



## Agência Experimental de Relações Públicas - AGERP<sup>1</sup>

Karina Iva Militão Marques<sup>2</sup>  
Rogelle Gomes Martins<sup>3</sup>  
Pedro Carmo Baggio<sup>4</sup>  
Ivanete Salgado<sup>5</sup>

Centro Universitário Newton Paiva, Belo Horizonte, MG

### RESUMO

A Agência Experimental de Relações Públicas do Centro Universitário Newton Paiva – AGERP, parte integrante do curso de graduação foi instituída em maio de 2001 com o propósito de fomentar a produção do conhecimento por meio de atividades extracurriculares, fortalecendo as relações entre academia, aluno e mercado. A Agência no ano de 2009 por meio de suas estratégias de relacionamento, projetos, contato direto com o mercado e posicionamento, estabeleceu, mais uma vez, um número representativo de parcerias geradoras de diversas ações de relações públicas, ampliando sua atuação no mercado de trabalho.

**PALAVRAS-CHAVE:** relações públicas; acadêmicos; planejamento; prática; mercado.

### 1 INTRODUÇÃO

O planejamento estratégico deve estar em consonância com a cultura organizacional a qual, de acordo com Reis (1991), é o somatório da ação e legitimação dos valores e crenças dos diversos agentes presentes no cotidiano da organização.

Por ser considerado um aspecto estratégico, a comunicação é o meio capaz de criar valores e difundi-los, o que contribui para projetar as empresas de forma a despertarem para atingir suas metas.

Não se pode pensar nas atribuições de um comunicólogo sem entender a magnitude de imprimir informações para públicos diversos de modo estudado, planejado e estratégico:

[...] o processo através do qual se conduz o pensamento de outra pessoa, ou de um grupo a outro. Transmissão de qualquer estímulo que venha a alterar ou revigorar

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XVII Congresso de Ciências da Comunicação na categoria V Relações Públicas, modalidade (A) Agência Experimental de Relações Públicas, como representante da Região Sudeste.

<sup>2</sup> Estagiária líder do grupo e estudante do 8º. Semestre do Curso de Relações Públicas, email: [equipe.agerp@newtonpaiva.br](mailto:equipe.agerp@newtonpaiva.br).

<sup>3</sup> Coordenadora da Agência Experimental de Relações Públicas – AGERP, e-mail: [agerp@newtonpaiva.br](mailto:agerp@newtonpaiva.br)

<sup>4</sup> Professor Mestre em Comunicação e Meio Ambiente. Orientador da Agência Experimental de Relações Públicas, e-mail [pedro.prof@newtonpaiva.br](mailto:pedro.prof@newtonpaiva.br)

<sup>5</sup> Coordenadora do curso de Relações Públicas do Centro Universitário Newton Paiva, email: [ivanete@newtonpaiva.br](mailto:ivanete@newtonpaiva.br)



qualquer comportamento, através dos veículos de comunicação ou da interação pessoal. É uma das cinco fundações básicas das relações públicas. (ANDRADE, 1978, p. 12).

Nesse sentido, torna-se indispensável para o meio institucional, um ambiente de real conhecimento, entendimento e aprendizado de práticas que alicerçam a imersão no meio empresarial. Durante a vida acadêmica os alunos conhecem, percebem e desenvolvem por meio da Agência Experimental de Relações Públicas (AGERP), ações que permitem o reconhecimento das atribuições de um profissional de relações públicas e até mesmo a identificação de suas aptidões no universo comunicacional.

No mundo em que vivemos, com tecnologia, oportunidades, competitividade, qualidade, conhecimento, entre fatores que propiciam um melhor nível de relacionamento entre os homens, a necessidade de comunicação nas organizações é indiscutível, junto ao ambiente interno e ou externo, e em sintonia com a opinião de seus públicos e da própria sociedade, a sintonia de um perfeito relacionamento. (VIEIRA, 2004, p.40).

Assim, o papel da AGERP se institui por meio de realização de projetos e programas compreendidos em um espaço de saber e do conhecimento. E para nortear as atividades durante o ano de 2009, foram estudados e analisados os questionamentos globais quanto a questões sociais, políticas, econômicas e ambientais da sociedade contemporânea. Sendo assim, foram estabelecidas linhas de atuação da AGERP, são elas: ampliação da prática de extensão com o mercado, fortalecimento do relacionamento com o público interno, compromisso com o desenvolvimento social, atender as demandas institucionais e a garantia dos trabalhos de conclusão de curso.

Espera-se, no entanto, que as teorias envolvidas no processo de ensino e aprendizagem dêem conta da premissa de que educar é possibilitar a movimentação do indivíduo no universo, na compreensão de significados socioculturais capazes de influenciar na produção de novos sentidos, que possibilitem um enriquecimento no diálogo e no respeito entre os indivíduos.

## **2 OBJETIVO**

Instituir um ambiente de aprendizado e convívio com as práticas de Relações Públicas, atendendo às diretrizes políticas e pedagógicas do curso, contribuindo assim para formação de profissionais qualificados para enfrentar os desafios do mercado de trabalho.



### **3 JUSTIFICATIVA**

A Agência Experimental de Relações Públicas da Newton Paiva – AGERP, foi criada em 2001 com o propósito de fomentar a produção do conhecimento por meio de atividades extracurriculares, fortalecendo as relações entre escola, aluno e mercado.

Usualmente é aceito que processo de planejamento consiste no conjunto de estudos, pesquisas, levantamentos, projetos, programas, que visam possibilitar uma intervenção sobre a realidade que se quer modificar.(ALBUQUERQUE, 1983, p. 13).

Na conjuntura atual, a imersão e sobrevivência no mercado para recém-formados é possível apenas com uma vivência prática da teoria fomentada em sala de aula. Nesse sentido, torna-se indispensável um ambiente de estudo, pesquisa, levantamento que aproximem, verdadeiramente, da realidade mercadológica.

### **4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**

#### **4.1 Ampliação da prática de extensão no mercado**

A AGERP em parceria com clientes reais possibilitou ao aluno a prática por meio de ações de prestação de serviços na área da comunicação, ampliando assim a inserção dos acadêmicos em um mercado cada vez mais competitivo. Para atingir os resultados pretendidos foram desenvolvidos trabalhos nas áreas de pesquisa, eventos, assessoria de comunicação e treinamentos e capacitação.

#### **4.2 Fortalecimento do relacionamento com o público interno**

A AGERP desenvolveu várias ações de comunicação interna, visando fortalecer o relacionamento com o corpo docente e discente, através de projetos diferenciados tais como: *Festival Newcine, Mestre de cerimônia, Interligado, Formador de opinião, Campanha Você viu, você leu?; Newsletter Conexão R.P, Conexão, Conhecimento e Mercado* e o encaminhamento de alunos para estágios e empregos. Devido à resposta positiva das ações, a instituição incorporou estes projetos em seu calendário institucional ampliando o universo de participantes.

#### **4.3 Compromisso com o desenvolvimento social**



A AGERP envolvida com a mobilização social criou o projeto *Newcine Social* que tem a finalidade de projetar idéias e discussões. Este é um projeto de ação simples, entretanto potencial que consegue despertar na comunidade acadêmica o compromisso com a responsabilidade social, além de levar cultura e entretenimento para comunidades carentes.

## **5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO**

### **5.1 Pesquisa**

A realização de uma pesquisa de opinião tem como objetivo avaliar o grau de satisfação do público interno e externo. A participação dos acadêmicos nesse processo permite que eles vivenciem todas as etapas de uma pesquisa: reunião de briefing, elaboração das perguntas, realização de pré-teste, aplicação dos questionários, apresentação dos resultados. Em 2009 a equipe de estagiários da AGERP desenvolveu uma pesquisa de opinião para o Clube Jaraguá, sob a supervisão de professores da disciplina de Pesquisa de opinião do curso de Relações Públicas. Cada trabalho contou com a participação de pelo menos 05 acadêmicos, 01 professor orientador, em um período médio de 02 meses.

### **5.2 Eventos**

No ano de 2009 a AGERP atuou em eventos empresariais, de pequeno, médio e grande porte no âmbito local, estadual e nacional, sendo que os eventos foram planejados e organizados por acadêmicos com a supervisão dos professores e profissionais da Agência. Alguns destaques foram: 2ª Jornada de Alimentação para coletividade, I Congresso Mineiro de Ensino Jurídico, 82 anos de Fundação de Grande Loja Maçônica de Minas Gerais, I Conferência Latino Americana de Direito Ambiental, XIII Workshop de Farmácia, Oficinas de Qualificação da Atenção Primária de Belo Horizonte, planejamento e execução das solenidades de colação de grau do Centro Universitário Newton Paiva, entre outros. Os eventos proporcionaram aos alunos oportunidade de vivenciar uma prática efetiva nas áreas de planejamento, assessoria, atendimento, secretaria, credenciamento, receptivo e mestre de cerimônia. A diversidade das temáticas dos eventos possibilitou ao aluno ampliar o seu universo de formação profissional.

### **5.3 Assessoria de Comunicação**

Em 2009 a AGERP realizou diversos atendimentos à clientes reais, tais como: Aprecia, Projeto Doce, Panecito, Repintar Tintas Automotivas, entre outros, que proporcionaram aos



alunos atuarem na área de assessoria de comunicação desenvolvendo estratégias de comunicação interna e externa para fortalecimento de projetos empresariais.

A assessoria de comunicação foi desenvolvida em duas etapas: na primeira foi realizado diagnóstico para levantamento de dados e reconhecimento de públicos. A segunda etapa contemplou um projeto com ações de relações públicas que foram implantadas de acordo com a necessidade de cada cliente. O projeto contou com a participação de acadêmicos, profissionais e professores da AGERP.

#### **5.4 Produção de vídeo institucional**

O vídeo é uma ferramenta audiovisual dinâmica, atrativa e objetiva. A função do vídeo institucional em comemoração é mostrar a trajetória de uma instituição até um período definido, bem como sua história, seus valores preservados, idéias, sonhos e aspirações. A produção e execução de um vídeo envolve etapas como: roteiro, produção, recursos audiovisuais, edição, finalização entre outras. A AGERP, em 2009, produziu um vídeo em comemoração aos 30 anos do Cento de Integração Empresa Escola (CIEE).

#### **5.5 Criação da visão, missão e valores**

Cada empresa tem uma filosofia, cujos valores, missão e visão norteiam suas diretrizes. Sua definição se faz necessária para desenvolver planejamento estratégico, independente desta empresa ser de pequeno, médio ou grande porte. Tal planejamento, e todos os caminhos que se seguem para seu desenvolvimento, direciona ao seu objetivo maior, que será pautado por suas definições. A criação desses ideais ajudam no entendimento do que se propõe a empresa por parte de todos os seus públicos e revela o comportamento da empresa em relação à vários fatores do negócio, mercado e até da concorrência. A equipe AGERP desenvolve este serviço para algumas empresas e em 2009 atendeu: Incorporadora Silva e Som, Gerfan e etc.

#### **5.6 Consultoria de Comunicação X Responsabilidade Social**

Em 2009, por meio do projeto Newcine Social, a AGERP firmou várias parcerias com o intuito de levar a cultura e o entretenimento, através do cinema, para instituições carentes, tais como: Creche Sementes do Amanhã, ONG Arte e Cultura (Dia das Crianças), além da parceria com a TV Alterosa para a realização da Caravana Alterosa. O projeto foi idealizado e implantado com a finalidade de difundir e promover o entendimento de responsabilidade social entre a instituição, os acadêmicos e públicos a serem atingidos. A



representatividade da responsabilidade social é fator preponderante para a verdadeira consolidação de relacionamentos. O ponto central do projeto é propiciar o desenvolvimento de atividades culturais e de entretenimento voltadas para instituições carentes, oportunizando os indivíduos o acesso ao conhecimento cultural através do cinema.

Escolhemos o cinema como um meio condutor de discussão e diálogo dos assuntos que ajudam a criar o espírito de responsabilidade e compreensão de “espírito coletivo”. Um projeto de baixo custo, composto de uma equipe de alunos e coordenadores que promovem, de uma forma diferenciada, as sessões de cinema e as discussões das temáticas abordadas nos filmes.

O projeto é itinerante, e cabem aos monitores, acadêmicos de Relações Públicas, todo planejamento, organização e execução do projeto, como: definição da instituição, realização de visitas para apresentação do projeto, diagnóstico do público-alvo, levantamento das necessidades para sua realização, seleção dos filmes, contato e acompanhamento da imprensa e comentários da sessão. Trabalho este, todo realizado, levando-se em conta o público participante (crianças, jovens e adultos). Um dos valores do Projeto, ainda, é estreitar o relacionamento da instituição Newton Paiva com a comunidade.

### **5.7 Festival Newcine**

É uma proposta de atividade complementar que não se limita apenas no entretenimento com a transmissão de filmes, mas também a promoção de discussões que possibilitam uma postura crítica e apurada dos acadêmicos. Durante o ano de 2009 foram abordadas diferentes temáticas englobando *Política, Cinema Nacional e Steven Soderbergh*.

### **5.8 Mestre de Cerimônia**

É um projeto de capacitação dos alunos com a finalidade de formação de mestres de cerimônias. As atividades relacionadas com as técnicas de cerimonial, protocolo, oratória e planejamento de eventos são o foco do projeto em que os universitários têm a oportunidade da prática de mercado. Todo o programa é desenvolvido de forma prática por meio de oficinas de redação de pautas, visita técnica à escola de locução, participação em eventos e solenidades e gravação em estúdio. A partir desta qualificação os acadêmicos atuam como Mestre de Cerimônias nos eventos internos e externos da Instituição, inclusive vários acadêmicos estão no mercado e um deles foi selecionado para atuar nas 10 edições de colação de grau do Centro Universitário Newton Paiva.



### **5.9 Newcine**

O Projeto *Newcine*, lançado em novembro de 2003, é uma proposta inovadora com o objetivo central de promover a interatividade, possibilitando aos acadêmicos a exploração e discussão de temas relevantes e atuais, por meio da exibição de filmes nacionais e estrangeiros. Os filmes são selecionados a partir da indicação dos comentaristas ou de acordo com a sugestão dos organizadores do projeto. As sessões não se limitam ao entretenimento, após a exibição do filme, professores, alunos e/ou convidados externos, realizam um debate com o público e promovem discussões aprofundadas, possibilitando assim, uma postura mais crítica da platéia.

### **5.10 Campanha Você viu, você leu?**

A Campanha denominada “Você Viu. Você Leu?” tem como objetivo despertar no aluno o interesse pela leitura, chamar a atenção para a busca pelas informações e principalmente conscientizá-lo da importância de ficar atento ao que está ao seu redor para não perder oportunidades que o mercado oferece.

A campanha atualmente é disponibilizada no âmbito virtual, sendo direcionada ao público através de e-mail. O público da campanha tem acesso a veículos virtuais, constatado através de mapeamento do público realizado em 2008. Segundo Pinho (2003) o correio eletrônico permite troca de informações, com rapidez e sem nenhuma despesa, desde que o público tenha acesso ao serviço de internet, além de contribuir com questões ambientais.

### **5.11 Encaminhamento para estágio e/ou emprego**

Como mais uma estratégia de relacionamento e para atender à demanda do mercado, selecionamos ou indicamos alunos para atuarem na área de comunicação e no ano de 2009 aproximadamente 200 (duzentos) alunos foram encaminhados para prestações de serviço temporários, estágios e emprego.

### **5.12 Interligado**

O Projeto Interligado visa complementar o conhecimento dos alunos por meio de oficinas que são ministradas por profissionais da área de Comunicação e busca desenvolver o conteúdo assimilado em sala de aula e propiciar aos alunos do curso de comunicação um diferencial no mercado de trabalho. Nas oficinas são abordados diversos temas, como:



novas plataformas de comunicação, a tecnologia e comunicação, como proceder em processos seletivos, como fazer *briefing*, negociação de patrocínio, oficina de currículo etc.

### **5.13 Às Quartas**

O Projeto Às Quartas é destinado aos acadêmicos da área de Comunicação Social, com o ideal de proporcionar aos alunos um diferencial curricular, por meio de palestras com temas atuais e relevantes. O projeto conta com a participação de professores e convidados externos, que através de palestras e mesas-redondas, propõem discussões de temas diversos permitindo ao aluno ampliar seu conhecimento e complementar seu aprendizado. Os temas são direcionados as áreas de Comunicação, podendo ser mais ou menos específicos, mediante as especialidades de cada palestrante. O Projeto, gratuito, é realizado quinzenalmente, às quartas-feiras, em horários que permitem a participação dos acadêmicos, dos turnos manhã e noite, sem comprometer as atividades curriculares.

### **5.14 Conexão RP**

A Conexão RP é uma *newsletter* que tem como principal objetivo estabelecer o relacionamento com o público interno (acadêmicos e professores do curso de relações públicas do Centro Universitário Newton Paiva), promovendo a troca de informações, conhecimentos e experiências entre esses e demais profissionais do mercado.

De fácil absorção para o leitor, o layout é moderno e atrativo, apresentando um texto informativo mesclado com fotos que divulgam desde projetos institucionais até atividades desenvolvidas pelos acadêmicos por intermédio da Agência Experimental de Relações Públicas da Newton Paiva (AGERP). Os textos são construídos de acordo com os interesses dos acadêmicos. Portanto, a pauta da Conexão RP consiste basicamente em agenda, informações sobre o meio acadêmico, oportunidades de mercado, entrevista com professores e alunos em destaque, prestação de contas das ações desenvolvidas e informações profissionais.

## **6 CONSIDERAÇÕES**

A AGERP oportuniza aos futuros profissionais o contato com todas as atribuições do profissional de Relações Públicas, de acordo com o conteúdo apresentado, torna-se visível o compromisso da Agência Experimental de Relações Públicas - AGERP com a formação de profissionais com bases éticas, morais e, verdadeiramente, preparados para o mercado.



“Principais atividades de Relações Públicas: assessoria e consultoria, pesquisa, planejamento, execução e avaliação. Cada uma dessas atividades compreende atividades menores, que vêm facilitar, assim colocadas, a própria descrição dos cargos das empresas”. Cesca, Cleusa G. Gimenez (2006).

Cabe ressaltar a importância do profissional de relações públicas em programas dessa natureza como articulador e estrategista no processo de ajustamento e definição dos canais mais adequados para comunicar com o público-alvo, promovendo com isso, um melhor relacionamento entre os públicos envolvidos nos programas da Agerp.

As Relações Públicas agem informando, estreitando relacionamento e definindo estratégias e ações de comunicação com o intuito de fortalecer os vínculos entre as organizações e seus públicos, como por exemplo, verificou nos produtos desenvolvidos pela Agerp.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALBUQUERQUE, Adão Eunes. **Planejamento das Relações Públicas**. 2 ed. Porto Alegre: Sulina, 1983.

ANDRADE, Cândido Teobaldo de Sousa. **Dicionário Profissional de Relações Públicas e Comunicação**: e glossário de termos anglo-americanos. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2004

CESCA, Cleusa G. Gimenez. **Comunicação dirigida escrita na empresa**. São Paulo : Summus, 2006.

KUNCSH, Margarida Maria K. **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada**. 2.ed. São Paulo: Summus, 1997.

LESLY, Philip. **Os Fundamentos de RP e da Comunicação**. São Paulo: Pioneira, 1995.

MESTIERI, Carlos Eduardo. **Relações Públicas: arte de harmonizar expectativas**. São Paulo: Aberje, 2004.

PINHO, J.B. **Relações Públicas na internet**. São Paulo: Summus, 2003.

REIS, Maria do Carmo. **Imagem corporativa: gênese, produção e consumo**. 1991. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Minas Gerais, Faculdade de Ciências Econômicas.

VIEIRA, Roberto Fonseca. **Comunicação Organizacional: Gestão de Relações Públicas**. São Paulo: Mauad, 2004.