

**Assessoria de Relações Públicas do Centro de Ciências da Saúde da Universidade  
Federal de Santa Maria<sup>1</sup>**

Paula P. ARRUDA<sup>2</sup>

Fernanda S. BARBOSA<sup>3</sup>

Lauren S. NASCIMENTO<sup>4</sup>

Claudia Buzatti SOUTO<sup>5</sup>

Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS

## **RESUMO**

O Assessoramento trata-se de um dos principais papéis desempenhados por Relações Públicas e fundamental para a manutenção do equilíbrio entre os públicos e a organização. Neste sentido, um currículo apropriado, que permita aos alunos da graduação em Relações Públicas compreender e vivenciar o processo, é fundamental para a formação com excelência. As atividades aqui relatadas são fruto da disciplina de Assessoria de Relações Públicas, ministrada pela Prof<sup>a</sup> Claudia Souto e foram realizadas no Centro de Ciências da Saúde no ano de 2011, na Universidade Federal de Santa Maria.

**PALAVRAS-CHAVE:** Assessoria; Ações; CCS; Relações Públicas; UFSM.

## **1 INTRODUÇÃO**

Às Relações Públicas é de competência a função gerencial da comunicação de uma dada empresa, instituição, setor ou afim com seus mais variados públicos (KUNSCH). A profissão aceita e desempenha a função de assessoria e consultoria, dentre as demais atividades que lhe cabem<sup>6</sup>, ficando responsável por um olhar crítico para um diagnóstico preciso, no que tange

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XIX Prêmio Expocom 2012, na Categoria Relações Públicas, modalidade Assessoria Governamental.

<sup>2</sup> Aluno líder do grupo e estudante do 7º. Semestre do Curso Relações Públicas, email: paulinhapurper@hotmail.com.

<sup>3</sup> Estudante do 7º. Semestre do Curso Relações Públicas, email: fernandastb@hotmail.com

<sup>4</sup> Estudante do 7º Semestre do Curso de Relações Públicas, email: lauren\_nascimento@hotmail.com

<sup>5</sup> Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Relações Públicas, email: rp\_claudiasouto@yahoo.com.br.

<sup>6</sup> Não é proposta deste trabalho pormenorizar todas as funções das Relações Públicas, importa aqui as atividades de assessoria e consultoria.

as práticas comunicacionais vigentes, sejam elas deficientes ou eficientes, no ambiente em questão. Quando estrategicamente trabalhadas, seja o ambiente favorável ou não, as práticas comunicacionais são potencializadas (quando num espaço já próspero) ou melhoradas (quando num espaço problemático ou de crise).

No entanto, um fato recorrente nas assessorias é relatado por Baldissera, que nos mostra que

Em grande parte das organizações, os princípios da estratégia ainda não estão sendo abordados com a seriedade e a clareza necessárias ou que o termo ‘estratégia’ serve como tapume, empregado demagogicamente para legitimar discursos escusos ou mesmo para insinuar atualização profissional. (BALDISSERA, 2001, p.2).

Isto é, existe a problemática de se trabalhar as assessorias apenas “tapando buracos” ou fundamentando-se em “tarefismos”; quando o uso das redes sociais por si só, não são uma estratégia, apenas as são quando usadas como táticas de algo maior; da mesma forma eventos, em que ainda corre-se riscos de em ação que promove visibilidade, denegrir a imagem da organização caso sua identidade não seja sólida.

Este paper é o relato de uma assessoria de Relações Públicas no Centro de Ciências da Saúde (CCS)<sup>7</sup> da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM)<sup>8</sup>, em que três (3) acadêmicas estiveram realizando atividades para a disciplina de Assessoria de Relações Públicas durante o ano de 2011, período que compreende de abril a dezembro.

Há muito tempo, o centro havia recebido assessoria, no entanto o trabalho não teve continuidade após a saída dos acadêmicos e, não havia, também, um trabalho estruturado de comunicação social, apenas o uso de alguns mecanismos e ferramentas do campo. Infelizmente, a mesma realidade é a encontrada na maioria dos centros acadêmicos da mesma universidade. Uma problemática que impede um gerenciamento estratégico da comunicação, como já explicitado anteriormente, acarretando o engessamento de alguns processos administrativos, fluxos comunicacionais e qualidade nas ações desenvolvidas.

## **2 OBJETIVO**

A disciplina de Assessoria em Relações Públicas tem como objetivo oportunizar aos alunos do curso a vivência das teorias apresentadas em aula como forma de preparar os acadêmicos a

---

<sup>7</sup>A partir deste momento, Centro de Ciências da Saúde poderá ser entendido apenas como CCS.

<sup>8</sup>A partir deste momento, Universidade Federal de Santa Maria poderá ser entendida como UFSM.

atuarem no mercado de trabalho com excelência. O trabalho, que se dá em órgãos da própria Universidade, é dividido em duas etapas: o planejamento e posteriormente, a execução e avaliação das ações. Neste paper serão apresentadas atividades que fizeram parte do planejamento e foram executadas pelo grupo responsável pela assessoria no CCS da UFSM visando solucionar problemas relativos a comunicação, provocar uma imagem integrada dos cursos de graduação e pós-graduação e contribuir para o estabelecimento do sistema de gestão compartilhada pretendida pelo novo Diretor, Paulo Afonso Burmann.

### **3 JUSTIFICATIVA**

Este trabalho justifica-se na importância de se empreender e relatar a função de assessoria fora dos limites da sala de aula, atividades práticas acadêmicas em que alunos exercitam a arte de relações públicas, diagnosticando, propondo e dialogando em um ambiente muito semelhante ao de um mercado de trabalho no setor público.

Além disso, faz-se necessário que o trabalho investido na educação de uma universidade pública possa ser apresentado cientificamente a sociedade que a cerca, com a intenção de trocar experiências, expor os trabalhos realizados de forma transparente e ética, e ainda, incentivar produções semelhantes, ou mesmo a continuidade deste trabalho na disciplina, para outros anos, de forma a crescer no campo investigativo da comunicação social, no que tange as práticas das relações públicas em assessoria.

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

O primeiro passo do processo consistiu na investigação da realidade do Centro, conduzida através de entrevistas e conversas informais com funcionários, alunos e professores dos sete cursos, pesquisas documentais e recolhimento de dados que culminaram na construção de um diagnóstico institucional. Mobilizado através de tal diagnóstico, conduziu-se o planejamento de ações que tocassem as deficiências (ou dificuldades) percebidas.

Foram aplicadas entrevistas com os coordenadores de curso e funcionários dos departamentos do Centro a fim de que o planejamento levasse em conta também o modelo de gestão aplicado pelo Diretor do CCS, que é o de gestão participativa. A organização dos murais dos prédios ocupados pelo CCS, feita pelo grupo, uma situação de grande importância, uma vez que a comunicação dos cursos com os alunos e demais se dava, em grande parte, através dos murais.

Ainda na época do planejamento, foi realizado o monitoramento das redes sociais digitais, que se fez pertinente ao andamento do trabalho, uma vez que, o Centro possui perfis em tais redes e interagia com alunos, professores e funcionários através de tais ferramentas, como o Facebook, no entanto, sem um manual para atuação nessa ambiência, as postagens eram feitas sem seguir padrão ou mesmo um modelo que considerasse a imagem do centro. Dessa forma, o grupo entendeu que esta mídia evocava uma atenção especial e, foi realizado um acompanhamento de postagens que partiam não só do perfil oficial do Centro de Ciências da Saúde, como também de alunos e funcionários que citavam o centro ou interagiam diretamente com o mesmo; tal acompanhamento se deu em um período de aproximadamente 3 meses, resultando ao final, em um manual padrão para as condutas e práticas das postagens na web.

Entrevistas e coleta de dados foram feitas também junto a direção do CCS, com o auxílio do Secretário Executivo e do Assistente administrativo, tivemos acesso a informações que foram de grande importância para o planejamento. Ao fim do primeiro semestre, o planejamento estratégico de comunicação que fizemos foi apresentado ao vice-diretor de Centro, Renato Borges Fagundes, e ao diretor financeiro Laerte Severo.

Durante o segundo semestre letivo do ano de 2011 a maioria das ações propostas no planejamento foram executadas, entre elas a Copa CCS, cadastro de contato dos servidores e professores aniversariantes; assim como, atividades que não foram contempladas no planejamento acabaram por ser executadas, devido a necessidade do centro.

A exemplo, uma campanha envolvendo a criação de material gráfico por uma bolsista do curso de Desenho Industrial da UFSM, para conscientizar alunos, servidores e professores a respeito dos materiais de higiene disponibilizados nos banheiros dos prédios do CCS e também a Campanha “Doe Saúde”, uma campanha de doação de sangue, em parceria com o Hemocentro Regional de Santa Maria, como atividade comemorativa ao Dia Nacional do Doador de Sangue (em 25 de Novembro).

## **5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO**

### **Das Ações Propostas no Planejamento**

Ao entender que a principal deficiência do centro residia na comunicação interna, a tentativa de sanar este problema contemplou professores, servidores, alunos e a direção do centro. Os demais públicos (FRANÇA), foram trabalhados em segundo plano, de forma complementar.

Entendia-se sua importância, no entanto, não eram vitais para diminuir ou extinguir os problemas diagnosticados no centro, como por exemplo, é o caso da mídia da cidade de Santa Maria, alunos de cursinhos pré-vestibulares (futuramente prováveis alunos do centro), ou ainda, a própria reitoria da universidade.

Portanto, para o público interno, foram propostas as seguintes ações: realização de encontros com os coordenadores de departamentos para veiculação do material sobre a nova gestão, com coffee-break; Semana da Calourada CCS; Felicitações nos aniversários; Copa CCS.

Em paralelo a estas proposições, outras ações eram necessárias ao bom andamento da assessoria no CCS, a exemplo, era importante continuar o monitoramento das redes sociais digitais e também gerenciar sua alimentação; continuar com a organização dos murais; readaptar algumas ações previstas no planejamento, como foi o caso da campanha de doação de sangue com o Hemocentro Regional (campanha “Doe Saúde”), a campanha de conscientização para preservação dos materiais dos banheiros e o cadastramento dos dados dos professores e servidores.

## 6 CONSIDERAÇÕES

Entende-se que atividades tão corriqueiras, como a organização de murais, não pode ser tratada como obsoleta, quando empenha uma função importante para a organização. O centro apresentava uma deficiência e certa resistência quanto as informações contidas em emails e as tarefas solicitada, de forma que o mural continuava sendo o melhor recurso para informar o maior numero de pessoas. O grupo qualifica a atividade como bem desenvolvida, ainda que seu impacto prejudicado tenha sido limitado pela má localização e estado de conservação dos murais, problemas que a assessoria não poderia resolver, no entanto, coube ao grupo o relato a direção, que se comprometeu a tomar providências.

No que diz respeito às redes sociais digitais, houve sensível melhora. A atividade foi realizada ao longo do ano em parceria com o responsável por esta atividade no centro, e consideramos como um sinal da conquista de confiança da Direção do CCS para com a assessoria. A ação teve êxito principalmente próximo aos grandes eventos, como a Campanha *Doe Saúde* e a Copa CCS, quando o número de manifestações nos sítios virtuais e os comentários aumentaram consideravelmente. Ao relações públicas cabe o gerenciamento da imagem de uma dada instituição, organização ou mesmo individuo, ressalta-se aqui a compreensão do centro quanto a esta atividade do profissional, ao recorrer à assessoria o suporte para tal, bem como acreditar na importância de um manual para uso das redes sociais na web.

Quanto a campanha *Doe Saúde*, uma ação conjunta com o Hemocentro de Santa Maria, entende-se a ação como, não só de sucesso, mas eficaz. Comprovada através de entrevistas realizadas com doadores - nas quais a maioria considerou a ação ótima e em sintonia com as políticas e obrigações do centro e da universidade. Vale-se também do número de bolsas de sangue arrecadas, mais de setenta (70) bolsas, quando o esperado pelo Hemocentro era de no máximo trinta (30).

Uma ação que não estava prevista no planejamento, entretanto foi vista como demanda no decorrer das ações foi a sinalização dos materiais de higiene dos banheiros. Havia a necessidade de uma campanha gráfica, a qual sensibilizasse quem usasse os banheiros a cuidar dos materiais dispensados para higiene, contudo, como a ação foi efetivada há pouco tempo, não houve tempo hábil para realização de pesquisa e observação dos resultados.

O cadastramento dos dados de professores e servidores foi uma ação um tanto quanto negativa e suprimida. A ação foi prejudicada pela resistência em participar de diversos funcionários, motivados por questões já diagnosticadas pelo grupo anteriormente, logo, necessita de adaptação.

Por último, a assessoria acredita que sua ação de maior proporção, além da campanha de doação de sangue, tenha sido também a Copa CCS. Uma ação considerada eficaz, haja vista o número de competidores, a repercussão nas redes sociais e no site institucional – através de enquete para escolher outra modalidade para a 2ª Copa, em 2012 – e relato de diversos participantes, em conversas e através de e-mails. Esta ação era uma aposta da equipe de relações públicas e da direção do centro, por elencar como públicos, alunos, professores e servidores, os quais anteriormente estavam no diagnóstico do planejamento, como aqueles que apresentavam resistência e dificuldade com as informações do centro acadêmico.

A Assessoria de Relações Públicas tem continuidade no Centro de Ciências da Saúde através de duas das alunas que fizeram parte das atividades aqui relatadas. O foco da assessoria permanece na comunicação interna do centro, em que as ações desenvolvidas anteriormente que obtiveram resultados positivos, se mantém, tais como a Copa CCS, que se encaminha para sua segunda edição, e a campanha *Doe Saúde*.

## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

BALDISSERA, R. **Estratégia, Comunicação E Relações Públicas**. Mato Grosso do sul: Intercom, 2001.

FRANÇA, F. **Conceituação lógica de públicos em relações públicas**. In Estudos de Jornalismo e Relações Públicas, revista semestral da FAJORP, junho de 2003, Ano 1, nº 1, p.17-31.

FRANÇA, F. **Relações públicas: estratégias de relacionamento com públicos específicos**. São Paulo, 2002. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – ECA-USP.

KUNSCH, M. M. K.. **Planejamento e Gestão Estratégica de Relações Públicas nas Organizações Contemporâneas**. Anàlisi, nº34, 2006.

KUNSCH, M. M. K. **Obtendo resultados com Relações Públicas**. São Paulo. Pioneira.