

# *sinal aberto!*

Curso de Comunicação Social  
Newsletter da Disciplina  
Planejamento da Comunicação Institucional  
Ano 1 - Número 15 – 3ª semana de junho de 2007  
Editor – Cleon Gostinski



## **A satisfação de planejar e executar programas de relações públicas**

*Maria Graziela da Silva*

Conforme venho publicando em meus artigos anteriores, tenho, junto com a equipe de Marketing de minha empresa, a Concessionária Ritmo Veículos de Taquara, desempenhado algumas ações de Relações Públicas. O que tem sido de grande valia pra meu crescimento profissional e pessoal, pois é uma grande oportunidade de poder colocar na prática meus conhecimentos e poder "sentir na pele" o que é ser um Relações Públicas.

Com certeza, a disciplina que estou cursando hoje de Planejamento da Comunicação Institucional, ministrada pelo professor Cleon Gostinski, é uma peça fundamental para essa minha incursão no mundo das relações públicas. Essa disciplina me fez perceber o potencial que existe em mim e de como posso aproveitar as oportunidades que surgem todos os dias.

No último dia 05 de junho, dia mundial do meio ambiente, darei início a mais uma ação. Será a distribuição de mudas de árvores.

Fizemos uma parceria com o Grupo



Emanuel Lobeck

Editorial Sinos para difundir a proposta e vamos também distribuir informes e visitar a mídia local. Os objetivos desta campanha são criar amigos, estabelecer vínculos afetivos com as sociedades onde atuamos, trazer novos visitantes e futuros clientes em nossa loja e mostrar que somos uma empresa que age em favor das comunidades.

A curtíssimo prazo, esta ação deverá resultar em ótimos negócios. O mote da campanha é: "Plante o futuro - a Ritmo dá a muda".

Dentro de nosso ponto-de-venda, as mudas estão em um local bem bonito, colorido e de fácil visualização. Contudo, não próximo à porta de entrada com a intenção de proporcionar ao visitante que circule mais dentro da loja. A abordagem será feita por um vendedor que vai, delicadamente, convidar o visitante também para fazer um cadastro. Convites para olhar veículos e eventuais *test drivers* vão depender da capacidade de convencimento do vendedor e da disposição do visitante.

Com certeza essa campanha será mais um sucesso, através da qual, a empresa vem aliando maior credibilidade com a sociedade com a satisfação de seus clientes.

## **Curso de Comunicação da FACCAT recebe prêmios**

*Michel Ayres Machado*

O grupo de alunos do Núcleo de Áudio da FACCAT esteve em Porto Alegre na FM Cultura 107.7 para participar do 15º Prêmio Unirádio da Fundação Cultural Piratini. Evento que contou com a presença de Luiz Fernando Moraes, Presidente da TVE, Mônica Leal, Secretária de Estado da Cultura, Ercy Pereira Torna, Presidente da ARI, Eduardo Santos, Diretor da Associação Riograndense de Publicidade e Suzana

Flávia, criadora do Projeto Unirádio. Na ocasião, os alunos foram premiados na categoria Spot Publicitário como Destaque Especial e 1º Lugar com o trabalho “Drogas”. O Prêmio Unirádio tem como objetivo incentivar novos talentos e futuros profissionais de comunicação. Participaram do evento, PUC, UFRGS, UNISINOS, FACCAT, UFSM, UCS E FEEVALE. A premiação deste grupo de alunos foi consequência de um esforço planejado e executado e com a dedicação e o apoio de professores e da coordenação do curso de relações públicas.



Miroslav Nagy

Este feito deve servir como incentivo aos colegas integrantes de nosso curso, pois a qualidade de ensino proporcionada pela instituição FACCAT, possibilita a eles alcançar grandes méritos para o futuro tanto em nível acadêmico como profissional.

Cabe, a cada um, usar da melhor forma os conhecimentos transmitidos por essas pessoas que se dedicam a ensinar com profissionalismo. O futuro, como diz o ditado: “só a Deus pertence”, mas, com esforço e dedicação poderemos alcançar nossos objetivos e, com a união de nossa classe,

conseguiremos destacar a profissão e facilitar um pouco nossa trajetória.

## O trabalho que promove crescimento e maturidade

*Fabiane Denice Gerhardt*

No dia 18 de abril deste ano na disciplina de Planejamento da Comunicação Institucional recebemos, através do professor Cleon Gostinski, um grande desafio: a elaboração de um Plano de Comunicação Integrada para um Cliente Real.

Para atingirmos o proposto, estamos precisando superar nossos limites, produzindo um trabalho de excelente qualidade em pouco tempo. Logo, pudemos perceber que a tarefa não seria nada fácil. Então, partimos em busca de nosso cliente e do diagnóstico.

Em ações que estão envolvendo diversas áreas da empresa, percebemos que, a cada novo passo, aumentam as dificuldades em atingir nossos objetivos. As horas que, parecem “voar” e acabam gerando *stress*, nos fazem criar mais coragem em permanecer nestas noites frias, madrugadas a dentro.

Neste momento difícil, que estamos vivendo crescemos, ultrapassamos nossos limites e pensamos e repensamos em nossas escolhas.

Eis que surge, então, outra reflexão: será que cada um de nós não está desenvolvendo um caminho para mostrar sua capacidade de trabalho em outras organizações?

Por enquanto, a única coisa que sabemos é que existe o intuito de nos tornarmos profissionais mais produtivos e melhores a cada dia.



Ana Labate

A orientação que estamos recebendo do professor Cleon está sendo bastante transparente. Ele está sendo atencioso e paciente com as nossas inúmeras dúvidas e incertezas, respondendo nossa enxurrada de e-mails. Os resultados que precisamos apresentar são baseados em dados reais, precisamos encantar nossos dois clientes: Cliente real+ professor= resultado excelente. Tudo se tornou um desafio interessante e importante em nossas vidas. O importante é manter a “cabeça fria” e ter paciência para encontrar a melhor estratégia para superar a última etapa da jornada: a apresentação. Com muito “jogo de cintura” e determinação promoveremos o encantamento na divulgação dos resultados alcançados.

## Aprendendo com Aprendizizes

*Silvia dos Santos*

Ao chegar em casa após a aula da faculdade há duas semana atrás, liguei a televisão e, ao trocar de canal, comecei a assistir o programa da rede Record: Aprendiz 4 - O Sócio.

Ao prestar atenção no programa me deparei com situações que outras pessoas estão passando. Aprendizados que estão pondo em prática que, condizem muito com o que se aprende no curso de Relações Públicas.

Responsabilidade social foi o tema da quinta tarefa que os participantes deste *reality show* tiveram que desenvolver. Eles se dispuseram a implementar uma ação social em duas comunidades carentes de São Paulo. O objetivo foi o de testar a capacidade de execução dessas ações.

Os grupos começaram a se mobilizar e a sentir as necessidades e dificuldades de cada comunidade. Ambos os grupos participantes realizaram reuniões com os líderes comunitários e parceiros e estabeleceram as metas e prioridades de cada região.

Um grupo mostrou-se sem foco. Não sabiam que rumo tomar. O líder não se mostrou firme em suas decisões. O

grupo teve várias idéias: boas, mas todas elas para serem desenvolvidas a longo prazo.



Para desenvolver projetos deste porte, envolvendo a responsabilidade social, metas devem ser estabelecidas, e, cada uma, no seu devido tempo deve ser cumprida.

Um grande empecilho para este grupo foi o seu próprio líder, que não escutava as opiniões das pessoas, que estavam ali para lhe ajudar. O dever de um líder é escutar e ver qual a melhor idéia possível de ser executada, e designar àqueles que têm competência para fazê-lo.

Os candidatos listaram várias prioridades a serem executadas naquela comunidade, mas pecaram por não estabelecer um foco de ação concreta.

Ao estabelecermos várias idéias, tendo em vista o fator tempo, que é, muitas vezes, o nosso maior oponente, devemos nos concentrar na melhor idéia e transformá-la no carro-chefe de toda a ação.

## Relações públicas: trabalho “portátil”, acompanhando as inovações da tecnologia

*Luiz Fernando Valentini*

Estamos vivendo em uma época onde as mudanças estão ocorrendo com muita velocidade e não é diferente com as

ferramentas usadas pelos profissionais de comunicação, ou seja, Marketing, Relações Públicas e Publicidade. A cada dia surgem novas tecnologias.

Otávio Roth Valentini



Especificamente em relação à comunicação, ocorrem mudanças tanto no comportamento dos consumidores como na complementação de novos canais como a internet e mesmo com os celulares.

Hoje, a comunicação está tão veloz que é trabalhada com as pessoas em trânsito, que não se fixam numa só mídia, e, neste contexto, estão incluídos os adolescentes que fazem tudo ao mesmo tempo. Por tudo isto, se faz necessário que nos tornemos cada vez mais ágeis para atingir e/ou atender este consumidor que, justamente por dispor de todos estes meios de comunicação, está cada vez mais exigente.

Entretanto, mesmo com o surgimento de novas mídias não podemos dispensar ou menosprezar as já tradicionais como a televisão, onde o entretenimento é usado para passar as mensagens.

Levando em consideração as diversas atividades do profissional de Relações Públicas, fica claro de que o surgimento

de novas mídias e de novas ferramentas só facilitará o seu desempenho. Através delas ele poderá, em alguns momentos, excercer suas funções em trânsito, levando até o seu escritório nos seus deslocamentos.

## Soberanas da Oktoberfest devem ser preparadas por profissional de relações públicas

*Thiago Henrique Lampert*

No último dia 19 de maio ocorreu, em Igrejinha, o baile de escolha das soberanas da 20ª OKTOBERFEST. Este evento é de um enorme valor cultural ao município, pois tem por objetivo manter viva a cultura alemã e comemorar a colonização da cidade.

Neste baile são escolhidas três moças, que tem a função de promover e divulgar o evento, tornando-se símbolos da festa.



Juliano Arnold

Estas meninas exercem um trabalho de grande responsabilidade, pois precisam, a cada lugar que chegam, falar de sua cidade e da sua cultura, procurando, ao máximo, contagiar o público. Qualquer termo usado de forma equivocada pode acarretar em uma má impressão sobre o evento.

Para que elas exerçam de forma competente seu trabalho, devem ser orientadas por um profissional de relações públicas, pois é necessário um

grande preparo, estudo e planejamento para “dar um show” no período de divulgação da festa e assegurar o sucesso de mais uma edição do evento.

**“As rosas não falam,  
simplesmente as  
rosas exalam,  
o perfume que  
roubam de ti, ...”\***

*Camila Luiza Petry*

O Dia dos namorados se aproxima e comecei a pensar em um presente para o meu marido. Esta é uma data especial na qual presentecemos a pessoa amada. A maioria dos homens afirma e defende a idéia de que é muito mais difícil comprar presentes para suas esposas ou namoradas. As opções de presentes para as mulheres são grandes e variadas o que dificulta em muito a escolha. Quase todos os anos eu recebo flores do meu marido, geralmente rosas. A rosa é uma das flores mais bonitas e insinuantes. Ela vai se desabrochando aos poucos, geralmente pétala por pétala, até chegar à sua máxima exuberância, através do perfume e da harmonia de sua beleza.

O profissional de relações públicas pode ser comparado a uma rosa. Precisamos desabrochar para o mercado e dentro das organizações. Não podemos implementar ações se não realizarmos diagnósticos precisos e corretos. Sem estes, não conseguiremos saber quais são os reais problemas da empresa. Necessitamos abrir pétala por pétala, ou seja, etapa por etapa.

O profissional de relações públicas deve estar sempre entrosado com o mercado e com os profissionais de outras áreas. Com certeza se tornará mais resistente à concorrência conseguindo resultados imediatos e expressivos em suas tarefas e ações. Na trajetória dos trabalhos, a resistência às mudanças e as

dificuldades na implantação de ações são empecilhos. Porém, ele não pode desistir, intimidar-se ou ficar abalado. O encanto, a beleza e o charme precisam ser mantidos.

Aceitar as mudanças é necessário. Não podemos pensar nelas como espinhos, precisamos desabrochar como fazem as rosas. Pensar sempre no colorido que nos proporcionam num belo florescer: algo mágico e encantador.

O relações públicas, comparado a uma rosa, deverá assimilar as oportunidades como formas de aprendizado e assimilação de rotinas diferentes que enriquecem os conhecimentos em nível pessoal e profissional.

A rosa proporciona um espetáculo para a natureza e o profissional de relações públicas deve fazê-lo para as empresas e para o mercado. Com certeza é uma dupla de muitas complexidades e sempre capaz de proporcionar resultados magníficos.

*\* Cartola*



Emilio Eereza

## Muitas frentes de ação: resultados duvidosos

*Michele Masera*

Planejamento e organização de projetos de comunicação é algo que qualquer pessoa sabe fazer. Errado! Minha turma que o diga. A organização de um projeto é muito mais complexa, até para nós que praticamente estamos nos formando.

Um planejamento de comunicação seja institucional, comercial ou para um simples evento é difícil, na verdade muito difícil.

Revelo à todos que este te, sido o semestre do curso de relações públicas da FACCAT mais complicado para mim. Não que as disciplinas sejam muito difíceis, mas todas exigem um elevado grau de comprometimento, dedicação de tempo e planejamento estratégico.

Mesmo sabendo que tenho capacidade, vejo o quanto estou despreparada para brigar no meio dos mais experientes, no mercado competitivo. Não me refiro apenas à faculdade, pois desde o final do ano passado venho passando por grandes mudanças profissionais e pessoais. Comprometimentos que são decisivos para minha carreira profissional e vida pessoal.

Tenho tido que repensar minha disposição em aceitar fazer tudo que me sinto capaz. Agora, admito que preciso ser seletiva. Aconselho a todos que assim procedam e aprendam que, algumas vezes, é necessário dizer não para os outros e para si mesmo. Pode parecer difícil, mas, muitas vezes, é a melhor decisão.

Posso citar como exemplo nossa disciplina de Organização de Eventos. Achei que seria tudo muito fácil. Bastaria a professora Vera Corrêa nos

fornecer as técnicas. Porém, estava enganada. Há muito mais o que aprender. O que achei saber... na hora de materializar de forma escrita, percebi que muitas eram as dúvidas.

Da mesma forma aconteceu no meu de trabalho. Eu sabia que a teoria é mais simples e que a prática é mais complexa, mas achei que poderia assumir tudo: trabalho, os compromissos que o cargo exige, a faculdade, a função de bolsista na instituição de ensino, a casa, a família e eu. No entanto, me enganei: a vida não é tão branda.



Georgios M. W.

Não concordo totalmente com o ponto de vista de alguns professores, mas admito que estávamos um pouco acomodados e nos vimos assustados quando nos foi exigido mais do que já somos. Somos bons, competentes, mas devemos ser melhores. Portanto, ergam a cabeça, aceitem os desafios ou admitam que não é a hora de assumir este ou aquele comprometimento. Façamos isto enquanto é possível optar.