos todos os alunos do Curso.

Para a decoração do ambiente alugamos alguns materiais, como pufes, mesas, tapete. Para servir o coquetel, que foi contratado através do Curso de Gastronomia da Universidade, alugamos suportes para doces e pratos para os salgados. Como não conseguimos contratar garçons, alugamos taças, jarras para servir o refrigerante e água. Tendo em vista o calor, foi comprado gelo e depositado em uma caixa de isopor trazida também pela organização. Salientamos que foi nossa equipe que recompôs as jarras com bebidas. A equipe para repor a comida, foi contratada junto do Curso de Gastronomia. Compramos flores mosquitinhos e os alunos da organização levaram de casa alguns canos de pvc decorados, garrafas, fitas, velas, suportes, velas de *led*, etc. A ideia foi montar uma entrada, ao longo do corredor, com os canos iluminados pelas velas de led e as garrafas com flores e com luzes coloridas. No ambiente da festa espalhamos suportes com velas, pufes no tapete, e mesas de madeira para colocar os alimentos (todos etiquetados) e as bebidas. No dia do evento, a equipe montou a decoração com os materiais adquiridos. Em parceria com

a Unisc TV conseguimos as luzes para dar um clima diferente à noite e o laboratório de fotografia foi parceiro realizando os registros, totalizando 325 fotos editadas.

Para animar o evento contratamos voz e violão, e como atração cultural um grupo de comédia, relacionando o tema com o Curso e nossas funções dentro da profissão. Durante o evento, foi liberada, por 1 hora e 30 minutos, uma cabine de fotos personalizadas para os convidados registrarem fotos com os amigos, podendo levar uma cópia impressa como lembrança.

Como forma de avaliação, procuramos fazer algo diferente, para não ser sempre pesquisa de satisfação, então solicitamos depoimentos de alguns alunos e professores presentes. Também acompanhamos o grau de satisfação dos convidados via redes sociais, resultando em pontos positivos para o nosso relatório (em anexo).

6 CONSIDERAÇÕES

No início do primeiro semestre de 2015 o núcleo passou por mudanças, quando ocorreu a troca de coordenação do mesmo. Também entraram novos monitores que foram treinados para exercerem as funções e ao mesmo tempo os demais tiveram que se habituar à nova gestão. Foram momentos de transformação e que foi necessário, além da agilidade em desenvolver o planejamento das ações que estavam chegando, muita paciência para o grupo entrar em um novo ritmo de coordenação. Tudo foi aprendido. Mesmo com as mudanças o grupo continuou integrado e trabalhando com o objetivo de atingir resultados sempre mais positivos.

Cada ação foi desenvolvida com eficácia, onde os monitores puderam experimentar a prática de mercado, fazendo uso da teoria, realizando assim uma demonstração do que é o mercado de trabalho. Os monitores puderam ter uma noção a mais sobre planejamento, organização, execução, relatórios, pesquisas, calendarização, mailing, cerimonial, etc. Todos tiveram contato com profissionais das mais diversas áreas da comunicação, podendo usufruir dos momentos proporcionados.

Como forma de exercitar o que nos espera depois de formados faz com que nos tornamos profissionais mais preparados para encarar o mercado. Poder realizar a ação do dia do Relações Públicas foi uma experiência de enorme dimensão. Executar todo processo nos proporcionou uma bagagem enorme de conhecimento, podendo em outras edições aperfeiçoar ainda mais a ação. Serviu para, tanto nós alunos organizadores quanto os demais, vermos que não há necessidade de fazer uso de numerosos recursos financeiros

para a realização de uma ação de qualidade. Muitas vezes o sucesso do evento depende muito mais da criatividade dos organizadores e da dedicação na busca da qualidade da ação proposta.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABERP. A atividade empresarial do relações públicas. São Paulo: Associação Brasileira da Empresas de Relações Públicas, 1984.

GRUNIG, James E.; FERRARI, Maria Aparecida; FRANÇA, Fábio. *Relações públicas: teoria, contexto e relacionamentos*. 1. ed. São Caetano do Sul: Difusão, 2009.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. *Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada*. São Paulo: Summus, 2003.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling (Org.). *Relações públicas: história, teorias e estratégias nas organizações contemporâneas*. São Paulo: Saraiva, 2009.