



Meeting 2009 – Um encontro com o futuro Empresa Júnior de Relações Públicas¹

Bruna Carolina Garcia NOGUEIRA²
Carlos Henrique Cavalcanti FUZATTI³
Catarina Rangel Gomes da SILVA⁴
Dalva Aleixo Dias⁵
Felippe Silveira FERRO⁶
Gabriel Martins GOMES⁷
Ítalo Carvalho de PÁDUA⁸
Jean Cristtus Portela⁹
João Gabriel da SILVA¹⁰
João Vitor CAIRES¹¹
Júlica Scherer SADI¹²
Kelly Cristina Gonçalves BENZ¹³
Leonardo Todesco MARQUES¹⁴
Mariah Venturi Navarro LIMA¹⁵
Marcelo Thiago MONTANHA¹⁶
Natália dos Santos GONZALES¹⁷
Nathalie Cristina BONOME¹⁸
Nicolle Stathourakis Sampaio AMARAL¹⁹

¹ Trabalho submetido ao XV Congresso de Ciência da Comunicação na Região Sudeste – Vitória ES – 13 a 15 e maio de 2010, na categoria IV Relações Públicas - Organização de eventos.

² Estudante de Graduação 3º semestre do Curso de Relações Públicas da UNESP – Bauru, email: pitizinha_5@hotmail.com.

³ Estudante de Graduação 5º semestre do Curso de Relações Públicas da UNESP – Bauru, email: cahefuzatti@gmail.com.

⁴ Estudante de Graduação 5º semestre do Curso de Relações Públicas da UNESP – Bauru, email: catarinarangel10@gmail.com.

⁵ Professora Mestra da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da UNESP- Bauru, email: daleixo@faac.unesp.br

⁶ Estudante de Graduação 3º semestre do Curso de Relações Públicas da UNESP – Bauru, email: felippe_ferro@hotmail.com

⁷ Estudante de Graduação 5º semestre do Curso de Relações Públicas da UNESP – Bauru, email: gomes.gbri@gmail.com

⁸ Estudante de Graduação 5º semestre do Curso de Relações Públicas da UNESP – Bauru, email: c_italo@hotmail.com.

⁹ Professor Doutor da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da UNESP – Bauru, email: jean@faac.unesp.br

¹⁰ Estudante de Graduação 3º semestre do Curso de Relações Públicas da UNESP – Bauru, email: jaums123@yahoo.com.br

¹¹ Estudante de Graduação 7º semestre do Curso de Relações Públicas da UNESP – Bauru, email: joaovitor.rp@gmail.com

¹² Estudante de Graduação 5º semestre do Curso de Relações Públicas da UNESP – Bauru, email: julisadi@hotmail.com

¹³ Estudante de Graduação 5º semestre do Curso de Relações Públicas da UNESP – Bauru, email: kellynha_cps@yahoo.com.br

¹⁴ Estudante de Graduação 3º semestre do Curso de Relações Públicas da UNESP – Bauru, email: leonardo.tmarques@hotmail.com

¹⁵ Estudante de Graduação 5º semestre do Curso de Relações Públicas da UNESP – Bauru, email: mariah_venturi@hotmail.com

¹⁶ Estudante de Graduação 3º semestre do Curso de Relações Públicas da UNESP – Bauru, email: marcelaum_2005@hotmail.com

¹⁷ Estudante de Graduação 5º semestre do Curso de Relações Públicas da UNESP – Bauru, email: nataliagonzales.rp@gmail.com

¹⁸ Estudante de Graduação 7º semestre do Curso de Relações Públicas da UNESP – Bauru, email: natibonome@hotmail.com



Raisa Cássia de Souza KAMAURA²⁰
Renan França dos Santos RODRIGUES²¹
Renato Vieira BELINELLI²²

Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (UNESP) - Bauru / SP

Resumo

Conhecendo o cenário do curso de Comunicação Social da Unesp/Bauru e, mais especificamente, o contexto da habilitação em Relações Públicas, notou-se que era imprescindível a discussão sobre os novos aportes dos profissionais dessas áreas e suas diretrizes, principalmente para os graduandos de RP que, mesmo sendo estudantes, encontram dificuldades para definir seus possíveis ramos de atuação. Dessa forma, a RPjr - Empresa Júnior de Relações Públicas idealizou o evento acadêmico Meeting 2009 - Um encontro com o futuro. Este teve como tema abordado o papel do profissional de relações públicas no primeiro, segundo e terceiro setores, e contou com a participação de profissionais formados na área pela Unesp. Os resultados foram muito positivos e o projeto conseguiu atingir seu objetivo que era estimular o debate.

Palavras-chave: Relações Públicas; mercado de trabalho; comunicação; eventos.

Introdução

Em meados da década de 80, o tema Relações Públicas ganhou espaço nas empresas, nos governos e na sociedade civil. A importância dessa prática, e por que não dizer "filosofia", vem se disseminando no país, derrubando paradigmas e criando novos conceitos norteadores para o relacionamento entre entidades e públicos com interesses muitas vezes distintos.

Dessa forma, criou-se a necessidade de formar profissionais com uma nova visão, que se baseia na capacidade de gerir diferenças, analisar cenários complexos e, a partir de um diagnóstico, formular estratégias de comunicação e relacionamento. Essa nova formação deve dar conta de compreender não só as organizações contemporâneas, como o ambiente em que elas estão inseridas.

Não se trata, porém, de uma tarefa simples. O grande desafio está em entrelaçar a teoria com a prática e formar profissionais que consigam se apropriar da teoria e utilizá-la de maneira excelente na prática.

¹⁹ Estudante de Graduação 5º semestre do Curso de Relações Públicas da UNESP – Bauru, email: nicolleamaral@yahoo.com.br

²⁰ Estudante de Graduação 5º semestre do Curso de Relações Públicas da UNESP – Bauru, email: raisatk@gmail.com

²¹ Estudante de Graduação 5º semestre do Curso de Relações Públicas da UNESP – Bauru, email: rfdsr@hotmail.com

²² Estudante de Graduação 3º semestre do Curso de Relações Públicas da UNESP – Bauru, email: renato.belinelli@yahoo.com.br



Buscando atingir essa formação e conhecendo o curso de graduação de Comunicação Social, com habilitação em Relações Públicas, da Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (UNESP), percebeu-se a necessidade de realizar um projeto que discutisse como o trabalho das Relações Públicas se dá em seus diversos campos de atuação.

Com isso, a Empresa Júnior de Relações Públicas – RPjr, cumprindo uma de suas funções como projeto de extensão, idealizou, estruturou e realizou o **Meeting 2009 – Um encontro com o futuro**. O evento acadêmico foi pensado como uma forma de exposição e discussão sobre a prática das Relações Públicas e suas novas diretrizes.

Tendo como público alvo os alunos de graduação, a sua primeira edição teve como tema a prática de Relações Públicas no primeiro, segundo e terceiro setores, trazendo profissionais formados em Relações Públicas de cada setor. Dividido em três dias (13, 14, 15 de abril de 2009), o evento contou com a participação das relações-públicas Luciane Pereira Urbano (Câmara Municipal de Águas de Lindóia), Lidiane Malagone Pimenta (Prefeitura de Itabirito), Camila Novaes (Sony), Luciana Porsani (FEMSA Cerveja Brasil), Elisa Taemi Caetano (ONG Doutores da Alegria) e Milena Marques (ONG Doutores da Alegria).

O projeto Meeting visa não só a exposição de conteúdos, mas também a sua discussão, tendo como mediadores dos debates os próprios alunos, o que torna o evento diferenciado. Pretendeu-se, assim, atingir os universitários dos quatro anos de Relações Públicas da Unesp e também de outros cursos de comunicação como: Jornalismo, Rádio e TV, Desenho Industrial, entre outros.

Objetivo

O projeto pretende colocar o aluno em contato com a realidade da profissão por meio de debates e diálogos com profissionais que atuam no mercado de trabalho. Proporcionando uma reflexão sobre os conceitos da profissão, o projeto pretende também estimular e incentivar a produção acadêmica, além de ampliar a visão do universitário sobre o mercado de trabalho.

Justificativa

Como a profissão de relações públicas, seus processos e tendências estão recentemente sendo rediscutidos e vêm tomando proporções maiores com o passar do



tempo. A formação de profissionais que saibam dialogar teoria e prática é cada vez mais importante para o ingresso destes no mercado de trabalho.

Pensando nisso, o presente projeto foi idealizado para implementar o conhecimento prático e aprofundar a discussão sobre a atuação dos profissionais de Relações Públicas nas organizações privadas, públicas e não governamentais.

Métodos e técnicas utilizados

Pensando em comunicação dirigida e no público-alvo do projeto, o evento foi concebido para ser um acontecimento que proporciona interação, interesse do público em questão por trazer informações diferentes do seu dia-a-dia, além de proporcionar o contato com profissionais de todo o país.

Para atingir os objetivos do projeto e cumprir seu tema de maneira didática, o evento foi dividido em 3 dias, sendo que, a cada dia duas palestrantes de determinado setor explanavam suas atividades e participavam um debate ao final. Dessa forma, o evento foi formado segundo o cronograma abaixo:

	Atividade	Horário
13/4/2009	Abertura e Mesa Temática (Relações Públicas no 1º setor) Luciane Pereira Urbano - Câmara Municipal de Águas de Lindóia Lidiane Malagone Pimenta - Prefeitura de Itabirito	19h
14/4/2009	Mesa Temática (Relações Públicas no 2º setor) Camila Novaes - Sony Luciana Porsani - FEMSA Cerveja Brasil	19h
15/4/2009	Mesa Temática (Relações Públicas no 3º setor) Elisa Taemi Caetano - ONG Doutores da Alegria Milena Marques - ONG Doutores da Alegria	19h

O período noturno foi escolhido por ser o período normal de aulas dos graduandos de Relações Públicas, e como a maioria dos estudantes trabalham durante o dia, a melhor estratégia foi realizar o evento à noite para atrair os alunos.



Outro diferencial do projeto foi o envio de material bibliográfico e artigos científicos para os alunos. Para cada dia do evento foi enviado um conjunto de materiais sobre o tema que seria abordado, para que os alunos se interessassem mais pelos temas e, conseqüentemente, enriquecessem os debates, agregando mais reflexão às apresentações.

Descrição do produto ou processo

Devido a necessidade de realizar um evento acadêmico que abordasse o caráter prático das Relações Públicas, e definido os temas a serem abordados, deu-se início a sua organização.

O contato com os profissionais da área começou por meio de um ex-membro da empresa, que indicou Luciana Porsani, relações-públicas da FEMSA Brasil em Araraquara. Desde então, o contato com as demais profissionais foi facilitado, por indicações de outras pessoas formadas na área. Coincidentemente, as seis participantes eram formadas na UNESP.

Para viabilizar a realização do evento, houve necessidade de captação de recursos, pois era necessário pagar transporte e estadia para as palestrantes. Nessa etapa houve dificuldade em encontrar patrocinadores por se tratar de um evento novo e com público restrito à universidade, porém, pôde-se contar com parceiros fiéis, como a pizzaria “Fiorella”, “Bauru Chic Lanchonete” e hotel “Vitória Régia”. Além dos patrocínios pudemos contar com o apoio financeiro e institucional dos departamentos de Ciências Humanas e Comunicação Social da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Unesp.

Para divulgação do projeto, foi elaborado pela empresa todo o material com uma única identidade visual. Esse material foi composto por cartaz, folder, banner e faixa. Para o dia do evento foram confeccionados pastas, crachás e ao final, certificados, sempre seguindo a identidade do projeto.

O projeto, como já mencionado acima, se deu em três dias, sendo que cada dia contou com a presença de duas profissionais formadas em Relações Públicas. Houve apresentação dos trabalhos desenvolvidos por elas em cada setor, o que possibilitou aos alunos conhecer um pouco mais sobre os diversos campos de atuação dos relações-públicas.



Graduandos de Relações Públicas da Unesp no Meeting 2009

Pôde-se ver como o trabalho de RP se dá na esfera governamental, comprovando que:

“relações públicas governamentais é o esforço deliberado, planejado, coeso e contínuo da alta administração pública, para estabelecer e manter uma mútua compreensão entre governantes e governados. (Adaptação de definição oficial de Relações Públicas da ABRP). Ou ainda, Relações Públicas Governamentais é o método de ação que, através do diálogo planejado e permanente entre governantes e governados, procura identificar o interesse social.” (ANDRADE, 1979, p.23).

Todas essas questões foram expostas por meio de exemplos práticos apresentados pela Luciane Pereira Urbano (Câmara Municipal de Águas de Lindóia), e Lidiane Malagone Pimenta (Prefeitura de Itabirito), facilitando assim a assimilação das funções das Relações Públicas governamentais.

Já o trabalho e as diretrizes que norteiam o trabalho de Relações Públicas nas organizações privadas foram apresentadas e discutidas por Camila Novaes (Sony) e Luciana Porsani (FEMSA Cerveja Brasil). Entre outros assuntos abordados, pudemos ver como dentro do atual cenário, em que as organizações modernas precisam se posicionar perante a sociedade, o profissional de Relações Públicas, juntamente com os demais profissionais de comunicação, necessitam planejar, administrar e pensar estrategicamente a comunicação. Afinal “a comunicação tem uma função estratégica de resultados. Isto é, ela deve agregar valores e ajudar as organizações a cumprirem sua missão e concretizar sua visão” (KUNSCH, 2006, p.132).



Segundo dia o evento, ao fundo Camila Novaes da Sony, o mediador Diego Sandálio Vazquez e Luciana Porsani da FEMSA Cerveja Brasil.

Por fim, no último dia do evento, conhecemos um pouco do trabalho das relações públicas do terceiro setor, mais especificamente como funciona a comunicação e como se dá o processo de relações públicas na ONG Doutores da Alegria.

Durante o debate pudemos ver como as Relações Públicas podem contribuir para o fortalecimento das Organizações Sociais Comunitárias (OSCs), incrementando o relacionamento da organização com seus públicos estratégicos. Além disso, conseguimos perceber que, assim como afirma Kunsch, o profissional pode contribuir para “facilitar as parcerias e as mediações com o primeiro e o segundo setor.” (2003, p. 145).



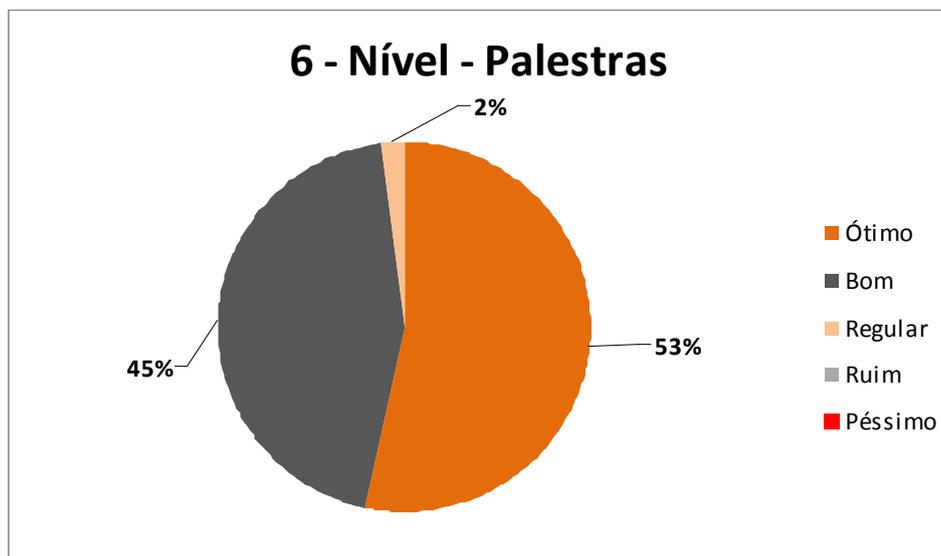


Terceiro dia do evento: ao fundo Elisa Taemi Caetano, o mediador Gabriel Perrenoud Zotelli e Milena Marques da ONG Doutores da Alegria.

Após as apresentações foi aberto um momento para os alunos exporem suas dúvidas e comentários. A troca de experiências foi grande e ainda maior esse terceiro dia, quando foi realizado um coquetel para encerramento e confraternização, realizado pelo Buffet Realce ao som de uma dupla de músicos formada por alunos do curso.

Com o intuito de mensurar a satisfação dos participantes e avaliar o trabalho feito pela empresa, no terceiro dia foi solicitado aos presentes que respondessem a uma pesquisa de opinião sobre o evento. Essa pesquisa, formulada por nós, tinha como objetivo quantificar a avaliação sobre a estrutura, divulgação, tema, nível de palestrantes, entre outros aspectos do Meeting 2009. Com o intuito de sempre melhorar e visando a edição 2010 do projeto, os resultados obtidos por meio das respostas foram interpretados e descritos em um relatório.

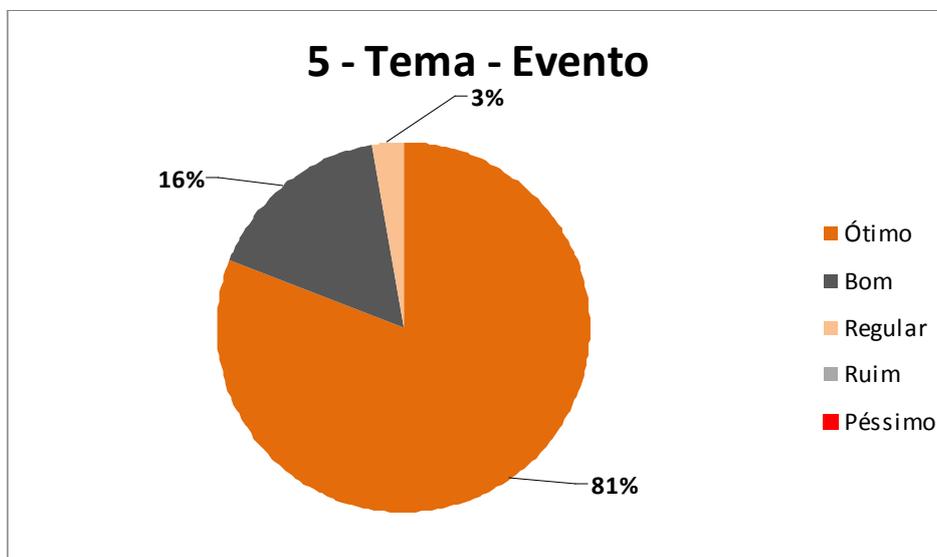
Através da tabulação e interpretação das respostas, constatou-se que os resultados foram muito positivos e o projeto conseguiu atingir seus objetivos. No total, foram realizadas 112 inscrições, número significativo dentro do universo de estudantes de Relações Públicas da Unesp. Os alunos elogiaram muito a iniciativa e gostaram do nível das palestras, como mostra o gráfico abaixo:



Fonte: Pesquisa direta, 2009.

Um outro ponto positivo, considerado pelos alunos, foi a escolha do tema, pois tratou-se de um assunto bem abrangente, que abordou três setores diferentes, o que

possibilitou a comparação e diferenciação do trabalho de Relações Públicas. O que está demonstrado no seguinte gráfico, no qual se nota que 81% dos alunos acharam ótimo o tema escolhido.



Fonte: Pesquisa direta, 2009.

Com tudo isso, os resultados foram positivos e as metas foram superadas: houve aproximação entre as profissionais e o público, que teve a oportunidade de sanar suas dúvidas em relação ao trabalho desenvolvido por eles. O evento foi elogiado pelos alunos e professores que, em alguns casos, citaram-no em suas aulas.

Considerações

Após a realização do evento e sua avaliação, constatamos que conseguimos atingir nossos objetivos, que era fomentar discussões sobre o trabalho de Relações Públicas no 1º, 2º e 3º setor. E também estimular os alunos a não só conhecerem a teoria, mas sim estabelecerem um diálogo entre a teoria aprendida e a prática, apresentada de maneira resumida no evento.

Percebemos também o sucesso do Meeting pelos os elogios e novas sugestões dadas pelos alunos e professores, além da expressiva participação dos alunos em todo os dias do evento, o que enriqueceu o evento trazendo questionamentos e opiniões que dinamizaram o debate.

Outro ponto positivo foi os contatos feitos com os profissionais que participaram do projeto. Mesmo depois do evento ainda mantemos contato e eles sempre nos atualizam de como anda o mercado. Desse modo, a presença desses profissionais foi de



suma importância para o projeto, pois além de acrescentarem muito a nossa formação com suas explicações, também trouxeram para nossa biblioteca materiais produzidos por eles em suas organizações.

Com um saldo positivo e gratificante para todos que participaram direta e indiretamente da idealização e organização do evento, resta agora o desafio de melhorar a qualidade do Meeting 2010, evitando problemas com a infraestrutura, estimular a participação de alunos de outras universidades e trabalhar na concretização bem-sucedida de mais uma edição.

Referências Bibliográficas

ANDRADE, Cândido Teobaldo de Souza. **Curso de Relações Públicas: relações com diferentes públicos**. 6.ed; São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

_____. **Fundamentos de Relações Públicas Governamentais**. In: Revista Comunicação e Sociedade. Instituto Metodista de Ensino Superior. Editora Cortez e Morato. Dezembro de 1979, vol. 1, nº 2. p. 18-26.

CESCA, Cleuza G. Gimines. **Comunicação dirigida escrita na empresa: teoria e prática**. São Paulo: Summus, 1995.

GIACAGLIA, Maria Cecília. **Organização de eventos: teoria e prática**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Relações Públicas e a modernidade : novos paradigmas na comunicação organizacional**. São Paulo: Summus, 1997.

_____. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. 4ªed. (revisada, atualizada e ampliada) São Paulo:Summus, 2003.

_____. **Planejamento e gestão estratégia de relações públicas nas organizações contemporâneas**. Analisis 34, 2006. Disponível em: ddd.uab.cat/pub/analisi/02112175n34p125.pdf. Acesso em: novembro de 2009.