

**O Profissional de Relações Públicas Gerenciando Ações Emergenciais
- Case Fórum Da Comunicação - UCS¹**

Luciana ANDREAZZA²
Hilda BONESI³
Juliane STECKER⁴
Luana NEDEL⁵
Gisele RIBEIRO⁶
Maikeli ALVES⁷
Maria Angélica LAIN⁸
Maria Lúcia BETTEGA⁹

Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, RS

RESUMO

O presente artigo consiste na apresentação de uma síntese do relatório do evento que focou a *Assessoria de Imprensa na Construção da Imagem Corporativa*¹⁰, discussão integrante do Fórum da Comunicação UCS 2012. Visa reunir as principais informações e relatos, bem como planejamento, desenvolvimento e fechamento do processo de produção e realização de parte do referido Fórum. Promovido pelas alunas da disciplina de Eventos, Cerimonial e Protocolo, do curso de Relações Públicas da Universidade de Caxias do Sul - UCS, sob a orientação da professora Ms. Maria Lúcia Bettega, o Fórum se voltou ao tema *Tendências e Perspectivas do Mercado*¹¹. Ressalta-se, neste *case*, a importância de um planejamento eficaz e a habilidade do profissional em gerenciar ações emergenciais, com foco em trabalho de equipe tendo em vista a responsabilidade para com o público receptor.

PALAVRAS CHAVE: Relações Públicas; Eventos; Planejamento; Ações Emergenciais.

1 INTRODUÇÃO

O Fórum da Comunicação foi uma atividade idealizada na disciplina Eventos, Cerimonial e Protocolo, no primeiro semestre de 2012 e tinha como objetivo abordar, em três dias de palestras com profissionais da área, sob a ótica da comunicação, as oportunidades crescentes e em que aspectos o mercado de trabalho se modifica e se amplia, para os comunicadores, em um mercado competitivo e globalizado. A ideia inicial se centrou na

¹ Trabalho submetido ao XX Prêmio Expocom 2013, na Categoria III – Relações Públicas e Comunicação Organizacional, modalidade RP 03 - Organização de evento (avulso).

² Aluna representante do grupo e egressa do Curso de Comunicação Social - Habilitação Relações, e-mail: luly_andreazza@hotmail.com

³ Aluna do Curso de Comunicação Social - Habilitação Relações e integrante do AMORCOM – Grupo de Estudos e Produção em Comunicação, Amorosidade e Autopoiese, e-mail: hildabonesi@hotmail.com

⁴ Aluna do Curso de Comunicação Social - Habilitação Relações Públicas, e-mail: juli-s@ibest.com.br

⁵ Aluna do Curso de Comunicação Social - Habilitação Relações Públicas, e-mail: luananedel@bol.com.br

⁶ Aluna do Curso de Comunicação Social - Habilitação Relações Públicas, e-mail: giselepribeiro@gmail.com

⁷ Aluna do Curso de Comunicação Social - Habilitação Jornalismo, e-mail: maikeli.alves@hotmail.com

⁸ Aluna do Curso de Comunicação Social - Habilitação Relações, e-mail: gelylain@hotmail.com

⁹ Orientadora do trabalho e professora da disciplina de Eventos, Cerimonial e Protocolo do Curso de Comunicação Social - Habilitação Relações Públicas da Universidade de Caxias do Sul (UCS), e-mail: primeiro@terra.com.br

¹⁰ O grifo é nosso

¹¹ Idem

busca de palestrantes reconhecidos nacionalmente, para o evento, focando os quatro cursos de comunicação existentes no Centro de Ciências da Comunicação da UCS - CECC. O CECC é composto pelo curso de jornalismo, que comemorou recentemente 20 anos de atuação, Relações Públicas, presente há mais de 40 anos, Publicidade e Propaganda, completando 15 anos em 2013 e Fotografia, o mais recente deles, há nove anos na Instituição. Atualmente, cerca de 1200 alunos estão matriculados nos cursos de Comunicação Social e a Universidade já formou mais de mil comunicólogos.

Na concepção de Martin (2008), evento é um acontecimento planejado, organizado e coordenado de forma que contemple o maior número de pessoas, de diversos segmentos e interesses, apresentando assim diagnósticos de resultados e os meios para se atingir determinados objetivos. Com estrutura e articulação, um evento torna-se um excelente meio de aproximação entre o organizador e o público com a intenção de fortalecer a imagem e o posicionamento dos organizadores, garantido sua representatividade e credibilidade.

Como forma de aproximar estudantes, egressos, profissionais da área e comunidade em geral, as alunas da disciplina de Eventos, Cerimonial e Protocolo idealizaram o evento Fórum da Comunicação UCS 2012. A partir deste trabalho, este artigo é fruto de ações que foram necessárias realizar para gerenciar uma situação emergencial e, como consequência, mobilizar determinado grupo social local.

Conhecendo a realidade socioeconômica e cultural da cidade de Caxias do Sul - RS, bem como a realidade do mercado profissional dos egressos pela Universidade, criou-se a temática *A Assessoria de Imprensa na Construção da Imagem Corporativa*¹² para promover, em uma das noites do Fórum¹³, um encontro com a presença de palestrantes que pudessem focar esta atividade e o papel estratégico que o assessor da comunicação social tem no mercado de trabalho.

Para Jorge Duarte (2010, p. 51) a atividade de assessoria de imprensa pode ser conceituada como: “a gestão do relacionamento e dos fluxos de informação entre fontes de informação e imprensa. [...]. O exercício desta atividade [...] é realizada, [...] por profissionais com experiência ou curso superior em jornalismo”.

¹² O grifo é nosso.

¹³ O Fórum foi constituído por três noites de palestras. Gestão de Marcas: Criatividade e Inovação (19 de junho/2012) Assessoria de Imprensa na Construção da Imagem Corporativa (20 de junho/2012) e Comunicação Interna: O Reconhecimento que motiva os colaboradores (21 de junho/2012).

2 OBJETIVOS

- Proporcionar aos participantes o acesso à informação e à experiência através do contato com profissionais renomados na área da comunicação;
- Estimular o debate de opiniões sobre os assuntos abordados;
- Integrar os acadêmicos com a comunidade e o mercado através da promoção do conhecimento;
- Destacar o trabalho do profissional de comunicação dentro das organizações na era globalizada, evidenciando a sua importância.

3 JUSTIFICATIVA

A finalidade da prática de organização de eventos, requisito básico para a obtenção do título de Bacharel em Relações Públicas, na Universidade de Caxias do Sul, é inserir os acadêmicos à realidade deste segmento de atuação, além de promover a troca de experiências com profissionais atuantes no mercado. Com o intuito de formar pessoas preparadas para atender a demanda do mercado local, a organização do evento levou em consideração a realidade do jornalismo em Caxias do Sul, propondo a discussão das tendências e perspectivas da assessoria de imprensa.

A prática necessária para organizar um evento exige diferentes competências dos envolvidos, principalmente no que diz respeito à solidificação da rede de contatos e às habilidades de planejamento. Para viabilizar o Fórum da Comunicação colocou-se em prática a habilidade de fazer comunicação, buscando apoios e patrocínios. “Fazer *networking* pressupõe atender aos seus interesses e ajudar os outros a satisfazerem os deles. Reputação e confiança são essenciais para consolidar esse tipo de relacionamento, que beneficia ambos os lados.” (DARLING, 2007, p. 09).

Um evento de sucesso, bem organizado e que visa atender as expectativas da comunidade acadêmica, além de agregar uma gama de conhecimentos, experiências e aprendizados pessoais, possibilita a valorização da profissão e a boa imagem do curso e das Relações Públicas. Além disso, ele se caracteriza por um drama social e se estrutura por meios de papéis bem definidos para os promotores o executarem. A prática exercida na promoção de um evento pode ser considerada uma espécie de laboratório para os alunos, pois concilia as teorias e ensinamentos vistos em sala de aula com as emoções e experiências vivenciadas na prática.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Visando o sucesso do evento, a construção de um planejamento, que contemple os recursos necessários para viabilização desta prática de comunicação, é imprescindível. “É algo que fazemos antes de agir, isto é, tomada antecipada de decisão”. (ACKOFF, 1978, p. 2, apud KUNSCH, 2007, p. 205).

Evidenciando a importância de um trabalho em equipe, onde várias pessoas buscam objetivos comuns e em prol do sucesso coletivo, Sloma (s/d, p. 21 apud FORTES, 2003, p. 191) ressalta que “o planejamento eficaz e bem-sucedido é uma atividade de participação”.

Assim, no início do semestre foi elaborada, sob forma de itens, uma lista que contemplava todos os recursos necessários para viabilização o evento, bem como a melhor maneira de integrá-los às demandas apresentadas.

Recursos humanos: Técnicos do UCS Teatro (luz, áudio e som); técnicos de montagem (decoração e iluminação); mestre de cerimônias; professora; organizadoras; palestrante; recepcionistas; seguranças.

Recursos audiovisuais e equipamentos: Projetor multimídia; telão; som; microfone sem fio.

Estratégias de Divulgação: *Folder* para ser distribuído aos alunos, *release* para os meios de comunicação, cartazes de divulgação do evento entregues aos patrocinadores/ apoiadores, bem como nos murais da Universidade; divulgação em todas as salas de aula dos cursos de Comunicação, de Administração, entre outros cursos afins; três *outdoors* distribuídos em pontos estratégicos da cidade; *spot* veiculado em rádios da região; convite enviado a autoridades e professores da Academia; página no *Facebook* e *Twitter*; *e-mail marketing*.

Entretenimento: Coquetel para convidados; Mateada¹⁴ – *lounge*¹⁵ para confraternização; dispositivo para registrar fotos; Telão de LED; música para entretenimento; iluminação cenográfica (interna e externa).

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Naturalmente, as dificuldades aparecem nos momentos de definição do possível palestrante ou de palestrantes. Sabe-se que existe uma vasta lista de profissionais competentes, vinculados à área de assessoria de imprensa, que seriam capazes de atender as expectativas geradas pelas organizadoras do Fórum. Por diversas razões, no entanto, a medida

¹⁴ Mateada: “Ato de tomar mate ou chimarrão, bebida muito usada no Rio Grande do Sul” (MICHAELIS, 1998).

¹⁵ *Lounge*: “Lugar de descanso/ saguão” (MICHAELIS, 2008).

em que foram definidos os nomes, percebeu-se o quanto seria extenuante conciliar as agendas dos palestrantes com as datas disponíveis e planejadas para a realização do Fórum. Vários foram os contatos em busca de um profissional que pudesse atender às demandas crescentes para as práticas profissionais emergentes no mercado.

Através do contato com o Presidente da Associação Brasileira de Comunicação Empresarial – ABERJE, Prof. Paulo Nassar, surgiu à indicação de Valdeci Verdelho, jornalista, consultor da Verdelho Associados e professor da temática Gestão de Crises de Comunicação. Depois de oficializado o convite à Valdeci, que gentilmente se prontificou e explicitou seu interesse em participar, deu-se sequência às atividades planejadas a fim de alcançar o público almejado. Diversos foram os meios de divulgação utilizados para chegar a um público, que estimado em 500 pessoas: Segue relato dos meios utilizados:

Divulgação nas salas de aula (camisetas, cartazes e folders): Na semana que antecedeu o Fórum (11/06 a 15/06 - 2012), grupos de alunas percorreram os blocos da Comunicação e da Administração, da UCS, para divulgar o evento. Para contemplar o maior número de alunos, a divulgação aconteceu no período da manhã, tarde, vespertino e noite. Além da entrega de *folders* e fixação dos cartazes, as alunas estavam identificadas com camisetas do Fórum.

Envio de *release* e *spot* para veículos: De acordo com Rivaldo (2003), o *release* tem o objetivo de informar as redações sobre assuntos relevantes e deve ser escrito de forma que desperte interesse no jornalista. Esta ferramenta foi utilizada para a divulgação do evento: primeiramente, foram listados nomes de veículos de comunicação de Caxias do Sul e região com respectivos e-mails, formando assim um *mailing*. O *release*, produzido pelas alunas, foi encaminhado à imprensa. Já o *spot*, também escrito e gravado pelas integrantes do grupo, foi enviado para as rádios listadas no *mailing*.

Outdoor: Reconhecendo a importância do *outdoor* como estratégia de comunicação visual e visando trazer à Universidade, egressos, profissionais e comunidade da região, optou-se pela inserção dos mesmos em três grandes pontos de movimento da cidade.

Mídias sociais (*Twitter* e *Facebook*): A internet é uma ferramenta de rápida troca de informações. Conforme Pinho (2003) é através dela que conseguimos instantaneidade, interatividade e acessibilidade, o que gera informação atual, troca de conhecimentos entre as pessoas e disponibilidade da informação 24 horas por dia. Como o público almejado para prestigiar o evento era de caráter mais jovem utilizou-se a *internet*, através da centralização das informações nas redes sociais como meios importantes na divulgação do Fórum. Informações sobre o evento, marcas que os palestrantes representavam, apoiadores e informações gerais, relacionadas à comunicação, eram postadas no *Facebook* e no *Twitter*.

E-mail marketing: Este meio, também utilizado através da *internet*, abrangeu um grande número de pessoas listadas como público-alvo, pois os *e-mails* permearam os veículos de comunicação e imprensa de Caxias e região, além de nomes de expressão.

Convite: As alunas listaram autoridades, jornalistas e profissionais da comunicação dos principais veículos de Caxias do Sul e região para que estes pudessem receber convites físicos para o Fórum.

5.1 DIA DO EVENTO

O dia 20 de junho amanheceu com neblina em Caxias do Sul, o que despertou para a possibilidade de não haver teto no aeroporto da cidade. Nesta circunstância, os voos são realocados para Porto Alegre, o que não seria nenhum problema, já que as organizadoras estavam preparadas para esta possibilidade e com tempo suficiente para que a viagem entre Porto Alegre e Caxias do Sul fosse feita em tempo hábil. Fez-se contato com o palestrante para explicar que, por motivos alheios a nossa vontade, o voo que realizava escala em Curitiba talvez fosse realocado para Porto Alegre, onde a professora estaria o aguardando.

Enquanto isso, todos os preparativos estavam sendo finalizados (pastas e materiais a serem entregues aos participantes, brindes para sorteio, montagem de estandes dos patrocinadores no saguão, *lounge* para confraternização, coquetel para convidados, etc).

Quando Valdeci informou que estava em Curitiba e que retornaria a São Paulo para tentar embarcar em um voo direto à Porto Alegre, o desespero tomou conta do grupo. Mesmo nesta nova realidade, a esperança de ele chegar a tempo existia, pois havia período hábil para ele chegar a Caxias do Sul, no horário de início da palestra. Às 17h, Valdeci retornou o contato, ainda no aeroporto de São Paulo, afirmando que nada mais poderia ser feito. Não havia mais nenhum voo, de nenhuma companhia aérea, que o fizesse chegar ao Rio Grande do Sul, em tempo hábil para a palestra.

Nervosismo, preocupação, choro e desespero foram algumas das emoções vivenciadas neste momento. Como explicar para 500 pessoas que o palestrante anunciado não estaria presente? Como cancelar um evento programado há meses, com presenças confirmadas de autoridades, profissionais, egressos, acadêmicos e toda comunidade envolvida? As organizadoras decidiram que iriam encontrar outra solução e que, de maneira alguma, o evento seria cancelado.

Neste momento, assumiram-se todos os riscos e as alunas optaram em trazer Valdeci Verdelho por videoconferência, para trocar algumas palavras com os participantes e, além disso, convidaram jornalistas atuantes na cidade, para participar de um bate-papo, contando

suas experiências na área de assessoria de imprensa. Eloá Néspolo, Coordenadora de Comunicação da Câmara de Vereadores; Juçara Tonet Dini, Diretora da Dinâmica Comunicação; Vera Damian, Diretora da Infinita Comunicação e Guilherme Arruda, jornalista econômico, aceitaram o desafio e tornaram possível a realização do evento focado ao jornalismo, conversando com a plateia, após ouvirem as palavras de Valdeci.

5.2 RETORNO OBTIDO PELA EQUIPE MULTIFUNCIONAL

Para Kotler (1995) a satisfação é o sentimento de prazer ou desapontamento resultante da comparação do desempenho esperado em relação às expectativas criadas pelo produto (neste caso, o evento). É essa necessidade de investigação que resulta na criação e aplicação de pesquisas, como a de satisfação, por exemplo.

Visando superar as expectativas do público em todos os momentos de planejamento do Fórum, a pesquisa torna-se uma ferramenta muito importante, pois busca *feedback* para mensurar as atividades propostas e realizadas.

Ao se examinar os questionários respondidos, constatou-se que a maioria das respostas foram satisfatórias. 52,94% (9 pessoas) classificaram a divulgação, programação e o conhecimento dos palestrantes como excelentes. No quesito organização, 58,82% (10 pessoas) consideraram excelente, bem como 64,70% (11 pessoas) no item tema e 82,35% (14 pessoas) no item instalações.

Qualificaram como bom, a divulgação e programação, ambas com 47,06% dos votos (9 pessoas). No item organização, 41,18% (7 pessoas) rotularam como bom. 23,52% (4 pessoas) responderam bom para o tema e o palestrante. E, por fim, 17,65% (3 pessoas) conceituaram como bom as instalações.

No geral, concluiu-se que o público saiu satisfeito. A maioria das respostas ficou entre as opções ‘excelente’ e ‘bom’. Verificou-se também que as formas de divulgação mais eficientes foram o convite realizado nas salas de aula, a entrega de folders, e a fixação de cartazes pela Universidade.

	Excelente	Bom	Regular	Fraco	Muito Ruim	Não se aplica	Branco
Divulgação	09 - 52,94%	08 - 47,06%	0	0	0	0	0
Programação	09 - 52,94%	08 - 47,06%	0	0	0	0	0
Organização	10 - 58,82%	07 - 41,18%	0	0	0	0	0
Tema	11 - 64,7%	04 - 23,52%	01 - 5,89%	01 - 5,89%	0	0	0
Palestrante	09 - 52,94%	04 - 23,52%	03 - 17,65%	0	0	0	01 - 5,89%
Instalações	14 - 82,35%	03 - 17,65%	0	0	0	0	0

Elaborado pelos autores a partir das informações obtidas com a pesquisa

5.3 DEPOIMENTO VALDECI VERDELHO

A comissão organizadora, após tantos desafios e com todo o empenho despendido, buscou saber dos envolvidos, a opinião sobre o evento. E, a opinião do convidado Valdeci foi de muita importância, uma vez que uma das temáticas que ele aborda, em cursos que ministra na Aberje¹⁶, é a gestão de crises nas organizações. E, dada à importância que ele teve ao evento, optou-se por transcrever, neste *paper*, parte da entrevista feita com o Valdeci.

- O que representou para você ser convidado para um evento acadêmico em uma cidade do interior e ter que participar do evento/conversar com o público de forma virtual?

No caso do evento na Universidade Caxias do Sul, onde fui pautado para falar sobre assessoria de imprensa, estava curioso para ver como professores e alunos estão lidando com isso. É muito diferente falar de assessoria de imprensa quando se está em São Paulo, no centro de decisão e irradiação do poder da mídia nacional e quanto se está numa cidade em um Estado num dos extremos do País.

A viagem com a tentativa de chegar a Caxias foi longa e exaustiva. Quando desembarquei em Curitiba e o pessoal da companhia aérea informou que para pegar um voo para Porto Alegre eu teria de voltar para São Paulo, onde tinha embarcado uma hora antes, eu quase surtei.

Quando o pessoal teve a ideia de fazer a apresentação por *skype*, confesso que fui meio cético no primeiro momento. Minhas aulas são totalmente interativas, gosto de conversar com os alunos, prestar atenção como estão reagindo. Assim, fazer uma apresentação virtualmente seria como dirigir às cegas.

Creio que o ponto decisivo pra funcionar bem foi a pronta mobilização e a proatividade da equipe da Universidade. Pelo que senti, tiveram de encontrar um assinante do *skype* às pressas e fomos ajustando de modo a “fazer dos limões uma limonada”, como costumamos dizer em Relações Públicas.

- Isso já aconteceu na sua vida profissional outras vezes? E que mensagem você poderia deixar como resultado deste trabalho?

“Isto nunca me aconteceu antes”. Foi uma experiência inusitada. Em toda minha vida profissional eu perdi o voo apenas uma vez, então meus compromissos dependentes de viagens sempre tinham sido tranquilos.

O que considero significativo e digno de louvor é que o que tinha tudo para ser uma experiência apenas de frustração tornou-se uma experiência muito produtiva, porque resultou numa mobilização e envolvimento de várias pessoas para salvar o evento. Alunos, professores

¹⁶ Aberje - Associação Brasileira de Comunicação Empresarial. www.aberje.com.br

e funcionários que tiveram de correr em busca de convidados na última hora ou de se desculpar diante da mudança repentina de programação; jornalistas que atenderam ao convite inesperado e público que reconheceu este esforço, todos contribuíram e foram muito importantes para dar sabor à limonada.

6 CONSIDERAÇÕES

Após o término do evento, passada à adrenalina do momento e todas aquelas emoções vivenciadas, conseguiu-se fazer um balanço da segunda noite do Fórum da Comunicação. A data 20 de junho de 2012 será lembrada, pela comissão organizadora, como um dia único, um momento muito marcante, inesquecível. Trabalhou-se muito, desde o início do semestre, para oportunizar aos estudantes e profissionais de comunicação uma noite interessante em que houvesse a troca de conhecimento. Agora, pode-se dizer que, apesar dos contratemplos e imprevistos, isso ocorreu.

O fato que impossibilitou a vinda de Valdeci Verdelho à Caxias do Sul remodelou toda a estrutura do evento. Em pouco tempo, com menos de três horas para o início da palestra, teve-se que buscar uma tecnologia compatível com a prática de videoconferência e contatar profissionais vinculados à assessoria de imprensa, em Caxias do Sul. Felizmente, os testes via *skype* foram ótimos e a abordagem “ao vivo”, também. Além disso, obteve-se retorno de quatro jornalistas da cidade, que aceitaram o convite. A gratidão a essas pessoas é imensa e elas serão sempre lembradas como profissionais que estão comprometidos com o saber acadêmico e com a formação de novos comunicólogos, pois conseguiram suprir os objetivos do evento, oportunizando ao público presente uma visão clara do fazer da assessoria de imprensa.

A segunda noite do Fórum da Comunicação foi uma comprovação de que a teoria transmitida, ao longo da disciplina, se validada com a prática, aproxima o aluno da realidade, por meio de experiências, observações e/ou descobertas. Sempre foi passado, pelos professores, que os imprevistos acontecem e que é preciso saber lidar com eles. Logo, pode-se dizer que muitos foram os conhecimentos adquiridos. Foi possível comprovar que a comunicação não pode ser administrada de forma isolada, ela só acontece quando existe uma equipe integrada e disposta a solucionar problemas, e quando todos eles desejam e trabalham em prol do sucesso coletivo.

A preocupação e o comprometimento de Valdeci Verdelho com o Fórum, além do apoio dos painelistas, dos professores do Centro de Comunicação, das coordenações de cursos e dos técnicos de áudio e som da UCS foram essenciais para o sucesso da noite. Outro ponto

positivo foi a cumplicidade, o respeito e a confiança que reinaram entre as organizadoras do evento: um verdadeiro trabalho em equipe.

O reconhecimento e os elogios recebidos por parte dos convidados e professores foi extremamente gratificante. Pode-se dizer que a organização foi um reflexo de que é possível, ao ser humano, a superação aos limites tecnológicos. Além disso, compreendeu-se que o profissional de *Relações Públicas é aquele preparado para o gerenciamento de ações emergenciais*¹⁷. O Frispit¹⁸ acompanhou as dificuldades enfrentadas pela comissão organizadora e publicou conteúdo a respeito, o qual entende-se ser importante evidenciar nas considerações: Profissionalismo e dedicação: <http://www.frispit.com.br/site/?p=11627> Fórum da Comunicação – 2ª noite: <http://www.frispit.com.br/site/?p=11674>.

REFERÊNCIAS

CHINEM, Rivaldo. **Assessoria de Imprensa: como fazer**. São Paulo, Summus, 2003.

DARLING, Diane. **Networking: desenvolva sua carreira criando bons relacionamentos**. Rio de Janeiro: Sextante, 2007.

DUARTE, Jorge; MOUTINHO, Ana Viale. **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica**. 3.ed. rev. e ampl. São Paulo: Atlas, 2010.

FORTES, Waldyr Gutierrez. **Relações públicas: processo, funções, tecnologia e estratégias**. 3.ed. rev. São Paulo: Summus, 2003.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle**. 4.ed. São Paulo: Atlas, 1995.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. Nova ed. rev., atual e ampl. São Paulo: Summus, 2002.

MARTIN, Vanessa. **Manual Prático de Eventos**. São Paulo: Atlas, 2008.

MICHAELIS: **Moderno Dicionário da Língua Portuguesa**. São Paulo: Companhia Melhoramentos, 1998.

_____. **Dicionário Escolar: inglês-português, português-inglês**. 2 ed. São Paulo: Melhoramentos, 2008.

PINHO, José Benedito. **Relações Públicas na Internet: técnicas e estratégias para influenciar públicos de interesse**. São Paulo, Summus, 2003.

VERDELHO, Valdeci. **RES: Prêmio EXPOCOM E MUC [mensagem pessoal]**. Mensagem recebida por <luly_andreazza@hotmail.com>, em 19 set 2012.

¹⁷ O grifo é nosso.

¹⁸ Portal do Centro de Comunicação da UCS.