



## Programa RP em Rede: Unicruz Tour<sup>1</sup>

Fábio Fernandes<sup>2</sup>

Mônica Biavaschi Flores<sup>3</sup>

Angélica Wendland<sup>4</sup>

Ângela Martins<sup>5</sup>

Janaína da Maia<sup>6</sup>

Aniele Santos<sup>7</sup>

Marcela Guimarães e Silva<sup>8</sup>

Universidade de Cruz Alta – UNICRUZ, RS

### Resumo

Este *paper* apresenta o processo de planejamento, execução e avaliação do Programa “RP em Rede: Unicruz Tour”, desenvolvido pelos acadêmicos, então do 5º semestre de Relações Públicas, realizado durante a III Feira das Profissões na Universidade de Cruz Alta, no ano de 2008, quando a Instituição recebe alunos terceiranistas das diversas escolas da região noroeste do Estado do Rio Grande do Sul, bem como apresenta aos mesmos seus cursos de graduação, infra-estrutura e corpo docente. Este processo relata o desenvolvimento das ações específicas do Programa, seus objetivos e instrumentos de comunicação, criando canais de relacionamento entre a ação e seu público de interesse. Estrategicamente foram utilizadas técnicas de comunicação dirigida, despertando a interação entre os visitantes, acadêmicos responsáveis pela ação e professores do curso.

### Palavras-chave

Comunicação Dirigida; Planejamento Estratégico em Relações Públicas; Rede de Relacionamentos Virtuais.

### 1. Introdução

Atualmente existem diversas maneiras de se obter algum tipo de formação, seja ela superior ou técnica. As Universidades, as quais fazem jus a essa terminologia, precisam diariamente buscar mais espaço e visibilidade para suas ações nesse mercado abalado pelo ensino à distância, dificuldades de ingresso e custeamento. Nesta perspectiva mercadológica,

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XVI Prêmio Expocom 2009, na categoria V – Relações Públicas, modalidade C – Organização de Eventos, como representante da Região Sul.

<sup>2</sup> Acadêmico Líder do grupo, graduando do 6º semestre de Relações Públicas, UNICRUZ: fabiowtga@hotmail.com

<sup>3</sup> Graduada em Publicidade e Propaganda e acadêmica do 6º semestre de Relações Públicas, UNICRUZ: moni086@yahoo.com.br

<sup>4</sup> Acadêmica do 6º semestre de Relações Públicas, UNICRUZ: angélica\_tw@hotmail.com

<sup>5</sup> Acadêmica do 6º semestre de Relações Públicas, UNICRUZ: ammartins@hotmail.com

<sup>6</sup> Acadêmica do 6º semestre de Relações Públicas, UNICRUZ: jana\_da\_maia@hotmail.com

<sup>7</sup> Acadêmica do 6º semestre de Relações Públicas, UNICRUZ: aniele\_rp@hotmail.com

<sup>8</sup> Orientadora do Programa, Relações Públicas e professora da UNICRUZ: tulipass@hotmail.com



a Universidade de Cruz Alta, instituição particular de ensino superior, localizada na região noroeste do estado do Rio Grande do Sul, de natureza comunitária, sem fins lucrativos, de caráter filantrópico, promove anualmente, desde o ano de 2006, a “Feira das Profissões”. Este evento é caracterizado e se fundamenta na apresentação e integração com alunos terceiranistas de escolas públicas e privadas de Cruz Alta e região, buscando conquistar novos clientes (acadêmicos), para seus vinte e nove cursos de graduação, divididos em quatro Centros de Ensino<sup>9</sup>: Centro de Ciências Sociais e Aplicadas; Centro de Ciências Agrárias, Exatas e da Terra; Centro de Ciências da Saúde; e Centro de Ciências Humanas e Comunicação.

A organização da Feira das Profissões é responsabilidade do Núcleo Integrado de Comunicação e Marketing da instituição e conta com o auxílio de cada curso e seu respectivo centro de ensino, onde os mesmos organizam suas atividades e formas de interação com os visitantes.

Durante o período de realização do evento, são desenvolvidas atividades propostas pela organização central da Feira e pelas ações dos acadêmicos, professores e coordenadores dos cursos. Os visitantes são recepcionados e apresentados a todos os cursos de graduação, conhecem a infra-estrutura do campus universitário, as atividades de pesquisa e extensão, as formas de gestão da Unicruz e seu processo seletivo. Participam também de atividades desenvolvidas pelos cursos, onde cada aluno pode escolher aquele que vai ao encontro de seu perfil ou interesse profissional.

Neste cenário organizacional do evento, inserem-se as perspectivas do Programa “RP EM REDE” e sua ação, para a ocasião, “UNICRUZ TOUR”, que nasce da iniciativa de organizar um evento de apresentação e integração, com vistas na captação de novos acadêmicos para o curso de Comunicação Social, em especial para a habilitação de Relações Públicas, orientando suas atividades de acordo com os objetivos da III Feira das Profissões, realizado nos dias 22 e 23 de outubro de 2008.

As idéias para a consolidação das estratégias deste Programa partem da construção de meios de interação entre o futuro cliente (aluno visitante) e empresa (UNICRUZ), baseado em técnicas e ferramentas de Relações Públicas, no uso de seu dinamismo na criação de canais que direcionem as informações em um plano horizontal de comunicação, na troca e complementos de dados, consolidando as bases de relacionamentos propostas no

---

<sup>9</sup> Por recomendações do MEC (Ministério de educação e Cultura), a UNICRUZ reformulou a administração da instituição, criando Centros de Ensino, onde os cursos a fim estarão unidos sob uma direção geral, prezando agregar todas as dimensões do Ensino, Pesquisa e Extensão, assim como também facilitar a integração entre os cursos a fins, melhorando o atendimento aos acadêmicos e a própria troca de informações entre Reitoria e Cursos da instituição.



planejamento geral do programa. Em linhas específicas o “Unicruz Tour”, direciona os alunos interessados, ou não, nas áreas de comunicação social, os apresentando de maneira prática as atividades destes profissionais, e sua importância para o mercado de trabalho, além de caracterizar a qualidade do curso na Instituição.

## **2. O Programa**

Durante os dois primeiros meses do segundo semestre de 2008, na disciplina de Planejamento em Relações Públicas II, os acadêmicos do 5º semestre foram instigados a criar algumas ações específicas para serem implantadas durante a III Feira das Profissões, objetivando dar visibilidade para o curso durante o evento.

Nesta perspectiva, os acadêmicos pensaram em um programa de Relações Públicas, como meio de manutenção da imagem, construção de relacionamentos e ações estratégicas que orientasse o curso para seus clientes em potencial, algo que se estendesse além de uma ação isolada, e se perpetuasse em mecanismos mutáveis que se adaptem as transformações da sociedade e da própria instituição de ensino, para que no futuro, seja o alicerce de ações estratégicas para o curso e seu respectivo centro de ensino, e não somente como um evento sazonal e estanque, que desenvolva suas atividades durante um determinado momento e se acabe.

Após um período de pesquisas marcadas por referenciais teóricos e práticas, se inicia o processo de planejamento do programa, sempre focado em suas ações contínuas, o qual se consolidou em três momentos distintos: o primeiro marcado por Pesquisas e seu Planejamento global, Programação Visual e Produção Gráfica, Relacionamentos e Financeiro, o segundo momento passa pela Execução e Implementação das ações, finalizando com a Avaliação do programa como um todo e de seus resultados. Neste processo as ações que seriam implantadas durante a Feira das Profissões, já ganharam forma e moldaram-se ao corpo do programa, e, pensando nas características principais das atividades do profissional de Relações Públicas, principalmente os Relacionamentos, denominamos o programa de “RP em REDE”, este como meio principal e responsável por atividades ligadas a comunicação estratégica, relacionamentos, eventos, entre outras, no corpo do curso de Comunicação Social e seu respectivo Centro de Ensino.

Assim durante o processo de pesquisa, observou-se o crescimento diário, nos últimos anos, da internet como ferramenta de interação e formação de grupos e canais de relacionamentos distintos entre seus usuários, o que contempla crianças, jovens e adultos. Hoje, as organizações percebem o potencial comunicativo da internet, e passam a explorá-la,



criando mecanismos de consolidação de imagem, publicidade, marketing, e comunicação entre seus diversos públicos. Foi pensando nisso que a equipe de pesquisa e planejamento do “RP em Rede” passou a adotar, para sua primeira ação, as características do Orkut<sup>10</sup>, como canal de interação e efetivação de seus objetivos, lembrando que o programa ficou responsável pelas atividades desenvolvidas pelo curso durante a III Feira das Profissões.

Por ser um grande artifício estratégico para Relações Públicas, Kunsch (2003), destaca que um programa visa englobar todas as atividades ou ações concretas levadas a efeito por uma organização, para assim alcançar determinados objetivos de comunicação com seus públicos, delineados em processos de planejamento globais e específicos. Fazendo parte de um plano ou projeto mais abrangente, bem como podendo ser realizados a partir de uma decisão, uma necessidade detectada ou de um problema surgido no âmbito da organização e de seu ambiente, os programas passam a ser bastante pontuais e atendem às demandas das organizações nos relacionamentos com o seu universo de públicos, a opinião pública e a sociedade em geral. Este conceito passa a dar suporte nas justificativas de criação e atividades do “RP em Rede”, que nasceu de uma necessidade momentânea, almejando uma ação isolada, e, no entanto passa a ser constituído e se perpetuará para dar suporte as atividades do Curso e do Centro de Ciências Humanas e Comunicação.

### **3. A Ação**

Partindo da perspectiva principal do surgimento deste programa, atividades para a promoção do curso de comunicação social durante a III Feira das Profissões, o “RP em Rede” buscou no mundo virtual do Orkut, inspiração para suas estratégias e mecanismos na obtenção de seus objetivos, que serão descritos de maneira detalhada a seguir. Assim, pensando na melhor maneira de apresentar o curso para os visitantes da Feira, sempre com vistas na prática e experimentação por parte deles no mundo dos profissionais de comunicação, une-se ao “RP em Rede” o termo “Unicruz Tour”, como ação principal do programa durante a Feira das Profissões.

O “Unicruz Tour”, portanto, é um complexo de atividades, partindo de visitas dirigidas coordenadas pelos acadêmicos responsáveis pelo programa, apresentando o curso e seu respectivo centro de ensino, sua infra-estrutura como laboratórios, complexo de Rádio e

---

<sup>10</sup> Rede Social filiada ao Google, criada em 24 de Janeiro de 2004 com o objetivo de ajudar seus membros a criar novas amizades e manter relacionamentos. Tais sistemas, como esse adotado pelo projetista, também são chamados de rede social. É a rede social com maior participação de brasileiros, com mais de vinte e três milhões de usuários.



TV, agências de Relações Públicas e de Publicidade e Propaganda, Núcleo Integrado de Comunicação e Marketing. Focado sempre na questão mercadológica da universidade, essa proposta caracteriza mecanismos de comunicação aproximativa, entre aluno (visitante) e Instituição (curso). Também fora organizado oficinas de Rádio e Televisão, na área de Jornalismo; oficinas de Criação e Edição de Imagens, na área de Publicidade e Propaganda; e oficinas de Media Training, Assessoramento e Gestão de Eventos, na área de Relações Públicas; todas visando demonstrar um pouco da prática de cada profissional de comunicação e suas interfaces no mercado de trabalho.

#### **4. Objetivos**

- Apresentar de forma dinâmica as três habilitações do Curso de Comunicação Social, juntamente com sua infra-estrutura e atividades desenvolvidas durante a graduação.
- Criar redes de interação e relacionamentos entre os estudantes que visitarão a Feira e o curso de Comunicação.
- Proporcionar maior visibilidade para curso dentro e fora da Instituição, trabalhando a imagem dos profissionais de Relações Públicas, Publicitários e Jornalistas.
- Aliar as teorias da disciplina de Planejamento em RP II com as necessidades do mercado de trabalho.
- Prospectar novos acadêmicos para Instituição, curso de Comunicação Social e especialmente para a habilitação de Relações Públicas.
- Legitimar as atividades de Relações Públicas, através do programa “RP em Rede: Unicruz Tour”, na criação de canais e ferramentas de relacionamento com seus diferentes públicos, em mais uma atividade da área.

#### **5. Justificativa**

Unir o conhecimento teórico, com as práticas que legitimam a teoria, demonstra a importância dos métodos e técnicas estudados na graduação. A criação de um evento com ações estratégicas que reafirmem esta expressão e automaticamente beneficiem sua instituição de ensino, juntamente com seu curso de graduação, certamente é de grande valia no meio acadêmico. Neste aspecto, é importante nos remeter ao que afirma Cleuza Gimenes Cesca (1997), a qual nos diz que o “evento” é uma das atividades desenvolvidas, principalmente pelo profissional de Relações Públicas, porém muitas vezes banalizada, esquecendo-se de sua função estratégica. Assim, considera-se o evento como uma das estratégias mais bem sucedidas de “mostrar a cara” da organização, seus projetos, iniciativas, atingindo um grande

número de pessoas, ou seja, o público da organização que de fato é almejado por ela. É através do evento, que se alcança a oportunidade de atrair a atenção do público de interesse para a organização que o realiza. É o momento em que a organização fica exposta aos seus diversos públicos (CESCA, 1997, p.10).

Desta maneira, podemos justificar o “RP em Rede: Unicruz Tour”, como ferramenta, meio e fim, no âmbito de ações concretas na realização de um evento específico da área de comunicação, dentro do cenário de um Evento maior, de cunho institucional, como organização maior. São as técnicas de Relações Públicas que trabalham em conjunto com outras áreas do conhecimento, com outros departamentos da instituição, unidos na consolidação de atividades que visam, não somente o bem de um, mas de toda a organização.

Sendo assim, o evento é a concretização da comunicação de excelência, otimizando a obtenção de resultados e demonstrando sua importância para o cenário empresarial/organizacional. O Programa “RP em Rede”, torna-se a real caracterização das atividades de Relações Públicas, concerne junto a Universidade de Cruz Alta, o Centro de Ciências Humanas e Comunicação e o próprio Curso de Comunicação Social, maior visibilidade, reconhecimento profissional, e aproximação com os seus diferentes públicos.

## **6. Métodos e Técnicas Utilizadas**

- A partir de um referencial teórico, construiu-se um diagnóstico sobre o cenário de implantação dos processos do programa, assim como seu público de interesse e as novas tecnologias que o mesmo utiliza.

- Elaboração do Planejamento do programa “RP em Rede” como uma ferramenta de comunicação, na construção de relacionamentos internos e externos, criação de eventos, manutenção da imagem institucional e prospecção de possíveis públicos.

- Como uma ação estratégica, realizada durante a III Feira das Profissões, foi criado o “Unicruz Tour”, que, dentro do programa “RP em Rede”, consiste em ações de comunicação aproximativa e visitas dirigidas, apresentando o curso de Comunicação Social da Unicruz.

- Realização de encontros periódicos para discussão, formulação e finalização do processo de planejamento, sua implantação e execução, além dos demais sistemas de avaliação empregados nas ações e no programa como um todo.

- Estruturar o evento de acordo com a temática baseada na interface do Orkut, suas ferramentas de relacionamento, entretenimento e formação de grupos sociais.

- Definição e criação do material gráfico, de áudio e visual.

- Elaboração de camisetas para a equipe organizadora, professores e demais colaboradores do Programa.
- Solicitação de orçamentos para os materiais de apoio do programa, artes gráficas e de sinalização.
- Compor o cronograma de atividades, organizando as ações práticas de acordo com os prazos determinados.
- Execução das atividades propostas no programa.
- Avaliar todas as etapas do programa, desde o processo de pesquisa e planejamento até a finalização de suas atividades na Feira das Profissões.

## 7. Atividades Desenvolvidas

**Programa de Relações Públicas:** os acadêmicos Fábio Fernandes e Angélica Wendland, responsabilizaram-se pela coordenação, pesquisa e planejamento do programa. Eles criaram as bases que fundamentaram sua composição, sendo responsáveis pela escolha da temática empregada nesta primeira ação, nortearam as atividades de criação e execução das atividades, confeccionando o roteiro escrito do processo.

**Programação Visual e Produção Gráfica:** baseado na *interface* do *site* de relacionamentos Orkut, a profissional de Publicidade e Propaganda e acadêmica de Relações Públicas, Mônica Flores, criou todos os elementos visuais que formaram a imagem do programa. Este material foi de uso exclusivo para sinalização e identificação do programa dentro das atividades gerais da Feira, para isso adotou-se as mesmas tonalidades de cores usadas no *site* (branco, rosa e azul), a mesma fonte de letras, e se fez uso, também, do novo elemento de figuração iconográfica do Orkut, os *Buddy Poke*<sup>11</sup>. O uso destas ferramentas visa remeter aos participantes do evento, o sentimento de pertença dentro do espaço do programa, exercendo a conexão entre as atividades e informações da ação, com a rede social virtual do visitante.

As peças de sinalização e identificação do programa foram as seguintes:

1 – Adesivo, medindo 1,5m x 1,5m, sendo impresso as imagens de dois *Buddy Poke's*, e afixado em uma placa de “*mdf*”, sendo utilizado para que os visitantes do *stand* do curso de Comunicação, fotografassem seus rostos junto ao corpo da imagem, estrategicamente

---

<sup>11</sup> Avatar personalizado, que os usuários do Orkut criam para expressar suas emoções e atitudes perante sua rede social, é uma peça iconográfica que permeia o real e o virtual em aparências e expressões pessoais.





pensado para atrair atenção dos visitantes para o *stand*, e reafirmar a construção da imagem do programa baseado nas ferramentas do Orkut.

2 – Confeção de adesivos, numerados de 1 a 5, que serviram para formar os grupos de visitas dirigidas pelo Curso e seu Centro de Ensino, assim como sua participação nas oficinas.

3 – Formação de um banco de dados, composto por um formulário indicando: Nome completo, Endereço, Telefone e E-mail. Este impresso foi anexado ao *Kit* entregue pela universidade aos visitantes, e aqueles que tinham interesse nas atividades de comunicação preencheram e entregaram junto ao *stand* do curso.

4 – Composição do *layout* do *stand* baseado na temática escolhida, e identificação dos organizadores e responsáveis pelo programa através de camisetas personalizadas.

**Relacionamentos:** constituir um canal de relacionamento entre os alunos visitantes, e o curso/instituição é um dos principais objetivos do programa, e a acadêmica Janaina da Maia foi a responsável por elaborar estes mecanismos. O primeiro momento do processo, foi a criação de um “perfil” do “RP em Rede”, no Orkut, contendo informações acerca do programa, o curso de comunicação e suas atividades, sendo dispostas também nesta página as fotografias dos alunos visitantes em sua participação nas atividades do programa, e dos acadêmicos durante o processo de organização e execução do evento. Criou-se também uma “comunidade” no mesmo site, chamada “Unicruz Tour”, descrevendo a ação, interligando seus membros com outras páginas relacionadas, formando “Fóruns” de discussões sobre temas relacionados à área de comunicação, lançamento e divulgação de eventos temáticos e de entretenimento da Universidade e do próprio curso. Essas páginas formaram o canal para as futuras, e hoje legitimadas, relações interpessoais entre os calouros do curso, e também com veteranos e professores, é uma rede de conectividade entre todos os integrantes desta graduação.

**Execução e Implementação:** seguindo as orientações do plano global do programa, as acadêmicas Aniele Santos e Lidiane Brandenburg, formaram a equipe responsável pela execução das atividades no espaço da Feira, disposição do *stand*, organizando também a didática das oficinas, tempo de duração e temas abordados.



**Financeiro:** o processo de avaliação dos gastos, pautado pelo subsídio disponível em caixa, a acadêmica Ângela Martins, se responsabilizou pela parte burocrática e financeira do programa. Sua função principal, foi de conseguir os melhores preços para a confecção das peças e materiais, assim como escolher junto à equipe responsável pela criação os materiais mais acessíveis e de qualidade.

**Avaliação:** todas as fases e etapas do processo de pesquisa, planejamento, execução e implementação, foram avaliadas por todas as equipes, e sob orientação e supervisão da professora coordenadora da ação. As avaliações serviram para prever e identificar possíveis erros em todas as etapas, e mensurar os resultados obtidos após sua realização. Serviram de metodologias: análises sistemáticas do processo, integração de atividades, fluxo de comunicação, entendimento do processo em seu campo global e também nos específicos, mensuração do número de participantes da ação e suas estratégias, junto com as informações que formam o banco de dados do programa, quantidades de inscritos no processo seletivo, e de matrículas no curso de Comunicação.

## **8. Descrição do Processo ou Produto**

A III Feira das Profissões realizou-se nos dias 22 e 23 de outubro de 2008, visando receber aproximadamente 3.000 alunos de Cruz Alta e região, divididos em três turnos diários. O processo de execução do Programa “RP em Rede: Unicruz Tour” acontecia em sincronia com as atividades propostas pela organização da Feira, respeitando os espaços de cada atividade que os demais cursos executavam, ou seja, as ações eram regidas por normas técnicas e políticas de administração e comunicação propostas no planejamento global da Feira das Profissões.

Nos respectivos turnos, os alunos visitantes eram recepcionados pela comissão organizadora da Feira, recebiam materiais informativos sobre a instituição, seus cursos e atividades, além de diversos brindes personalizados. Após essa recepção os alunos eram abordados pela equipe de divulgação do programa “RP em Rede: Unicruz Tour”, os quais explicavam e apresentavam as propostas do evento, convidando-os a visitar o *stand* do curso, participar do *tour* e das oficinas. Os interessados recebiam um adesivo numerado, que tinha por objetivo formar grupos de até 30 pessoas, que em momentos diferentes, participariam das atividades. Os grupos eram conduzidos com intervalos de 15 a 30 minutos entre um e outro, dependendo do grau de envolvimento dos mesmos.

Para sinalizar o início de cada visita, eram veiculados *spots* pré-gravados e chamamentos ao vivo, através da Rádio UNICRUZ, instalada e transmitida, especialmente nestes dias, nas dependências da Feira. Os alunos também eram abordados e convidados a se organizarem e participarem do *tour* pelas equipes do “RP em Rede: Unicruz Tour”, comissão organizadora e de execução da Feira, e pelos repórteres da TV UNICRUZ.

Durante a visita os alunos conheciam as dependências do Centro de Ciências Humanas e Comunicação, alguns professores, coordenadora do curso, salas de aula, laboratórios de informática, fotografia, Núcleo de Rádio e TV, ilha de edição, agência experimental de Relações Públicas e Publicidade e Propaganda e finalizando com Núcleo Integrado de Comunicação e Marketing da Universidade, presenciando, em tempo real, o trabalho desenvolvido por profissionais da comunicação. Durante esse roteiro os visitantes recebiam informações sobre as habilitações do curso, como funções, aplicabilidade, conceitos e mercado de trabalho na região, Estado e Brasil.

Após o *tour*, os alunos eram direcionados para as oficinas, seguindo o interesse de cada visitante, sendo permitido sua participação nas oficinas das três habilitações. Este era o momento de conhecer a profissão na prática, vivenciando as técnicas e programas empregados pelos três profissionais em seu dia-a-dia de trabalho, assim como as perspectivas de comunicação integrada, com conhecimento e habilidades que compreendem todas as áreas da comunicação.

O último momento do “RP em Rede: Unicruz Tour” se consolidava no *stand* do curso, o qual recepcionava os participantes das atividades, para tirar dúvidas sobre a graduação, preencher e entregar o formulário para o banco de dados do programa, além de poder ser fotografado em uma moldura em tamanho real do aplicativo *Buddy Poke*, formatados de maneira a receber o rosto da pessoa, acoplado ao corpo da imagem do aplicativo. Estas fotografias foram disponibilizadas no “perfil” do “RP em Rede”, onde os visitantes eram convidados a participar.

O término das atividades do “Unicruz Tour” na III Feira das profissões, dá início a formulação das etapas finais desta ação do “RP em Rede”, caracterizando a compilação dos dados obtidos através da ficha preenchida pelos participantes, e a organização dos mesmos, começando assim, a construção da rede de relacionamentos do programa.

Esta fase também é marcada pela finalização do “perfil” e “comunidade” do programa no site do Orkut, as postagens das fotos, criação de tópicos de discussões, críticas e elogios ao “RP em Rede: Unicruz Tour”.

A mensuração de dados concretos sobre a eficácia desta ação, pode ser comprovada com a relação de alunos matriculados no curso, que tiveram algum envolvimento nas atividades do Programa.

## **9. Considerações Finais**

Organizar, executar e avaliar um evento como o “RP em Rede: Unicruz Tour”, foi de grande importância para todos os seus envolvidos, caracterizando a prática dos conhecimentos teóricos adquiridos até o momento com a graduação. Possibilitando visualizar as dificuldades em desenvolver atividades que dependem de terceiros para seu sucesso, além de ser um evento, inserido no contexto e nas atividades de outro evento maior, exigindo muita capacidade de comunicação, administração de ações, resultados e crises, dentro e fora do programa.

A ação, junto com sua proposta de mediar os processos comunicacionais do Centro de Ensino e do Curso, atraíram visibilidade e reconhecimento para os organizadores, por parte de todos, inclusive da Reitoria da Universidade, a qual percebeu a dedicação e empenho dos acadêmicos em executar ações valorativas para a instituição como um todo. Mostra, assim, as perspectivas e funcionalidades da profissão de Relações Públicas e sua importância no cenário administrativo organizacional, é a comunicação de excelência exercendo seu papel.

Durante todo o evento, o “RP em Rede: Unicruz Tour” obteve aproximadamente 10 por cento do número total de visitantes, que participaram de suas atividades, representando uma grande perspectiva no alcance de metas e objetivos do plano global da Feira. Estas informações foram tabuladas a partir das informações conseguidas através do banco de dados do programa, pela quantidade de alunos inscritos no vestibular para comunicação, junto com a efetivação da matrícula no curso.

De modo geral, este Programa alcançou todos os seus objetivos, contemplando expectativas, e com saldo positivo. A experiência proporcionada aos alunos, a aplicabilidade do conhecimento teórico, os aproximando do mercado de trabalho em que organizações pensam o planejamento de ações voltadas para resultados que atendam metas e garantam visibilidade para as mesmas, traduz as características da realização de ações como o “RP em Rede: Unicruz Tour”.

## REFERENCIAS

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

CESCA, Cleuza G. Gimenes. **Organização de eventos**: manual para planejamento e execução. São Paulo: Summus, 1997.

FORTES, Waldyr Gutierrez. **Relações Públicas**: processo, funções, tecnologia e estratégias. 2. ed. São Paulo: Summus, 2003.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Obtendo Resultados com Relações Públicas**. São Paulo: Pioneira, 1997.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada**. 4. ed. São Paulo: Summus, 2003.

LESLY, Philip (Coord). **Os Fundamentos de Relações Públicas e da Comunicação**. Tradução: Roger Cahen. São Paulo: Pioneira, 1995.

## ANEXOS

### 1- Peças Gráficas



placa mdf 1,5m x 1,5m



camiseta





adesivos para grupos de visitas (5cm x 5cm)

## 2 – Momentos do Evento

### - Equipe:



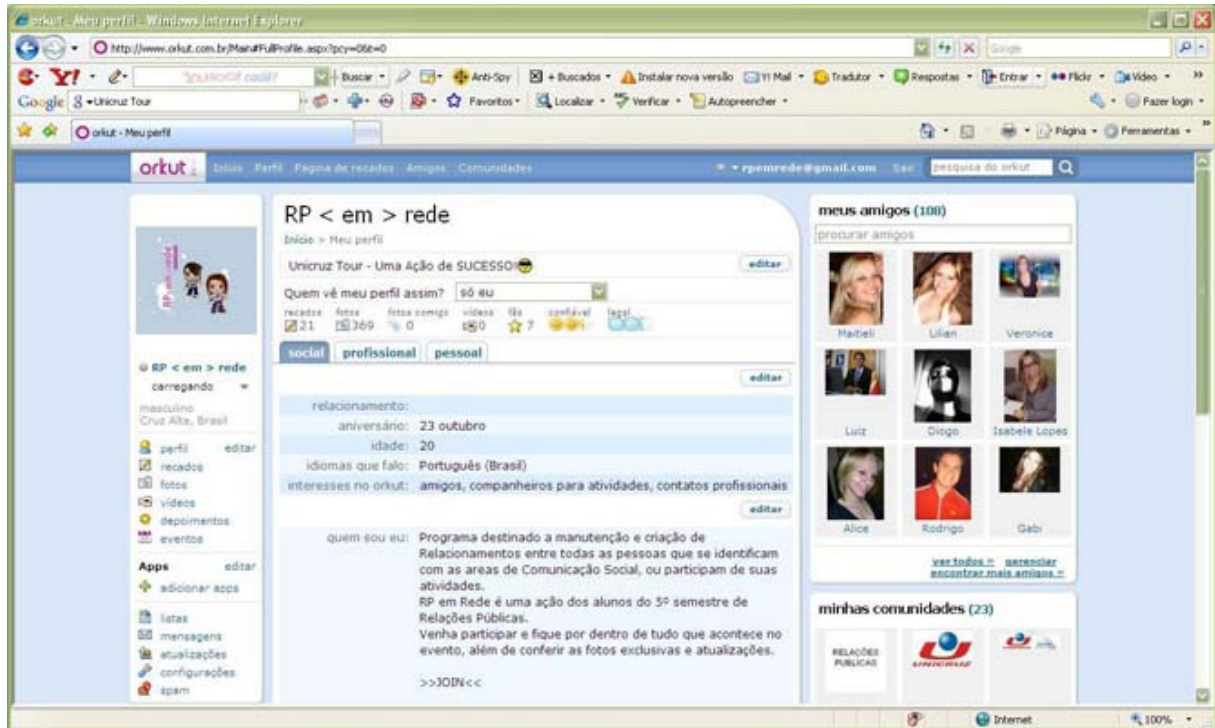
### - Atividades:





### 3 – Páginas do Orkut

- Perfil:



- Comunidade:

