

Núcleo de Relações Públicas da A4 – Agência Experimental de Comunicação da Unisc¹

Jenifer Eduarda BECKER²

Mateus BECKER³

Priscila STEFFENS⁴

Renata Gerhardt PICCININ⁵

Fabiana da Costa PEREIRA⁶

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

RESUMO

A A4 – Agência Experimental de Comunicação é formada por quatro núcleos: Jornalismo, Publicidade e Propaganda (PP), Relações Públicas (RP) e Produção em Mídia Audiovisual (PMA). Sempre acreditando e empenhando-se para que exista integração entre os núcleos, incentiva o sentimento de união, onde não importa a habilitação, todos são A4. Este paper busca apresentar o trabalho realizado no ano de 2012 pelo núcleo de Relações Públicas, com especial destaque à ação *RP o quê?*.

PALAVRAS-CHAVE: relações públicas; agência experimental de comunicação; atividades desenvolvidas; ação *RP o quê?*.

1 INTRODUÇÃO

O curso de Comunicação Social da Universidade de Santa Cruz do Sul (Unisc) é uma exceção frente a muitos cursos da mesma área, pois se divide em quatro habilitações: Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas e Produção em Mídia Audiovisual. Estes, formam os quatro núcleos que compõem a A4 – Agência Experimental de Comunicação da Unisc. Em 1997, a ideia de criar um espaço para a prática dentro da academia surgiu, sendo inicialmente dividida em Agência Experimental de Publicidade e Propaganda, Agência Experimental de Relações Públicas e o Laboratório de Comunicação Impressa, destinado aos acadêmicos de Jornalismo. Sendo revitalizada em 2005, com o acréscimo da habilitação de Produção em Mídia Audiovisual no curso e como núcleo da agência, formou-se a A4 – Agência Experimental de Comunicação da Unisc.

Este ambiente foi criado para proporcionar a prática ao acadêmico que deseja aprender como é o dia-a-dia da profissão que escolheu seguir, conseguindo unir a teoria da

¹Trabalho submetido ao XX Prêmio Expocom 2013, 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 em Relações Públicas, email: jenifer.eb@gmail.com.

³ Estudante do 3º. Semestre do Curso de Comunicação Social – habilitação em Relações Públicas, email: mateusbecker94@hotmail.com.

⁴ Estudante do 3º. Semestre do Curso de Comunicação Social – habilitação em Relações Públicas, email: priscilasteffens@hotmail.com.

⁵ Estudante do 3º. Semestre do Curso de Comunicação Social – habilitação em Relações Públicas, email: renatagpiccinin@gmail.com.

⁶ Orientador do trabalho. Professora do Curso de Comunicação Social da UNISC, email: rpfabianapereira@hotmail.com.

sala de aula com a experiência que trabalhos reais proporcionam. Nela, todos os monitores, voluntários ou bolsistas, fazem parte da criação e da execução do trabalho em supracitado, dentro de suas áreas e aptidões. As decisões mais importantes são sempre tomadas em reuniões onde todos podem opinar e sugerir ideias. Esta liberdade e espaço de criatividade é um dos diferenciais da agência, pois o maior cliente é o curso de Comunicação Social. Ao mesmo tempo em que este quesito facilita por vezes as ações, tendo em vista que estamos todos na Comunicação, por outro lado temos sempre que superar as expectativas de nossos colegas de curso. Todo este trabalho é orientado pelos coordenadores de cada núcleo, que se reúnem mensalmente para discutir aspectos da agência como um todo.

No ano de 2012, o núcleo de Relações Públicas contou com duas professoras coordenadoras de núcleo, cada uma com vivências diferentes. No primeiro semestre, a professora Patrícia Persigo integrou o núcleo, e no segundo semestre, a professora Fabiana Pereira ingressou e abraçou a ideia, sendo a atual coordenadora de núcleo. Neste paper, apresentaremos as atividades principais do núcleo de Relações Públicas, onde destacaremos uma ação realizada no *Viva Unisc*, evento que divulga os cursos oferecidos pela Unisc aos alunos do ensino médio.

2 OBJETIVO

Proporcionar ao acadêmico de Relações Públicas um espaço de aprendizado e convívio com as ferramentas expostas nas disciplinas, através da utilização destas na prática, contribuindo para a formação de um profissional mais qualificado.

3 JUSTIFICATIVA

O núcleo de Relações Públicas da A4 – Agência Experimental de Comunicação da Unisc, assim como os outros núcleos, surgiu para proporcionar aos acadêmicos um ambiente de aprendizagem, crescimento e aplicação da teoria. É, portanto um espaço de experimentação, de tentativa, de acertos e erros, mas acima de tudo de experiências. Este também supre a necessidade que os acadêmicos apresentam quando se referem à prática de mercado. Sendo os coordenadores de agência nossos superiores e orientadores, instigando o melhor de cada monitor, voluntário ou bolsista, que está na agência.

A vivência na agência colabora com nossos contatos interpessoais e o reconhecimento por parte de profissionais da área, bem como pelos próprios acadêmicos da instituição. Estes aspectos poderão facilitar a carreira do futuro profissional, pois, de certa forma, a

agência pode ser vista como vitrine de talentos. A dinamicidade de troca de monitores também é algo muito válido, pois cada um ensina o que sabe e aprende com as experiências dos outros, esta troca traz vantagens mútuas.

O mercado exige profissionais que tenham o domínio total sobre suas áreas de conhecimento, e, em parte, que compreenda também outras áreas ligadas à profissão. A prática ainda na academia, utilizando as ferramentas que aprendeu na teoria, torna-se um facilitador nesta questão. O mito de quem aprende com a prática, com a vivência da experiência, realmente provoca um entendimento e uma opinião frente ao teórico.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

O trabalho realizado no núcleo de Relações Públicas baseia suas atividades nas teorias da comunicação e em todos os elementos que cercam o profissional desta habilitação. A cada ano conseguimos mostrar quão fundamental é a presença de um RP em qualquer ambiente empresarial ou institucional. A autora Maria Aparecida descreve que o objetivo das Relações Públicas

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)

Uma das ferramentas essenciais – e citada a pouco pela autora – é o planejamento. Dentro das disciplinas curriculares aprendemos a elaborar um planejamento, mas só com a prática de realmente utilizá-lo podemos visualizar a importância de um planejamento detalhado. A cada planejamento e evento desenvolvido aperfeiçoamos as estratégias utilizadas pelo núcleo, e pela agência como um todo.

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 aspecto muito importante que valorizamos dentro da A4 – Agência Experimental de Comunicação é a comunicação integrada. Esta filosofia, como Kunsch (2003) se refere, é realizada principalmente pelo núcleo de Relações Públicas, pois cabe ao grupo de RP aplicar este tipo de comunicação que, segundo a autora, “direciona a convergência das diversas áreas, permitindo uma atuação sinérgica”.

A construção da comunicação integrada tem base na união e este sentimento é estimulado diariamente na Agência, seja através de conversas, brincadeiras e atividades que não estejam ligadas diretamente ao trabalho, como também através de reuniões, discussões e construção de ideias que fazer parte do trabalho da A4 com um todo. Esta atitude só traz vantagens, como apresenta este posicionamento 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).

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Principais atividades desenvolvidas

Durante o ano de 2012, diversas tarefas fizeram parte do dia-a-dia no núcleo de Relações Públicas da A4 – Agência Experimental de Comunicação, entre elas:

- Atualização dos murais, que consistia em colocar cartazes de anúncios de eventos/palestras e avisos da coordenação do curso nos murais existentes nos blocos 13, 15, 17 e 53. Passados os eventos/avisos, a retirada dos cartazes era efetuada, cuidando sempre para que os murais fiquem atualizados, com informações úteis aos alunos.
- Confeção dos certificados de participação nas atividades do curso para os alunos, bem como a pesquisa nos registros da Agência dos certificados mais antigos, quando estes foram solicitados pelos alunos.
- Reuniões semanais com a presença de todos os monitores, voluntários e, no primeiro semestre, a professora coordenadora de núcleo.
- Participação em atividades de divulgação do Intercom Sul 2013, que acontecerá na Unisc. Entre elas, a inserção na organização do evento de 2012, que aconteceu na cidade de Chapecó – SC, tal movimento foi intitulado *Missão Chapecó*, realizada de 29/05/2012 a 02/06/2012. Obtivemos ótimos resultados, sendo a ideia acolhida pela Unisul, que sediará o mesmo evento em 2014 e enviará uma equipe para auxiliar, aprender e aperfeiçoar suas experiências no Congresso sediado na Unisc.
- Apoio com cerimonial e cerimonialista nos seguintes eventos: Semana Acadêmica do Curso de Administração/UNISC; Semana Acadêmica do Curso de Engenharia Mecânica/UNISC; e Assim Vivemos - 5º Festival internacional de filmes sobre deficiência.

- Planejamento, organização, divulgação e execução/realização de todas as palestras e eventos que o Curso de Comunicação Social idealizou, incluindo locação de espaços, reserva de equipamentos, cerimonial, recepção e apoio durante o evento. Dentre eles estão: *2º Colóquio de Agências Experimentais* (12/01/2012); *Aula Inaugural* com Gil Giardelli e Luiz Antônio Araujo (21/03/2012 e 22/03/2012); *2º Correria* – Uma campanha em oito horas (12/05/2012); *17º SEACOM* (Semana Acadêmica do Curso de Comunicação Social da Unisc), que apresentou à temática *A Comunicação pode mudar o mundo* (20 a 24/08/2012); Atividades realizadas durante o ano de 2012 que envolveram as comemorações dos *10 anos da habilitação de Produção em Mídia Audiovisual*, entre elas: oficinas, palestras, concurso, premiação, e apresentação de produções criadas pelos acadêmicos de PMA.
- Auxílio na Semana do Empreendedor, na Mostra Fotográfica Mãos que Transformam, no *I Festival de Vídeo e Mostra Estudantil da Escola Fortaleza* (24/10/2012) e na *25º Feira do Livro de Santa Cruz do Sul* (25/08 a 2/09/2012).
- Atividades de integração com os monitores de todos os núcleos da A4 onde foram realizadas atividades didáticas com o objetivo estimular a criatividade e unir o grupo; de aprendizado, como oficinas e treinamentos para os monitores; e de confraternização, como a festa de final de ano.

Dentre as atividades realizadas no ano em questão elencamos a ação *RP o quê?* para ser apresentada na íntegra como case destaque do núcleo de Relações Públicas da A4.

A ação aconteceu dentro do evento organizado pela Universidade de Santa Cruz do Sul, denominado *Viva Unisc*. Ele acontece em todos os campus da Instituição e tem como objetivo divulgar aos alunos do ensino médio de diversas escolas os cursos disponibilizados. A organização geral do evento é realizada pela equipe de Relações Públicas e a Assessoria de Comunicação, ambas da Universidade. Porém, cada curso é responsável e tem liberdade para criar o ambiente mais atrativo para seus futuros acadêmicos, dentro do espaço delimitado.

A A4 como um todo colabora para a criação do conceito e a realização do evento, que foi realizado no dia 8 de novembro, no ginásio do bloco 41 no campus de Santa Cruz do Sul. Fica a cargo do núcleo de RP o planejamento do espaço, assim como a divisão e organização do mesmo, as demandas solicitadas pelos outros núcleos da A4, a organização das oficinas, bem como salas e materiais necessários para elas, treinamento dos monitores e bolsistas que divulgam o curso e suas habilitações, entre outros.

No entanto, não é este o trabalho que consideramos destaque, a participação no *Viva Unisc* é algo que sempre realizamos, que faz parte de nosso calendário anual. Justamente por sabermos como se dá o evento, neste ano conseguimos pensar em uma ação específica para os alunos que demonstravam interesse na habilitação de Relações Públicas, e a intitulamos de *RP o quê?*.

Nos outros anos também realizamos oficinas de Relações Públicas, mas estas eram voltadas às áreas de atuação do RP como eventos e mídias sociais. Em 2012, optamos por partir do básico, pois a grande maioria dos alunos do ensino médio não conhecem as premissas desta carreira. A ação tinha como objetivo apresentar as Relações Públicas em toda a sua plenitude, mas de uma forma simples, desde seus conceitos até as aplicações práticas que abrangem a profissão. Para isto, dividimos nossa equipe (núcleo de RP) e concentramos as ações em dois momentos:

- O primeiro cenário que temos são os alunos chegando ao ginásio e se dirigindo ao estande do curso de Comunicação Social. Nossa função ali, como membros da agência é esclarecer as dúvidas e apresentar tanto o curso quanto as habilitações. Tendo percebido que o aluno demonstrou interesse na habilitação de Relações Públicas, era entregue a este um *flyer*. Foi solicitado aos outros monitores que também estavam trabalhando na divulgação que, percebendo o interesse do aluno, apresentasse o *flyer*, mesmo não sendo da habilitação de RP.

Na parte da frente do material, estava um jogo de relacionar as frases, que apresentava uma atitude da organização (coluna 1) e o que o público pensava diante do posicionamento da empresa (coluna 2) e era proposto que o aluno relacionasse as colunas. Na sequência do *flyer* estavam os horários das oficinas e uma mensagem dizendo que a organização e o planejamento do estande que estavam vendo foi realizado por acadêmicos de Relações Públicas.

No verso do *flyer* havia uma citação de Margarida Kunsch, uma das mais renomadas escritoras da área de Relações Públicas. Abaixo, estava descrito o perfil do profissional de RP e uma breve descrição de alguns lugares onde este profissional pode atuar. Ao final do *flyer*, os logos do Curso de Comunicação Social, da Universidade de Santa Cruz do Sul e da A4 – Agência Experimental de Comunicação da Unisc.

Frente:

Verso:

Relações Públicas

Venha conhecer essa Profissão!

RELACIONE:

Quando a organização:

- Presta um bom atendimento.
- Possui seriedade nas suas ações.
- Vende produtos ruins.
- Possui preço justo.
- Relaciona-se com a comunidade.
- Divulga seus produtos e serviços.
- Patrocina um evento.
- Não responde às reclamações.
- Inova nos produtos e serviços.
- Personaliza o atendimento.

As pessoas:

- Identificam uma boa reputação da Organização.
- Reconhecem a marca.
- Constroem uma boa imagem.
- Fidelizam-se como clientes.
- Sentem-se exclusivas.
- Identificam a organização como competitiva.
- Desacreditam na organização.
- Não voltam a comprar os produtos.
- Criam simpatia pela organização.
- Sentem-se satisfeitas.

Horários das Oficinas:

9h às 10h } **RP o quê? Conheça mais sobre a profissão**
14h30min às 15h30min

10h às 11h } **Relações Públicas na prática**
15h30min às 16h30min

Se você gostou do que viu neste estande, saiba que a organização do espaço contou com o trabalho de alunos de Relações Públicas, afinal, planejamento e organização de eventos é uma das muitas atividades de RP.



"Relações Públicas atuam como técnica especializada de relacionamento, cujo objetivo principal é perceber as realidades da sociedade/organização, a obrigatoriedade de seus inter-relacionamentos institucionais e mercadológicos, suas necessidades permanentes de comunicação e seus desenvolvimentos harmônicos ou controversos com a sociedade".

Margarida Kunsch

Perfil do profissional de Relações Públicas

O egresso de Relações Públicas é o profissional na área de comunicação que estabelece o diálogo entre a organização e seus públicos, visando à compreensão mútua. O interesse público é a base da existência das relações públicas, sem o qual seu trabalho não se realiza. O Curso prepara profissionais com competência para assessorar dirigentes de instituições públicas e privadas, em práticas de relações públicas, informando e orientando com o objetivo de formar a opinião pública e de integrar a instituição à comunidade. Também tem competência para realizar pesquisas e auditorias, elaborar planejamentos estratégicos de comunicação institucional, acompanhar e avaliar seus resultados.

O mercado

Os profissionais de relações públicas podem atuar tanto em departamentos específicos de instituições ou organizações, privadas ou não, como em empresas especializadas em pesquisas.







- As oficinas são o segundo momento de nossa ação. Neste, os alunos interessados pela habilitação já foram apresentados brevemente a profissão e optaram por aprofundar mais seus conhecimentos através das oficinas oferecidas. Foram criadas duas oficinas que se repetiram no período da manhã e da tarde, tendo em vista que existem alunos que permanecem no evento somente pela manhã e outros que participam apenas a tarde, ambas com duração de uma hora. As oficinas foram realizadas por duas acadêmicas monitoras do núcleo de Relações Públicas da Agência Experimental.

A primeira oficina *RP o quê? Conheça mais sobre a Profissão* apresentava uma proposta mais didática e conceitual do profissional de Relações Públicas. Iniciamos as oficinas nos apresentando, e solicitando que os alunos também se apresentassem, e comunicamos que eles poderiam nos interromper sempre que eles necessitassem. Posteriormente, foi exposto de forma simples a função, o objetivo, o perfil, os públicos, o mercado e algumas áreas de atuação (Comunicação Interna, Propaganda Institucional, Comunicação Externa, Gestão de Crise, Produção de Eventos, Planejamento, Comunicação Comunitária e Responsabilidade Social).

A segunda oficina desejava levar o aluno a pensar como um RP, ou no mínimo ver as possibilidades e oportunidades de atuação do profissional. Esta, sob o nome de *Relações Públicas na Prática*, expôs itens que fazem parte da rotina de um profissional da área. A

oficina iniciou como a primeira, com as apresentações e o aviso. Os aspectos mostrados foram gerenciamento de crise na internet, posicionamento da marca, campanha para o público interno e planejamento. Cada um destes itens foram apresentados com base em situações reais, de forma criativa e interessante ao público, utilizando vídeos, imagens e descrições. Após a explanação da circunstância foi questionado aos alunos “*o que vocês fariam para solucionar isso?*”, sendo estimulada a participação e as sugestões, criando a oportunidade de trocas de experiência e discussão em torno do assunto levantado. Após o período de conversa foi demonstrado o que aconteceu na realidade, o que a empresa fez ou poderia ter feito, e não fez.

Ao final das oficinas nos despedimos, colocamo-nos a disposição e salientamos que as portas da A4 sempre estão abertas para todos. Fechando ambas as oficinas também contamos com a colaboração do gênio Albert Einstein, que nesta frase resume a essência do Relações Públicas: “*Muitas pessoas vêem o que é, e nunca o que pode ser*”. O RP vê o que poucos vêem e tem a missão de se colocar no lugar do outro, de ver com os olhos do outros.

6 CONSIDERAÇÕES

Em 2012 o núcleo de Relações Públicas da A4 – Agência Experimental de Comunicação da Unisc passou por algumas mudanças. No primeiro semestre ingressaram novos monitores voluntários, que foram treinados e uniram-se a equipe onde se observou suas características e potenciais. Após as férias de inverno, grande parte dos monitores voluntários e bolsistas que já estavam há dois anos no núcleo, deixaram seus cargos, visto que alguns conseguiram emprego e outros iniciaram a monografia e preferiram se ausentar desta função. Outra mudança foi a troca de coordenadoras, pois, como se sabe, é necessário um período de adaptação, tanto da equipe quanto da professora, um tempo para se conhecer e começar a trabalhar em equipe.

A renovação de pessoal acontece no início do ano e todos os núcleos agregaram mais pessoal a suas equipes. Mesmo assim, o clima dentro da A4 continua integrado e se renova a cada novo membro que aproveita a grande oportunidade que a Agência Experimental propicia. O aprendizado é constante, seja através do grupo ou das experiências particulares, existe uma troca que beneficia a todos. Além disso, no decorrer deste ano nos empenhamos para realizar um trabalho conjunto entre todos os núcleos da Agência Experimental, pois cada vez mais a comunicação se torna integrada e as diversas áreas atuam juntas.

Mesmo com estas alterações, todas as atividades desempenhadas foram cumpridas com eficácia, onde cada acadêmico conseguiu aperfeiçoar seus conhecimentos e progredir na sua formação profissional. Podemos destacar, no primeiro semestre, a participação na *Missão Chapecó*, onde oito acadêmicos e um professor foram para a cidade que sediou o Intercom Sul 2012. Faziam parte deste grupo três monitoras do núcleo de RP que, assim como todos os outros, foram aprender a realizar um congresso com estas proporções.

O exercício da profissão ainda na academia é uma forma de apurar os sentidos do Relações Públicas e prepará-lo para o mercado de trabalho. Assim como o ambiente fora da Universidade apresentará desafios, no segundo semestre, com a chegada do *Viva Unisc*, fomos provocados a expandir as atividades voltadas à habilitação de Relações Públicas dentro da mostra de cursos. Ação destaque que foi descrita neste paper e que está sendo planejada e a aperfeiçoada para este ano, pois a superação é algo necessário e gera o crescimento pessoal e profissional.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

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

FREITAS, Ricardo Ferreira; LUCAS, Luciane (Org.). *Desafios contemporâneos em comunicação: perspectivas de relações públicas*. São Paulo: Summus, 2002.

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.