



PLANO DE RELAÇÕES PÚBLICAS PARA O PROJETO CRESCER: APRIMORANDO A COMUNICAÇÃO COM OS PÚBLICOS ESTRATÉGICOS¹

Grazielle Souza da Silva²

Eni Maria Ranzan³

Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI/SC

Resumo

O plano de Relações Públicas para o Projeto Crescer, foi realizado durante o Projeto Experimental estágio, no segundo semestre de 2008. O diagnóstico foi elaborado por meio de entrevistas, pesquisas com os alunos e egressos, conversas informais, *briefing* e observação direta. Este plano tem como objetivo geral melhorar a comunicação do Crescer com os seus públicos estratégicos. O programa I “Comunicação *On-line*“, contempla os projetos: *Homepage* Crescer, *Momento Crescer* e *Blog* Crescer. Todos os três projetos foram executados. O programa II “Divulgação com os públicos de interesse”, contempla os projetos: *Conhecendo as Relações Públicas*, *Vídeo Institucional* e *Crer Para Ser*. Dos três projeto apenas o projeto *Conhecendo as Relações Públicas* foi executado. A execução dos projetos correspondeu com a necessidade da instituição, ampliando seus canais de comunicação com seus públicos.

Palavras-Chave: Relações Públicas. Projeto Crescer. Estratégias de Comunicação.

Introdução

Esse artigo relata a experiência vivida pela acadêmica de relações públicas, durante a realização de seu estagio curricular desenvolvido para o Projeto Crescer, durante o segundo semestre de 2008.

O Projeto Crescer iniciou sua trajetória em junho de 2006 com a finalidade de inserir jovens de baixa renda no mercado de trabalho. O Projeto Crescer é uma instituição sem fins lucrativos que trabalha com a inserção de jovens no mercado de trabalho, oferecendo cursos de capacitação em diversas áreas do ramo empresarial de Itajaí e região. Dando a oportunidade para que esses jovens consigam uma melhor qualificação, fornecendo ferramentas para o crescimento e para a possibilidade de uma vida mais estável na sociedade.

¹ Trabalho apresentado no INTERCOM JÚNIOR, na categoria Relações Públicas e Comunicação Organizacional do X Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul – Blumenau – 28 a 30 de maio de 2009.

² Egressa do Curso de Comunicação Social com Habilitação em Relações Públicas – da Universidade do Vale do Itajaí; E-mail: grazielle rp@gmail.com.

³ Docente no curso de Relações Públicas da Univali; Mestre em educação pela Univali; Especialista em Gestão Empresarial pela Unisul; Graduada em Comunicação Social Relações Públicas pelo UCS. Participante do grupo de pesquisa Redes de Comunicação da Univali – E-mail: enimaria@univali.br.



Em 06 de junho de 2006 nasceu o Projeto Crescer, a partir de uma iniciativa das professoras Maria Elisabeth Bittencourt e Constancia da Silva Anacleto, por acreditar que o jovem, pelas limitações oferecidas no próprio meio em que vive, são desprovidos de iniciativas e manifestações, de modo que, com as atividades oferecidas pelo projeto, passa a ter condições de desenvolver atividades desafiadoras, colocando-os em situações de decisões, tanto individuais quanto coletivas. Desta forma, como profissionais, viabilizando sua formação através de curso de capacitação para a inserção no mercado de trabalho conquistando seu primeiro emprego nas diversas áreas do mundo empresarial e, como cidadãos sendo estimulados a adotar novos hábitos e atitudes éticas de convivência.

Plano de Relações Públicas

O plano de relações públicas para o Projeto Crescer pretendeu melhorar a comunicação e o relacionamento com os seus públicos estratégicos, apesar de já existir algumas políticas de comunicação. Através dos pontos detectados no diagnóstico foi possível indicar ações de comunicação contempladas nos programas e projetos sugeridos para esse plano.

O Projeto Crescer possui um organograma criado em 2008 pelo coordenador executivo do Crescer, sendo esse de conhecimento de todos. Preocupado com a sua posição e reconhecimento perante a sociedade o Crescer tem estipulado sua missão, visão, valores e objetivos. Tendo com missão: promover um padrão de excelência, o exercício pleno da cidadania, da ética e da responsabilidade, através da aprendizagem profissional”. Como visão ser referência como agente de transformação social para jovens e adolescentes, inserindo-os no mercado de trabalho”. E como valores estimular a ética, formação, aplicabilidade, criatividade, sensibilidade, harmonia, atualização, qualidade”.

O serviço oferecido pelo Crescer é a formação e qualificação de adolescentes e jovens, em situação de risco social, para inserção no mercado de trabalho em empresas da região. Através aulas de capacitação para jovens de baixa renda, para que eles possam ter uma qualificação mínima para entrarem no mercado de trabalho. Para melhor prestar esse serviço os interessados devem fazer as inscrições nas Escolas da Rede Públicas de Ensino Médio, passar por um



processo seletivo dividido em duas etapas, a primeira com uma prova de produção textual e o preenchimento de um questionário de três páginas que coleta informações sócio, econômica e cultural do candidato. Na segunda etapa, o candidato selecionado recebem uma visita residencial de uma equipe composta pela coordenação e um psicólogo onde passam por uma entrevista que busca conhecer melhor sua realidade. O candidato tem que comprovar que estuda em escola pública, ter baixa renda, nunca ter tido sua Carteira de Trabalho assinada e ter entre 16 e 18 anos de idade. É necessário também ter um rendimento considerável, bem como assiduidade, na escola regular.

Após terem passado por todo processo e aprovados, os alunos recebem o material necessário como apostilas, uniforme, vale transporte e lanche diário e começam a frequentar aulas teóricas. Atualmente são oito turmas que integram o Crescer, em formação nas áreas de: gestão portuária, rotinas bancárias, turismo e hospitalidade, *design* gráfico, vendas e comércio varejista, rotinas administrativas (duas turmas) e vendas e comércio atacadista. Os alunos frequentam as aulas durante 5 ou 10 meses, logo após o término das aulas teóricas começam as vivências profissionais – período em que o aluno vai para uma empresa ficando nesta três meses colocando em prática aquilo que aprendeu em sala de aula.

O projeto funciona numa sala alugada no 6 andar do edifício Empresarial Mirante do Porto, localizado em Itajaí SC. Além da sede o Crescer também conta com as salas de aulas que são localizadas nas empresas parceiras que são de vários ramos de atuação do mercado. Essas empresas cedem uma sala que é ambientada para que aconteçam as aulas durante os meses de curso. Depois do término da parte teórica, essas empresas que cederam a sala, acabam muitas vezes absorvendo esses alunos para a vivência profissional.

Os públicos de interesse do Crescer e bastante diversificados em vista de que seu segmento abrange diversas áreas. Todos os públicos é de muita importância para o Crescer, e para sua classificação foi usada a da Cesca (2006) onde classifica seus públicos em interno-vinculado, interno-desvinculados, misto-vinculado, misto-desvinculados e externos, são eles: professores contratados, assessor de comunicação, coordenação, alunos, orientadora pedagógica, assistente de



expansão, professores voluntários, gestores de turmas, mantenedor, professores terceirizados, parceiros (empresas e órgãos públicos), assessoria de imprensa, fotógrafo e design gráfico, famílias dos alunos e serviços terceirizados, órgãos Públicos, escolas Públicas, Jovens de 16 a 18 anos, associações comerciais, empresas da região, imprensa, comunidade e egressos.

Para a elaboração do diagnóstico do Projeto Crescer foram utilizados os dados coletados através do *briefing*, entrevista com as coordenadora e o coordenador executivo, conversas informais, observação direta e duas pesquisas realiza uma com os alunos e uma com os egressos. E através desses dados diagnosticou-se o Crescer prioriza muito a colaboração dos seus parceiros e a permanência dessas parcerias. Como a permanência do crescer depende da conquista de novas parcerias, o crescer buscar realizar eventos e projetos de captação junto aos futuros colaboradores. Como um projeto social o Crescer conta com voluntariado de várias pessoas da comunidade, incluindo professores de diversas áreas. Foi constatado também que fica difícil de manter um contato com os egressos após terminarem a capacitação. O Crescer tem apenas dois anos de funcionamento, e com isso a comunidade conhece pouco o Crescer e suas ações.

Há um bom relacionamento dos alunos do projeto com a coordenação e professores, de acordo com as coordenadoras. Na pesquisa realizada com os alunos, 93% disseram ter um bom relacionamento com a coordenação, e 7% disseram que não. Em relação aos professores 100% disseram ter um bom relacionamento com os mesmos. O projeto divulga suas ações através dos eventos realizados, para os parceiros e entidades da região, folder, informativo e banner. Falta mais divulgação nas escolas públicas de ensino médio da região de Itajaí, junto aos alunos, já que o crescer possui contato apenas com a direção. falta de uso de meios de comunicação digital como: *Site, blogs e newsletter*. O Crescer não possui nenhum desses meios.

Na entrevista realizada com as coordenadoras, foi colocada a necessidade da criação desses meios digitais. A instituição utiliza como instrumento de comunicação com seu público interno apenas os eventos, reuniões e telefonemas. Para a comunicação com os parceiros, o Crescer utiliza apenas o informativo bimestral e as reuniões. Já para a comunicação com as famílias dos alunos, o Crescer utiliza apenas as reuniões, telefonemas. Na pesquisa realizada com os alunos,



50% diz que o projeto deveria ter mais formas de se comunicar, e 50% diz que não, mostrando assim a necessidade da criação de novos meios de comunicação.

Prognosticou-se que o Crescer precisa investir num relacionamento com seus egressos, já que os mesmo após terminarem a capacitação, fica difícil manter contato. É importante a criação de estratégias de comunicação, tais como *newsletter*, *blog* e outros, voltada a esse público, que de certa forma são formadores de opinião junto a sua comunidade, por já terem passado pelo projeto. Investir em meios de comunicação digital, tais como: *blog*, *site*, *newsletter*. Sem esses meios pode dificultar a divulgação e reconhecimento dos públicos. Atualmente é muito importante investir nos meios digitais pelo crescente uso na sociedade. É necessário ampliar a divulgação nas escolas públicas de ensino médio da região. Sem essa ampliação na divulgação, haverá dificuldade de captação de jovens, que por sua vez é o público alvo do Crescer, e pode estar sendo beneficiados pelo mesmo.

Sugere-se criar estratégias de divulgação junto as escolas, para que se possa divulgar o Crescer e suas ações junto aos alunos. Caso isso não seja feito, poderá dificultar a capacitação dos jovens que realmente necessitam ser beneficiado, já que os mesmos não o conheceriam. A comunidade é um público muito importante para qualquer organização. No caso do Crescer, a comunidade conhece pouco as suas ações. Propõem-se criar estratégias de comunicação e divulgação, tais como campanhas de divulgação e outros, junto a esse público, que é de suma importância para qualquer organização na sociedade. Os parceiros são os principais colaboradores do projeto. Sem a sua ajuda o Crescer não poderia estar funcionando. Para isso sugere-se criar novos meios de comunicação, tais como o *newsletter*, que pode acabar sendo um boletim semanal, para esse público, e assim estreitar seu relacionamento. Se a instituição não investir em novos instrumentos de comunicação, pode prejudicar a renovação dessas parcerias.

Outro ponto importante para o funcionamento do Crescer e a obtenção de novas parcerias. Para isso precisa-se criar novas estratégias de comunicação, como mala direta, junto a empresários da região, e assim conseguir um maior número de parcerias. Sem a criação de novos meio de comunicação pode aumentar a dificuldade na obtenção dessas novas parcerias.



O plano de relações públicas teve como objetivo geral Melhorar a comunicação do Crescer com os seus públicos estratégicos. Os públicos atingidos pelo plano de relações públicas são: empresas da região; famílias dos alunos; alunos; órgãos públicos; empresas e empresários; escolas da rede pública de ensino médio; adolescentes e jovens com idade entre 16 a 18 anos; egressos; comunidade em geral; associações comerciais; parceiros (empresas e órgão públicos).

Os programas e projeto executados

O plano de relações públicas realizado no Projeto Crescer – Cidadania, Ética e Responsabilidade, foi composto por dois programas, cada um com três projetos. No primeiro programa **Comunicação On-line**, teve como foco criar novas formas de comunicação para que o Crescer esteja se comunicando com seus públicos. Assim dos três projetos sugeridos, todos foram executados, são eles: Homepage Crescer, Momento Crescer, Blog Crescer.

No segundo programa **Divulgando com os públicos de interesse**, teve como principal objetivo à divulgação juntamente com seus públicos, para assim fortalecer a imagem do Crescer e conquistar novos parceiros. Foram sugeridos três projetos. É executado o projeto conhecendo as relações públicas.

O projeto “**Homepage crescer**” teve como finalidade ampliar a comunicação do projeto Crescer junto ao seu público estratégico e também divulgar o mesmo para a comunidade em geral, através de um site interativo, dinâmico e de fácil acesso.

No decorrer do estágio houve muitos contratemplos para a execução desse projeto, com isso houve um atraso no cronograma de ação, prejudicando todas as datas propostas. O projeto que estava para começar sua execução no dia 08 de setembro, só pôde ser iniciado no dia 09 de outubro.



As metas propostas para esse projeto não foram alcançadas, devido ao site ainda não estar disponibilizado. Não houve nenhuma mudança com os recursos humanos, materiais e financeiros proposto para o projeto.

Foram feitos dois orçamentos, e acabou-se optando por um deles, aquele que ofereceu um valor mais em conta para o Crescer. O site acabou saindo pelo valor de R\$ 2.000,00, que era a verba que o Crescer possuía para esse fim.

Em seguida foi marcada uma reunião com o web designer, para que se pudesse estar passando de como o Crescer gostaria que fosse o site e sua necessidade para a criação do mesmo. Nessa reunião foi construído o mapa do site, de acordo com um esboço passado pelo supervisor do estágio. Tomou como base para a construção do layout de todo site, um esboço feito pelo designer do Crescer. Após a aprovação do layout, foi iniciado o desenvolvimento do site. Durante o desenvolvimento foi passado para o web designer os textos, fotos e logos que seriam usados na página web.

Os instrumentos de controle e avaliação propostos não puderam ser usados. Foram usados como instrumento de controle as reuniões realizadas, as escolhas das fotos, criação do mapa do site, a entrega dos textos para o web designer e o acompanhamento do desenvolvimento do site.

Para a avaliação foram utilizadas como instrumentos, a entrega do layout e sua aprovação pelo supervisor de estágio, acessibilidade e funcionalidade do site, facilidade para encontrar as informações e conversas informais. A avaliação prevista para esse projeto, será executada em médio prazo.

Os pontos positivos desse projeto foram: Baixo custo, de acordo com o que é cobrado no mercado; Acessibilidade e funcionalidade; Facilidade para encontrar as informações; alcança maior número de pessoas.

O projeto “**Momento Crescer**” teve finalidade de acrescentar mais uma forma de comunicação rápida, interativa e de baixo custo, com os públicos de interesse do Crescer, como um meio de



fidelizar o relacionamento com os parceiros e também estreitar o relacionamento com os egressos do mesmo.

O cronograma não sofreu nenhuma mudança, foi todo executado na data prevista, o newsletter foi enviado dia 15, para 100% dos parceiros e egressos. Houve uma mudança no formato de envio, já que por problemas técnicos, não foi possível colocar os links: sugestões, comentários, enviar para um amigo e mandar matérias, porque houve problemas na hora de instalar o software que criava links no newsletter.

O layout e os conteúdos foram seguidos de acordo com as estratégias propostas. Os recursos financeiros, materiais e humanos, não sofreram nenhuma mudança. Duas das três metas propostas para esse projeto foram alcançadas, são elas: Enviar o newsletter para 100% do público do projeto, até dia 15 de Outubro e estruturar o mailing dos públicos alvos do projeto. Mas uma das metas não foi alcançada que era receber 10 mensagens de retorno do newsletter.

Os instrumentos de controle propostos, cronograma de ação, pelos e-mails enviados e pela quantidade de mailing organizados, foram seguidos. A avaliação, apesar da mudança no formato de envio, foi possível manter a mesma. Para manter a avaliação, a acadêmica enviou uma pequena mensagem no corpo do e-mail antes do newsletter, que foi enviado pelo programa Outlook no corpo da mensagem. Essa mensagem solicitava para os parceiros e egressos enviasse seu comentário para melhor avaliação do veículo. Mas o formato de envio dificultou o recebimento dos comentários, já que foram enviados apenas nove comentários. Para Ampliar a avaliação, foi enviada por email uma enquête para os parceiros e egressos, contendo três perguntas fechadas a respeito do formato, layout e conteúdo. Houve o retorno apenas de doze mensagens de resposta.

Os pontos positivos desse projeto foram: Baixo custo; Envio para 100% do público do Projeto; Envio na data estipulada; Apesar ter não ter o link no *newsletter* para os comentários, nove pessoas enviaram seu comentário pelo e-mail. Com comentários como: “Parabéns. Vocês são dignas deste nome CRESCER”. “Parabéns pela iniciativa da criação da Newsletter, estão muito



bons, continuem assim”. “Muito legal o Informativo, bem interessante, gostei bastante, bem legais os textos e as fotos. Continuem assim trilhando esse caminho”. “Parabéns pela iniciativa de criar a newsletter, ficou bem legal, gostei das fotos dos ex-alunos, bem legal”.

Na enquête realizada para ampliar a avaliação, foi perguntado o que você achou do *newsletter*, 58,3% disse ótimo, 41,7% bom. Nas perguntas seguintes em relação ao layout e conteúdo todos disseram que gostaram, ou seja, 100%.

O projeto “**Blog Crescer**” teve como finalidade, proporcionar entretenimento e interatividade aos públicos de interesse do crescer, e ainda acrescenta mais uma forma de se comunicar com os mesmos.

O Cronograma de ação proposto para esse projeto foi seguido, sem nenhuma alteração. O mesmo aconteceu com os recursos materiais, humanos e financeiros.

A meta proposta para o projeto de ter 10 post não foi alcançada, já que só teve 5 comentários, isso também se deu porque depois de alguns dias da criação do blog a acadêmica descobriu que só usuários da conta do gmail poderiam estar postando seu comentário, com isso, limitou-se muito os números de post, já que a maioria possui outras contas de e-mail.

O blog foi criado no dia 10 de Outubro como previsto na meta desse projeto, na ferramenta blogspot. Foi criado o layout, tentando sempre seguir a identidade da logo do Crescer, que azul, branco e verde, e a mesma foi colocada em seguida no blog, para haver uma identificação daqueles que acessassem. No mesmo dia foi postado o primeiro texto, uma mensagem de boas vindas para aqueles que acessassem o blog, em seguida foi colocado também um texto com a história do Crescer. Nas outras semanas foram colocados fotos de eventos, dos alunos, voluntariado, e textos sobre atividades, eventos e notícias do Crescer.

O blog foi divulgado entre a coordenação e professores, esses ficaram de estar informando as turmas a respeito do blog, para os mesmos estarem acessando e deixando seus comentários.



Também foi divulgado o newsletter para os parceiros e egressos, e para reforçar, foram enviados e-mails para os alunos.

Foi utilizado como instrumento de controle o cronograma de ação e o acompanhamento do número de post, como proposto no projeto.

Os instrumentos de avaliação propostos no projeto foram os números de post e a manifestação dos internauta. Para reforçar a avaliação foi criada uma enquete no blog, perguntando o que eles estavam achando desse meio de comunicação, para que assim ficasse mais fácil de avaliar a aceitação das pessoas que acessaram. Essa enquete ajudou muito a avaliação, porque nem todos poderiam esta postando seu comentário.

Os pontos positivos desse projeto foram: Baixo Custo; Interatividade; Publicação na data estipulada; Alcança um maior número de pessoas; Foi possível fazer uma enquete no *blog*, onde teve um bom número de participantes. Comentários positivos como: “Muito legal a criação do *blog*, parabéns pela iniciativa, adorei essa iniciativa, e é mais um meio para a gente está sabendo o que acontece no projeto”. “Sobre o *Blog* posso dizer que foi uma idéia válida e de iniciativa, pois é uma forma de divulgar e interagir com os alunos e com a sociedade, trazendo notícias e informações. PARABÉNS A TODOS!!!!!!!!!!!!!!” Foi possível divulgar o *blog* nos *newsletter* para os parceiros e egressos.

Para ampliar a avaliação foi criada uma enquete, já que nem todos poderiam estar deixando seu comentário. O que você está achando do *Blog Crescer*?

Ótimo: 64%

Bom: 23%

Ruim: 0%

Péssimo: 11%



O projeto “**Conhecendo as relações públicas**” serviu para apresentar para os alunos e parceiros do Crescer, a futura profissão da estagiária, divulgando assim a profissão, o curso, as funções e atividades desse profissional.

O cronograma foi alterado na data de apresentação para os alunos, que acabou sendo antecipada do dia 22 a 25 de setembro para o dia 19 de setembro de 2008, o restante ocorreu tudo como previsto. Nos recursos financeiros houve uma mudança, não houve a impressão do marca páginas, já que foi usado o marca página do curso de relações públicas da Univali. Nos recursos humanos foram acrescentadas: a prof^ª Eni Maria Razan, Jane, egressa de relações públicas, e a Lívia, acadêmica do curso de relações públicas. No público do projeto, foram acrescentados os egressos do Crescer. As metas estimuladas nesse projeto foram alcançadas.

No projeto estava prevista uma estratégia de divulgação do estágio através de uma apresentação para os alunos, durante as aulas no período da tarde. Mas oportunizou-se estar realizando essa divulgação em um evento realizado pelo Crescer, onde todos os alunos estariam presentes. Também nesse dia estavam presentes alguns professores e as coordenadoras do Crescer.

A divulgação para os alunos foi feita no dia 19 de Setembro de 2008, no Seminário Educação Ética e Responsabilidade, no período da tarde, onde todos os alunos estavam em palestra. Foram convidadas para estarem falando da profissão de relações públicas, a professora Eni Maria, a egressa do curso de relações públicas Jane e a aluna do 6º período, Lívia. Nessa divulgação falaram das relações públicas, suas funções, atividades, curso, mercado de trabalho e do terceiro setor. Antes de começar a divulgação, na chegada dos alunos para as palestras, foi entregue para cada aluno um marca páginas e um folder do curso de relações públicas da Univali, também foi colocado na entrada à disposição de todos.

Foi apresentado o vídeo do OPA (opção profissional por área) no início da apresentação, para que os presentes pudessem conhecer um pouco da profissão de relações públicas, logo após, a professora Eni começou interagindo com os alunos, pedindo para que 03 alunos fizessem uma pergunta a ser respondida no decorrer da divulgação. A professora Eni, falou das relações



públicas, suas funções, atividades, mercado de trabalho e terceiro setor. Depois a Jane falou um pouco da sua experiência no mercado de trabalho e das vantagens da profissão. E em seguida a Livia falou um pouco de sua passagem pela faculdade.

Para terminar foi aberto um espaço para perguntas, onde foram feitos questionamentos (sobre o curso, função, especialidade, o mercado de trabalho) durante a divulgação, oportunizou-se a serem feitos mais questionamentos, mas devido ao tempo ficou só os 05 questionamentos. Após a palestra a professora Eni, foi procurada por alguns alunos, para responder algumas perguntas que ficaram sem respostas durante a palestra.

A divulgação para os parceiros proposta no projeto foi seguida com a estratégia de divulgação de um texto no newsletter para os parceiros, falando da realização do estágio de relações públicas, sobre a profissão, as funções, atividades e a contribuição desse profissional para organizações do terceiro setor. E oportunizou-se estar divulgando o estágio de relações públicas para os egressos através do newsletter, que também foi produzido para o mesmo, falando sobre o estágio de relações públicas, sobre a profissão, função e atividade, e o terceiro setor.

Houve mudanças no controle e avaliação proposto para o projeto. Foram usados como instrumentos de controle, o cronograma de ação, quantidade de marca páginas e folder do curso de relações públicas entregues, e observação direta.

Já avaliação foi feita por observação direta, conversas informais com os alunos após a divulgação e pelos questionamentos feitos durante a divulgação.

Os pontos positivos desse projeto foram: Foi possível fazer a apresentação para todos os alunos; Entrega de um folder e um marca páginas explicando as funções e características do profissional de relações públicas, para complementar o que foi apresentado; Presença da professora Eni, da egressa Jane e da Acadêmica Livia, para divulgação das Relações públicas; Comentários positivos dos alunos sobre a apresentação; Durante a divulgação os alunos mostraram interesse em conhecer um pouco mais das relações públicas, já que poucos conheciam; Alguns alunos



fizeram questionamento sobre a profissão depois da apresentação, mostrando assim interesse; Após a palestra a professora Eni foi procurada por alguns alunos para responder algumas perguntas que ainda tinha ficado em dúvida; A Divulgação no newsletter para os parceiros, proporcionou-se um maior conhecimento dos mesmos sobre as relações públicas; Foi possível estar também divulgando as relações públicas, no newsletter para os egressos.

Considerações gerais

Com a implementação do plano de relações públicas para o Projeto Crescer – Cidadania, Ética e responsabilidade, pode-se elaborar projetos de comunicação, a fim de melhorar a comunicação do Crescer com seus diversos públicos, aprimorar o relacionamento da instituição com seus públicos de interesse e divulgar o mesmo para a comunidade em geral.

O Crescer é uma organização sem fins lucrativos, mesmo com as limitações financeiras, percebeu-se a importância de investir em estratégias de comunicação. E a importância de se ter um planejamento para as ações de comunicação da instituição.

Para a realização desse plano foi muito importante a colaboração do Coordenador Executivo do Crescer, que durante esses meses deu suporte com as informações essenciais para conhecer o perfil da organização. Esse plano buscou mostrar como é importante a atuação de um profissional de relações públicas no terceiro setor. Hoje em dia ao meu ver, tem poucos profissionais de relações públicas que querem atuar no terceiro setor. Porque ainda as relações públicas é vista como uma profissão puramente empresarial ou governamental.

A realização desse plano de relações teve uma contribuição importante para a acadêmica, porque proporcionou á mesma, uma vivência em organização não governamental e de mercado antes de finalizar a graduação.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. Planejamento de Relações públicas na Comunicação integrada. 2ed Rev, atual e ampl. São Paulo. Summus, 2003.



FRANÇA, Fábio & FREITAS, Sidinéia Gomes. Manual da Qualidade em Projeto de comunicação. 1ed. São Paulo. Pioneira, 1997.

KWASNICKA, Eunice Lacava. *Introdução à Administração*. 5. ed., São Paulo: Atlas, 1995.

CIPRIANI, Fábio. Blog corporativo: aprenda como melhorar o relacionamento com seus clientes e fortalecer a imagem da sua empresa. São Paulo: Novatec Editora, 200