

Informe Relações Públicas¹

Ludmila MACIEL²

Fabiana da Costa PEREIRA³

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

RESUMO

O Informe Relações Públicas é uma publicação impressa desenvolvida durante a disciplina de Oficina de Redação em Relações Públicas II, com o objetivo de proporcionar aos alunos a vivência prática de produção de um periódico na área. Com características próprias, o informativo é a produção concreta de material de divulgação do próprio curso de Comunicação Social produzido pelas alunas de Relações Públicas. Planejado e realizado durante o segundo semestre de 2012, foi distribuído aos alunos e professores do próprio curso, ao final do ano, trazendo uma retrospectiva dos eventos realizados pelas Agências Experimentais e Coordenação do Curso

PALAVRAS-CHAVE: informativo, divulgação, relações públicas.

1 INTRODUÇÃO

A produção de informativos na área das relações públicas tem público definido, visto a especificidade do trabalho de comunicação que é desenvolvido por esse profissional. Direcionado a público interno, circula invariavelmente dentro das organizações, tendo como foco a divulgação de informações institucionais ou de grande interesse da organização e seus funcionários. Dentro dessa proposta é que foi dada consecução a realização do Informe Relações Públicas como publicação da habilitação de Relações Públicas, direcionada aos alunos e professores do Curso de Comunicação Social da Unisc, nas suas quatro habilitações – Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas e Produção em Mídia Audiovisual.

Entender o conceito de informativo, saber desenvolver uma proposta para público específico, identificar esse público, pautar os assuntos, buscar os conteúdos, escrever as matérias, realizar a coberturas fotográficas ou ainda buscar acervo de imagens, entre outros passos, foi o caminho trilhado pelos alunos ao longo do semestre para que se chegasse no produto pronto, impresso e distribuído ao público de destino. Uma experiência prática aliando a teoria à realidade que poderá ser enfrentada pelos acadêmicos depois de formados.

2 OBJETIVO

O Informe Relações Públicas tem por objetivo a divulgação de informações institucionais sobre o próprio curso de Comunicação Social da Unisc, buscando realizar uma retrospectiva das ações propostas pela Coordenação do Curso e Centro Acadêmico aos alunos das quatro habilitações, visto a disciplina base, Oficina de Redação em Relações

¹ Trabalho submetido ao XX Prêmio Expocom 2013, na Categoria Relações Públicas, modalidade Produto de Comunicação Institucional Impresso.

² Aluno líder do grupo e estudante do 5º. Semestre do Curso de Comunicação Social, habilitação Relações públicas, email: Ludmila_maciel@terra.com.br

³ Orientador do trabalho. Professor do curso de Comunicação Social, habilitação Relações Públicas, email: rpfabianapereira@hotmail.com.

Públicas II estar ofertada no segundo semestre letivo do ano. Ainda busca pautar as ações já planejadas para o ano seguinte, gerando expectativa junto aos acadêmicos.

3 JUSTIFICATIVA

A produção de informativos em Relações Públicas tem como funções básicas a informação, integração, educação e motivação da organização frente ao seu público interno. É material de divulgação produzido, em geral, localmente, dentro da própria empresa, conforme o tamanho e tiragem pré-definidos no projeto. Deve abrir espaço de colaboração para os funcionários, se propondo a ser um veículo de fácil acesso, linguagem clara, com conteúdo que abarque os interesses da própria diretoria, como do público de destino. De realização simples, se propõe a circular periodicamente.

Dentro dessa perspectiva de um veículo de informação que tem como foco a divulgação da comunicação institucional das organizações, a produção de informativos está enquadrado como veículo de comunicação dirigida escrita, o qual poderá ser confeccionado pelos profissionais de Relações Públicas, visto sua característica de circulação restrita dentro do ambiente interno das organizações e o foco da divulgação Institucional. Conforme a Lei Nº 5.377 de 67, Capítulo II, Artigo 2º, letra a) consideram-se atividades específicas de RP as que dizem respeito à informação de caráter institucional ente a entidade e o público através dos meios de comunicação.

Como prática que ainda hoje se configura nas empresas e instituições, seja na confecção direta pelo profissional ou acompanhamento de equipe específica que irá produzir o material, entendemos ser de extrema importância a vivência para os alunos de todos os passos e processos necessários para a produção do informativo, além da noção de prazos de encaminhamentos e reação do público quando o material chega ao seu destino, já pronto e distribuído.

Ainda ressaltamos a oportunidade de conseguirmos aliar a teoria à prática na própria sala de aula, enriquecendo as discussões e experimentações dos alunos que terão a oportunidade de um aprendizado de maior qualidade.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

O Informe Relações Públicas foi planejado e desenvolvido a partir de projeto específico que definiu as diferentes etapas a serem vencidas. O planejamento possibilitou o êxito da proposta, visto que adequou o informativo à especificidade de ser uma publicação realizada dentro de uma instituição de ensino. Conforme Kusch (2003) mais do que apenas programar as edições, o planejamento de um informativo tem por objetivo ajustar a proposta ao contexto organizacional.

Como instrumento de comunicação dirigida escrita precisou ser direcionado, desde o primeiro momento, para público específico, de âmbito interno, seguindo as características que diferencia o informativo de Relações Públicas de outros informativos produzidos por alunos das outras habilitações. Conforme Rabaça e Barbosa, boletim é definido como uma “publicação periódica, de caráter noticioso, em poucas páginas, para distribuição interna. Contém notícias próprias da organização que o edita. Difere do jornal e da revista pelo formato (menor), estilo e produção gráfica” (1987, p. 78).

Definido o público, caracterizados pelos alunos do Curso de Comunicação Social da Unisc, o projeto buscou identificar os objetivos a que se propunha esse novo material informativo, que desse a dimensão necessária de ser um veículo voltado aos acadêmicos e que pudesse realmente fazer a ligação desses com as ações propostas pela Coordenação do Curso. Juntando essa necessidade, de ser veículo de divulgação de informações institucionais, para não se descaracterizar, ao fato de estar sendo desenvolvido no segundo semestre letivo do ano, a oportunidade identificada dizia respeito a uma distribuição ao

final das aulas, o que apontou para um material de retrospectiva, na sua essência, com outras contribuições que pudessem ser de interesse dos alunos e que tornassem o material atrativo. Conforme Santos (1995) um periódico deve considera o público para quem está sendo dirigido, lembrando que atende aos interesses da organização, mas também tem que manter-se atrativo aos olhos dos leitores em perspectiva, não podendo utilizar-se de palavras técnicas ou rebuscadas que ao invés de aproximar o público da empresa, afasta cada vez mais, prejudicando a relação a ser estabelecida.

Para a realização do projeto foram utilizadas as técnicas de entrevista e pesquisa documental para a coleta de material, o que não foi difícil, visto a Agência Experimental ter núcleo de Relações Públicas que coordena as ações, propostas pela Coordenação, desenvolvidas ao longo do ano, assim como o Núcleo de Jornalismo faz a cobertura completa, com matérias e fotos, mantendo o material arquivado. Também as entrevistas foram de fácil realização, considerando que o núcleo de interesse estava centrado nos próprios alunos e nos professores das diferentes habilitações e disciplinas.

Todo o projeto foi desenvolvido concomitante a realização das aulas teóricas e práticas, no âmbito da própria universidade, dispendendo pouca dedicação extra dos alunos, visto que os mesmo possuem, em sua maioria, jornada de trabalho nos outros horários. Também os materiais e equipamentos necessários foram do próprio curso ou dos alunos envolvidos, sendo boa parte da confecção do informativo realizado nos laboratórios de informática de Unisc.

Desde o projeto gráfico, que teve a versão final desenvolvido por um aluno da habilitação de publicidade e propaganda, passando pela definição das editorias, as pautas, o projeto gráfico, a coleta de material, o cronograma, a diagramação, o orçamento e a distribuição foram trabalhados em conjunto em sala de aula, envolvendo todos os alunos numa repartição de tarefas e responsabilidades. Ainda, cada grupo de alunas responsabilizou-se por uma das pautas, tendo que entregar o material com antecedência para revisão de outro grupo. Assim foi se constituindo o Informe Relações Públicas, num trabalho colaborativo entre os acadêmicos.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O Informe Relações Públicas é uma informativo produzido pelos acadêmicos do Curso de Comunicação Social da Unisc, da habilitação de Relações Públicas, na disciplina de Redação em Relações Públicas II, durante o segundo semestre letivo do ano de 2012, como trabalho avaliativo final. Foi a primeira edição do informativo, tendo como público os alunos do curso de Comunicação Social da Unisc nas suas quatro habilitações. É uma publicação que passa a ser anual, em formato A4, com 4 páginas, cor, impresso em papel vergê brilho.

Como objetivo, o informativo se propôs a realizar uma retrospectiva das atividades realizadas pela Coordenação do curso de Comunicação Social, cobrindo as diferentes ações propostas e que foram vivenciadas pelos alunos. A capa dá abertura ao material através de matéria geral que cobre o cronograma das atividades realizadas, além das ações já planejadas para o ano de 2013. Ainda, apresenta matéria mais específica sobre a realização da 17ª Semana Acadêmica da Comunicação Social, com um relato das atividades oferecidas e dos convidados que estiveram presentes, sendo ilustrada com fotografia de duas das ações desenvolvidas.

Na página dois, que não é numerada, a matéria principal traz a cobertura das comemorações dos 10 anos da habilitação de Produção em Mídia Audiovisual – PMA. Além do relato de todas as atividades que envolveram essa comemoração, a matéria apresenta foto ilustrativa. Nessa mesma página duas outras notícias são veiculadas: informações sobre o Unicom, o jornal laboratório dos alunos de jornalismo e o evento

Correria, que é uma atividade voltada aos alunos de publicidade e propaganda. A página três, na sua quase totalidade abriga a divulgação da realização do evento Intercom Sul que viria a ser sediado na instituição, já dando uma prévia das expectativas, além de informar sobre todos os passos que já tinham sido dados, apresentando a logomarca criada para o evento pelo próprios alunos do curso de Comunicação Social da instituição. Também nessa página a cobertura do evento Relações Públicas: a peça chave do jogo, um projeto experimental que mexeu com os alunos da habilitação de Relações Públicas. Matéria essa que possuiu cobertura fotográfica e foi a única realizada especificamente pelos próprios alunos da habilitação que estavam confeccionando o informativo, visto ter acontecido no mês de novembro. A contracapa abriu espaço para divulgação das parcerias realizadas entre o Centro Acadêmico de Comunicação Social durante o ano, que se deu através de participação nos eventos, com reuniões administrativas e reformas nas dependências do mesmo junto à instituição. Completando a página está matéria de divulgação do evento Viva Unisc, em específico sobre as ações desenvolvidas pelo curso, com cobertura fotográfica. Encerrando, o informativo trouxe um único material sem vínculo especificamente com o curso, o qual trazia sugestões para que os alunos aproveitassem às férias, já iminentes, com contatos de diferentes espaços para os mais variados gostos. Matéria essa que foi ilustrada.

Assinam o informativo as acadêmicas Camila Lima, Daiane Maggioni, Letícia Hinterholz, Fabíola Pinheiro e Ludmila Maciel, responsáveis pela capa; Cristiane Schmidt, Mariele Garcia e Roger de Barros, responsáveis pela página 2, Bruna Henn, Janaína da Silva, Lidiane Bergamo e Vanessa Faccin, responsáveis pela página 3; e Camila Linhares, Fabíola Pinheiro, Ludmila Maciel e Priscila de Freitas, responsáveis pela contracapa. O projeto gráfico é do aluno Bruno de Almeida, da habilitação de publicidade e propaganda. A diagramação ficou de responsabilidade da professora orientadora Fabiana Pereira e da acadêmica Luiza Machado. A distribuição ficou por conta dos alunos e foi realizada durante a penúltima semana de aula, nas salas de aula, espaços comuns, escaninho dos professores, além de ficar disponível na Secretaria do Curso.

6 CONSIDERAÇÕES

Colocar em circulação um produto resultado de um processo colaborativo entre acadêmicos do curso de comunicação, mais especificamente alunos da habilitação de Relações Públicas, transformou-se num grande projeto que buscou aliar a teoria com a prática profissional. Além da oportunidade do desenvolvimento do conhecimento, os alunos puderam vivenciar todas as etapas de realização de um informativo, passando pelo planejamento, realização e o *feedback* do público, visto que ao receberem o informativo, tanto alunos como professores do curso de Comunicação Social da Unisc mencionaram a surpresa na entrega do material proveniente da área de Relações Públicas.

A experiência causou boa impressão junto aos alunos realizadores, como também junto aos colegas de todas as habilitações, além de contribuir para o aprofundamento das discussões em sala de aula e avaliação sobre as melhorias que poderiam ser propostas aos acadêmicos que venham cursar a disciplina nos próximos anos. Nesse sentido o Informe Relações Públicas é um instrumento de avaliação e de experimentação que veio para ficar.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

KUNSCH, Margarida M. K. Planejamento de relações públicas na comunicação integrada. Ed. rev. São Paulo: Summus, 2003.

RABAÇA, Carlos Alberto; BARBOSA, Gustavo. **Dicionário de Comunicação**. São Paulo: Editora Atica, 1987.

SANTOS, João Moreira dos. **Imprensa empresarial: da informação à comunicação**. Lisboa: Edições ASA, 1995.

Lei Nº 5.377, DE 11 DE DEZEMBRO DE 1967. Disciplina a Profissão de Relações Públicas e dá outras providências. Disponível em, <http://www.conrerp2.org.br/index.php?pagina=lei-5377-67>, acessado em 15/04/13 às 14h.

APÊNDICE

CACO esteve OPERANTE em 2012

A gestão atual do CACCO, o Centro Acadêmico de Comunicação Social, fez jus ao nome de campanha e manteve-se OPERANTE ao longo do ano. Desde que iniciou as atividades tem participado e organizado eventos importantes em parceria com o Curso e promete continuar da mesma forma no próximo ano.

A SEACOM foi um dos eventos em que o CACCO esteve presente, através da palestra de Eduardo Marinho e da Festa de Encerramento. Inicialmente o "KECACCO", seguido por trabalhos em grupos distribuídos, durante a SEACOM, os alunos que estiverem presentes na programação do evento. Nova oportunidade para o "KECACCO" surgiu no dia 31 de outubro, dia de Halloween, comemorado de uma forma inusitada, como NI, desta vez, composto por pipocas.

Em novembro, dia 14, foi a vez de Assessoria de Comunicação Social, em um encontro com o Conselho de Alunos e o ingresso de novos membros. A parte estrutural do CACCO também recebeu investimento através de algumas reformas a fim de proporcionar um ambiente mais acolhedor para os acadêmicos. Fim de ano e atividades, no dia 30 de novembro, foi realizada a Festa de Encerramento do semestre, no Sun set com animação da banda TCM. Foi a despedida de 2012.

Viva UNISC - Viva Sua Escolha

O Viva UNISC é um evento anual, que reúne, no campus universitário, em um único dia, acadêmicos de todos os cursos para reconhecer os alunos do Ensino Médio que vêm conosco e se estendem a participar das oficinas de pesquisa que poderão ser suas futuras profissões. O Viva UNISC oportuniza que o estudante se aproxime de cada curso. Os estudantes são atendidos por acadêmicos preparados para tirar qualquer tipo de dúvida e exemplificar um pouco sobre o mercado de trabalho de cada profissão. O Curso de Comunicação Social, neste ano, que causou impacto no evento, trouxe o Bússola de Comunicação, que "transporta" os estudantes pelo campus. Este ano, o UNISC ofereceu um show da Banda Reação em Cadeia e seus convidados, o que empolgou a todos e foi um sucesso.



Para mais informações:
WhatsApp: <http://www.facebook.com/MuniClub>
SET: <http://www.facebook.com/setclub>
Marina Park: <http://www.facebook.com/marina.park>
Acquaflex: <http://www.facebook.com/acquaflex>
Sítio 7 Águas: <http://www.sitio7aguas.com.br>
Tabacco Country: (51) 3042-1262

Este trabalho foi elaborado no âmbito do Projeto de Pesquisa em Comunicação Social, sob a orientação do Prof. Dr. Carlos Alberto Rabaça, do Departamento de Comunicação Social, da Universidade Federal de Santa Catarina. O trabalho foi elaborado em parceria com o Centro Acadêmico de Comunicação Social (CACCO) e o Curso de Comunicação Social (CCS) da Universidade Federal de Santa Catarina.

Informe Relações Públicas

Redação em Relações Públicas II - Curso de Comunicação Social - UNISC / Segundo Semestre - dezembro de 2012

A Comunicação movimentou a UNISC em 2012

Quando um ano se encaminha para o final surgem reflexões de quantos sonhos foram realizados, desafios vencidos e conhecimentos adquiridos. O curso de Comunicação Social promoveu variados eventos e atividades para a integração dos alunos e professores durante o ano de 2012. Vale lembrar um pouco do que foi feito. Iniciamos em 21 de Março, com a aula inaugural que contou com a presença de Gil Gardella – autor do livro “Abolir é que você compartilhe”.

Em 12 de maio foi a vez do Il Correria – uma campanha em oito horas, onde 5 equipes, numa corrida contra o tempo, criaram campanhas publicitárias específicas para atender a um cliente real. Para a habilitação de Produção em Mídia Audiovisual o ano teve um toque especial com a comemoração dos 10 anos de curso. Entre os dias 20 e 24 de agosto foi a vez da 17ª Semana Acadêmica da Comunicação Social.

O ano também foi de premiações. O curso esteve representado no 25º SET Universitário da Fameduc/PU-GRS, na ocasião em que 9 acadêmicos tiveram seus trabalhos premiados nas mais diversas categorias. No dia 8 de novembro, aconteceu mais uma edição do Viva UNISC, um evento que reúne acadêmicos e alunos do ensino médio. Sobre alguns desses eventos há mais informações nas matérias, nas próximas páginas.

Para o ano que vem já temos um novo desafio: Intercom 2013. Entre os dias 30 de maio e 1º de junho o movimento na universidade se está intenso, com diversas apresentações de trabalhos acadêmicos. Pessoas de outras regiões, com culturas diferentes, vêm para a cidade. O desafio está lançado e com certeza o Curso de comunicação cumprirá esse compromisso com excelência.

17ª Semana Acadêmica da Comunicação Social



Foto: Divulgação

Foto: Divulgação

A 17ª SEACOM, que teve como tema “A comunicação pode mudar o mundo”, proporcionou aos acadêmicos de todas as habilitações de Comunicação Social e Tecnológica em Fotografia momentos marcantes. Na programação, se abertura contou com a presença de Maria Mourão, com o tema “Todo mundo pode mudar o mundo”, que foi iniciada a partir da apresentação do trailer do curta-metragem “Quem não importa” que está em lançamento pela primeira vez no cinema do país. Com as partes que foram apresentadas do documentário e uma palestra bem inspirada, de fato conseguiu perceber e que realmente todos que desejam podem mudar o mundo. Ao longo de seis dias se realizou-se uma sequência de palestras, oficinas e até mesmo sessões de Cinema. Esse último foi realizado em homenagem às atividades de Produção em Mídia Audiovisual que comemoramos 10 anos de curso na UNISC. Uma semana de tirar o aluno que não conta com a participação do CACCO, o Centro Acadêmico de Comunicação Social, que trouxe Eduardo Marinho para uma palestra no encerramento. Cada vez mais a SEACOM tem sido agendada com programações de qualidade e que tem de fato a contribuição de todos os temas que serão abordados para o próximo SEACOM. Bem, isso só em 2013 para saber

Capa e contracapa do Informe Relações Públicas

Teve aniversariante no curso!

O ano de 2012 foi marcado pela comemoração dos 10 anos da habilitação de Produção em Mídia Audiovisual. Palestras, oficinas, workshops e bate-papo com profissionais como Flaviano Lóian, Adão Iumaganá e Bibiana Ceário, programação especial na Semana Acadêmica e o Concurso de Vídeos, intitulado "Cenários", se destacaram nas comemorações.

Do concurso "Cenários" participaram quatro vídeos produzidos pelos alunos, com duração entre três e cinco minutos abordando o tema Responsabilidade Social. Assanha foi feita através de júri popular e júri oficial. O primeiro considerou a quantidade "gostei" que vídeo recebeu no canal do YouTube, já o segundo foi composto por avaliação de comissão de profissionais da área. A revelação dos vencedores e premiação ocorreu no dia 21 de novembro, juntamente com o evento de encerramento das comemorações que contou com palestra de Guto Bozzelli, que trabalha com animação, na Cartunaria Desenhos.

Na categoria júri popular os vencedores foram a equipe Cegos, Surdos e Loucos, como vídeo "Ainda há esperança". Já na categoria júri oficial os vencedores foram as equipes Luz e a



Foto: Mariete Garcia

equipe Bigonange, com o vídeo "O que (não) é Responsabilidade Social", em segundo, a equipe O'F Elemento com o vídeo "Parceiros exercendo Solidariedade" e em terceiro a equipe Todocutem com o vídeo "Essa fosse diferente?".

O sub-coordenador do Curso, Helio Afonso Etges, acredita que as comemorações dos 10 anos da habilitação de PMA agregaram em motivação aos alunos, mas principalmente em qualidade, que é o objetivo do Curso de Comunicação Social. Na sua percepção o "Cenários" foi a ação que mais se destacou. Ele também chamou atenção para o interessante fato de o concurso ter sido idealizado por alunos de PMA.

UNICOM: o jornal laboratório

O UNICOM é um jornal laboratório, produzido semestralmente por alunos na disciplina de Produção em Mídia Impressa. A execução do impresso tem por objetivo proporcionar aos acadêmicos a vivência de produção de um material jornalístico de circulação no mercado.

Todos os processos que envolvem a produção do UNICOM são executados pelos estudantes. A definição das pautas é feita através de pesquisas realizadas no início dos semestres, quando são apontados os temas relevantes e interessantes para os leitores do impresso.

A fim de dar amplitude ao processo de confecção do jornal, os estudantes fazem uso de mídias digitais para divulgação.

Na disciplina a ferramenta utilizada, de forma mais sistemática, é o blog do UNICOM, embora também se utilize o facebook.

A última edição do UNICOM, de novembro, propôs uma nova forma de discutir um tema extremamente antigo e foi publicado sobre o título "Qual a cara de política".

CORRERIA: uma campanha em oito horas

Atividade organizada pelo Curso de Comunicação Social e A4 - Agência Experimental de Comunicação - o CORRERIA teve sua segunda edição realizada em 12 de maio deste ano. O evento envolveu cerca de sessenta pessoas, entre elas alunos das quatro habilitações, professores do curso e instituições convidadas. A atividade tem por objetivo promover a interação entre os estudantes e proporcionar aos mesmos uma experiência de mercado.

A proposta do CORRERIA consiste na formação de equipes compostas por dez integrantes, as quais devem estar mescladas com alunos das quatro habilitações. Cada equipe inscrita deve criar uma campanha de comunicação completa. O II CORRERIA teve como cliente a AAPECAN - Associação de Apoio a Pessoas com Câncer de Santa Cruz do Sul. E a campanha aprovada tinha como ideia principal sensibilizar as pessoas aproximando-as da associação através do slogan "Seja Engenheiro da SuperAção!". A vencedora do II CORRERIA, foi a equipe Querianos.

Intercom Sul será na UNISC

O XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, a ser realizado de 30 de maio a 1º de junho de 2013, será sediado pela UNISC. O evento acontecerá pela primeira vez na universidade, e na sua organização irá envolver acadêmicos, professores e funcionários, além de movimentar toda a cidade. Segundo o Coordenador do Curso de Comunicação Social, Demétrio Soster, "será um momento rico na troca de conhecimento, para discutirmos temas, apresentar trabalhos e participar de palestras".

Com o tema "Comunicação em Tempo de Redes Sociais - subjetividades, afetos e emoções", o Intercom Sul já ganha forma e o Curso de Comunicação avança nos preparativos. A identidade visual criada pelos alunos Maurício Alves, da PMA, e Janina Zambarda, de PR, buscou inspiração no cotidiano do campus da UNISC com o péssimo Quero-quero, uma ave típica da região sul.

As ações com os alunos teve início no Parque da Gruta, no mês de outubro, com uma reunião de integração da Comissão Organizadora com os delegados e voluntários da A4. Em um segundo momento foram os alunos voluntários que foram reunidos em encontro com os professores Demétrio

Soster, Fabiana Pereira e Yhavelin Guerin, coordenadores gerais do Intercom Sul. Nessa oportunidade eles apresentaram o evento, explicaram como funciona a estrutura do mesmo e motivaram todos a participar e a vestir a camiseta. Também com os funcionários esse reunião foi realizada. Para Demétrio Soster "é essencial o envolvimento de todos os alunos, pois são parte fundamental para o congresso acontecer".

Uma vasta programação de atividades está sendo pensada para os mais de 2.500 participantes que estão sendo esperados. Os possíveis nomes para compor os painéis e a conferência de abertura foram apresentados para a Direção Nacional do Intercom. A divulgação, que está a todo vapor, conta com blog, página no facebook, camisetas, bottons, tudo para o pessoal entrar no espírito do evento. Antecipando informações, o que é certo é que para encerrar o congresso está sendo pensada em uma grande festa de integração entre os alunos da instituição e visitantes. O professor Demétrio Soster considera que há muito trabalho pela frente, pois a dedicação é para que a UNISC realize o melhor e maior congresso regional, marcando a história dos 18 anos do Curso de Comunicação Social da UNISC.



Relações Públicas: a peça chave do jogo

Na noite do dia 27 de novembro, foi lançada a exposição "Comemorando o dia Nacional das Relações Públicas", que nacionalmente é comemorado no dia 02 de dezembro. A "Mostra de Ideias" seguiu nos dias 28 e 29 de novembro, e o encerramento foi marcado pela apresentação da Banda Luaco Fusco. O evento foi uma iniciativa dos acadêmicos do curso, Rôger Barros e Natália Machado, que aprovaram a data para realizarem o Projeto Experimental. A Exposição teve como tema: "Relações Públicas: A peça chave do jogo".

O objetivo principal foi apresentar cases de profissionais de Relações Públicas, da região e do exterior, de ex-alunos da UNISC e professores da instituição, como Elizabeth Moreira, Fabiana Pereira e Ana Maria Strochocan. Através desses materiais se as várias opções de prática profissional, possibilitando aos alunos que tomassem conhecimento de exemplos de atuação no mercado

de trabalho como estímulo para pensarem no futuro. O evento contou com o apoio e colaboração do Coordenador do Curso, Demétrio Soster, da professora Elizabeth Moreira e dos alunos da disciplina de Teoria e Técnica de Relações Públicas.

