

**FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL  
CURSO DE RELAÇÕES PÚBLICAS**

**FABIANA DE AZEVEDO FERNANDES**

**DA ACADEMIA AO MERCADO:  
COMO UM PROJETO ACADÊMICO TRANSPASSA AS FRONTEIRAS DA  
FACULDADE**

**Porto Alegre  
2010**

FABIANA DE AZEVEDO FERNANDES

DA ACADEMIA AO MERCADO:  
Como um Projeto Acadêmico Transpassa as Fronteiras da Faculdade

Monografia apresentada ao Departamento de Relações Públicas da Faculdade de Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul como requisito para obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social, habilitação Relações Públicas.

Orientadora Professora Dra. Souvenir Maria G. Dornelles

Porto Alegre  
2010

FABIANA DE AZEVEDO FERNANDES

**DA ACADEMIA AO MERCADO:**

Como um Projeto Acadêmico Transpassa as Fronteiras da Faculdade

Monografia apresentada ao Departamento de Relações Públicas da Faculdade de Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul como requisito para obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social, habilitação Relações Públicas:

Porto Alegre, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2010

**BANCA EXAMINADORA:**

Professora Dra. Souvenir Maria G. Dornelles - PUCRS

---

Professor Dr. Nelson Costa Fossatti - PUCRS

---

Professora Me. Glafira Maria Furtado - PUCRS

---

Dedicado aos:

Meus pais e irmãos por acreditarem sempre em mim.

Ao G8 pelo tema e subsídios que contribuíram para o desenvolvimento deste  
trabalho.

E professores da Famecos por me auxiliarem e instruírem nestes quatro anos de estudo. Obrigada por mostrar a beleza que é esta profissão de Relações Públicas.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço inicialmente a minha linda família por todos os momentos de união, superação e conquistas.

A meu pai, Darwin pelos conselhos, apoio e por “nunca, nunca, nunca, nunca, nunca me deixar desistir dos meus sonhos”. A minha mãe Kátia, pelo incentivo, carinho, amizade e amor incondicional.

Aos meus manos, Márcio e Carolina por alegrarem minha vida, compreenderem minhas decisões e comemorarem minhas vitórias como suas próprias.

Aos meus avôs, pelos carinhos, mimos e confiança em mim.

Agradeço em especial à minha orientadora, Professora Doutora Souvenir Dornelles pela disposição em me atender, pelos ensinamentos e pelo conforto dado nos momentos de aflição.

À equipe do DiagLaser por me permitirem fazer Relações Públicas, auxiliarem nas minhas descobertas profissionais e por me fazerem “enxergar” que eu sempre posso ir mais além.

Aos meus colegas e agora, amigos do G8, pelos momentos de construção, aprendizado e diversão. E aos amigos de longa data por compreenderem minha ausência momentânea, apoio e acima de tudo companheirismo e amizade.

E por fim, aos que acreditam que as Relações Públicas podem contribuir para formação de uma sociedade melhor, mais harmônica e cujas relações se estabeleçam de forma transparente e ética. Pelo menos é nisso que eu acredito!

“Você vê as coisas que existem e pergunta: Por quê?  
Eu sonho com as coisas que nunca existiram e pergunto: Por que não?”

Bernard Shaw

## RESUMO

Este estudo aborda a importância das disciplinas de projetos na formação acadêmica, pois habilitam os alunos na atuação consistente e eficiente no mercado de trabalho. A atividade de Relações Públicas busca a cooperação dos públicos e almeja a constituição de uma sociedade mais harmônica. Para isso, a profissão procura obter a boa vontade de todos os públicos envolvidos no sistema social. No ensino de Relações Públicas disciplinas de caráter teórico e prático se misturam a fim de proporcionar ao aluno contato com todas as interfaces da atividade e adquirir conhecimento as relações organização-públicos. Nas disciplinas de Projeto Experimental é possível resgatar todo o conteúdo aprendido nos anos de aprendizagem e conciliá-lo com a prática das relações públicas. Os projetos são responsáveis por sedimentar os conhecimentos sobre planejamento estratégico de comunicação, sua implementação, controle e ainda o atendimento ao cliente e as necessárias negociações. E, através da abordagem do estudo de caso, apoiado na pesquisa qualitativa, que buscaremos compreender como um trabalho acadêmico pode transpassar as fronteiras da Faculdade e possibilitar aos realizados visibilidade no mercado e na academia.

**Palavras-chave:** Relações Públicas. Ensino de Relações Públicas. Disciplinas de Projetos Experimental.

## **ABSTRACT**

This study deals with the importance of disciplines of projects in the academic training, because it enables students in an efficient and consistent performance in the labor market. The activity of Public Relations seeks the public cooperation and the formation of a more harmonious society. For this, the profession seeks to gain the goodwill of all involved in the social system. In teaching public relations courses in theoretical and practical come together in order to provide students with contact with all interfaces of the activity and gain knowledge organization-public relationships. In the disciplines of Experimental Project you can redeem all content learned in the years of learning and reconcile it with the practice of public relations. The projects are responsible for sedimentary knowledge about strategic communication planning, implementation, control and even customer service and the necessary negotiations. And, by addressing the case study, supported by qualitative research that seek to understand how an academic can pierce the boundaries of the School and enable achieved visibility in the market and academia.

**Keywords:** public relations. teaching public relations. experimental project disciplines.



## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>Introdução.....</b>	<b>11</b>
<b>2</b>	<b>A formação do profissional: as Relações Públicas da academia ao mercado .....</b>	<b>17</b>
2.1	História das Relações Públicas.....	17
2.2	Definições .....	20
2.3	Atividade e Função .....	24
2.3.1	Funções de Relações Públicas .....	24
2.3.2	Atividades de Relações Públicas .....	26
2.4	O Perfil do Profissional de Relações Públicas .....	27
<b>3</b>	<b>A academia: o primeiro passo para formação profissional .....</b>	<b>29</b>
3.1	Diretrizes curriculares .....	31
3.2	Ensino de Relações Públicas.....	33
3.3	Disciplinas de Projeto Experimental.....	35
3.3.1	Projeto Experimental de Pesquisa .....	35
3.3.3	Projeto Experimental Comunitário.....	38
3.3.4	Projeto Experimental Livre .....	39
<b>4</b>	<b>A Construção de um Grande Projeto: A Trajetória de valorização da doação voluntária de medula óssea .....</b>	<b>41</b>
4.1	Projeto Experimental de Pesquisa .....	41
4.2	Administração de Casos e Crises .....	44
4.3	Projeto Experimental Livre .....	45
<b>5</b>	<b>Colhendo os Resultados .....</b>	<b>49</b>
<b>6</b>	<b>Considerações Finais .....</b>	<b>55</b>

<b>Referências Bibliográficas .....</b>	<b>58</b>
<b>Anexos .....</b>	<b>62</b>
ANEXO A - Grade Curricular do Curso de Relações Públicas da Faculdade de Comunicação Social da PUCRS .....	63
ANEXO B – Manual impresso do Doador Voluntário de Medula Óssea .....	65
ANEXO C – INTERCOM SUL.....	75
ANEXO D – Publicação Boletim SBPO.....	76
ANEXO E – Imagens do site do Manual Eletrônico do Doador de Medula Óssea.	77
ANEXO F – Cartaz de divulgação do site do manual do doador de medula óssea	79
ANEXO G – Releases de divulgação do site do manual do doador de medula óssea .....	80
ANEXO H – Proposta de divulgação mútua em sites de ONGs .....	82
ANEXO I – Relatórios de acesso do Google Analytics .....	83
ANEXO J – Resultados de busca do site do doador de medula no Google.....	87
ANEXO L – Ofício de autorização à PUCRS para vinda da Unidade Móvel do HEMROGS .....	88
ANEXO M – Ofício enviado ao HEMORGS solicitando a Unidade Móvel.....	89
ANEXO N - Cartaz de divulgação da Unidade Móvel na PUCRS.....	91
ANEXO O – Releases de divulgação do da presença da Unidade Móvel na PUCRS .....	92
ANEXO P – E-flyer enviado pela PUCRS a toda comunidade acadêmica .....	93
ANEXO Q – Nota publicada no PUCRS Notícia .....	94
ANEXO R – Clipagem da Divulgação .....	95
ANEXO S – Fotos da Unidade Móvel no dia da coleta .....	101

## 1 Introdução

A atividade de Relações Públicas moldou-se na necessidade de solucionar problemas de poder, autoridade e controle social. Para grande maioria dos autores brasileiros, a atividade profissional de Relações Públicas surgiu após a Guerra da Secessão nos Estados Unidos, tendo seu progresso explicitado no início do século XIX – período em que a comunicação e a opinião pública passaram a adquirir importância no país devido ao seu contexto de evolução econômica, industrial e social.

Inicialmente, a atividade relacionava-se como uma função vinculada às assessorias de imprensa passando posteriormente, a ser conhecida como uma atividade distinta através das Assessorias de Relações Públicas.

As definições de conceito da atividade são inúmeras, motivo de dificuldade na compreensão da profissão para leigos e às vezes até entre a própria comunidade relacionada com a área. Sendo assim, seguidores de várias escolas dentro da profissão, travam polêmicas quanto às propostas abordadas por cada teórico.

Em verdade, essas discussões entre profissionais da área, são maneiras individuais de perceber a atividade e de colocá-la em prática via estratégias que auxiliem na gerência dos problemas e diminuam os riscos de conflitos entre a organização e seus públicos. França ([2008]), alega que há muita divergência no que diz respeito ao seu posicionamento no mercado:

Falar em mercado para Relações Públicas é uma tarefa difícil porque existem muitas dúvidas sobre a própria atividade, seu campo de trabalho, suas funções e sobre o seu entendimento pelas organizações que poderiam contratar seus serviços profissionais para a sua promoção corporativa diante da opinião pública. Além disso, existem muitos outros fatores ligados a seu exercício e à formação dada pelos cursos oficiais de graduação, bem como a verificação de que, para trabalhar como relações-públicas, exigem-se amplos conhecimentos teóricos e operacionais e, acima de tudo, honestidade, experiência e maturidade.

O objetivo da atividade de Relações Públicas é consenso para a maioria dos autores brasileiros: criar e manter um relacionamento de entendimento, respeito e confiança entre a organização e seus públicos visando a cooperação para a conseguir atingir os objetivos organizacionais.

Quando bem compreendido o objetivo da atividade, pode-se dizer que relações públicas é inerente ao ser humano, às instituições, às empresas, aos

governos, pois todos têm públicos e, mal ou bem, estão se relacionando constantemente com eles. Portanto, no mercado, se fazem necessários os profissionais dessa área em todas as esferas e instâncias, porque é através da atuação de relações públicas que se busca promover um clima de boa vontade (*good-will*) e compreensão entre a organização e seus públicos. Para isso, a atividade utiliza-se de mecanismos que influenciam a opinião pública em busca da almejada integração.

A realidade do mercado hoje é a existência de centenas de faculdades que oferecem cursos de relações públicas e anualmente vários profissionais formados buscando posicionar-se no mercado. Essa atividade que inicialmente foi realizada por profissionais de outras áreas busca qualificar os mesmos com a finalidade de preencherem com suas especialidades essa fatia de mercado. Para exemplificar, França ([2008]) narra a introdução dos pioneiros na área

A primeira vaga para um cargo de Relações Públicas no Brasil foi ocupada pelo engenheiro Eduardo Pinheiro Lobo, na Light, em 30 de janeiro de 1914. A segunda vaga foi ocupada, 37 anos depois, por Ewaldo Simas Pereira, que assumiu o Serviço de Relações Públicas da Companhia Siderúrgica Nacional em 17 de agosto de 1951. A partir dessas primeiras colocações, temos toda uma longa história a contar sobre o mercado de trabalho de relações públicas, sobretudo levando-se em conta a criação da Associação Brasileira de Relações Públicas (1954), a publicação da Lei 5.377 (1967) e de sua regulamentação, (1968), a criação do Conselho Federal (1969).

Relações Públicas é uma profissão para o mercado, que necessita de profissionais com espírito crítico, conhecimentos gerais e específicos. Por isso, além de ser fundamental o embasamento teórico, as faculdades devem procurar aproximar os ensinamentos disciplinares com as movimentações do mercado entendendo suas necessidades e demandas.

Assim, cada região tem peculiaridades de mercado que se reflete nas disciplinas prática da profissão, e a academia deve direcionar os alunos para atender a essas peculiaridades. Desta forma o recém-formado deixará a escola falando uma linguagem alinhada com o mercado de trabalho.

De acordo com o Andrade (1985, p.3) o ensino de Relações Públicas tem sido preocupação constante na Federação Interamericana de Relações Públicas (FIARP), por intermédio de sua Comissão Interamericana para o Ensino de Relações Públicas (CIPERP).

Entendemos, igualmente, que o ensino de Relações Públicas não pode ser dirigido, unicamente, à formação de novos profissionais. Ele deve, a nosso ver, inquietar-se com a atualização de conhecimentos, de forma sistemática, dos profissionais de Relações Públicas. Por sua vez, os profissionais da nossa atividade, que trabalham num campo em mudança contínua, precisam reconhecer a necessidade de reciclagem permanente, o que representa não somente um sinal inteligente de humildade intelectual, mas a certeza do desenvolvimento de seu espírito crítico e verdadeiramente profissional, nos contatos com professores e com outros profissionais.

O Currículo do Curso de Relações Públicas tem por objetivo a formação de um profissional de Comunicação consciente da realidade em que vive, conhecedor da área de comunicação teórica, técnica e prática e apto a atuar, utilizando o seu potencial criador em benefício da sociedade, de forma crítica e construtiva.

Para atingir esse objetivo, o currículo abrange uma seqüência de disciplinas e atividades ordenadas e que se relacionam compreendendo a cada semestre que passa um maior grau de complexidade. É composto de disciplinas de caráter obrigatório e por um conjunto de disciplinas de caráter eletivo, devendo ser cumpridas integralmente pelo aluno a fim de que o mesmo possa qualificar-se para a conclusão de curso.

Também o constituem disciplinas de referencial teórico e que oferecem uma base de conhecimentos gerais: ciências humanas, metodologia científica e de conhecimentos metodológicos de comunicação. Essas disciplinas são oferecidas ao longo do curso, paralelamente aquelas de formação específica.

Os dois últimos semestres são destinados à elaboração de quatro Projetos Experimentais que compreendem a produção de trabalhos relacionados com a habilitação específica. Nessas disciplinas o aluno é estimulado a desenvolver a criatividade, utilizar o amplo conhecimento dos processos e ferramentas da comunicação adquiridos ao longo do curso. O acadêmico desperta para uma visão empreendedora ao trabalhar com clientes reais e explorar habilidades no gerenciamento de projetos e respeito aos princípios éticos e legais da profissão.

Espera-se que ao terminar estas disciplinas, e por lógica, o curso de Relações Públicas, o aluno deverá estar apto a:

- ✓ Implantar e acompanhar a administração de programas de relacionamento entre empresas, instituições e seus públicos;
- ✓ Elaborar planejamentos estratégicos de comunicação para organizações e sugerir políticas de relações públicas;
- ✓ Definir os públicos estratégicos da empresa;
- ✓ Detectar situações que possam afetar a imagem da empresa junto à opinião pública;
- ✓ Planejar, coordenar e executar programas e campanhas de interesse comunitário, de comunicação dirigida e de informação para a opinião pública.
- ✓ Planejar campanhas e programas de caráter social;
- ✓ Gerenciar assuntos públicos que tenham interesse para a empresa ou instituição;
- ✓ Manter relação com a imprensa.

Um grupo de estudantes de Relações Públicas da Faculdade de Comunicação da PUCRS vislumbrou na elaboração dos Projetos Experimental de Pesquisa e Livre a chance de atuar como profissionais da área e buscaram implementar ações de relações públicas que ao longo dos quatro anos de curso foram reforçadas pelos professores, sustentadas pelos livros e exigidas nos estágios e trabalhos realizados.

Conforme os alunos Aline Camargo, Carolina Faraco, Fabiana Fernandes, Fernanda Guimarães, Lisiane Silva, Luciane Aragon, Patricia Lima da Silva e Ricardo Dytz, ao final do Estudo sobre Doação Voluntária de Medula Óssea, pode-se verificar que o questionamento levantado por eles na pesquisa qualitativa foi comprovado na pesquisa quantitativa: o principal problema da Leucemia é a desinformação.

A partir destas considerações, conclui-se que se a população fosse informada sobre o tema da doação de medula óssea, o problema da falta de doadores voluntários cadastrados reduzir-se-ia consideravelmente; aumentando-se assim, as chances de encontrar um doador compatível para os pacientes que lutam contra a leucemia, aproximando-os da cura.

A partir desta análise, a seqüência do trabalho desenvolvido na disciplina de Administração de Casos e Crises e do Projeto Livre propôs formas para diminuir a falta de informação da população, levando-a ao cadastro voluntário.

Os realizadores tomaram à iniciativa de elaborar ações de comunicação que contribuíssem para disseminar as informações referentes à doação de medula óssea, um campo onde não é comum ver a comunicação trabalhando.

Foi gratificante, ao final dos trabalhos, ver os resultados alcançados. De concreto, neste período, 136 pessoas foram cadastradas como doadoras voluntárias de medula óssea. Acredita-se, que o objetivo final foi alcançado com sucesso. O número de acessos ao manual do doador e o número de cadastros também demonstram que a conclusão obtida a partir da pesquisa realizada no primeiro semestre de 2009, é verdadeira: a falta de informação é o maior problema no combate a leucemia. Afinal, de posse da informação as pessoas aderiram à causa.

Considera-se que a elaboração destes projetos vai além do cumprimento das obrigações de alunos formandos, pois houve envolvimento com uma causa de interesse público e as dimensões atingidas foram além das fronteiras da faculdade. Pessoas serão beneficiadas. A insistência no tema foi crucial para que os projetos efetivamente saíssem do papel e se transformassem em ações concretas.

Esta monografia procura responder a seguinte questão: como um trabalho acadêmico transpassa as fronteiras da Universidade, possibilitando visibilidade aos alunos e a faculdade. Passa isso foi necessário fazer um passeio na história das relações públicas, suas definições, o mercado de trabalho, o ensino para, por fim, chegar as disciplinas de projeto experimental e tentar ponderar sobre sua importância na formação acadêmica e na possibilidade destas cadeiras servirem de alavancagem para o mercado.

Para a realização deste estudo, a metodologia utilizada foi uma pesquisa exploratória desenvolvida mediante levantamento bibliográfico e documental, bem como a realização de entrevista despadronizada e estudo de caso (GIL, 1999).

De acordo com Gil (1999, p. 43) “a pesquisa exploratória é desenvolvida com o objetivo de proporcionar visão geral, do tipo aproximativo acerca de determinado fato”. Ainda segundo o mesmo autor “este tipo de pesquisa é realizado especialmente quando o tema escolhido é pouco explorado e torna-se difícil sobre ele formular hipóteses precisas e operacionalizáveis” (ibidem).

A técnica de levantamento bibliográfico buscou obras de Relações Públicas para fundamentação e embasamento. Já a técnica de levantamento documental foi constituída por material disponibilizado pelo MEC/CNE e pelos projetos experimentais desenvolvidos. O estudo de caso ocorreu a partir da trajetória e

evolução dos projetos “Estudo sobre Doadores Voluntários de Medula Óssea em Porto Alegre e Região Metropolitana” e “Manual do Doador Voluntário de Medula Óssea” e os resultados obtidos através da elaboração desses projetos. Se justifica tendo em vista constituir-se em “um estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetos, de maneira a permitir o seu conhecimento amplo e detalhado [...]” (GIL, 1999, p. 7).

Em relação ao referencial teórico, autores como Andrade (1996), Ferrari (2003), França (1997, 2003, 2004), Fortes (2003), Kunsch (1997, 2003), Lesly (1995, 2002) e Simões (1995) fundamentarão os conceitos sobre Comunicação e Relações Públicas.

Andrade (1985), Kunsch (2003), Moura (2008), Simões (2007) e os professores da Faculdade de Comunicação Social, Marisa Soares, Diego Caleffi e Vanessa Purper, sustentarão a abordagem do ensino e currículo de Relações Públicas.

A presente monografia está desenvolvida em quatro capítulos. O primeiro capítulo abordar a história das Relações Públicas da PUCRS, suas definições conceituais e interfaces no mercado de trabalho. Posteriormente, apresentaremos um perfil do profissional de Relações Públicas.

No segundo capítulo buscamos discutir sobre a academia: As diretrizes curriculares e o delinear do currículo do curso, o ensino de relações públicas e as disciplinas de projetos, possibilitando assim referenciar sua importância na formação profissional.

O terceiro capítulo é constituído de uma narrativa que apresenta a construção dos projetos experimentais e a trajetória dos trabalhos na luta contra a leucemia.

E, por fim, no quarto capítulo, é a continuidade desses Estudo de Caso porém aborda todos os resultados que foram colhidos a partir das iniciativas dos projetos, bem como a mensuração deles.

Visamos, através desta abordagem, avaliar a importância dos projetos enquanto disciplinas práticas e compreender como um trabalho acadêmico pode se transformar em algo concreto e transpassar as fronteiras da universidade.



## 2 A formação do profissional: as Relações Públicas da academia ao mercado

O relacionamento bom e duradouro faz a diferença em todas as relações sejam elas pessoais, profissionais ou empresariais. No que diz respeito a relacionamento entre instituições e públicos, as Relações Públicas desenvolvem um importante papel, buscando sempre estabelecer esse contato de maneira harmoniosa.

### 2.1 História das Relações Públicas

A história da atividade de Relações Públicas tem seus primeiros capítulos no início do século passado nos Estados Unidos e surgiu em decorrência de um momento histórico: após a Guerra de Secessão.

O período seguinte a esta guerra, marcada pela luta entre os estados do Norte - que tinham regime industrial e assalariado – contra os estados do Sul - regime escravista e agrícola -, seguem-se 25 anos de grande desenvolvimento industrial. Neste mesmo contexto, a comunicação e a opinião pública passaram a adquirir importância no país. Enquanto o mesmo progredia industrialmente, os trabalhadores mantinham longas jornadas de trabalho e salários indignos e esta situação contribuía para um clima de revolta coletiva.

Neste cenário de prosperidade e avanço econômico norte americano, que Ivy Lee, contratado pela indústria do carvão, criou o primeiro “serviço de imprensa”, conforme Pinho (apud MOURA, 2006, p.32)

Ivy Lee despontou no cenário norte-americano, escrevendo artigos para jornais, como „*press agent*” (agente de imprensa), sugerindo um tipo de atividade para relacionamento das instituições com seus públicos. Na verdade, não se trata de mais uma atividade propagandista com a finalidade de divulgar uma instituição, um governo ou uma personalidade, mas sim de traçar estratégias para relacionar-se com os diferentes públicos, (...).

Ivy Lee defendia a idéia de que era importante promover o diálogo entre empresa e os vários públicos com as quais se ela se relaciona. O jornalista e publicitário propôs um novo formato de relacionamento para com os formadores de

opinião, divulgando conteúdos favoráveis às empresas, para a imprensa informativa. Neste momento, o jornalista inaugurou a etapa das Relações Públicas baseado na idéia de que o público deve ser informado, segundo Pinho (ibidem, p.33) “um verdadeiro paradigma da atividade de relações públicas”, baseado na sua Declaração de Princípios que determina o seguinte:

Este não é um serviço de imprensa secreto. Todo o nosso trabalho é feito às claras. Nós pretendemos fazer a divulgação de notícias. Isto não é um agenciamento de anúncios. Se acharem que o nosso assunto ficaria melhor na sessão comercial, não o usem. Nosso assunto é exato. Maiores detalhes, sobre qualquer questão, serão dados prontamente e qualquer diretor de jornal interessado será auxiliado, com o maior prazer, na verificação direta de qualquer declaração de fato. Em resumo, nosso plano é divulgar, prontamente, para o bem das empresas e das instituições públicas com absoluta franqueza, à imprensa e ao público do Estados Unidos, informações relativas a assuntos de valor e de interesse para o público. (Declaração de Princípios)

Ainda conforme o autor, o trabalho que Ivy Lee realizava não se abordava propriamente de uma extensão ou desdobramento da publicidade e propaganda, mas se tratava de uma nova e específica atividade profissional: a de Relações Públicas.

Autores como Pinho (2006) e Simões (1995), compartilham da mesma opinião: de que as relações públicas possuem uma natureza e função política. Foram graças aos embates, choques, oposições e resistências, entre as diferentes classes sociais, que surgiu o despertar de operários, empresários e governo para o investimento em políticas e ações de comunicação. Assim, firmou-se um ambiente ideal para o nascimento da profissão de relações públicas

Ao longo dos anos, a história registrou novas evidências de que a atividade de Relações Públicas vinha sendo teorizada, estudada, desenvolvida e delimitada, conquistando seu espaço e se expandindo por outros países.

É interessante ressaltar que as Relações Públicas surgem no Brasil, voltadas para a administração pública e protegidas por decretos-lei que instituíam serviços de informação, divulgação e publicidade de vários órgãos públicos. Em relação à comunicação, a ditadura de Getúlio Vargas, tinha o objetivo de elaborar e utilizar técnicas de persuasão, tendo em vista a continuidade do seu exercício de poder no país.

De acordo com essa visão Bernays (apud ANDRADE, 1996, p.34), afirma que “as relações públicas objetivam, por meio da informação, da persuasão e do ajustamento, edificar o apoio público para uma atividade de, causa, movimento ou instituição”.

A atividade de Relações Públicas tem registros no Brasil desde o ano de 1914, com a criação do primeiro Departamento de Relações Públicas na *The San Paulo Tramway and Power Company Limited* - Eletricidade de São Paulo S.A.

Contudo, seu desenvolvimento começou a partir dos anos 50, impulsionados pelo processo de industrialização iniciado nos anos 40, no governo de Getúlio Vargas, com a instalação da Siderúrgica Nacional em Volta Redonda, no Rio de Janeiro.

Segundo Kunsch (1997), alguns fatores contribuíram para essa alavancagem e expansão da atividade de Relações Públicas.

- ✓ A entrada do capital estrangeiro para o Parque Industrial brasileiro e a exigência de maior competência e preparação profissional por parte das empresas;
- ✓ A criação, em 1951, do primeiro Departamento de Relações Públicas em uma empresa nacional – a Companhia Siderúrgica Nacional, em Volta Redonda, no Rio de Janeiro;
- ✓ O primeiro curso promovido pela Escola Brasileira de Administração Pública, da Fundação Getúlio Vargas (FGV), em 1953, no Rio de Janeiro, sob o patrocínio da Organização das Nações Unidas – ONU;
- ✓ A criação da Associação Brasileira de Relações Públicas (ABRP), em 1954, em São Paulo, pelo chamado “Grupo de Relações Públicas” composto por José Roberto Whitaker Penteado, Ubirajara de Sousa, May Nunes da Costa, Layr de Castro Cotti e Ney Peixoto do Vale;
- ✓ A implantação, em 1954, do primeiro serviço oficial de Relações Públicas, em São Paulo, a Seção de Relações Públicas do Departamento de Água e Esgotos;
- ✓ A inclusão da disciplina de Relações Públicas no currículo da Escola de Administração de Negócios (ESAN), pertencente à Fundação de Ciências Aplicadas, em 1955, em São Paulo;

- ✓ A consolidação da atividade de Relações Públicas através da Lei nº 5.377 de 11 de setembro de 1967, sendo o Brasil, o primeiro país a fazer uma legislação sobre a profissão.

A Lei 5.377 e sua posterior regulamentação resultou na criação dos Conselhos Federal e Regionais de Relações Públicas, pelo Decreto 68.582, de 4 de maio de 1971. Após a vigência da lei, somente os profissionais registrados nos conselhos de acordo com a lei e os graduados em Ensino Superior reconhecidos pelo MEC é que podem exercer a profissão.

A Resolução Normativa Nº 43 (anexo I), de 24 de agosto de 2002, define as funções e atividades privativas dos profissionais de Relações Públicas com o objetivo de sanar dúvidas relativas à profissão. No art. 1º, § 3º, caracteriza a atividade de Relações Públicas pela aplicação de conceitos e técnicas de: comunicação estratégica, comunicação dirigida e comunicação integrada. O art. 3º define as funções privativas da atividade profissional de Relações Públicas de acordo com os termos das alíneas “a” do art.2º da Lei 5.377 e “c” do art. 4º do Regulamento.

## 2.2 Definições

A Associação Brasileira de Relações Públicas (ABRP), traduziu do Instituto Inglês de Relações Públicas o estatuto que norteia a atividade. A partir desta tradução, conceituou-se as Relações Públicas como: *“a atividade e o esforço deliberado, planejado e contínuo para estabelecer e manter a compreensão mútua entre uma instituição pública ou privada e os grupos e pessoas a que esteja, direta ou indiretamente ligada”*.

Desta forma, entende-se que as Relações Públicas significam liberdade, democracia, comunicação de duas vias e que almejam como ideal uma relação harmoniosa entre os públicos. Por princípio e tendo como base o conceito da sua atividade, o profissional de Relações Públicas deve defender a democracia – liberdade de expressão, direito de empreender e realizar.

Conforme Peruzzo (1986) esta definição de “*harmonia social*”, é explicitada de maneira mais objetiva no Acordo do México<sup>1</sup>:

O exercício da profissão de Relações Públicas requer ação planejada, com apoio na pesquisa, comunicação sistemática e participação programada, para elevar o nível de entendimento, solidariedade e colaboração entre uma entidade, pública ou privada, e os grupos sociais a ela ligados, num processo de interação de interesses legítimos, para promover seu desenvolvimento recíproco e da comunidade a que pertencem.

Segundo Kunsch (2003), o Acordo do México deixa claro dois pontos na definição operacional de relações públicas: comunicação e planejamento.

Ferrari (2003) compartilha da opinião quando afirma que através de planejamento de relações públicas e ações de comunicação é possível ajudar a construir relacionamentos harmônicos e duradouros destas com os públicos dos quais depende a sua sobrevivência.

A atividade de Relações Públicas tem por objetivo a legitimação das ações das organizações de interesse público. Dentro dos princípios da filosofia da harmonia, Simões (1995) demonstra que a legitimidade da ação e o discurso da organização estão embasados na ética:

A função e a atividade de Relações Públicas devem ser éticas e estéticas. Tudo o que é realizado pela organização, incluído o que está ligado ao profissional de Relações Públicas, deve sê-lo segundo os princípios da arte de bem viver (ética) que, em si própria, contem os princípios da filosofia da harmonia do comportamento (estética).

As ações organizacionais devem procurar conciliar interesses com o discurso e passá-los nos instrumentos de comunicação e, principalmente, na negociação com os públicos. A legitimidade se torna real, quando estes dois aspectos da ética não sofrerem manipulação ou inverdades. O autor complementa nos dizendo que “a imagem de organização é, antes de tudo, construída pelo cumprimento de sua responsabilidade social, jamais, apenas por discursos alienantes” (SIMÕES, 2001, p. 41).

---

<sup>1</sup> De 9 a 11 de agosto de 1978, realizou-se na Cidade do México, a I Assembléia Mundial de Presidentes de Associações de Relações Públicas, promovido pela Federação Interamericana de Associações de Relações Públicas (FIARP) e pela Associação Mexicana de Relações Públicas. Na ocasião foi aprovado o que se resolveu chamar "Acordo do México", que conceitua o exercício profissional de Relações Públicas.

O código de ética das Relações Públicas afirma que o profissional, para exercer a atividade deve:

empenhar-se para criar estruturas e canais de comunicação que favorecendo o diálogo e a livre circulação das informações essenciais, permitam que cada um dos membros da comunidade se sinta informado, integrado, responsável e solidário. (Código de Ética das Relações Públicas / *CONFERP nº 02/85, de 06/11/85*)

Neste mesmo sentido, Lesly (2002) complementa com a opinião de que as Relações Públicas “devem estar sintonizadas no pensamento e nas necessidades das organizações às quais servem ou não poderão servi-las bem”. Assim, precisam estar atentas com a dinâmica e necessidades dos públicos.

Relações Públicas é um fenômeno e uma necessidade dos nossos tempos. Foi criada pelas forças que aumentaram o ritmo do mundo, colocando as pessoas em muitos grupos diversificados, todos buscando objetivos diferentes, mas, no entanto, todas precisando trabalhar juntas no sentido de obter vantagens e processos comuns (LESLEY, 2002, p. 4).

As Relações Públicas visam estabelecer o ponto de equilíbrio entre as partes envolvidas. Cabe também colocar que, através do equilíbrio, é possível controlar e evitar crises que possam ou poderiam vir a acontecer.

Para Silva (apud ANDRADE, 1996, p. 104)

Relações públicas, como função administrativa, é o procedimento mediante o qual determinada empresa procura deliberadamente criar em seu favor um crédito de confiança e de estima na respectiva clientela, contra a qual pode sacar em proveito, tanto seu programa como interesses institucionais.

Nesta mesma linha teórica, autores, como Grunig (1992), Fortes (2003) e Ferrari (2003) defendem que as relações públicas são funções administrativas que avaliam as atitudes públicas, identificam as diretrizes e a conduta na busca do interesse público, que planeja e executa um programa de ação para conquistar a compreensão e a aceitação públicas.

Segundo Fortes (2003), Relações Públicas são “uma função administrativa de sustentáculo ao empresário, à cúpula diretiva e aos níveis executivos das empresas, que faz uso da comunicação para obter resultados”. O autor diz ainda que “o sucesso em satisfazer os consumidores e os demais grupos decorre das ações de Relações Públicas e das diversas áreas funcionais” (ibidem, p. 17).

Ferrari (2003) afirma que Relações Públicas é uma função administrativa única que ajuda uma organização a interagir com os componentes sociais e políticos de seu ambiente. E acrescenta que a essência do profissional “está na necessidade do equilíbrio entre o individual e o coletivo” (ibidem, p. 12), que deve ser buscado invariavelmente.

Na prática, as relações públicas buscam criar e assegurar contatos confiantes ou formas de credibilidade entre as organizações e os públicos com as quais elas se relacionam.

Para as relações públicas, exercer a função estratégica significa ajudar as organizações a se posicionarem perante a sociedade, demonstrando qual é a razão de ser do seu empreendimento, isto é, sua missão, quais são os seus valores, no que acreditam e o que cultivam, bem como a definir uma identidade própria e como querem ser vistas no futuro. Mediante suas funções estratégicas, elas abrem canais de comunicação entre as organizações e seus públicos, em busca de confiança mútua, construindo a credibilidade e valorizando a dimensão social da organização, enfatizando a sua missão e seus propósitos e princípios, ou seja, fortalecendo o lado institucional. Sousa (2004, p.14) afirma que

As relações públicas são intencionais, pois a atividade de RP é deliberada e formatada para influenciar com intenção, aumentar a compreensão, difundir informação e obter *feedback* dos públicos-alvo. As relações públicas eficazes são aquelas que alcançam resultado desejado, mercê de um design adequado de intenções. Para se obterem os resultados esperados, as políticas de relações públicas necessitam de ser desenvolvidas a partir de um nível directivo, pois devem participar nos processos organizacionais de tomada de decisão e estruturação de políticas.

Para Simões (1995, p.82), as relações públicas lidam basicamente com as relações de poder nas organizações. Atuam na administração de confrontos e crises que acontecem no ambiente o qual fazer parte.

A atividade de relações públicas é a gestão da função política da organização. Donde relações públicas (definiens) é igual a gestão da função política da organização(definiendum) e esta gestão é somente a atividade de relações públicas e nenhuma outra mais.

Segundo Kunsch (2003):

Cabe às relações públicas, no exercício da função política e por meio da comunicação, gerenciar problemas de relacionamento internos e externos,

surgidos ou provocados pelo comportamento de determinados públicos e/ou por certas decisões das organizações. (KUNSCH, 2003, p.110)

França (2003, p. 18) considera que a natureza das Relações Públicas “não se limita a interagir isoladamente com um determinado público”. Pode-se, portanto, defini-la “como uma filosofia de relacionamentos estratégicos com muitos públicos”.

Já Fortes (2003, p. 40) sustenta que “a natureza e o papel das Relações Públicas é alterar uma situação presente, talvez desfavorável, para um posicionamento futuro mais coeso com a direção dada ao objeto social que se pretende modificar”. Isso significa afirmar que as Relações Públicas têm que abranger, em seu foco, além do projeto de futuro, a forma como a empresa quer que seja vista e percebida pelos públicos.

Por fim, os pesquisadores são unânimes em salientar que o objetivo principal da atividade de relações públicas é manter a compreensão mútua entre as organizações e seus públicos.

## 2.3 Atividade e Função

A reformulação da legislação de relações públicas<sup>2</sup> apresenta funções e atividades de relações públicas:

### *2.3.1 Funções de Relações Públicas*

Relações Públicas exerce uma função estratégica importante nas organizações modernas ao planejar e executar sua comunicação e seus relacionamentos com os mais diversos públicos. Daí a necessidade que tem as organizações de oferecer ao profissional de Relações Públicas condições adequadas para ser bem sucedido na sua função em benefício da própria organização.

---

<sup>2</sup> Informações do manual fornecido pelo Conrerp da 2ª Região – São Paulo e Paraná.



Kunsch (2003, p.104) afirma que, “a área de Relações Públicas deve ter como foco central fortalecer o sistema institucional das organizações”, e enfatiza que, como função estratégica, as Relações Públicas:

devem, com base na pesquisa e no planejamento, encontrar as melhores estratégias comunicacionais para prever e enfrentar as reações dos públicos e da opinião pública em relação às organizações, dentro da dinâmica social. Lidam com comportamentos, atitudes e conflitos, valendo-se de técnicas e instrumentos de comunicação adequados para promover relacionamentos efetivos.

As reflexões a sobre a função da atividade de Relações Públicas se resumem em “orientar para otimizar estrategicamente a interação dos elementos componentes da sociedade e da economia”. Como funções básicas pertinentes à profissão de Relações Públicas são elencadas:

1. O diagnóstico do relacionamento das entidades com seus públicos;
2. O prognóstico diante das ações das entidades;
3. A proposição de políticas e estratégias que atendam às necessidades das entidades com seus públicos;
4. A implementação de programas e instrumentos que assegurem a interação das entidades com seus públicos.

Conforme Simões (1995, p.36-7) o diagnóstico é a conclusão da análise de como está a organização conforme os interesses de todos os seus públicos.

Isto implica de início, a busca de dados, ou seja, pesquisar sobre a organização, sua missão, seus públicos, seus interesses, os canais de comunicação com o público e também sobre a conjuntura local, regional, do país e muitas vezes, mundial. Todos os dados necessitam ser analisados para se chegar à informação, isto é, a síntese de tudo: o problema é suas inúmeras facetas. O diagnóstico auxiliará o profissional de Relações Públicas a decidir sobre as “vitaminas ou remédios” que deverão ser colocados no processo. Se bem que, antes da “medicação”, ele deverá imaginar os fatos no futuro, em cada uma das possíveis circunstâncias.

Prognosticar significa: pressagiar, predizer, conjecturar. Simões (1995, p.42) explica que o prognóstico sucede o diagnóstico e

é o fenômeno mental de juntada de dados do aqui e agora com as possibilidades das evoluções internas e externas da organização para o

futuro. O raciocínio abstrato é extremamente exigido e a prática com os casos passados pode ajudar. A previsão do fenômeno do futuro não é absolutamente um ato adivinhatório, mas um processo científico. “Uma previsão científica é racional ao máximo (intuitiva ao mínimo), pois é uma conclusão de premissa explicitamente afirmada” (BUNGE, 1974, p.220). O prognóstico confirmará o que deverá ser, ou não, realizado e a urgência da intervenção. Há correlação positiva entre o correto prognóstico e o êxito da assessoria e dos projetos de comunicação.

Com as duas primeiras etapas mapeadas é o momento de propor as ações e estratégias que vão ao encontro das necessidades de relacionamento das instituições e uma vez aprovadas devem ser implementadas, buscando sempre assegurar a interação organização-público.

### *2.3.2 Atividades de Relações Públicas*

A Atividade-fim de Relações Públicas, para Gruning (1995) é planejar, implantar e desenvolver o processo total da comunicação institucional da organização como recurso estratégico de sua interação com seus diferentes públicos e ordenar todos os seus relacionamentos com esses públicos, para gerar um conceito favorável sobre a organização, capaz de despertar no público credibilidade, boa vontade para com ela, suas atividades e seus produtos.

As atividades básicas e específicas de um profissional de Relações Públicas estão contidas em cinco grandes segmentos: pesquisa, assessoria e consultoria, planejamento, implementação e avaliação.

- ✓ Realizar: pesquisas de auditorias de opinião e imagem; diagnósticos de pesquisa de auditorias e opinião e imagem; planejamento estratégico de comunicação institucional; pesquisa de cenários institucional.
- ✓ Estabelecer programas que caracterizem a comunicação estratégica para a criação e manutenção do relacionamento das organizações com seus públicos de interesse.
- ✓ Planejar, coordenar e executar programas de: interesse comunitário; informação para a opinião pública; comunicação dirigida; utilização da tecnologia de informação aplicada à opinião pública sobre os interesses da organização.

- ✓ Ensinar disciplinas de teoria e técnicas de relações públicas.
- ✓ Avaliar os resultados dos programas obtidos na administração do processo de relacionamento da entidade com seus públicos.

Para melhor visualizar as atividades de Relações Públicas, utilizaremos o fluxograma abaixo<sup>3</sup>:



Para exercer as funções e a atividade de Relações Públicas, é necessário que o profissional desta área apresente ou desenvolva algumas características para se ter êxito no exercício das relações públicas. No próximo sub capítulo uma breve explanação desse perfil de profissional reforçado pela opinião de autores da área.

#### 2.4 O Perfil do Profissional de Relações Públicas

Hoje o profissional de relações públicas é visto como elemento estratégico nas empresas, devendo saber se valer com maestria das ferramentas da área. Seu perfil mudou. Ele precisa ser capaz de elaborar um plano de comunicação muito eficiente que possa interferir no negócio da empresa. O mercado pede dele

<sup>3</sup> Disponível em: <[www.pucrs.br/famecos](http://www.pucrs.br/famecos)>. Acesso em 10 mai. 2010.

conhecimento estratégico, que ele coloque a palavra “negócio” em seu título. Deve ter habilidades e conhecimentos múltiplos para atuar em todas as áreas de relações públicas – visão holística da comunicação.

Cesca (2006) afirma que as Relações Públicas é uma profissão polivalente, multifuncional e que trabalha com a comunicação integrada e estratégica, visando fazer que a organização atinja a sua missão e visão.

Portanto, o profissional de relações públicas deve reunir características como conhecimento de todas as técnicas de relações públicas, dinamismo, facilidade de relacionamento, conhecimento generalista, das transformações mundiais e da organização onde atua, conhecimento de planejamento estratégico, pensamento globalizado e ação localizada, domínio de idiomas e redação, conhecimento de estratégias de negócio, boa cultura geral, facilidade de adaptação rápida a mudanças. Tudo isso para atuar com propriedade e maestria.

Segundo Gruning (1992), a união de todas estas características em um profissional de relações públicas, conduz a organização ao que ele caracterizou como comunicação excelente.

Da urgência em desenvolver a atividade de Relações Públicas, vários instrumentos são criados para o contato entre a organização e seus públicos. Os estudantes aproveitam seus primeiros contatos com empresas (no estágio) para aplicar seus conhecimentos adquiridos ao longo do curso. No entanto, a visão crítica propiciada pelos princípios e técnicas e oriundo do Know-how, nem sempre são de domínio do estudante. Antes de lhes ser concedido o compromisso de gerir uma organização, é necessário desenvolver projetos na academia que testem seu lado crítico e conhecimento técnico. Por isso, a importância de fazer-lhes refletir sobre as estruturas sociais e os cenários em que estão inseridas as organizações para que trabalharão.

No próximo capítulo, discorreremos sobre formação acadêmica de Relações Públicas, e como as disciplinas de projeto poder ser utilizada de experimento para elaboração de projetos de alavancagem para o mercado de trabalho.

### 3 A academia: o primeiro passo para formação profissional

A Universidade, conforme se pode observar pelo próprio nome, pressupõe a universalidade de conhecimentos. A idéia de universidade está acompanhada da idéia de multidisciplinaridade, tornando-se claro que deve haver a contemplação de todas as áreas do conhecimento científico.

Preparar profissionais para atuarem estrategicamente e analiticamente nos contextos profissionais onde têm lugar o desenvolvimento das atividades de Relações Públicas, é um desafio constante para as faculdades de comunicação. Atingir este objetivo requer dotar os estudantes de conhecimentos na área para o bom entendimento e utilização dos ensinamentos aplicados de Relações Públicas.

Um dos objetivos da faculdade é proporcionar aos estudantes informações abrangentes sobre métodos, técnicas e instrumentos de Relações Públicas numa perspectiva profissionalizante, capaz de formar a sua capacidade de resolução de problemas no âmbito da área de formação e futura área de inserção profissional. Paralelamente ao objetivo do ensino, que permite a formação profissional, técnica e científica às pessoas, Oliveira (2001) afirma que a universidade deve preocupar-se com outras duas grandes frentes:

A pesquisa, a base para a busca e descoberta do conhecimento científico. É através da pesquisa realizada pela universidade que a ciência se desenvolve em busca do conhecimento da realidade. Finalmente, mas não necessariamente em último lugar, considera-se como importante a extensão universitária. Esta se materializa na prestação de serviços à sociedade e na integração com a mesma. (OLIVEIRA, 2001, p. 02)

A universidade tem um importante papel na formação de um cidadão ético e comprometido com a sociedade. A Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS) explicita essa proposta em sua própria missão<sup>4</sup>:

A PUCRS, fundamentada em princípios da Ética e do Cristianismo e na tradição educativa marista, tem por Missão produzir e difundir conhecimento e promover a formação humana e profissional, orientada por critérios de qualidade e relevância, na busca de uma sociedade justa e fraterna.

---

<sup>4</sup> Missão da PUCRS. Disponível em:

< <http://www3.pucrs.br/portal/page/portal/pucrs/Capa/AUniversidade#p2>> Acesso em: 06 jun. 2010.

No sentido de formação profissional, é importante e mesmo fundamental o somatório de esforços em um contexto multidisciplinar, cabendo a academia o papel de despertar nos alunos o interesse por questões sociais e incentiva-los a enxergar estas áreas como espaços de atuação no mercado de trabalho.

Conforme o Projeto Pedagógico atualizado em 2008, o curso de Relações Públicas da FAMECOS tem como meta preparar o profissional para<sup>5</sup>:

- ✓ Interpretar os princípios das teorias de Relações Públicas, das ciências sociais, em especial da comunicação, administração e política e suas interfaces que possibilitem a compreensão do processo e a prática da atividade;
- ✓ Ter capacidade de intervir no relacionamento entre as organizações (do primeiro, segundo e terceiros setor) e seus públicos de interesse, tanto no âmbito local e regional como também nacional e internacional;
- ✓ Elaborar e redigir textos técnicos e científicos de comunicação;
- ✓ Negociar as estratégias e as ações de Relações Públicas com as lideranças organizacionais;
- ✓ Elaborar e implementar pesquisas qualitativas e quantitativas tanto no âmbito institucional como mercadológico;
- ✓ Elaborar e implementar diagnósticos, prognósticos, políticas, programas de comunicação e avaliações de resultados, por meio de planejamento;
- ✓ Identificar acontecimentos geradores de notícias e as suas implicações para a organização;
- ✓ Interagir com os centros de poder – formais e informais – internos e externos à organização;
- ✓ Planejar e produzir Eventos como instrumentos de comunicação no âmbito empresarial – organizações e instituições privadas, públicas e do terceiro setor;
- ✓ Praticar a interlocução entre as funções típicas de relações públicas e as demais funções profissionais ou empresariais existentes na área de Comunicação;
- ✓ Posicionar-se ética e esteticamente, no desempenho profissional;
- ✓ Priorizar o ser humano no exercício profissional;

---

<sup>5</sup> Extraído da página site [www.pucrs.br/famecos/rppp](http://www.pucrs.br/famecos/rppp) Acesso em: 10 mai. 2010.

- ✓ Privilegiar a iniciativa e o desprendimento em suas ações no desempenho profissional;
- ✓ Administrar os recursos humanos, financeiros e materiais do seu setor.

No próximo sub capítulo, discutiremos sobre a formação do currículo acadêmico: quem determina as diretrizes, as disciplinas e o conteúdo trabalhado na acadêmica.

### 3.1 Diretrizes curriculares

Entre 1977 e 1982 os cursos de comunicação no Brasil, para serem reconhecidos legalmente, deveriam obedecer a um *currículo mínimo*, determinado pelo Ministério da Educação, órgão federal que regulamenta todas as questões do ensino no país. Em 1983 isto modifica-se, quando o parecer n. 480 apresenta as *diretrizes básicas*, que passam a servir de *guia* para a elaboração dos currículos dos cursos, sendo que em 2001 outro parecer – n. 492, ratifica as *Diretrizes Curriculares da Área de Comunicação Social* e suas habilitações. A partir dessas resoluções, cada universidade passa a ter liberdade de compor sua grade curricular, acrescentando conteúdos específicos a um currículo básico, levando em consideração as novas diretrizes, o que acaba estabelecendo, na realidade, a *personalidade* de cada faculdade de comunicação. (DORNELLES, 2004)

Diretrizes Curriculares têm por objetivo servir de referência para as Instituições de Ensino Superior na organização de seus programas de formação, permitindo uma flexibilização na construção dos currículos plenos e privilegiando a indicação de áreas de conhecimento a serem consideradas, ao invés de estabelecer disciplinas e cargas horárias definidas.

A SESu/MEC propôs sete orientações básicas para elaboração das Diretrizes: perfil desejado do formando; competências e habilidades desejadas; conteúdos curriculares; duração dos cursos; estrutura modular dos cursos; estágios e atividades complementares; conexão com a avaliação institucional. Desse conjunto de orientações, destaca-se a busca por flexibilidade de cursos e carreiras, com a promoção da integração do ensino de graduação com a pós-graduação. As diretrizes objetivavam conferir maior autonomia às Instituições de Ensino Superior (IES) na definição dos currículos de seus cursos, havendo, em lugar do sistema de currículos mínimos, a proposição de linhas gerais capazes de definir as competências e habilidades que se deseja desenvolver.

O inciso II do art. 43 da Lei de Diretrizes e Bases (LDB) estabelece que uma das finalidades da educação superior é

formar diplomados nas diferentes áreas de conhecimento, aptos para a inserção em setores profissionais e para a participação no desenvolvimento da sociedade brasileira, e colaborar na sua **formação contínua**” (grifo nosso). Cumpre observar, ademais, outra finalidade, a de “suscitar o desejo permanente de aperfeiçoamento cultural e profissional e possibilitar a correspondente concretização, integrando os conhecimentos que vão sendo adquiridos numa estrutura intelectual sistematizadora do conhecimento de cada geração. (CNE / Documento de Diretrizes Curriculares – 2000)

Segundo Moura (2001), apesar das críticas à Resolução nº 02/84, devido às imposições do Estado, os conteúdos curriculares indicados são necessários para a formação profissional. Com base na leitura das ementas, cada matéria da habilitação de Relações Públicas está vinculada a alguma atividade específica da profissão, identificando uma coerência. As matérias apresentam, tanto em termos teóricos como práticos, o desenvolvimento das atividades profissionais.

Para a construção de um currículo adequado é necessária a definição do perfil, competência e habilidades pretendidas para o egresso. Os termos podem ser definidos como:

- ✓ Perfil: trata do SER da profissão, explicitando de modo básico e essencial por meio de uma caracterização.
- ✓ Competências e Habilidades: Trata-se do FAZER da profissão, de modo concreto.

Para Relações Públicas tanto o perfil como competências e habilidades foram retiradas de um documento denominado “Conclusões do Parlamento Nacional de Relações Públicas”, que foi um fórum de debate promovido pelo CONFERP em 1997.

A discussão das diretrizes curriculares possibilitou uma identificação de aspectos relevantes no que tange às competências e habilidades desejadas aos egressos do curso, com base na documentação do MEC. Segundo Moura (2001), as habilidades estão relacionadas aos seguintes fatores:



- ✓ Formação profissional
- ✓ Formação interdisciplinar
- ✓ Especificidades da área
- ✓ Habilidades cognitivas
- ✓ Aptidões esperadas
- ✓ Desempenho dos papéis básicos da profissão
- ✓ Preparação para o exercício de funções profissionais
- ✓ Execução de atividades típicas da profissão

Ainda segundo a autora, acredita-se que esta proposta de estrutura curricular permitirá estabelecer uma identidade às instituições de ensino, devido à possibilidade de elaborar novos projetos adequados às necessidades e experiências dos estudantes de cada região.

O subcapítulo seguinte abordará questões pertinentes sobre o Ensino de Relações Públicas na Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

### 3.2 Ensino de Relações Públicas

As mudanças no ensino de Relações Públicas no Brasil estão associadas aos movimentos esboçados pela questão curricular. No Brasil, o curso de Relações Públicas foi implantado primeiramente na Escola de Comunicação e Artes da USP, em 1967. Segundo Kunsch (2003, p. 47) “o desenvolvimento do ensino superior de Relações Públicas no país foi submetido a quatro reformas curriculares, regidas por pareceres e resoluções do Ministério da Educação para o Curso de Comunicação Social”. Naquele momento a discussão sobre a habilitação de Relações Públicas se dava no âmbito da vinculação da mesma à área de administração, em função do perfil que apresentava. A falta de consenso dentro da categoria manteve a habilitação dentro do Curso de Comunicação Social, conforme Kunsch (2003, p.48-49)

Na década de 1970, há um crescimento exagerado ou uma proliferação dos cursos de comunicação, sem uma base estrutural para tanto... Como se pode deduzir, a implantação inconstante dos cursos de relações

Públicas no Brasil, a partir da década de 1970, se caracterizou pela improvisação e pela falta de critérios institucionais adequados que assegurassem qualidade de ensino e sintonia com as demandas sociais e do mercado profissional. Até porque as atividades profissionais ainda não estavam consolidadas e a área em si estava em fase de desenvolvimento num período atípico quanto aos ideais democráticos da sociedade brasileira. As relações públicas só podem atuar de forma plena onde reina a democracia, a liberdade de expressão e o debate público. Sem participação dos públicos e da opinião pública, é muito difícil promover a comunicação simétrica e buscar o equilíbrio de interesses entre as organizações e os públicos. (KUNSCH, 2003, p.48-49)

O ensino da disciplina de Relações Públicas busca um manual contendo conceitos, definições e princípios de forma sistêmica, que levem a um aprendizado eficaz e eficiente. Conforme o Simões (2007) as disciplinas da grade curricular de Relações Públicas estão distribuídas de tal forma que uma complementa a outra sem ocorrer repetição de conteúdos. A grade curricular, apesar de não contar com apoio de um manual, possui a pedagogia de seguir um roteiro, que busca responder as seguintes questões: *que é Relações Públicas? Quais os procedimentos profissionais desta atividade?* Na prática, responde a pergunta: *Com que técnicas se faz Relações Públicas?* Localiza a atividade respondendo: *Para quem se faz Relações Públicas?* E conclui: *Qual a ética e estética desta profissão?*

As disciplinas estão dispostas semestralmente, de forma a não dividir o curso em dois blocos distintos com disciplinas teóricas e técnicas. Na habilitação de Relações Públicas há a exigência de estágio interno, desenvolvimento de 4 disciplinas de Projetos e a Monografia. Os Projetos consistem na elaboração de um projeto de relações públicas para instituições públicas ou privadas e comunitárias. Durante um semestre, o acadêmico deve desenvolver as atividades previstas no projeto e, ao final, realizar a avaliação das atividades desenvolvidas.

A seguir contemplaremos o desenvolvimento dos projetos e proposta na formação acadêmica enquanto disciplina que promove a interação dos alunos com clientes reais, visando implementar ações de relações públicas na prática.

Ainda neste capítulo, apresentaremos uma pesquisa realizada com professores que ministram as disciplinas de Projeto Experimental. Esta pesquisa tem a finalidade de averiguar qual é a opinião dos professores a respeito da formação acadêmica e como o desenvolvimento dos projetos podem contribuir para esse processo.

### 3.3 Disciplinas de Projeto Experimental

A definição de um tema para trabalhos acadêmicos nem sempre é de livre escolha, tampouco nem sempre são temas sobre os quais mais temos conhecimento. Contudo, na Universidade, existem disciplinas que nos permitem explorar temas que temos mais apreço e interesse para estudo e desenvolvimento. Em geral, essas disciplinas, conhecidas na linguagem acadêmica como cadeiras de projeto são “ofertadas” dentro da grade curricular nos últimos semestres do curso, porque exigem do aluno um conhecimento mais amplo da carreira escolhida e, também, para prepará-lo para o mercado de trabalho.

O curso de Relações Públicas da Faculdade de Comunicação da PUCRS oferece ao aluno a oportunidade de desenvolver quatro projetos dentro das seguintes áreas:

- ✓ Pesquisa de Opinião;
- ✓ Empresarial;
- ✓ Comunitário e,
- ✓ Livre.

#### *3.3.1 Projeto Experimental de Pesquisa*

Ementa: Desenvolvimento de um projeto de pesquisa de opinião, com foco na área de RRPP. Aplicação prática de conceitos e conhecimentos adquiridos durante o curso.

Disciplina de quatro créditos do sétimo semestre do curso de Relações Públicas. É ministrada pelas Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Cláudia Peixoto de Moura e Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Souvenir Dornelles

Depoimento: Professora Doutora Claudia Moura

O projeto é um desafio. Cada um tem uma proposta e essa proposta é então considerada um norte para o desenvolvimento de todas as ações que envolvem a proposta. No projeto de pesquisa eu preciso que os alunos tenham conhecimento de tabulação, das possibilidades de

pesquisa qualitativa, das possibilidades de pesquisa quantitativa e toda conhecimento que cada tipo de pesquisa requer e a teoria que se adquire ao longo dos anos acadêmicos. A disciplina de projeto é teoria, técnica e prática.

### Como você vê a organização da nossa grade curricular para formação do profissional de Relações Públicas?

**Claudia Moura**

O curso tem perfeitas chances de ajudar a formar um profissional. Tem muita gente gabaritada e com trajetória na área de ensino. A questão do currículo não é o nome que se dá a disciplina. É quem ministra essa disciplina. Então independente do nome da disciplina e dos encaminhamentos que possamos na Famecos, acredito que se os professores são competentes, de qualidade, tem leitura, tem cultura, podem auxiliar na formação do indivíduo. E na verdade a formação do profissional é 50% professor e 50% dedicação e estudo do aluno.

### Você acredita que é possível, através da construção de um projeto acadêmico, alavancar uma carreira profissional? Como?

**Claudia Moura**

Todos os trabalhos acadêmicos podem servir para alavancagem no mercado de trabalho. No momento em que um aluno demonstra interesse e vontade de aprender, os professores indicam para estágios. E o problema está exatamente aí: alguns alunos só se dão conta que os trabalhos podem abrir portas, quando estão fora da faculdade. Não percebem que a faculdade é o espaço aberto para o mercado. Aqui que as pessoas vêm buscar os alunos.

### Como você vê o desenvolvimento dos projetos “de doação de medula óssea”, na universidade? Qual a sua importância acadêmica?

**Claudia Moura**

O projeto de medula é um exemplo na Famecos. Acredito que todos professores citam como modelo. Ele é o que posso sempre citar e indico olharem no site o projeto para os grupos se inspirarem. Ainda hoje olho nos corredores e vejo os cartazes falando do manual e visualizo que esse projeto efetivamente saiu do papel. Esse é o grande mérito e destaque deste trabalho.

### E fora da academia, qual a importância desse projeto?

**Claudia Moura**

Ele é um projeto que está concorrendo a prêmios ainda hoje, é referencia na universidade e ele não parou por aí. O melhor de tudo é o fato do projeto ter saído do papel, ele ter andado com suas próprias pernas. Um projeto quando já está nesse estágio, é um projeto de sucesso. O maior ganho neste trabalho é a visibilidade que ele dá tanto para Famecos como para os alunos, e o fato das pessoas se beneficiarem em termo de saúde.

### 3.3.2 Projeto Experimental Empresarial

**Ementa:** Desenvolvimento de um Projeto de Relações Públicas direcionado à Indústria, Comércio ou Serviços. Aplicação prática dos conceitos e conhecimentos adquiridos durante o curso. Levantamento de informações para proposta de trabalho. Elaboração de diagnóstico, prognóstico, pareceres e implantação da ação proposta.

Disciplina de quatro créditos do oitavo semestre do curso de Relações Públicas. É ministrada pela Prof<sup>ª</sup>. Dr<sup>ª</sup>. Ana Luisa Baseggio e pela Prof<sup>ª</sup>. Me. Marisa de Carvalho Soares.

Depoimento: Professora Mestre Marisa Soares

As disciplinas de projetos são fundamentais para habilitar o aluno à atuação consistente e eficiente no mercado de trabalho. Esses projetos são responsáveis por sedimentar os conhecimentos sobre planejamento estratégico de comunicação, sua implementação, controle e ainda o atendimento ao cliente e as necessárias negociações.

#### Como você vê a organização da nossa grade curricular para formação do profissional de Relações Públicas?

**Marisa Soares**

Acredito que a grade curricular esteja adequada às exigências do mercado de trabalho, mesmo precisando de constantes ajustes e alinhamentos em função da rapidez das mudanças de comportamentos da sociedade.

#### Você acredita que é possível, através da construção de um projeto acadêmico, alavancar uma carreira profissional? Como?

**Marisa Soares**

Sem dúvida, temos vários exemplos no curso de Relações Públicas, inclusive com criação de vaga em empresa de economia mista. Os Projetos apresentam para as organizações, um profissional que gera benefícios reais para organização. Em geral as organizações conhecem a atividade superficialmente antes do desenvolvimento do projeto e quando desenvolvido com competência o empresário passa a querer contar com esses profissionais na sua equipe.

#### Como você vê o desenvolvimento dos projetos “de doação de medula óssea”, na universidade? Qual a sua importância acadêmica?

**Marisa Soares**

Esse projeto foi desenvolvido com comprometimento e gerou um grande impacto na Universidade por seu valor social e ser um assunto que a Instituição já estava trabalhando, como é possível confirmar com o lançamento na última segunda-feira, da campanha de conscientização da PUCRS. Acho que para os alunos ficou marcada a força que ações planejadas com comprometimento podem gerar e fazer a diferença.

### E fora da academia, qual a importância desse projeto?

**Marisa Soares**

A organização passou a conhecer a atividade de relações públicas, gerou visibilidade e admiração através da mídia e dos veículos de comunicação da PUCRS, além de possibilitar a participação em concursos, gerando mais visibilidade.

### 3.3.3 Projeto Experimental Comunitário

**Ementa:** Desenvolvimento de um projeto de RRPP voltado às Ações Comunitárias e de caráter Filantrópico. Aplicação prática dos conceitos e conhecimento adquiridos durante o curso. Levantamento de informações para proposta de trabalho. Elaboração de diagnóstico. Prognóstico. Pareceres e implementação da ação proposta.

Disciplina de quatro créditos do oitavo semestre do curso de Relações Públicas. É ministrada pela Prof<sup>a</sup>. Me. Glafira Maria Furtado no turno da manhã e pela Prof<sup>a</sup>. Vanessa Ourique Purper no turno da noite

Depoimento: Professora Vanessa Purper

A função primordial das disciplinas de projeto é dar a chance de o aluno aplicar na prática, com clientes reais, todo o conteúdo abordado nas disciplinas que formam o currículo do curso.

### Como você vê a organização da nossa grade curricular para formação do profissional de Relações Públicas?

**Vanessa Purper**

Penso que a grade está adequada às necessidades de formação profissional, demandadas pelo mercado. Temos uma variedade de disciplinas que dão chance ao aluno da Famedcos ter um panorama geral dos diversos âmbitos que a atividade de RRPP pode (e deve) estar presente.

### Você acredita que é possível, através da construção de um projeto acadêmico, alavancar uma carreira profissional? Como?

**Vanessa Purper**

Acredito sim. Uso o exemplo da Professora Denise Pagnussatt. Através de um ótimo trabalho de projeto, ela foi incentivada pelo seu cliente a abrir uma empresa. Assim o fez e hoje a Comunicative+IDEALE tem mais de 10 anos de mercado e é referência no que faz.

**Como você vê o desenvolvimento dos projetos “de doação de medula óssea”, na universidade? Qual a sua importância acadêmica?**

**Vanessa Purper**

O tema é de extrema importância para a sociedade e, portanto, deve ter a atenção da comunidade acadêmica. Trazer para dentro da universidade a chance de aumentar a quantidade de doadores é uma tarefa humanizadora e cidadã.

**E fora da academia, qual a importância desse projeto?**

**Vanessa Purper**

Vejo a mesma importância e necessidade de divulgação e realização de campanhas permanentes de conscientização.

### 3.3.4 Projeto Experimental Livre

**Ementa:** Desenvolvimento de um projeto de pesquisa de opinião, com foco na área de RRPP. Aplicação prática de conceitos e conhecimentos adquiridos durante o curso. Levantamento de informações para proposta de trabalho. Plano de trabalho e diagnóstico da situação. Estabelecimento de procedimento metodológico e execução da pesquisa.

Disciplina de quatro créditos do oitavo semestre do curso de Relações Públicas. É ministrada pela Prof<sup>a</sup>. Me. Marisa de Carvalho Soares e pelo Prof. Diego Caleffi Pons:

Depoimento: Professor Diego Caleffi Pons

As disciplinas de projeto contribuem para construção de um raciocínio estratégico e principalmente na atuação real com um cliente real. As cadeiras de projeto, quando bem aproveitadas são grandes oportunidades para os alunos colocarem em prática seus conhecimentos e desenvolverem network com o mercado.

**Como você vê a organização da nossa grade curricular para formação do profissional de Relações Públicas?**

**Diego Caleffi**

Acho a grade apropriada para o desenvolvimento do profissional. Embora saliente que a vivência mercadológica seja um complemento fundamental para este desenvolvimento.

**Você acredita que é possível, através da construção de um projeto acadêmico, alavancar uma carreira profissional? Como?**

**Diego Caleffi**

Sem dúvida. Tenho uma aluna que desenvolveu um excelente projeto em 2009 e hoje foi contratada para trabalhar como Relações Públicas na empresa em questão.

**Como você vê o desenvolvimento dos projetos “de doação de medula óssea”, na universidade? Qual a sua importância acadêmica?**

**Diego Caleffi**

Em minha opinião, foi um dos melhores trabalhos desenvolvidos pelos meus alunos até hoje. Acho importante os alunos aproveitarem estas oportunidades para desenvolverem trabalhos sociais.

**E fora da academia, qual a importância desse projeto?**

**Diego Caleffi**

É um projeto inovador e inteligente. Em minha opinião a principal função e desmitificar a doença no Brasil.

A oportunidade de elaborar estes projetos possibilitou a um grupo de alunos, transformar a experiência acadêmica, em frutos concretos para a sociedade. Os projetos de Pesquisa e Livre, em especial, foram focados no desenvolvimento do tema: Doação Voluntária de Medula Óssea e em seqüência se transformaram em projetos sociais.

O próximo capítulo apresenta a trajetória destes projetos.



## **4 A Construção de um Grande Projeto: A Trajetória de valorização da doação voluntária de medula óssea**

“Isso nunca vai acontecer comigo”. Quantas vezes escutamos ou pronunciamos esta frase? É freqüente no ser humano, preocupar-se com um problema, apenas quando este o atinge. É raro mobilizar-se por pura e simplesmente preocupação com o próximo. E foi justamente neste contexto que um grupo de alunos escolheu a leucemia para tema de estudo e desenvolvimento de projeto de pesquisa.

Sensibilizada pela perda precoce de um amigo de infância, Pietro Albuquerque, a ex-aluna Fernanda Guimarães propôs ao grupo de colegas a leucemia como tema para o Projeto de Pesquisa.

### **4.1 Projeto Experimental de Pesquisa**

Inicialmente não pareceu um bom tema, tendo em vista o interesse em explorar outros assuntos pertinentes à área de Relações Públicas. Contudo ao discutirem sobre a proposta abriu-se um leque de ensejos para pesquisa e uma rica oportunidade de desenvolver um trabalho que se interligasse a áreas da ciência.

Logo na primeira aula, a justificativa do tema já estava delimitada e as tarefas direcionadas a fim de que cada integrante do grupo se interessasse e estudasse mais a cerca do tema.

No Projeto Experimental de Pesquisa buscou-se abordar as informações relevantes sobre a leucemia, câncer no sangue, a doação de medula óssea, principal tratamento para a doença e o cadastro voluntário de doadores.

O estudo foi elaborado tendo como principal objetivo a mensuração do grau de conhecimento da população de Porto Alegre e Região Metropolitana a respeito da doação voluntária de medula óssea e a disposição em cadastrar-se como doador voluntário.

Para atingir tais objetivos, foram utilizadas técnicas de pesquisa qualitativa e quantitativa. Na pesquisa qualitativa, buscaram-se esclarecimentos com

profissionais da área da saúde sobre a leucemia e os procedimentos necessários para a doação de medula óssea. Na pesquisa quantitativa, entrevistou-se 160 pessoas de Porto Alegre e Região Metropolitana, sendo 80 indivíduos do sexo masculino e 80 do sexo feminino com idades entre 18 e 55 anos. A idade foi delimitada por ser a indicada para doação.

No estudo, verificou-se que a maioria da população desconhece os procedimentos para cadastro de doadores voluntários de medula óssea. Isso demonstra que o principal problema é a desinformação, como foi também apontado pelos profissionais de saúde entrevistados.

Este projeto apresentou um problema que está relacionado à comunicação; a desinformação. Para aumentar o nível de informação e, assim, estimular a disposição da população em tornar-se doador voluntário, o estudo propôs ações de Relações Públicas com a intenção de desmistificar o tema da doação, visando assim, aumentar as chances de sobrevivência dos portadores da leucemia, através do transplante.

Ações de Relações Públicas		
Nome da Ação	Proposta	Objetivo
<b>Folder Informativo</b>	Desenvolver um informativo que contempla informações sobre os tipos de leucemia, o diagnóstico, tipos de tratamento e a doação de medula óssea	Despertar o interesse, esclarecendo os principais tópicos e estimular a pessoa a buscar mais sobre o tema da leucemia e seus desdobramentos. Distribuição em nas escolas, hospitais e eventos populares de saúde.
<b>Manual Juntos contra a leucemia</b>	Manual que aborde as principais informações sobre: <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ O que é a leucemia;</li> <li>✓ O diagnóstico;</li> <li>✓ Doação de medula óssea;</li> <li>✓ Doadores compatíveis;</li> <li>✓ Doadores voluntários;</li> <li>✓ REDOME</li> <li>✓ Quem pode ser doador;</li> <li>✓ Procedimentos da doação;</li> <li>✓ Métodos de doação;</li> <li>✓ Comportamento dos doares;</li> <li>✓ Lei Pietro</li> </ul>	Informar clara e objetivamente sobre os procedimentos de cadastro de doadores voluntários, salientando a importância deste gesto na vida dos portadores da leucemia.
<b>Manual História em Quadrinhos</b>	Versão em quadrinho do manual Juntos Contra a Leucemia, para ser trabalhado com o público infantil.	Informar a população infantil a respeito do problema da leucemia e a doação de medula óssea.

<b>Grupo de Voluntários</b>	Formação de um grupo de voluntários formados por pessoas que se identificam com a luta contra a leucemia.	Grupo Estratégico para momentos de distribuição de material participará ativamente da Semana de Mobilização Nacional para Doação de Medula Óssea e será referenciada para as pessoas que precisam de auxílio ou que buscam informações sobre a doença.
<b>Ação e Divulgação da Semana de Mobilização Nacional</b>	Desenvolver campanha publicitária para divulgação da Semana de Mobilização Nacional para Doação de Medula Óssea, despertando nas pessoas o interesse em participar do evento.	Eventos pretendem despertar a atenção da população para o tema da leucemia, e a importância da doação de medula óssea. Centrais de esclarecimentos com profissionais da saúde, ONGs e o Grupo de Voluntários. Central de cadastro de doadores voluntários que funcione durante toda a Semana de Mobilização Nacional para Doação de Medula Óssea.
<b>Campanha Seja um Doador</b>	Desenvolver campanha sobre a doação voluntária de medula óssea nos veículos de comunicação.	Produção de peças como: camisetas, bonés, botões, banners, faixas, adesivos para carro, plotagem de veículos.
<b>Vídeo Educativo</b>	Criação de um vídeo que aborde as informações sobre a leucemia e sua principal forma de cura: o transplante de medula óssea	Disseminar um vídeo explicativo sobre a leucemia e o tratamento através de transplante de medula óssea, ressaltando o cadastramento voluntário em sites de postagem de vídeos e em sites de relacionamentos.
<b>Parcerias</b>	Veículos de comunicação para divulgação dos materiais produzidos	Materiais citados acima
	Governo do Estado	Apoio para realização de ações em locais públicos.
	Secretaria Estadual de Saúde	Estruturar a central de cadastro de doadores voluntários para atuar em eventos e na distribuição dos manuais
	Secretaria Estadual da Educação	Para distribuição do manual nas escolas estaduais;
	ONGs	Para recrutar pessoas para o Grupo de Voluntários.

A concretização da ação do “Manual Impresso”, primeira sugestão da lista de ações, de comunicação ocorreu no mesmo semestre de desenvolvimento do projeto pesquisa, na disciplina de Administração de Casos e Crises, ministrada pela Professora Dra. Souvenir Dornelles. No próximo tópico, narraremos a evolução desta ação.

## 4. 2 Administração de Casos e Crises

Concomitantemente ao Projeto Experimental de Pesquisa, outro trabalho acadêmico foi desenvolvido. Não possuía o mesmo porte e tampouco exigia o mesmo grau de dedicação como o de pesquisa, mas foi tão fundamental quanto, para a elaboração do Projeto Livre.

Neste mesmo semestre, o sétimo, na disciplina de Administração de Casos e Crises, foi preciso desenvolver um manual de livre tema. A proposta deste trabalho era colocar na prática, o que havia sido estudo ao longo do semestre.

O fato da livre escolha do tema contribuiu para que o grupo utilizasse essa atividade como complementação e interdisciplinarizar um trabalho desenvolvido. A proposta foi elaborar o manual impresso que compilou as informações necessárias sobre:

- ✓ A Leucemia
- ✓ Tratamento
- ✓ Doação de Medula
- ✓ Locais de Cadastro para Doador Voluntário de Medula Óssea em Porto Alegre.

A elaboração deste material foi crucial para o Projeto Livre, pois a partir deste trabalho desenvolvido criou-se um elo com Projeto de Experimental de Pesquisa, podendo assim manter o mesmo tema e obter um resultado concreto.

Acreditamos que a grande contribuição do “Manual do Doador Voluntário de Medula Óssea”<sup>6</sup> para o desenvolvimento do Projeto Livre, foi expor de maneira sucinta, porém completa, tudo que se relaciona a leucemia e seu tratamento de forma leve, sem chocar nem despertar sentimentos de pena e piedade, mas sim de que ser doador voluntário era um ato de solidariedade.

Além disso, o manual impresso auxiliou a colocação das informações em uma seqüência lógica e de fácil compreensão para um leigo.

---

<sup>6</sup> Ver ANEXO B

Com esse trabalho concluído e aprovado ela professora da disciplina, criava-se um contexto propício para dar continuidade ao manual e seqüência às ações sugeridas no projeto de pesquisa. E foi o que ocorreu, Essa evolução é narrada no próximo item deste capítulo.

### 4.3 Projeto Experimental Livre

A partir das conclusões do Projeto de Pesquisa e do manual da disciplina de Administração de Casos e Crises, o estudo propôs formas para diminuir a falta de informação da população, levando-a ao cadastro voluntário. No Projeto Experimental Livre, os mesmos pesquisadores tomaram a iniciativa de colocar em prática as ações de comunicação sugeridas no projeto anterior, visando informar e mobilizar a população de Porto Alegre a tornar-se doadora voluntária de medula óssea.

Para incentivar o cadastramento voluntário de doadores de medula óssea, a atividade de Relações Públicas pode utilizar canais de comunicação que levem à seus públicos informações de qualidade, gerando credibilidade e boa vontade na sociedade.

Neste projeto buscou-se informar a sociedade, principalmente a população de Porto Alegre, sobre a leucemia e a doação voluntária de medula óssea, através de um site. O Manual Eletrônico Doador Voluntário de Medula Óssea<sup>7</sup> foi o projeto desenvolvido nesta disciplina e encontra-se hospedado no endereço [www.leipietro.com/manual](http://www.leipietro.com/manual).

Este projeto possuiu o objetivo preciso de desmitificar a doação de medula óssea através de informações claras e objetivas com linguagem acessível aos internautas, divulgando em grande escala a doação de medula óssea, bem como suas características, procedimentos e locais de cadastro, além de informar sobre a Lei Pietro e o Registro Nacional de Doadores Voluntários de Medula Óssea, o REDOME.

O grande desafio era não produzir apenas um site e caracterizar como um projeto de website, mas sim elaborar uma ferramenta de comunicação capaz de

---

<sup>7</sup> Ver ANEXO E

atingir o público esperado e contribui para o aumento de informações a cerca da leucemia, tratamento e doação.

A pretensão deste projeto foi desenvolver um trabalho que não cessasse ao término da disciplina. Para isso era preciso encontrar um cliente que pudesse dar todo o suporte técnico e aparato para a manutenção desta nova ferramenta de comunicação. Como solução deste problema, foi o localizado o proprietário do domínio leipietro.com como cliente.

Para ter acesso hospedar o site no domínio leipietro.com, fez-se necessário ter como parceiro real para essa disciplina o gabinete do Deputado Beto Albuquerque. O trabalho foi desenvolvido juntamente com a equipe do político que trabalha com projetos sociais e em nada se envolveu com frentes políticas.<sup>8</sup>

Em parceria com o publicitário Thiago Mendez foi possível transformar o Manual Impresso do Doador Voluntário em um site Manual Eletrônico, abordando os mesmo conteúdos, porém em maior escala de informações. Enquanto no impresso foi pesquisado os locais de doação de Porto Alegre, a versão virtual aborda todos hemocentros do Brasil. Além disso, o Manual Eletrônico abre um canal de diálogo com o público que o acessa, através do “Fale Conosco”. Esse instrumento possibilita que os internautas sanem suas dúvidas com profissionais ou pessoas que entendem muito sobre o assunto.

Após finalizar essa etapa de criação do projeto, o grupo de alunos elaborou ações de divulgação em massa. Com a ajuda da publicitária Flávia Duarte Buckton desenvolveram um cartaz<sup>9</sup> que foi impresso e colocado nos murais da Faculdade de Comunicação da PUCRS, nas salas de aula, em alguns locais de trabalho dos integrantes do grupo. Utilizando a internet, foi encaminhado em forma de e-mail a toda rede de contato dos alunos. Além disso, os sites de relacionamento e o MSN serviram para contato mais imediatista na proposta de divulgação. Outra ação pontual de divulgação foi a adesivagem de carros cuja arte era o site [www.leipietro.com.br/manual](http://www.leipietro.com.br/manual). Por último e afim de que o projeto ultrapassasse, por fim, as fronteiras da faculdade, o grupo encaminhou para alguns canais de

---

<sup>8</sup> O Gabinete do Deputado Beto Albuquerque trabalha na disseminação do Projeto Lei Pietro. Essa lei instituiu uma Semana para mobilização nacional para doação de medula óssea.

<sup>9</sup> Ver ANEXO F

comunicação um release<sup>10</sup> e a ONG's e entidades relacionadas à causa<sup>11</sup>, apresentando o site e solicitando o engajamento na causa e divulgação do mesmo.

Com a divulgação do site, em larga escala, o projeto pretendeu colaborar expressivamente com o aumento do número de doadores voluntários de medula óssea. O número de acessos ao site foi acompanhado diariamente pelos membros do grupo através do Google Analytcs<sup>12</sup>.

Paralelamente a produção e divulgação do site, outra ação era almejada e articulada pelos alunos. Para dar mais visibilidade e concretizar a proposta-fim dos projetos, que é aumentar o número de doadores voluntário de medula óssea, negociamos com o HEMORGS para levar sua Unidade Móvel à PUCRS<sup>13</sup>. Foi um grande trabalho de negociação com a Universidade e com o Hemocentro, uma vez que a agenda dessa organização é altamente disputada e tem necessidade de agendamento prévio de, no mínimo, quatro meses.

Com sucesso foi possível fechar essa parceria, contudo era por apenas meio período, ou seja, teríamos a Unidade Móvel do HEMORGS na PUCRS, somente no turno da manhã, tendo suas atividades iniciadas às oito horas e finalizadas, pontualmente, às treze horas.

Em verdade, a negociação estendeu-se por aproximadamente dois meses, restando cerca de duas semanas para fazer a divulgação desta ação. Como era em um local específico a comunicação foi direta ao público-alvo, quer neste caso, a comunidade acadêmica e do Hospital da PUCRS e população que reside nas proximidades da Instituição.

Novamente com a ajuda da publicitária Flávia Duarte Buckton foi elaborado um cartaz de divulgação da visita da Unidade Móvel ao HEMORGS<sup>14</sup> e desta vez, espalhados por toda Universidade e inclusive no Hospital da PUCRS. Uma versão tamanho A4 foi colocada nas salas de aula, a fim de proporcionar maior impacto visual junto aos alunos da Famecos, uma vez que os murais nem sempre despertam o interesse de todos. Nessa ação, foi possível contar com a colaboração dos professores que divulgavam a presença da Unidade em todas as classes e nos portais eusoufamecos.com e rrponline.com.

---

<sup>10</sup> Ver ANEXO G

<sup>11</sup> Ver ANEXO H

<sup>12</sup> Google Analytcs é uma ferramenta do Google que permite identificar além da tradicional taxa de exibição e hit de uma página, localização geográfica do visitante, forma com a qual chegou à página.

<sup>13</sup> Ver ofícios de solicitação nos ANEXOS L e M

<sup>14</sup> Ver ANEXO N

Ainda para comunicar a comunidade acadêmica, os alunos utilizaram do e-flyer<sup>15</sup> da assessoria de comunicação da PUCRS que dispara e-mails para aproximadamente 30 mil cadastros e o informativo impresso PUCRS Notícias.

Para atingir a população e em especial a que reside ou trabalha nas proximidades do campus central da universidade, a ação de comunicação foi focada em jornais e rádio, através do envio de release a esses canais<sup>16</sup>.

Com todas as atividades de divulgação concluídas, restava aguardar o dia em que a Unidade Móvel estaria presente na PUCRS e conferir o resultado deste audacioso Projeto Experimental Livre.

No quarto capítulo deste trabalho, conheceremos os resultados obtidos dos projetos realizados.

---

<sup>15</sup> Ver ANEXO P

<sup>16</sup> Ver ANEXO O



## 5 Colhendo os Resultados

“As disciplinas de projeto são o coroamento do curso. É quando o aluno utiliza todos os conhecimentos anteriores para executar determinadas atividades, que são tarefas grandes. As disciplinas geralmente têm tarefas e trabalhos que são executados ao longo do semestre. O projeto é mais que um trabalho, é algo lógico. Ele tem que ter uma proposta e chegar ao fim dessa proposta, não sendo somente a proposta em si.” (Professora Dra. Claudia Moura – entrevista realizada em 09 de junho de 2010)

Parafraseando a professora Claudia Moura, a disciplina de projeto é o momento de o aluno presentear-se com um tema de seu interesse e fazer desse sua projeção ou posicionamento frente a um grupo de mestres que dentro de pequeno período passarão a ser colegas (mais experientes) de profissão. Uma vez bem realizada essa proposta do início ao fim, a “recompensa” virá, seja em forma de nota, proposta de emprego ou simplesmente, e não menos importante, o reconhecimento dos colegas, professores e faculdade.

Foi exatamente isso que aconteceu com o grupo de estudantes narrados nesta monografia. O fato dos alunos darem continuidade na abordagem do tema possibilitou não somente desenvolver a proposta de trabalho do início ao fim, mas sim, fazê-lo sair do papel e proporcionar diferentes visões que permitiram resultados concretos que repercutem até hoje.

Os resultados colhidos foram divididos em tópicos e não seguem uma ordem cronológica dos acontecimentos.

### Publicações

#### 1. Boletim de Psico-Oncologia<sup>17</sup>

Após finalização do projeto “Estudo sobre Doação de Medula Óssea em Porto Alegre e Região Metropolitana”, uma das integrantes do grupo, a aluna Carolina Faraco, apresentou-o a um profissional da área da saúde que contribuiu com materiais técnicos na elaboração da pesquisa bibliográfica. O trabalho despertou o interesse deste médico que mostrou a outros profissionais chegando às

---

<sup>17</sup> Ver ANEXO D

mãos da Sra. Rita de Cássia Macieira, presidente da sociedade brasileira de psic-oncologia.

Na ocasião, a psicóloga estava na cidade de Porto Alegre ministrando um curso sobre profissionais da psicologia que atuavam com pessoas com câncer. Neste contato, a Sra. Rita ficou positivamente surpresa com o resultado de uma pesquisa realizada por estudantes da área da comunicação e solicitou o material para publicação<sup>18</sup>.

Para a veiculação, foi elaborado um resumo sobre o projeto experimental de pesquisa que circulou na 4ª Edição do Boletim Eletrônico – SBPO nos meses de outubro, novembro e dezembro de 2009.

## 2. Portal eusoufamecos.com

Solicitado pelos professores, no Site eusoufamecos, está disponível os projetos:

- ✓ Estudo sobre doadores voluntário de Medula Óssea em Porto Alegre e Região Metropolitana,
- ✓ Manual Eletrônico do Doador Voluntário de Medula Óssea.

Está disponível, também o Manual Juntos contra Leucemia desenvolvido na disciplina de Administração de Casos e Crises.

### Concursos

Os trabalhos desenvolvidos “Estudos sobre Doação Voluntária de Medula Óssea em Porto Alegre e Região Metropolitana”, da disciplina de Projeto Experimental de Pesquisa e o “Manual do Doador Voluntário de Medula Óssea”, do Projeto Experimental Livre atingiram um nível de qualidade suficiente para serem indicados pelos professores da Famecos nas inscrições de concursos de nível nacional.

---

<sup>18</sup> A publicação na íntegra pode ser verificada na íntegra em <[http://www.sbpo.org.br/boletins\\_arquivos/medula\\_ossea.pdf](http://www.sbpo.org.br/boletins_arquivos/medula_ossea.pdf)>

## 1. Expocom<sup>19</sup>

A Expocom (Exposição de Pesquisa Experimental em Comunicação) é uma exposição e um prêmio destinado aos melhores trabalhos experimentais exclusivamente produzidos por alunos de graduação no âmbito dos cursos de Comunicação Social e suas habilitações.

O trabalho “Estudos sobre Doação Voluntária de Medula Óssea em Porto Alegre e Região Metropolitana” foi aceito pela comissão seletiva para competir na Categoria Pesquisa de Opinião

O projeto foi apresentado pela estudante Fabiana de Azevedo Fernandes, no dia 18 de maio, no Intercom Sul, na Faculdade Feevale.

## 2. Intercom Júnior<sup>20</sup>

Apesar de não aprovado para ingressar na categoria Produção Editorial e Transdisciplinar, do Expocom, o trabalho “Manual Eletrônico do Doador Voluntário de Medula Óssea” foi direcionado para o Intercom Júnior na categoria Relações Públicas e Comunicação Organizacional, e ofereceu a troca de conhecimentos com outros estudantes, de outras universidades e debate sobre o tema.

O Intercom Júnior é uma atividade científica que acontece durante o Intercom Sul e é destinada a estudantes de graduação. Os acadêmicos elaboram textos científicos com a orientação de professores. Quando o aluno participa de um evento como este, marca o início de uma atividade científica, o que é muito importante para a vida acadêmica. Participar também abre possibilidade de elaboração intelectual.

A apresentação deste projeto foi realizada pela aluna Patrícia Lima da Silva no dia 17 de maio de 2010, no Intercom Sul, na Faculdade Feevale em Novo Hamburgo.

---

<sup>19</sup> Ver ANEXO C

<sup>20</sup> Ver ANEXO C

### 3. ABRH SP

O Concurso Universitário de Monografias e Projetos Experimentais de Relações Públicas tem os objetivos de estimular o aprimoramento da formação acadêmica e incentivar os futuros profissionais de Relações Públicas a empregar, de forma eficiente, seus conhecimentos teóricos e práticos.

Os trabalhos foram indicados pela Professora Dra. Souvenir Maria G. Dornelles para concorrer nas categorias Ações Estratégicas de RP, subcategoria Pesquisa e Ações Estratégicas de RP, subcategoria Publicação Institucional.

Este concurso ainda está em andamento e até a presente data não foi manifestado informações sobre aceitação dos trabalhos.

#### Visibilidade na Faculdade e na Sociedade

O Desenvolvimento do site [www.leipietro.com.br/manual/](http://www.leipietro.com.br/manual/) creditou aos alunos uma expressiva visibilidade de seus trabalhos não somente na faculdade como na sociedade, porque o trabalho aborda um tema social. Esse destaque pode ser melhor mensurado através do Projeto Experimental Livre, pois esse trabalho permitia uma interface mais com a população por deixar de ser mais teórico e sim prático.

Para exemplificar essa visibilidade foram mapeadas algumas formas de mensuração:

#### 1ª Ranking na busca do Google por “Manual do Doador”<sup>21</sup>

Na primeira semana de site no ar o Manual do Doador Voluntário se encontrava em terceiro lugar no ranking do Google. Após divulgação e na última semana de acompanhamento para descrição no trabalho, o site estava em primeiro lugar no ranking.

---

<sup>21</sup> Ver ANEXO J

## 2º Número de Visualizações do Site<sup>22</sup>

Na primeira semana de site no ar o Manual do Doador Voluntário foram registradas 152 visualizações no Brasil, Canadá, Reino Unido e Estados Unidos. Última semana foram contabilizadas 603 visualizações incluindo além dos países já citados acima, Uruguai, Colômbia, Portugal, Espanha e Itália.

## 3º Clipping de divulgação dos Projetos<sup>23</sup>

Foi possível contabilizar um total 10 sites que fizeram referência aos trabalhos de forma espontânea. Para informar a presença da Unidade Móvel na PUCRS, o Jornal do Comércio inseriu uma nota na Coluna do Daniello Ucha e notícia foi veiculada na Rádio Gaúcha.

## Balanco Social

O balanço social é um demonstrativo publicado anualmente pela empresa reunindo um conjunto de informações sobre os projetos, benefícios e ações sociais dirigidas aos empregados, investidores, analistas de mercado, acionistas e à comunidade. É também um instrumento estratégico para avaliar e multiplicar o exercício da responsabilidade social corporativa.

No balanço social a empresa mostra o que faz por seus profissionais, dependentes, colaboradores e comunidade, dando transparência às atividades que buscam melhorar a qualidade de vida para todos. Ou seja, sua função principal é tornar pública a responsabilidade social empresarial, construindo maiores vínculos entre a empresa, a sociedade e o meio ambiente.

Segundo informações da Professora Souvenir Dornelles, dentre os colaboradores responsáveis pela elaboração do balanço social da PUCRS, está sendo avaliada a possibilidade de incluir os resultados do Projeto Livre neste documento.

---

<sup>22</sup> Ver ANEXOS I e J

<sup>23</sup> Ver ANEXOS Q e R

## Responsabilidade Social

Trabalhar com o foco em um objeto de interesse social foi desafiador. Precisou-se explorar a criatividade e adaptar alguns conceitos para a implementação das ações de relações públicas, já que o cliente é um organismo político – Gabinete do Deputado Beto Albuquerque - e de modelo organizacional diferente de uma empresa privada ou de terceiro setor, gerando certa dificuldade em descrever e apresentar a estrutura.

Foi gratificante, ao final do trabalho, ver os resultados alcançados a Unidade Móvel do HEMORGS registrou 136 cadastros no período de realização da ação. Em função do horário estabelecido pelo HEMORGS, o evento foi encerrado pontualmente às 13h e, em função disso, algumas pessoas não foram atendidas, estima-se que em torno de 20 pessoas compareceram ao local do evento, mas deixaram de ser atendidas.<sup>24</sup>

Consideramos, com esse resultado que este projeto foi além do cumprimento das obrigações de alunos formandos, pois houve envolvimento com uma causa de interesse público e as dimensões atingidas transpassaram as fronteiras da faculdade. Pessoas serão beneficiadas. E o maior desejo deste projeto quem sabe será atingido: desmitificar a doação de medula óssea.

---

<sup>24</sup> Verificar fotos da ação no ANEXO S

## 6 Considerações Finais

A faculdade é um grande laboratório que nos permite experimentar diversas combinações, fazer inúmeras conexões entre disciplinas, conteúdos e teorias. Nesse espaço é permitido criar e, por vezes ousar, mas sempre buscando apresentar trabalhos que conciliem o conteúdo aprendido com a prática da atividade de Relações Públicas.

Na acertativa da Professora Dra. Claudia Moura, as disciplinas de projeto são a coroação do aluno, o qual é possível “brincar” de ser profissional, com responsabilidade, mas sem a cobrança da contratação.

Neste momento os estudantes são levados a explorar todo seu conhecimento e descobrir onde efetivamente, tem mais prazer no desenvolvimento da atividade. Isso é possível porque em quatro disciplinas de projetos, cada uma com um enfoque - pesquisa, empresarial, livre e comunitário -, é possível explorar todas as interfaces: assessoria, pesquisa, planejamento, coordenação, implantação,...

Neste trabalho de conclusão de curso, buscou-se resgatar a evolução de um grande projeto que unificou as disciplinas de Projeto Experimental de Pesquisa, Administração de Casos e Crises e Projeto Experimental Livre, uma vez que manteve em todas elas o mesmo tema: doação voluntária de medula óssea.e a leucemia.

Com este propósito evidenciado, os alunos acreditam que conseguiram obter êxito nos trabalhos acima citados, pois na evolução deles, atuaram como profissionais de Relações Públicas utilizando as ferramentas de comunicação, relacionando públicos de interesse e articularam junto às instituições citadas nos projetos. De resultado concreto e que ultrapassou as fronteiras da faculdade: 136 cadastros de doadores voluntários no Registro Nacional de Doadores Voluntários de Medula Óssea (REDOME).

Concretizado esse projeto, é possível concluir e afirmar que um trabalho acadêmico pode transpassar os limites da universidade e mais que isso, transformar-se em um plano de trabalho no mercado.

Interdisciplinaridade. Essa é a palavra chave que falta para que as propostas das disciplinas e em especial as de projeto experimental sejam elaboradas e concluídas com ações efetivas.

A principal característica de uma atitude interdisciplinar é a busca pelo conhecimento como um todo e corresponde à necessidade de superar uma visão fragmentada de aprendizagem, produzindo coerência e seqüência nesses fragmentos. Quando utilizada, a interdisciplinaridade permite uma reflexão aprofundada, crítica e salutar.

Para o exercício pleno das relações públicas é imprescindível o conhecimento e aporte de muitas disciplinas fundamentais e essa proposta de interdisciplinaridade, possibilita um conhecimento mais global, facilitando na adaptação das inevitáveis movimentações de mercado.

Desde que entramos neste universo de conhecimento que é o ambiente da faculdade, estamos sendo avaliados pelos nossos professores em todas as instâncias. E se engana quem pensa que esta ponderação se resume as notas de trabalho. A avaliação vai muito além das aulas; ela está no envolvimento do aluno nos trabalhos, no comprometimento com os colegas, principalmente com seu próprio crescimento acadêmico e capacidade de relacionar o aprendizado com os acontecimentos e trabalhos cotidianos.

Prova disto é que seguidamente o mercado recorre a estes mestres para pinçar estudantes com perfis exemplares e que certamente serão bons profissionais. Sendo assim, o desenvolvimento de um trabalho acadêmico e a postura do aluno pode sim, ser uma ferramenta de alavancagem profissional e destaque na faculdade.

Na entrevista realizada com a professora Claudia Moura, foi salientada a importância do aluno no desenvolvimento das atividades acadêmicas. A professora ressaltou que é possível já no primeiro ano de faculdade, mapear os alunos que realmente são comprometidos e que certamente terão um futuro promissor, daqueles que literalmente estão lá para cumprir disciplinas.

Ainda conforme a professora, nos projetos os alunos podem galgar os primeiros degraus para seu posicionamento no mercado. Essa opinião foi de senso comum entre os professores entrevistados para esta monografia.

Conforme a professora Marisa, a elaboração de um projeto implica diretamente na opinião que o mercado tem da atividade de Relações Públicas. Os



trabalhos quando bem elaborados geram benefícios reais para organização, destacando a importância da atividade e despertando o interesse dos empresários em contar com profissionais de RP em suas empresas.

As disciplinas de projetos é a fase mais enriquecedora na formação acadêmica, pois é quando se compreende efetivamente tudo o que foi ensinado e sugerido e tem objetivo e cliente real. A autonomia de escolha *versus* ansiedade para praticar, um dilema que aflinge muitos estudantes do curso, mas que no momento em que lhes é permitido criar, muitas opções e boas sugestões são apresentadas. Basta apenas envolvimento, comprometimento e responsabilidade dos alunos em contribuir para seu próprio crescimento e fazer suas propostas saírem do papel e porque não, transpassarem as fronteiras da Universidade?

## Referências Bibliográficas

ANDRADE, Candido Teobaldo de Souza. **Curso de Relações Públicas**, São Paulo, Atlas, 1994 – 152p.

\_\_\_\_\_. Candido Teobaldo de Souza. **Jornal: O Público, órgão informativo da Associação Brasileira de Relações Públicas** – Seção Estadual de São Paulo, em agosto/setembro de 1985 – 4p.

\_\_\_\_\_. Candido Teobaldo de Souza. **Para entender as Relações Públicas**. – São Paulo, Loyola, 2005 – 175p.

CESCA, Cleusa G. Gimenes. (org). **Relações públicas e suas interfaces**. São Paulo: Summus, 2006

DORNELLES, Souvenir Maria Graczyk. (Org). **Relações Públicas: quem sabe faz e explica**. – Porto Alegre: EDIPUCRS, 2007 – 171p.

\_\_\_\_\_. Souvenir Maria Graczyk. **O Espaço das Relações Públicas no trabalho de integração entre os Laboratórios Experimentais de Comunicação** – Porto Alegre PUCRS, 2004.

FARIAS Luiz Alberto. **A Literatura de Relações Públicas: produção, consumo e perspectivas**, São Paulo, Summus, 2004 – 166p.

FORTES, Waldyr G. **Relações públicas: processos, funções, tecnologia e estratégias**. 2a. ed. revista e ampliada. São Paulo: Summus, 2003.

GIL, Antonio Carlos. **Técnicas de pesquisa em economia e elaboração de monografias**. 4. Ed. São Paulo: Atlas, 2002 – 221p.

GRUNIG James. **Excellence in public relations and communication management**. Hillsdale: Erlbaum Associates, 1992 – 680p.

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

\_\_\_\_\_. , Margarida Maria Krohling. (Org). **Obtendo resultados com relações públicas: como utilizar adequadamente as relações públicas em benefício das organizações e da sociedade em geral**. São Paulo, Thompson, 2006 – 275p.

\_\_\_\_\_. **Comunicação integrada nas organizações modernas: avanços e perspectivas no Brasil**. N: Comunicação para o mercado, instituições, mercado, publicidade. São Paulo: EDICON, 1995.

LA ROSA, Jorge. (Org). **Psicologia e Educação: O significado do aprender**. 9 Ed. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2006.

LESLEY, Philip. **Os fundamentos de relações públicas e da comunicação**. São Paulo: Pioneira, 1995.

MOURA, Cláudia Peixoto de. **O curso de comunicação social no Brasil: do currículo mínimo às novas diretrizes curriculares**. EDIPUCRS: Porto Alegre, 2002.

\_\_\_\_\_. Cláudia Peixoto de (Org.). **[História das relações públicas : fragmentos da memória de uma área [recurso eletrônico]**. Porto Alegre : EDIPUCRS, 2008.

OLIVEIRA, José Arimatés de. **A Universidade e a formação para a qualidade de vida**. Da Vici. Textos Acadêmicos. Natal : UFRN/Diário de Natal, 28 de abril de 2001, p.3

PERUZZO, Círcia Maria Krohling. **Relações públicas no modo de produção capitalista**. São Paulo, Summus, 1986 – 141p.

SIMÕES, Roberto Porto. **Relações públicas e micropolítica**. São Paulo: Summus, 2001.

\_\_\_\_\_. **Relações públicas: função política.** 5. Ed. rev. ampl. São Paulo: Summus, 1995.

\_\_\_\_\_. **Informações, inteligência e utopia: Contribuição à Teoria de Relações Públicas.** São Paulo: Summus, 2006.

SOUSA, Jorge Pedro. **Planificando a comunicação em relações públicas.** Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2004.

WEY, Hebe. **O processo de Relações Públicas.** São Paulo: Summus, 1993.

Sites Consultados:

ANTUNES, Marco Antônio. **Teoria e Conceitos de Relações Públicas.** Disponível em: <>[www.portal-rp.com.br/bibliotecavirtual](http://www.portal-rp.com.br/bibliotecavirtual)> Lisboa, Portugal. Acessado em: 05 mar. 2010.

AZEVEDO, Valdemarina Bidone **Relações Públicas e Inteligência Profissional: a complexidade interdisciplinar viva.** Disponível em: <>[www.eca.usp.br/alaic/boletin11/cintia.htm](http://www.eca.usp.br/alaic/boletin11/cintia.htm)> São Paulo, São Paulo. Acessado em: 24 abr. 2010.

KUNSCH, Margaria Kunsch. **Teoria e Conceitos de Relações Públicas.** Disponível em: <>[www.portal-rp.com.br/bibliotecavirtual](http://www.portal-rp.com.br/bibliotecavirtual)> São Paulo, São Paulo. Acessado em: 05 mar. 2010.

NUNES, Daltro José. **A função social das instituições de Ensino Superior.** Disponível em: <>[www.universia.com.br/docente](http://www.universia.com.br/docente)> Acessado em: 23 abr. 2010.

SIMAS, Rutelena de Lacerda. **Estudo da atividade de relações públicas em instituições de ensino superior brasileiras.** Disponível em: <>[www.latec.uff.br/bt/V2008/numero1/PDF/BT088\\_2007.pdf](http://www.latec.uff.br/bt/V2008/numero1/PDF/BT088_2007.pdf)> Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil. Acessado em: 10 mai. 2010.

SIMÕES, Roberto Porto. **Teoria e Conceitos de Relações Públicas**. Disponível em: <>[www.portal-rp.com.br/bibliotecavirtual](http://www.portal-rp.com.br/bibliotecavirtual)> Porto Alegre, Brasil. Acessado em: 05 mar. 2010.

CONFERP

[www.conferp.org.br](http://www.conferp.org.br)

CONRERP

[www.conrerprssc.org.br](http://www.conrerprssc.org.br)

CONRERP 2ª REGIÃO

[www.conrerp2.org.br](http://www.conrerp2.org.br)

## **Anexos**

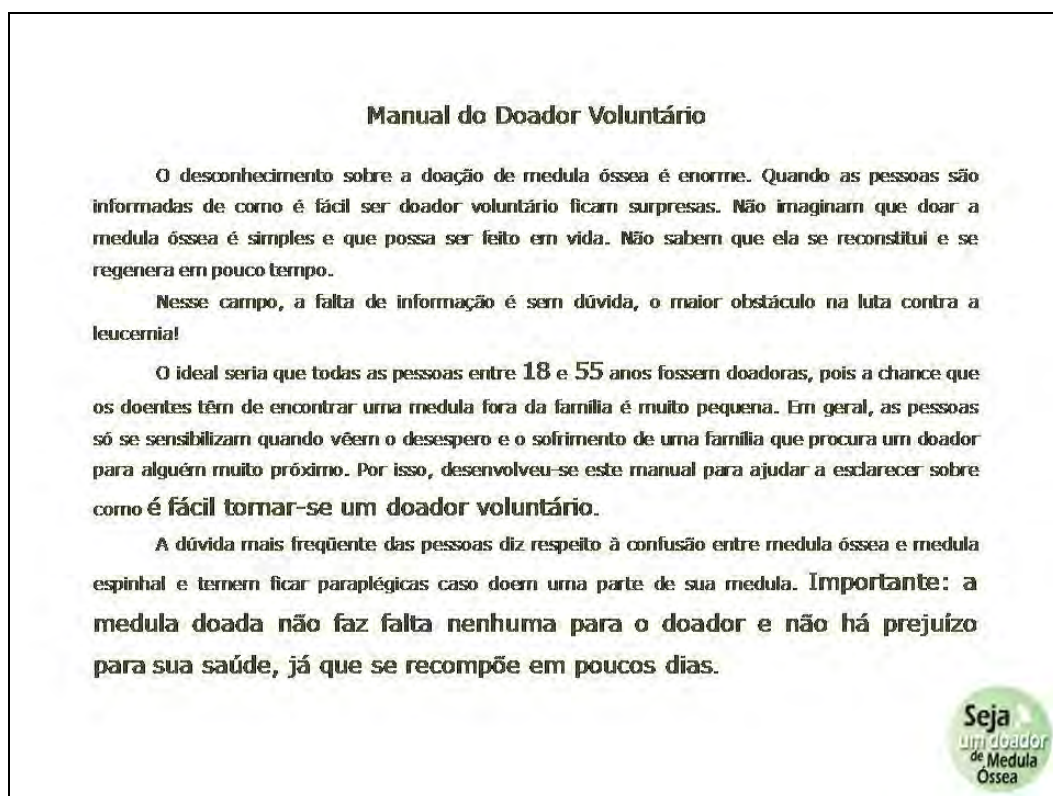
ANEXO A - Grade Curricular do Curso de Relações Públicas da Faculdade de  
Comunicação Social da PUCRS

<b>Disciplinas - I Nível</b>
Português Aplicado à Comunicação I
Estética e História da Arte
Introdução à Metodologia da Pesquisa em Comunicação
História da Comunicação
Introdução à Publicidade e Propaganda
Introdução ao Jornalismo
Introdução às Relações Públicas
Teorias das Relações Públicas
Comunicação Digital Corporativa
Responsabilidade Social nas Organizações
Relações Públicas e Comunicação Interna
<b>Disciplinas - II Nível</b>
Português Aplicado à Comunicação II
Comunicação Comunitária
Comunicação, Cultura e Realidade Brasileira
Estatística Aplicada às Relações Públicas
Relações Públicas nas Organizações
Teorias de Opinião Pública
Relações Públicas na Área Pública e Terceiro Setor
<b>Disciplinas - III Nível</b>
Ética e Cidadania
Sociologia da Comunicação
Teorias da Comunicação I
Pesquisa Aplicada em Relações Públicas I
Processos e Programas em Relações Públicas
Comunicação Organizacional
Produção de Mídia Impressa e Digital em Relações Públicas
Disciplina Eletiva
<b>Disciplinas - Nível IV</b>
Teorias da Comunicação II
Teorias de Públicos
Estudos da Informação
Pesquisa Aplicada em Relações Públicas II
Estudos Multimídia para as Relações Públicas
Redação em Relações Públicas
Teorias Políticas
Marketing Político e Eleitoral
<b>Disciplinas - Nível V</b>
Humanismo e Cultura Religiosa
Planejamento em Relações Públicas I
Estágio Interno
Negociação

Planejamento e Produção de Eventos
Economias e Finanças Aplicadas às Relações Públicas
<b>Disciplinas - Nível VI</b>
Metodologia de Pesquisa em Comunicação
Produção Cultural e Gestão de Projetos
Assessoria de Comunicação
Relações Públicas Internacionais
Empreendedorismo nas Relações Públicas
Planejamento em Relações Públicas II
Comunicação Interpessoal e Relações Públicas
<b>Disciplinas - Nível VII</b>
Relações Públicas e Marketing
Administração de Casos e Crises
Projeto Experimental de Pesquisa
Comunicação Mercadológica
Cerimonial e Protocolo
Monografia I
<b>Disciplinas - Nível VIII</b>
Projeto Experimental Comunitário
Projeto Experimental Livre
Projeto Experimental Empresarial
Ética e Direito em Relações Públicas
Crítica da Mídia
Monografia II
Atividades Complementares



## ANEXO B – Manual impresso do Doador Voluntário de Medula Óssea



### O que é leucemia?

- ❑ É uma doença que atinge o sistema sangüíneo e tem origem na medula óssea.
- ❑ A medula é responsável pela produção das células sangüíneas.

### Como é feito o Diagnóstico?

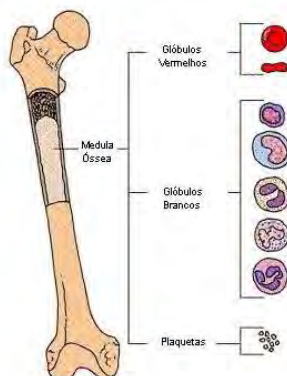
- ❑ A leucemia é detectada através de um exame de sangue rotineiro.
- ❑ Em geral, a pessoa não sente nada, faz um check-up ou um exame de sangue por qualquer motivo e constata alterações significativas na contagem das células do sangue.

### Quais os tipos de tratamento?

- ❑ O tratamento varia de acordo com o tipo de leucemia, no entanto, o mais indicado é o transplante de medula óssea.



### O que é Medula Óssea?



❑ É um tecido líquido que ocupa o interior dos ossos (popularmente conhecido como tutano do osso), responsável por produzir os componentes do sangue, ou seja, os glóbulos vermelhos e brancos e as plaquetas.

- Os glóbulos vermelhos são responsáveis pelas trocas gasosas entre o pulmão e todo o nosso corpo, enquanto os glóbulos brancos são os principais agentes do sistema de defesa do corpo. As plaquetas compõem o sistema de coagulação do sangue.





### Como encontrar doadores compatíveis?

- ❑ A maior possibilidade de encontrar-se um doador está entre os irmãos;
- ❑ Os pais do paciente não são compatíveis, já que o pai passa metade da herança genética e a mãe outra metade;
- ❑ Os pacientes que não encontram doadores compatíveis entre seus familiares têm de recorrer aos registros de doadores voluntários;
- ❑ Doadores voluntários são pessoas que se dispõem a doar uma pequena parte de sua medula óssea para qualquer paciente que necessite de um transplante desde que seja compatível com ele.



### REDOME você já ouviu falar?

- ❑ O Registro Brasileiro de Doadores de Medula Óssea – REDOME – é um banco de dados criado para reunir as informações (nome, endereço, características genéticas...) de pessoas que se dispõem a doar uma pequena quantidade do líquido de sua medula para transplante.;
- ❑ No caso de não haver um doador aparentado busca-se no REDOME, a partir das informações do receptor, um doador cadastrado compatível com ele e, se encontrado, articula-se a doação.





## Quem pode tornar-se doador voluntário de medula óssea?



- Você precisa ter entre 18 e 55 anos de idade e estar em bom estado de saúde na hora do cadastro;
- Não importa se você já tem ou teve hepatite e diabetes, apresenta pressão alta, possui tatuagens ou no caso das mulheres, estar grávida;
- Apenas pessoas com câncer ou AIDS não podem ser doadores.



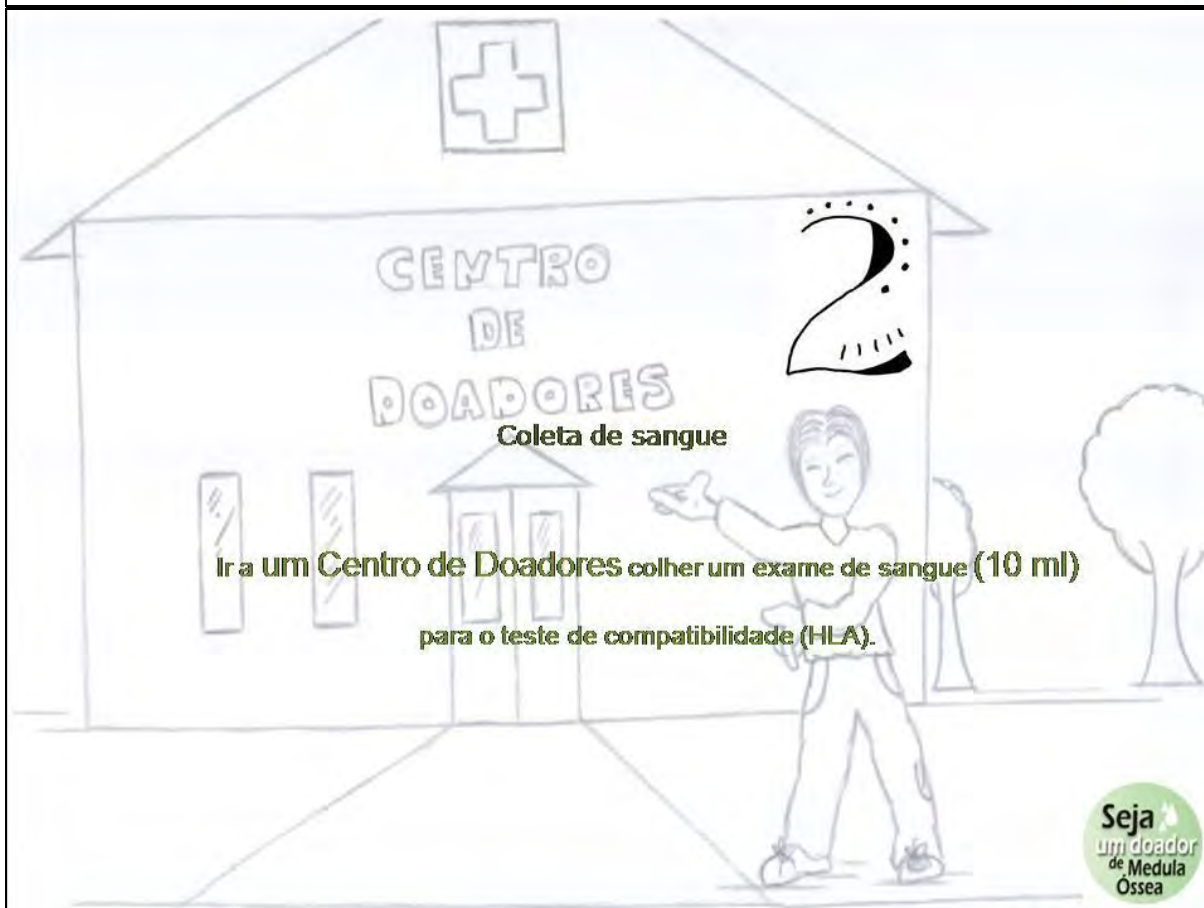
## Passo a passo para doação



# 1

## Requisitos

Você precisa ter entre 18 e 55 anos de idade e estar em bom estado de saúde.



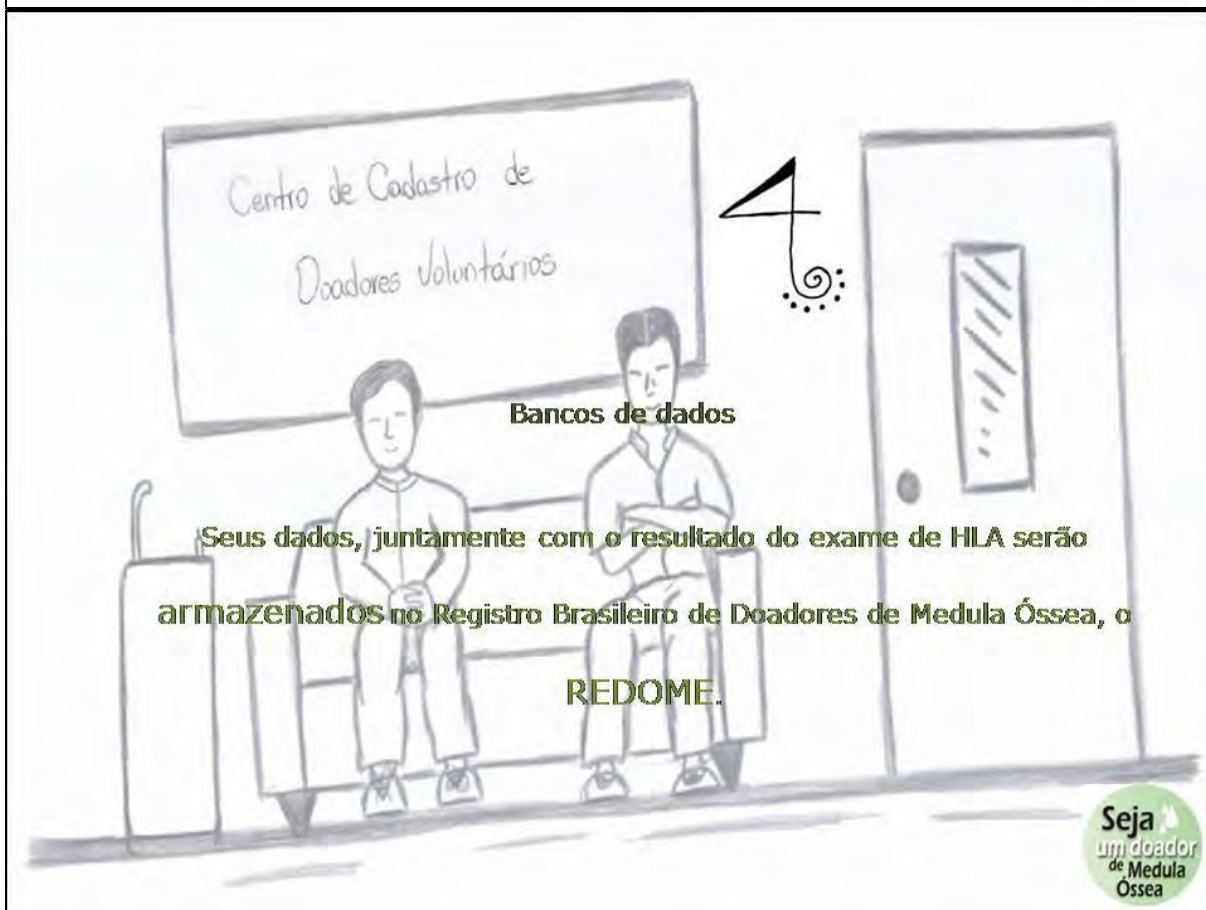
Ir a um Centro de Doadores colher um exame de sangue (10 ml) para o teste de compatibilidade (HLA).



3

### Identificação

Fornecer sua identificação e endereço.





### Compatibilidade

Quando aparecer um paciente, sua compatibilidade será verificada.



### Testes sanguíneos

Se você for compatível com o paciente, outros exames de sangue serão necessários para garantir a segurança do doador e do paciente que vai receber a medula.





### Momento da Doação

Você será avaliado por um médico clínico e receberá mais informações, todas as suas dúvidas serão esclarecidas antes da doação.





## Sobre a doação

Se você for doar:

Não corre **nenhum** risco;

A doação é feita em **vida**;

Assim como o sangue, a medula se **recompõe completamente**;

Na verdade, a medula doada não faz falta nenhuma para o doador e não há prejuízo para sua saúde, já que se recompõe em até **15 dias**.

**Não tenho medo, tenha orgulho!**



### Onde encontrar os centros de cadastro em Porto Alegre?

Unidade	Horário	Endereço	Telefone
Hospital de Clínicas	De segunda a sexta-feira, das 8 às 17h, e sábado, das 8 às 12h	Rua São Manuel, 543	2101.8000
Hospital Dom Vicente Scherer Complexo Santa Casa	De segunda à sexta-feira, das 8h às 12h e das 14h às 16h	Av. Independência, 155	3214.8600
Sanatório Partenon	De segunda à quinta-feira, das 8h às 16h.	Av. Bento Gonçalves, 3722	3336.2842



### Realização

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul  
Faculdade de Comunicação Social

Alunos do curso de Relações Públicas, na disciplina Administração de Casos e Crises

Fabiana Fernandes

Fabio Campos

Fernanda Guimarães

Luana Martins

Patricia Lima da Silva

Ricardo Dytz

Professora Dra. Souvenir Dornelles

Porto Alegre  
Junho/2009



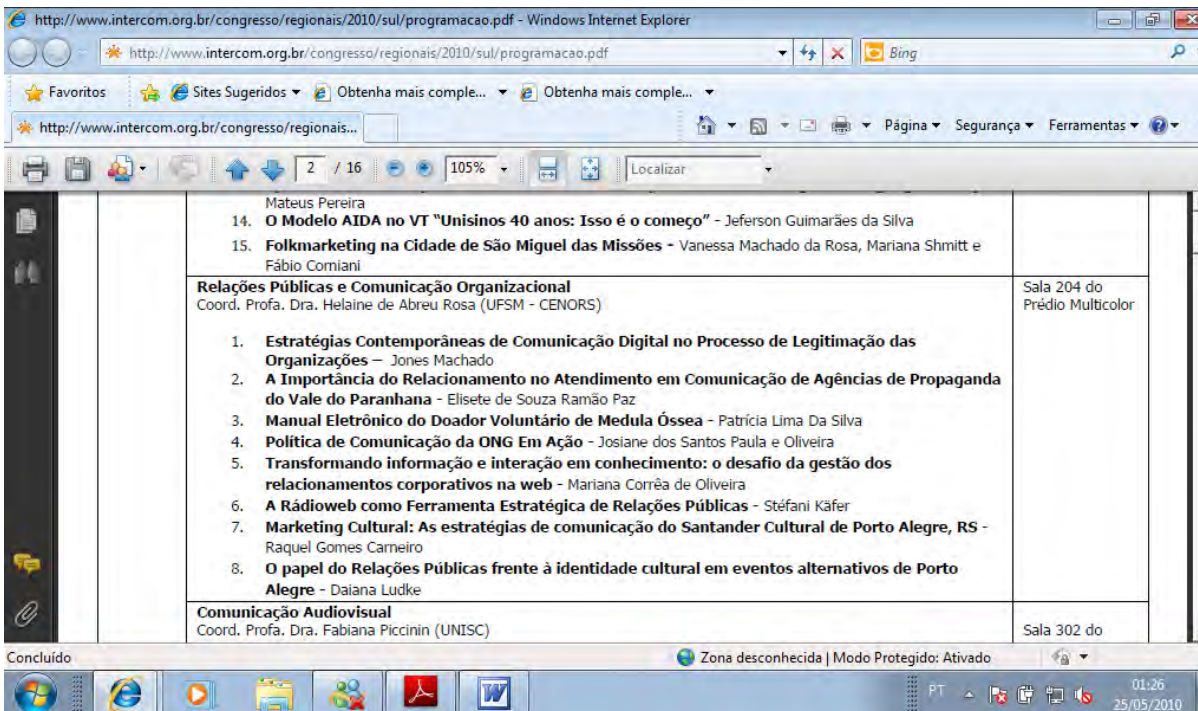
## ANEXO C – INTERCOM SUL

## Projeto Experimental de Pesquisa – Intercom Sul - Expocom



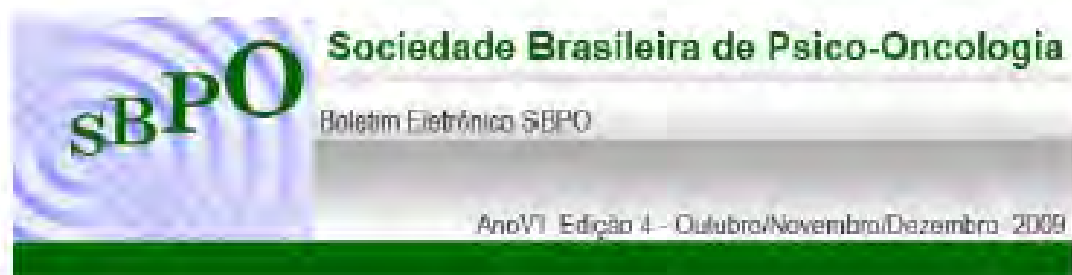
RP 01 – Agência Júnior de Relações Públicas		
Nome do trabalho	Instituição	Nome do aluno líder
Projeto Livro Vivo	Universidade Federal do Rio Grande do Sul	Daniel Ferreira Sarti
RP 02 – Pesquisa de Opinião		
Nome do trabalho	Instituição	Nome do aluno líder
O Perfil do Mercado GLS na Serra Catarinense	Faculdades Integradas Facvest	Robson Thiago Ferreira
Pesquisa de Opinião no Banco de Sangue de Caxias do Sul	Universidade de Caxias do Sul	Francesca Kosma Marcilio
Perfil e as Opiniões dos Alunos de RP	Universidade Feevale	Aline Ramos Barros Shimoda
Pesquisa de Opinião Pública: Mapeamento Estratégico de Questões Sociais na Cidade de Londrina/PR	Universidade Estadual de Londrina	Lucas Crivelari Fortes
Estudo sobre Doação Voluntária de Medula Óssea em Porto Alegre e Região Metropolitana	Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul	Fabiana de Azevedo Fernandes

## Projeto Experimental Livre – Intercom Sul – Intercom Júnior



<p>Mateus Pereira</p> <p>14. <b>O Modelo AIDA no VT "Unisinos 40 anos: Isso é o começo"</b> - Jeferson Guimarães da Silva</p> <p>15. <b>Folkmarketing na Cidade de São Miguel das Missões</b> - Vanessa Machado da Rosa, Mariana Shmitt e Fábio Comiani</p>	
<p><b>Relações Públicas e Comunicação Organizacional</b> Coord. Profa. Dra. Helaine de Abreu Rosa (UFSM - CENORS)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>Estratégias Contemporâneas de Comunicação Digital no Processo de Legitimação das Organizações</b> – Jones Machado</li> <li><b>A Importância do Relacionamento no Atendimento em Comunicação de Agências de Propaganda do Vale do Paranhana</b> - Elisete de Souza Ramão Paz</li> <li><b>Manual Eletrônico do Doador Voluntário de Medula Óssea</b> - Patrícia Lima Da Silva</li> <li><b>Política de Comunicação da ONG Em Ação</b> - Josiane dos Santos Paula e Oliveira</li> <li><b>Transformando informação e interação em conhecimento: o desafio da gestão dos relacionamentos corporativos na web</b> - Mariana Corrêa de Oliveira</li> <li><b>A Radioweb como Ferramenta Estratégica de Relações Públicas</b> - Stéfani Käfer</li> <li><b>Marketing Cultural: As estratégias de comunicação do Santander Cultural de Porto Alegre, RS</b> - Raquel Gomes Carneiro</li> <li><b>O papel do Relações Públicas frente à identidade cultural em eventos alternativos de Porto Alegre</b> - Daiana Ludke</li> </ol>	Sala 204 do Prédio Multicolor
<p><b>Comunicação Audiovisual</b> Coord. Profa. Dra. Fabiana Piccinin (UNISC)</p>	Sala 302 do

## ANEXO D – Publicação Boletim SBPO



**ESTUDO SOBRE DOAÇÃO VOLUNTÁRIA DE MEDULA ÓSSEA  
EM PORTO ALEGRE E REGIÃO METROPOLITANA**

**Equipe<sup>1</sup>: Aline Camargo; Carolina Faraco; Fabiana Fernandes; Fernanda Guimarães;  
Liliane Silva; Luclane Aragon; Patricia Lima da Silva; Ricardo Dytz**

O presente estudo enfoca a leucemia - câncer no sangue, a doação de medula óssea - principal tratamento para a doença, e o cadastramento voluntário de doadores, tema escolhido pela equipe de alunos devido ao seu interesse em abordar informações relevantes sobre o assunto no desenvolvimento de uma pesquisa de opinião. Conforme dados do Instituto Nacional do Câncer - INCA, a estimativa para o ano de 2008 era de 810 novos casos da doença no Rio Grande do Sul, sendo 130 localizados na capital (<http://www.inca.gov.br/estimativa/2008>). Uma das alternativas de cura para a leucemia é o transplante de medula óssea que, de acordo com os dados do Registro Nacional de Doadores de Medula Óssea - REDOME, conta com mais de 980 mil doadores cadastrados no Brasil ([http://www.inca.gov.br/conteudo\\_view.asp?ID=677](http://www.inca.gov.br/conteudo_view.asp?ID=677)). Apesar do número parecer expressivo, quando comparado com a totalidade da população brasileira não chega a ser suficiente para que o paciente encontre facilmente um doador compatível. Ao considerar estes aspectos, a investigação foi elaborada tendo como principal objetivo a mensuração do grau de conhecimento da população de Porto Alegre e Região Metropolitana a respeito da doação voluntária de medula óssea e a disposição das pessoas em cadastrarem-se como doadores voluntários.

As questões norteadoras da pesquisa foram: Qual o nível de conhecimento da população de Porto Alegre e Região Metropolitana a respeito da doação de medula óssea? Qual sua disposição em cadastrar-se como um doador voluntário? Diante destas questões, os objetivos a serem alcançados foram divididos em dois níveis: um qualitativo, que visava esclarecer o papel da doação de medula óssea no combate a doença, mediante contato com profissionais da área da saúde; e outro quantitativo, para medir o nível de conhecimento da população de Porto Alegre e Região Metropolitana a respeito da doação de medula óssea, o grau de concordância do entrevistado em tomar-se um doador e seu posicionamento em relação a condição de doador de medula óssea quando envolve ou não relações afetivas. Para atingir tais objetivos foram utilizadas técnicas de pesquisa qualitativa, como observação participante, pesquisa documental, pesquisa bibliográfica e entrevista despadronizada, adotadas no levantamento de informações a respeito da leucemia e dos procedimentos necessários a doação de medula óssea. Na investigação quantitativa foi usada a técnica de entrevista padronizada, que possibilitou a coleta de dados junto a 160 pessoas de Porto Alegre e Região Metropolitana, sendo 80 indivíduos do sexo masculino e 80 do sexo feminino, com idades entre 18 e 55 anos.

<sup>1</sup> Estudantes de graduação matriculados na disciplina curricular denominada Projeto Experimental de Pesquisa, turma 249, sob orientação da profa. Dra. Cláudia Felixoto de Moura, no período letivo referente ao primeiro semestre de 2009, do Curso de Comunicação Social - habilitação em Relações Públicas, da Faculdade de Comunicação Social, da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul - FAMECOS/PUCRS.



## ANEXO E – Imagens do site do Manual Eletrônico do Doador de Medula Óssea

### Capa do site



### Sobre o manual



## Centros de Cadastro

**MANUAL DO DOADOR DE MEDULA ÓSSEA**

**Centros de Cadastro** [Imprimir esta página](#)

**Região Centro-Oeste**

Estado	Cidade	Unidade	Endereço	Telefone
Distrito Federal	Brasília	Fundação Hemocentro de Brasília	Hospital Base- SMHN Quadra 101- Bloco A - Mezanino	(61) 3325-5055
Goiás	Goianá	Centro de Hemoterapia e Hematologia	Av. Anhanguera, 5195 Setor Coimbra	(62) 3291-5020 3291-5320, 32335803
Mato Grosso	Cuiabá	HEMOMAT Centro de Hemoterapia e Hematologia	Rua 13 de Junho, nº1055	(65) 3321-4578

Done Internet 100%

## Fale conosco

**MANUAL DO DOADOR DE MEDULA ÓSSEA**

**Fale Conosco** [Imprimir esta página](#)

Para sugestões ou novas informações entre em contato conosco através do formulário eletrônico abaixo:

Nome:

E-mail:

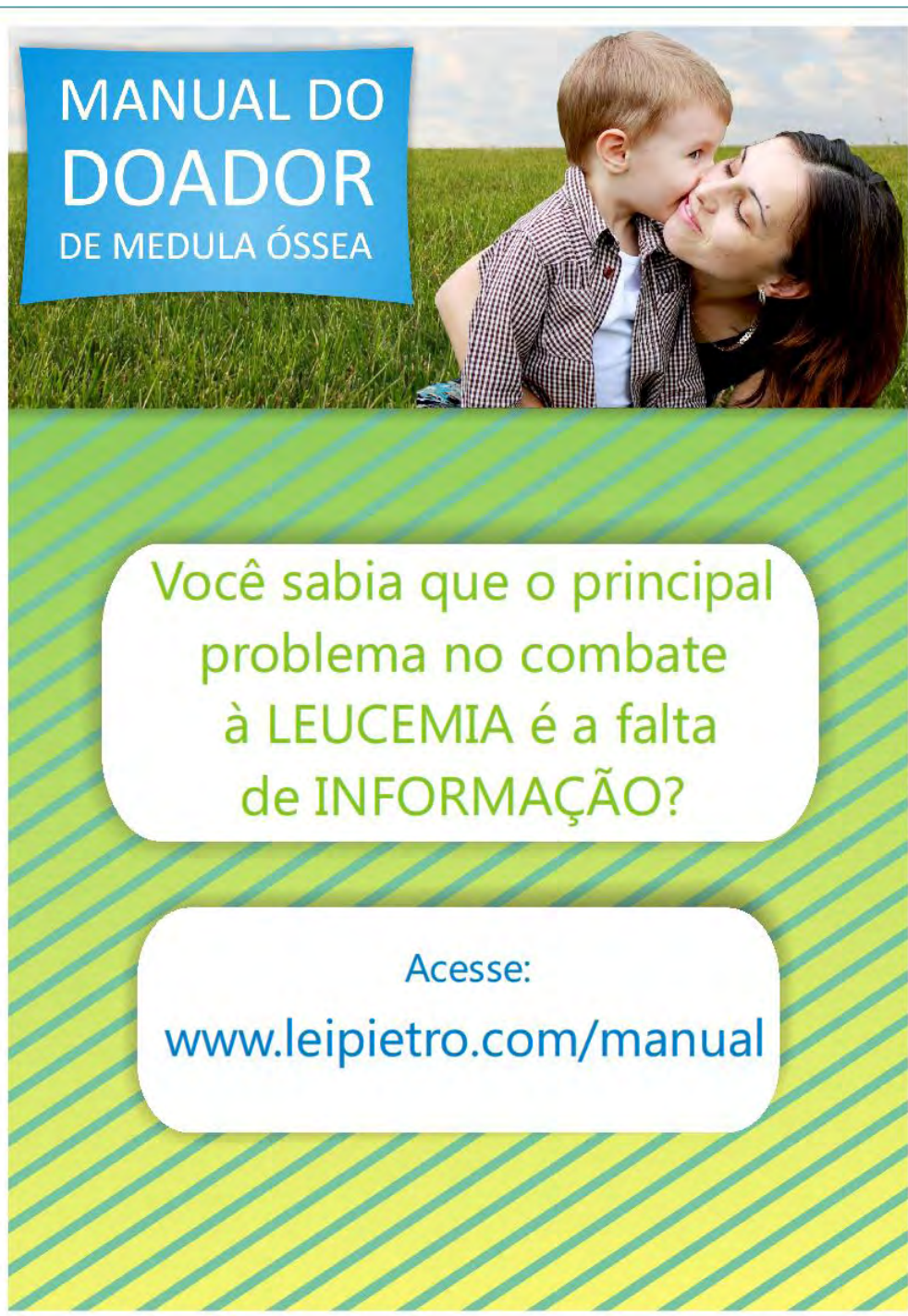
Mensagem:

Done Internet 100%



## ANEXO F – Cartaz de divulgação do site do manual do doador de medula óssea

Cartaz confeccionado em A3 e A4



MANUAL DO  
DOADOR  
DE MEDULA ÓSSEA


Você sabia que o principal  
problema no combate  
à LEUCEMIA é a falta  
de INFORMAÇÃO?

Acesse:  
[www.leipietro.com/manual](http://www.leipietro.com/manual)

The poster features a photograph of a woman kissing a young boy on the cheek in a grassy field. The top left corner has a blue banner with the title 'MANUAL DO DOADOR DE MEDULA ÓSSEA'. The bottom half has a green and yellow striped background with two white rounded rectangular boxes containing text. The first box asks 'Você sabia que o principal problema no combate à LEUCEMIA é a falta de INFORMAÇÃO?' and the second box provides the website 'www.leipietro.com/manual'.

## ANEXO G – Releases de divulgação do site do manual do doador de medula óssea

## Release 1



**MANUAL DO DOADOR DE MEDULA ÓSSEA**

[www.leipietro.com](http://www.leipietro.com)

**Você sabia que o principal problema no combate à Leucemia é a falta de informação?**

Sabendo disso, alunos de Relações Públicas da PUCRS tomaram a iniciativa de construir um manual de incentivo à doação voluntária de medula óssea.

O manual reúne informações que todo cidadão precisa saber para entender que a doação de medula óssea é um gesto simples e ao alcance de todos.

A iniciativa surgiu a partir de pesquisa realizada no primeiro semestre de 2009. O “Estudo sobre Doação Voluntária de Medula Óssea em Porto Alegre e Região Metropolitana” entrevistou 160 pessoas com idade entre 18 e 55 anos para medir o nível de conhecimento da população de Porto Alegre e Região Metropolitana a respeito da doação de medula óssea e sua disposição em cadastrar-se como um doador.

Tal pesquisa demonstrou que se a população fosse informada sobre o tema da doação de medula óssea, o problema da falta de doadores voluntários cadastrados poderia ser contornado; aumentando assim as chances de cura dos portadores de leucemia.

As pessoas não imaginam que a doação é simples e que pode ser feita em vida. Em geral, só se sensibilizam quando vêem o desespero e o sofrimento de uma família que procura um doador para alguém muito próximo. Por isso, desenvolveu-se este manual para ajudar a esclarecer sobre como é fácil tomar-se um doador voluntário de medula óssea.

A pesquisa completa pode ser acessada no portal <http://eusoufamecos.pucrs.br> e o manual através do site <http://www.leipietro.com/manual>.



Release 2



**MANUAL DO  
DOADOR  
DE MEDULA ÓSSEA**

[www.leipietro.com/manual](http://www.leipietro.com/manual)

**Você sabia que a falta de informação é a principal  
dificuldade na luta contra a Leucemia?**

Em novembro, a luta contra a leucemia ganhou mais um aliado. Por iniciativa de alunos de Relações Públicas da PUCRS, foi lançado um manual virtual, hospedado no endereço [www.leipietro.com/manual](http://www.leipietro.com/manual), que reúne informações que todo cidadão precisa saber para entender que a doação de medula óssea é um gesto simples e ao alcance de todos.

O projeto deste manual eletrônico surgiu a partir de pesquisa realizada no primeiro semestre de 2009. O “Estudo sobre Doação Voluntária de Medula Óssea em Porto Alegre e Região Metropolitana” entrevistou 160 pessoas com idade entre 18 e 55 anos para medir o nível de conhecimento da população de Porto Alegre e Região Metropolitana a respeito da doação de medula óssea e sua disposição em cadastrar-se como um doador.

Tal pesquisa demonstrou que se a população fosse informada sobre o tema da doação de medula óssea, o problema da falta de doadores voluntários cadastrados poderia ser contornado; aumentando assim as chances de cura dos portadores de leucemia.

As pessoas não imaginam que a doação é simples e que pode ser feita em vida. Em geral, só se sensibilizam quando vêem o desespero e o sofrimento de uma família que procura um doador para alguém muito próximo. Por isso, desenvolveu-se este manual para ajudar a esclarecer sobre como é fácil tornar-se um doador voluntário de medula óssea.

A pesquisa completa pode ser acessada no portal <http://eusoufamecos.pucrs.br>.

Contato: Patricia Lima – 9659.6193 – [patricialimarp@yahoo.com.br](mailto:patricialimarp@yahoo.com.br)



## ANEXO H – Proposta de divulgação mútua em sites de ONGs

## Proposta



**MANUAL DO  
DOADOR  
DE MEDULA ÓSSEA**

[www.leipietro.com/manual](http://www.leipietro.com/manual)

**Proposta de parceria na luta contra a leucemia**

Prezados ...

Somos estudantes do curso de Relações Públicas da PUCRS, matriculados na disciplina de Projeto Experimental Livre, na qual desenvolvemos um manual de incentivo à doação voluntária de medula óssea, hospedado no endereço <http://www.leipietro.com/manual>.

Esta iniciativa surgiu a partir da pesquisa "Estudo sobre doação Voluntária de Medula Óssea em Porto Alegre e Região Metropolitana", realizada no primeiro semestre de 2009 na disciplina de Projeto Experimental de Pesquisa. Tal estudo demonstrou que se as pessoas fossem informadas sobre o tema, o problema da falta de doadores voluntários cadastrados poderia ser minimizado, aumentando as chances de cura dos portadores de leucemia. O resumo da pesquisa está anexo para melhor compreensão das informações obtidas. Se for de seu interesse, a pesquisa completa pode ser acessada no portal <http://eusoufamecos.pucrs.br>, no botão "portfólio", na disciplina "projeto experimental de pesquisa".

Nosso objetivo com este manual é divulgar informações referentes à leucemia, tipos de tratamentos e, acima de tudo, desmistificar a doação de medula óssea através de informações claras e objetivas que acreditamos serem pertinentes para a população entender como é simples a doação de medula óssea.

Por tratar-se de um tema de interesse coletivo, acreditamos que convergir esforços em prol da causa é o melhor caminho para atingirmos nossos objetivos, ou seja, colaborar com os portadores de leucemia. Assim, propomos uma parceria para divulgação do manual do doador voluntário de medula óssea em seu site. Da mesma forma, divulgaremos o trabalho da ..., no site do manual do doador voluntário.

Na certeza de que podemos firmar parceria, aguardamos breve retorno.

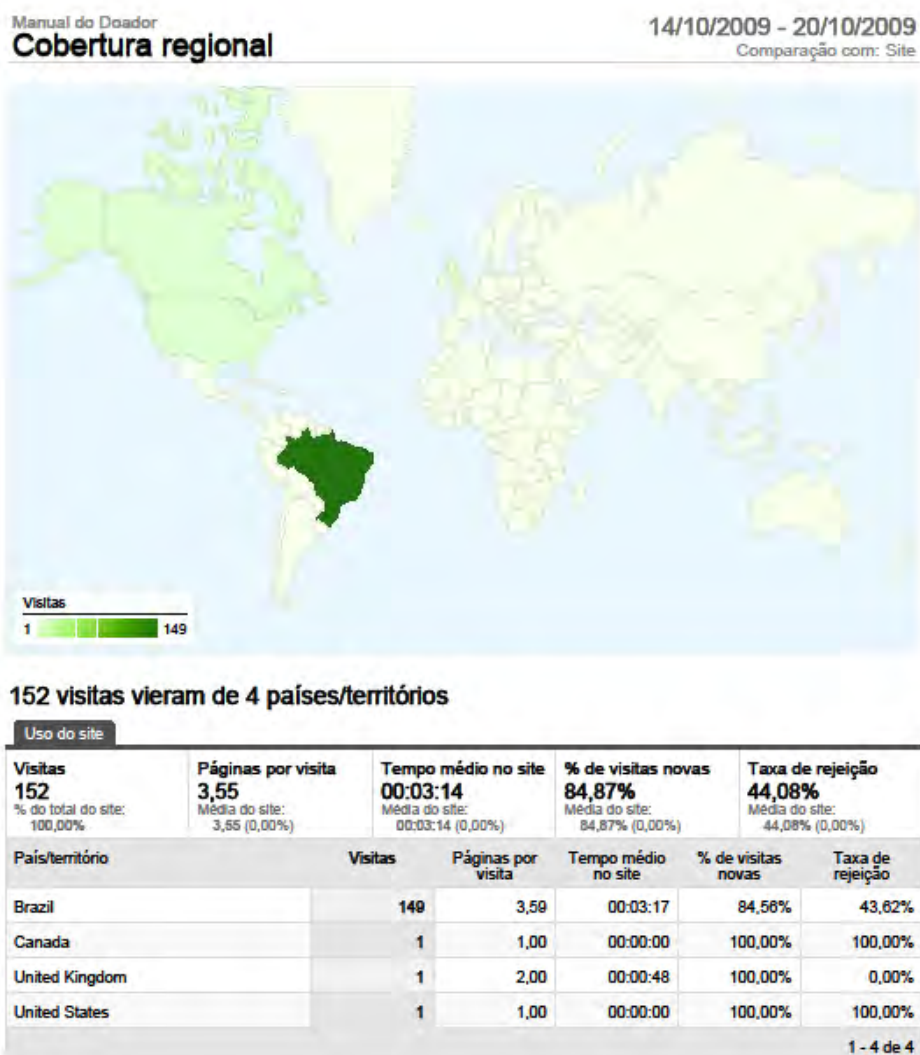
Atenciosamente,

Patricia Lima  
Em nome do Grupo de  
alunos de Relações Públicas

Contatos: (51) 98598193  
[patricia.lima@pucrs.br](mailto:patricia.lima@pucrs.br)

## ANEXO I – Relatórios de acesso do Google Analytics

Relatório da primeira semana do site depois de divulgações individuais dos membros do grupo nas redes de relacionamento



## Relatório ao final de todas as ações realizadas

Manual do Doador

**Cobertura regional**

14/10/2009 - 03/12/2009

Comparação com: Site

**603 visitas vieram de 9 países/territórios**

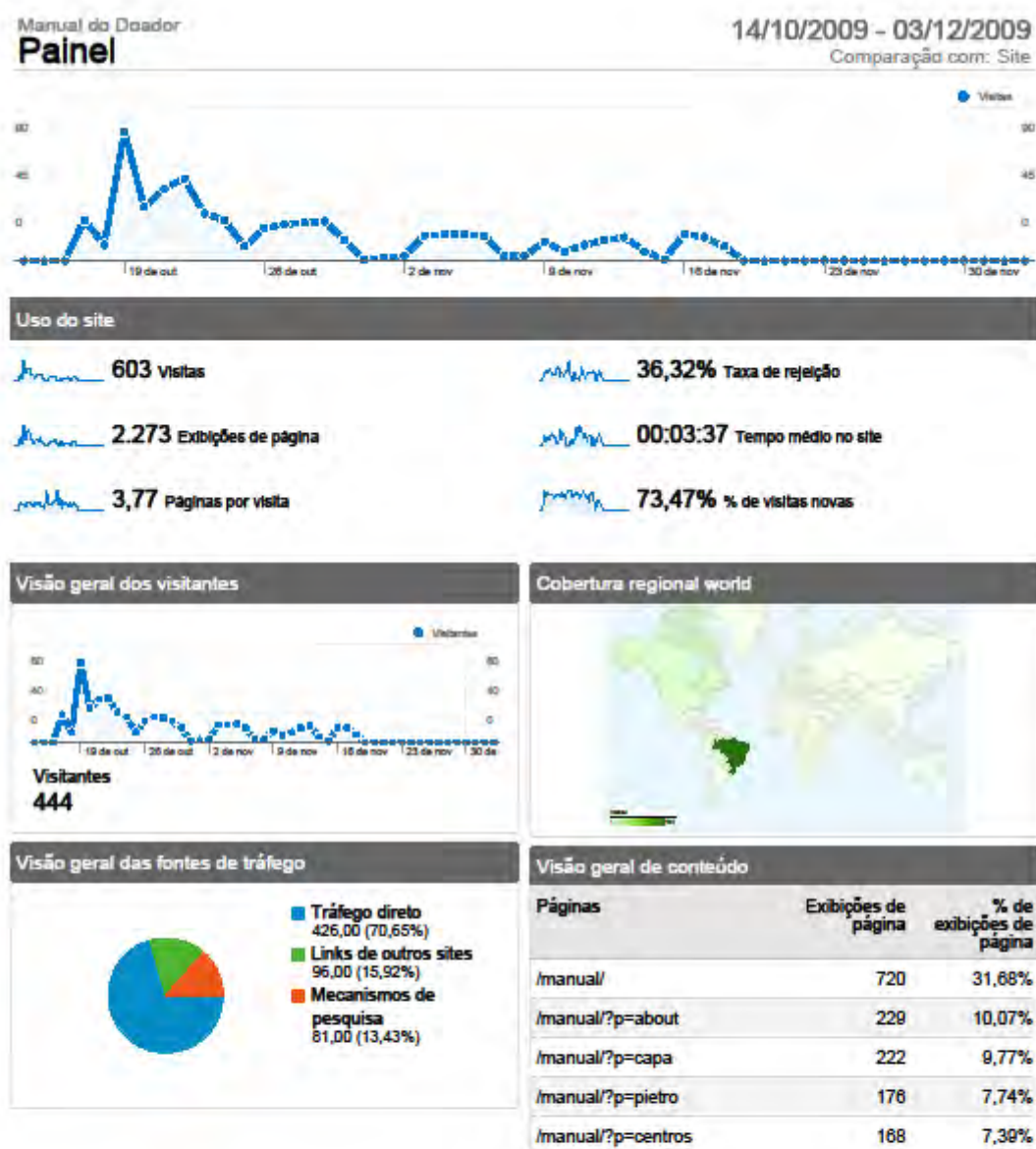
## Uso do site

País/território	Visitas	Páginas por visita	Tempo médio no site	% de visitas novas	Taxa de rejeição
<b>Visitas</b> <b>603</b> % do total do site: 100,00%	<b>Páginas por visita</b> <b>3,77</b> Média do site: 3,77 (0,00%)	<b>Tempo médio no site</b> <b>00:03:37</b> Média do site: 00:03:37 (0,00%)	<b>% de visitas novas</b> <b>73,30%</b> Média do site: 73,47% (-0,23%)	<b>Taxa de rejeição</b> <b>36,32%</b> Média do site: 36,32% (0,00%)	
Brazil	587	3,80	00:03:39	72,91%	35,43%
Canada	4	3,25	00:00:27	75,00%	75,00%
United States	4	1,00	00:00:00	100,00%	100,00%
Uruguay	2	1,00	00:00:00	100,00%	100,00%
Colombia	2	5,00	00:15:31	50,00%	0,00%
Portugal	1	1,00	00:00:00	100,00%	100,00%
Spain	1	1,00	00:00:00	100,00%	100,00%
United Kingdom	1	2,00	00:00:48	100,00%	0,00%
Italy	1	8,00	00:08:48	100,00%	0,00%

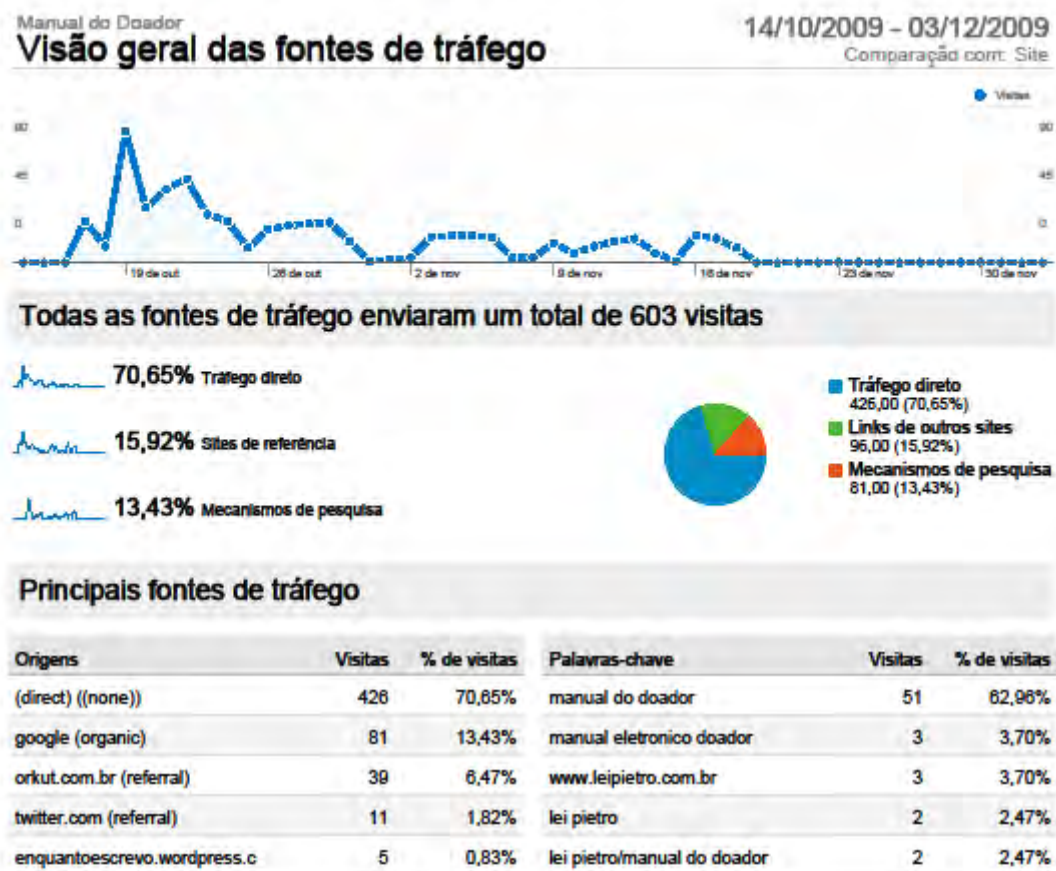
1 - 9 de 9



Painel geral do Google Analytics desde a data de lançamento do site

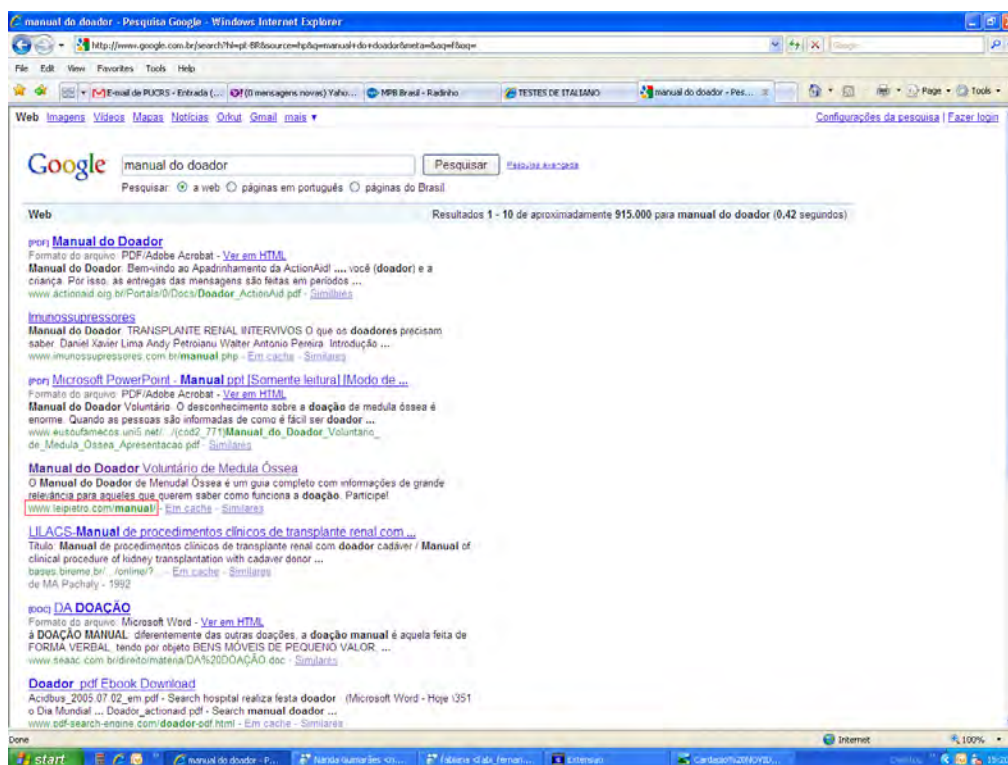


## Relatório final das fontes de tráfego do site

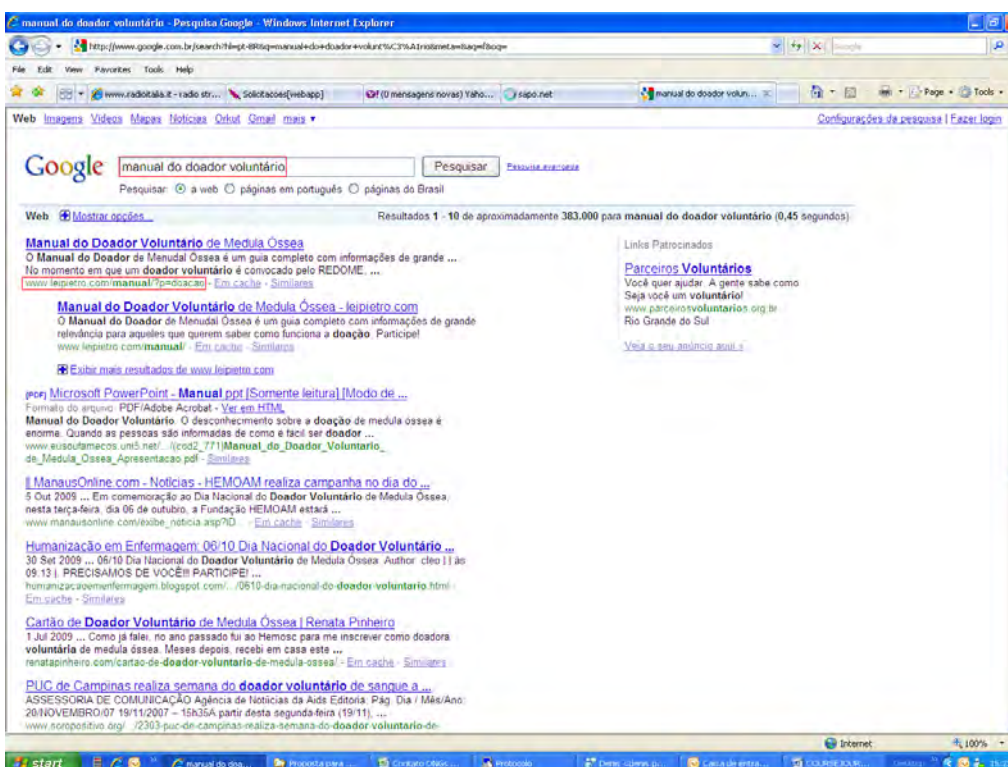


## ANEXO J – Resultados de busca do site do doador de medula no Google

### Resultado da busca realizada no dia 23/10/2009 – 3ª posição



### Resultado da busca realizada no dia 09/11/2009 – 1ª posição





## ANEXO L – Ofício de autorização à PUCRS para vinda da Unidade Móvel do HEMROGS

Pág. 1 da solicitação feita vi Secretara da Famecos

### Proposta para mobilização na PUCRS



**Nome do projeto:** Doe medula, doe vida!

**Disciplina:** Projeto Experimental Livre

**Alunos:** Aline Camargo; Carolina Faraco; Fabiana Fernandes; Fernanda Guimarães; Luciane Aragon; Patricia Lima da Silva; Ricardo Dytz

**Professores orientadores:** Diego Caleffi e Marisa Soares

#### Ação

Ceder o pátio da PUCRS à Unidade Móvel do Hemocentro para mobilizar as pessoas a se cadastrarem, aproveitando o momento e a facilidade que a presença da Unidade do Hemocentro oferece.

**Data:** 05 de novembro (a ser confirmada)

**Horário:** 9h às 12h e das 13h30 às 16h

#### Objetivo

Incentivar o cadastramento voluntário, através de ações de relações públicas utilizando canais de comunicação para levar informações de qualidade, gerando credibilidade e boa vontade junto à população de Porto Alegre e Região Metropolitana.

#### Justificativa

Segundo o Instituto Nacional de Câncer - INCA, a leucemia afeta, aproximadamente, nove mil pessoas por ano no Brasil, sendo uma das principais causas de morte infanto-juvenil (<http://www.inca.gov.br/estimativa/2008/>). A principal forma de tratamento é o transplante de medula óssea. A doação é voluntária e qualquer pessoa pode ser doadora.

A partir de pesquisa realizada na disciplina de Projeto Experimental de Pesquisa, constatou-se que a desinformação é o principal problema na luta contra a leucemia, provocando a escassez de doadores voluntários de medula óssea.

Sendo assim, em parceria com o Gabinete do Deputado Federal Beto Albuquerque, cliente do grupo na disciplina de Projeto Livre, propomos trazer para a PUCRS a Unidade Móvel do Hemocentro. Pretendemos assim, mobilizar as pessoas no universo acadêmico e a comunidade ao entorno a cadastrarem-se como doadores voluntários de medula óssea.



## ANEXO M – Ofício enviado ao HEMORGS solicitando a Unidade Móvel

Pág. 1



Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul  
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

Porto Alegre, 06 de novembro de 2009.

### Unidade Móvel do HEMORGS na PUCRS

**Nome do projeto:** Doe medula, doe vida!

**Disciplina:** Projeto Experimental Livre

**Alunos:** Aline Camargo; Carolina Faraco; Fabiana Fernandes; Fernanda Guimarães;

Luciane Aragon; Patricia Lima da Silva; Ricardo Dytz

**Professores orientadores:** Diego Caleffi e Marisa Soares

#### Ação

Ceder o pátio da PUCRS à Unidade Móvel do Hemocentro para mobilizar as pessoas a se cadastrarem, aproveitando o momento e a facilidade que a presença da Unidade do Hemocentro oferece.

**Data:** 30 de novembro de 2009

**Horário:** 9h às 13h

#### Objetivo

Incentivar o cadastramento voluntário, através de ações de relações públicas utilizando canais de comunicação para levar informações de qualidade, gerando credibilidade e boa vontade junto à população de Porto Alegre e Região Metropolitana.

#### Justificativa

Segundo o Instituto Nacional de Câncer - INCA, a leucemia afeta, aproximadamente, nove mil pessoas por ano no Brasil, sendo uma das principais causas de morte infanto-juvenil (<http://www.inca.gov.br/estimativa/2008/>). A principal forma de tratamento é o transplante de medula óssea. A doação é voluntária e qualquer pessoa pode ser doadora.

A partir de pesquisa realizada na disciplina de Projeto Experimental de Pesquisa, constatou-se que a desinformação é o principal problema na luta contra a leucemia, provocando a escassez de doadores voluntários de medula óssea.

Sendo assim, em parceria com o Gabinete do Deputado Federal Beto Albuquerque, cliente do grupo na disciplina de Projeto Livre, propomos trazer para a PUCRS a Unidade Móvel do Hemocentro. Pretendemos assim, mobilizar as pessoas no universo acadêmico e a comunidade ao entorno a cadastrarem-se como doadores voluntários de medula óssea.

**PUCRS**

Campus Central  
Av. Ipiranga, 6681 - CEP 50619-900  
Porto Alegre - RS - Brasil  
Fone: (51) 3370-3500 - Fax: (51) 3300-3619  
E-mail: [famecos@pucrs.br](mailto:famecos@pucrs.br)

Pág. 2




Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul  
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

Para efetividade da ação, faremos previamente divulgação nos espaços da Universidade, chamando a atenção para o evento. Anterior a ação será divulgado com ênfase, o site do Manual Eletrônico do Doador Voluntário de Medula Óssea, ainda em construção.

### Divulgação

- + Murais das unidades acadêmicas, com cartazes confeccionados pelo grupo;
- + Telas de plasma das unidades acadêmicas;
- + E-flyer para o e-mail dos alunos, funcionários e professores, convidando-os a aderirem à campanha promovida pela unidade móvel;
- + Envio de material para a ASCOM para publicação nos veículos da Universidade:
  - ✓ PUCRS Notícias Semanal;
  - ✓ Diário do Campus;
  - ✓ Capa do site da PUCRS, da FAMECOS, RRPP Online e Portal Eu Sou Famecos;
  - ✓ RádioFAM na hora dos intervalos;

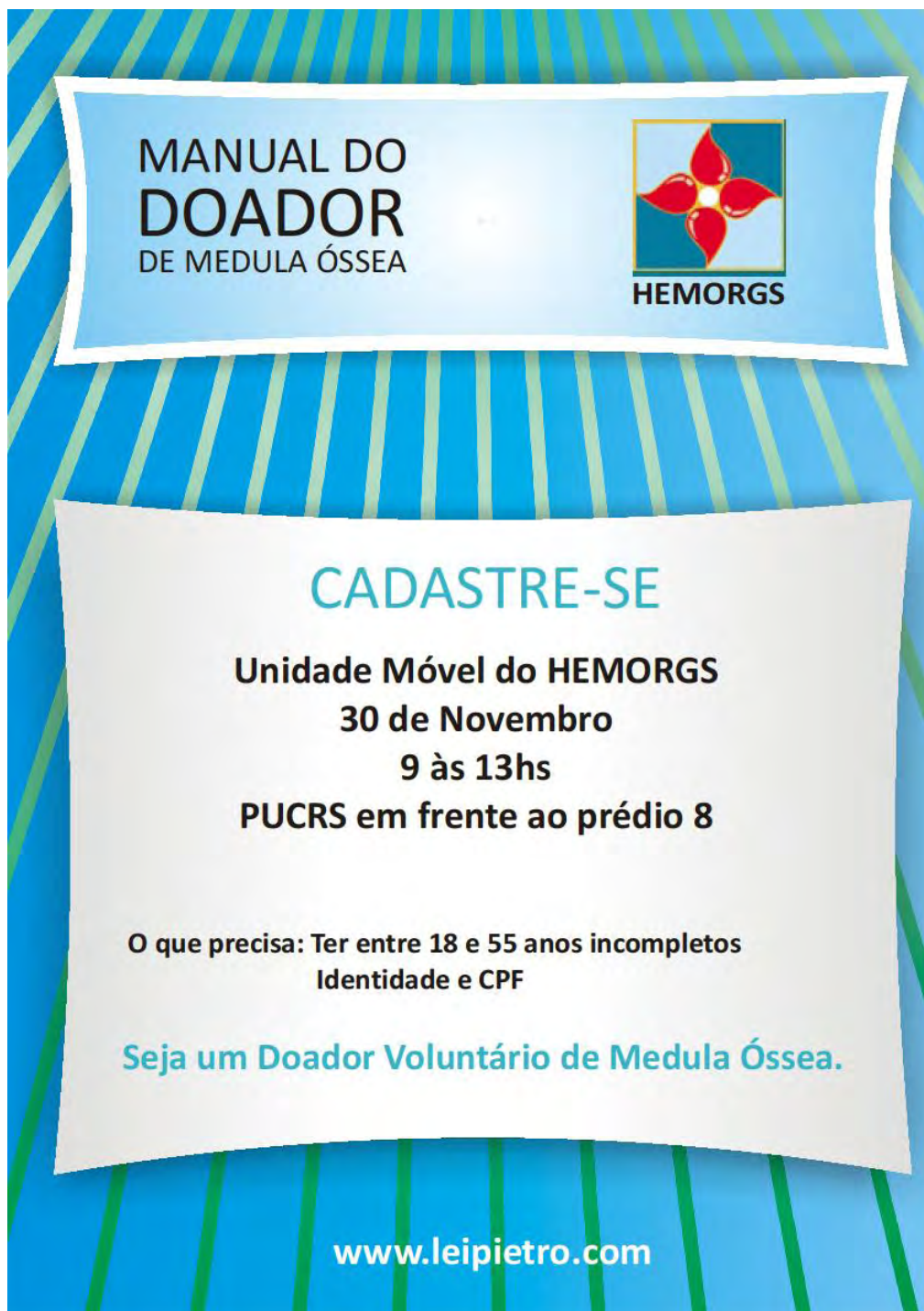
  
 Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul  
 Faculdade de Comunicação Social  
**Professora Souvenir Dornelles**  
 Coordenadora do Curso de Relações Públicas

**PUCRS**


Campus Central  
Av. Ipiranga, 6681 - CEP 90619-900  
Porto Alegre - RS - Brasil  
Fone: (51) 3320-3569 - Fax: (51) 3320-3619  
E-mail: famecos@puccrs.br

## ANEXO N - Cartaz de divulgação da Unidade Móvel na PUCRS

Cartaz confeccionado em A3 e A4



MANUAL DO  
**DOADOR**  
DE MEDULA ÓSSEA



**HEMORGS**

**CADASTRE-SE**

**Unidade Móvel do HEMORGS**  
**30 de Novembro**  
**9 às 13hs**  
**PUCRS em frente ao prédio 8**

O que precisa: Ter entre 18 e 55 anos incompletos  
Identidade e CPF



**Seja um Doador Voluntário de Medula Óssea.**

[www.leipietro.com](http://www.leipietro.com)



## ANEXO O – Releases de divulgação do da presença da Unidade Móvel na PUCRS

## Release

**MANUAL DO DOADOR DE MEDULA ÓSSEA**

**HEMORGS**

**Unidade Móvel do HEMORGS na PUCRS**

No dia 30 de Novembro de 2009 a Unidade Móvel do HEMORGS estará presente na PUCRS, para a realização de cadastro de Doadores Voluntários de Medula Óssea, em frente ao prédio oito (8), das 9h às 13h. Para se cadastrar, basta ter entre 18 e 55 anos incompletos; portar documento de identidade.

Essa ação é uma iniciativa dos alunos\* de Relações Públicas na disciplina de Projeto Experimental Livre, orientados pelo Professores Diego Caleffi e Marisa Soares.

Ainda em novembro, foi lançado um manual virtual, hospedado no endereço [www.leipietro.com](http://www.leipietro.com), que reúne informações que todo cidadão precisa saber para entender que a doação de medula óssea é um gesto simples, ao alcance de todos e que é feito em vida, não causando dano algum ao doador.

Para maiores informações referentes ao cadastro e à doação Voluntária de Medula Óssea acesse: [www.leipietro.com](http://www.leipietro.com)

**Serviço:** Unidade Móvel do HEMORGS na PUCRS  
**Quando:** 30 de novembro das 9h às 13h  
**Onde:** PUCRS – Av. Ipiranga, 6681, em frente ao prédio 8  
**Quem pode doar:** pessoas de 18 a 55 anos incompletos

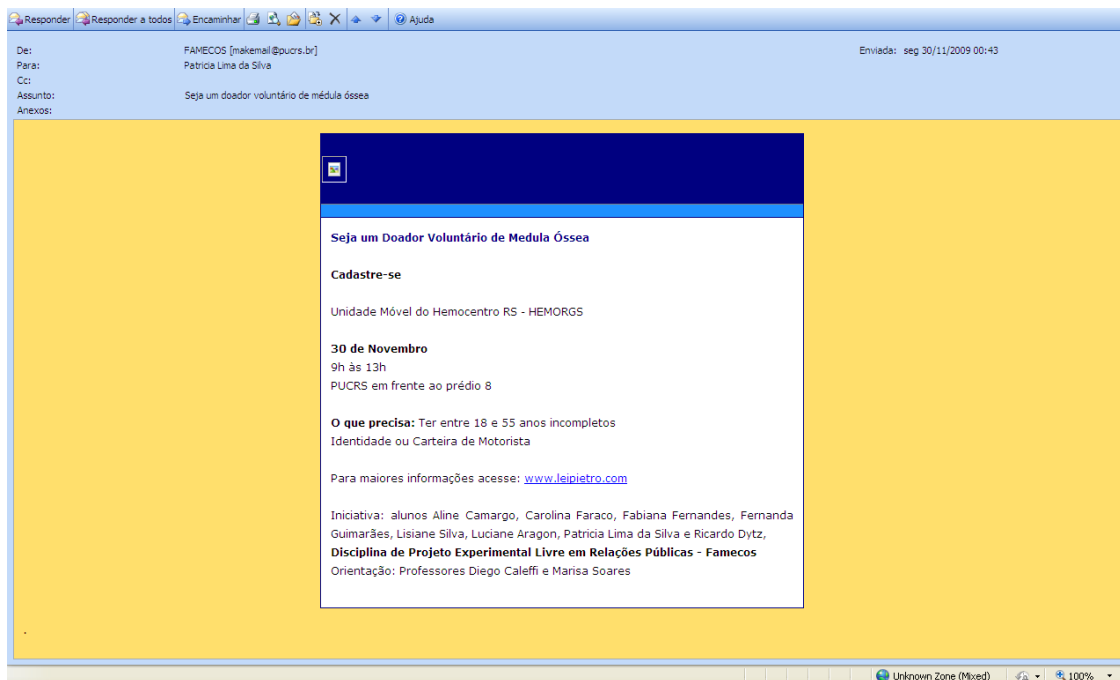
\* Aline Camargo, Carolina Faraco, Fabiana Fernandes, Fernanda Guimarães, Lisiane Silva, Luciane Aragon, Patricia Lima da Silva, Ricardo Dytz

Contato: Patricia Lima – 9659.8193 – [patricialimarp@yahoo.com.br](mailto:patricialimarp@yahoo.com.br)

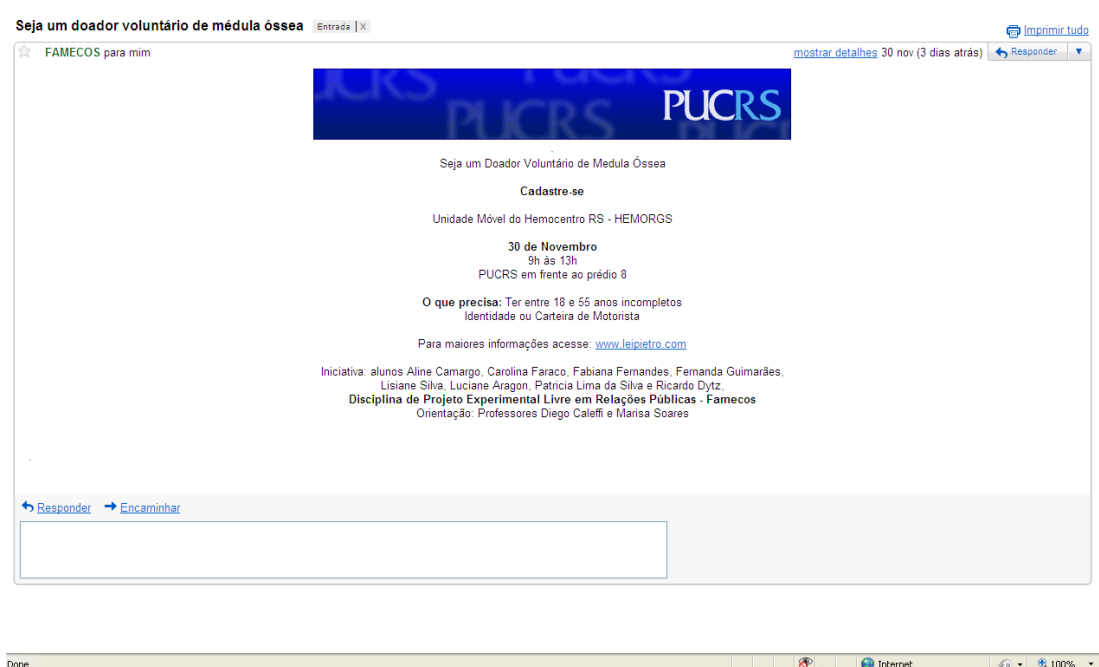
[www.leipietro.com](http://www.leipietro.com)

## ANEXO P – E-flyer enviado pela PUCRS a toda comunidade acadêmica

### E-flyer enviado nos dias 27 e 30 de novembro de 2009



### E-flyer enviado para os alunos da PUCRS





## ANEXO Q – Nota publicada no PUCRS Notícia

Órgão de Divulgação Interna da PUCRS – Assessoria de Comunicação  
PUCRS Notícias Ano IX – Nº 319 – Novembro-Dezembro/2009



## ANOTE

## Aniversário da ADPPUCRS

A Associação dos Docentes e Pesquisadores da PUCRS (ADPPUCRS) comemora seus 30 anos de fundação, no dia 28/11, com um almoço especial. O evento ocorre a partir das 11h30min no restaurante Ponto 11 (prédio 11). Os convites, à venda na Associação, custam

R\$ 10 para sócios, R\$ 20 para acompanhantes e R\$ 15 para crianças de seis a dez anos. Cada convite dá direito a dois refrigerantes. Haverá também sorteio de brindes e a entrega de um troféu aos professores que atuam na Universidade há 21 anos. Informações: ramal 4020.

## Raiar seleciona empresas

A Incubadora Raiar recebe inscrições para a seleção de empresas nascentes de base tecnológica e de inovação, com foco no desenvolvimento de produtos ou prestação de serviços. As modalidades de incubação contemplam empresas residentes para a unidade da Incubadora em Viamão, e empresas associadas. Alunos da PUCRS e diplomados pela Universidade terão preferência, mas todos os empreendedores interessados podem enviar suas propostas para avaliação. Nesse proces-

so, a Raiar oferecerá assessoria gratuita para elaboração do plano de negócio. Aos incubados a Raiar oferece espaço físico e serviços de uso compartilhado, como recepção e secretaria, espaço de convivência e sala de reuniões. As empresas também terão custos subsidiados, auxílio à promoção, divulgação, busca de parcerias de fomento e o Serviço de Apoio à Gestão Empresarial, que dá suporte nas áreas de gestão, *design* e comunicação. Informações: [www.pucrs.br/raiar](http://www.pucrs.br/raiar) ou 3320-3673.

## Dia de Ação de Graças

O Centro de Pastoral e Solidariedade e os representantes das unidades junto à Pastoral convidam a comunidade acadêmica a participar, no dia 26/11, de um momento de agradecimento a Deus pelas conquistas obtidas durante o ano, nesse que é o Dia Nacional de Ação de Graças. As 9h20min haverá a tradi-

cional parada em frente ao prédio 1, reunindo funcionários da Reitoria e dos prédios ao redor. Haverá também paradas às 9h20min, 15h20min e 20h20min nas unidades acadêmicas. Às 18h30min, na Igreja Universitária Cristo Mestre, será realizada a Celebração de Ação de Graças. Informações: 3320-3552.

## História e Memória

Estão abertas as inscrições para o congresso Missões 400 anos: História e Memória, que ocorre de 7 a 9/12. Serão abordados temas como o espírito do projeto missional, patrimônio e Missões: ação institucional do IPHAN, Guerra Guarani, a Igreja e os índios no período colonial e Yvy Poty, Yva'á: cantos e danças tradicionais mbyá-guarani. A promoção é do Programa de Pós-Graduação em História. Informações: 3320-3680. Inscrições na Proex (sala 201 do prédio 40).

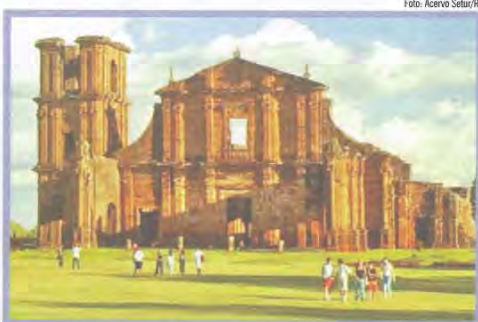


Foto: Acervo Setur/RS

## PRINCÍPIOS DE GESTÃO

## Ônibus Oftalmológico

Um ônibus equipado com gabinete médico leva atendimento oftalmológico gratuito à comunidade carente de vilas de Porto Alegre. A iniciativa, alinhada ao princípio de gestão **Responsabilidade social e ação solidária** integra a PUCRS, o Lions Club de Porto Alegre e a Viação Canoense S.A. (Vicasa). A Universidade participa com atividades de estudantes e profissionais voluntários da Faculdade de Medicina e o Lions disponibiliza o veículo, com apoio da Vicasa, adaptado especialmente para esse tipo de atendimento, com salas de espera e atendimento e aparelhos de alta tecnologia. No consultório móvel são realizados testes de visão, medição de pressão ocular e atendimentos em casos de conjuntivite. Em 2008 o **Ônibus Oftalmológico** realizou atividades que beneficiaram mais de 200 pessoas.

## Doação de medula óssea

No dia 30/11, das 9h às 13h, a unidade móvel do Hemocentro do Estado do Rio Grande do Sul estará na PUCRS, em frente ao prédio 8, realizando o cadastro voluntário de doadores de medula óssea. A iniciativa está vinculada a um trabalho realizado por estudantes de Relações Públicas, que lançaram um manual virtual reunindo informações sobre a doação ([www.leipietro.com](http://www.leipietro.com)). Para o Estudo sobre Doação Voluntária de Medula Óssea em Porto Alegre e Região Metropolitana foram entrevistadas 160 pessoas com idade entre 18 e 55 anos e medido o nível de conhecimento da população a respeito da doação de medula óssea e sua disposição em cadastrar-se como um doador. A pesquisa demonstrou que se a população fosse informada sobre o tema da doação de medula óssea o problema da falta de doadores voluntários cadastrados poderia ser contornado.

## Oficina na Educação

No dia 28/11 o Laboratório de Atividades Múltiplas, da Faculdade de Educação, realiza a última edição do ano das Oficinas de Formação Continuada. Na ocasião, o professor Roberto Sanches falará sobre histórias de vida e pesquisa autobiográfica. O evento ocorre das 9h às 12h na sala 217 do prédio 15. Inscrições gratuitas pelo telefone 3353-4768.



## ANEXO R – Clipagem da Divulgação

Portal Eu sou Famecos Disponível em:  
 <[http://eusoufamecos.uni5.net/not\\_det.php?codigo=1167](http://eusoufamecos.uni5.net/not_det.php?codigo=1167)> Acesso em: 2 dez. 2009.



Site RRPP Atualidades Disponível em:  
 <[http://www.rrpponline.com.br/int.php?dest=eventos\\_detalhes&codigo=187](http://www.rrpponline.com.br/int.php?dest=eventos_detalhes&codigo=187)> Acesso em: 2 dez. 2009.



Site da Uniersia – Rede de Universidades e Oportunidades Disponível em:  
 <[http://www.uniersia.com.br/noticia/materia\\_dentrodocampus.jsp?not=51920](http://www.uniersia.com.br/noticia/materia_dentrodocampus.jsp?not=51920)>  
 Acesso em: 2 dez. 2009.

The screenshot shows the Uniersia website interface. The header includes the logo 'uniersia' and 'Brasil', along with login and search fields. The main content area features a sidebar with navigation links like 'COLETIIVOS', 'CANAIS', and 'SERVIÇOS'. The central article is titled 'Doação de medula óssea na PUCRS' and is dated 25/11/2009. The article text discusses a project at PUCRS aimed at mobilizing bone marrow donors. A right sidebar contains 'LINKS PATROCINADOS' with various educational and research links. The browser's address bar and status bar are visible at the bottom.

Blog Enquanto Escrevo Disponível em:  
 <<http://enquantoescrevo.wordpress.com/tag/leucemia-doacao-medula-ossea-lei-pietro/>> Acesso em: 2 dez. 2009

The screenshot shows a WordPress blog post on the 'Enquanto Escrevo' site. The post title is 'Lei Pietro em busca de doadores' and is dated 30/10/2009. It features a photograph of a woman and a young boy. The text discusses the challenges of bone marrow donation and the impact of Lei Pietro. A right sidebar shows the author's name 'Priscila Pasko' and a list of recent posts. The browser's address bar and status bar are visible at the bottom.



Twitter de Lauro Hagemann Disponível em: <<http://twitter.com/betohagemann>>

Acessado em: 2 dez. 2009.



Hey there! **BetoHagemann** is using Twitter.

Twitter is a free service that lets you keep in touch with people through the exchange of quick, frequent answers to one simple question: What's happening? **Join today** to start receiving **BetoHagemann's** tweets.



**BetoHagemann**

É um bellissimo trabalho, feito por um grupo de alunos do curso de RP da PUC RS. É de iniciativas como essa que precisamos! Valeu amigos!!  
5:45 AM Oct 28th from web

Importante contribuição para a causa da doação de medula óssea feita pelos alunos de RP da PUC RS, acesse [www.leipietro.com/manual](http://www.leipietro.com/manual) e confira.  
5:43 AM Oct 28th from web

Vamos lá, todos na luta contra a desinformação!! Acessem [www.leipietro.com/manual](http://www.leipietro.com/manual)  
5:41 AM Nov 4th from web

Blog Paralelo 30 Meridiano 51 – por Lonise Gerstner Disponível em:  
 <<http://lonise.blogspot.com/2009/11/campanha-sobre-doacao-de-medulaossea.html>>  
 Acessado em: 2 dez. 2009.

The screenshot shows a Blogger page titled "Paralelo 30 Meridiano 51" with the subtitle "Colunas mensais 'Baixa Idéia, Fim da Picada' publicadas no Jornal da Capital por Lonise Gerstner". The main content is a post from Friday, November 27, 2009, titled "Campanha sobre doação de medula óssea". The text describes a campaign by students of the "Baixa Idéia, Fim da Picada" column, listing names like Aline Camargo, Carolina Faraco, Fabiana Fernandes, and others. It mentions a manual available at [www.leipietro.com/manual](http://www.leipietro.com/manual). A small image of a person is visible in the text. On the right, there is a sidebar with an email subscription form, a blog archive for 2009, and a "Quem sou eu" section for Lonise Gerstner.

Blog Rede do Bem Disponível em:  
 <<http://novaredodobem.blogspot.com/2009/11/manual-do-doador-d.html>> Acessado  
 em: 02 dez. 2009.

The screenshot shows a Blogger page titled "REDE DO BEM" with the subtitle "MONDAY, 2 NOVEMBER 2009". The main content is a post titled "Manual do doador de medula óssea" featuring a small image of a manual cover. The text includes a call to action: "Clique na imagem para aumentar, não esqueça de clicar em VOLTAR para retornar ao blog, se você fechar SAIRÁ do blog!". The post is attributed to "REDE DO BEM AT 06:29". The right sidebar shows a "BLOG ARCHIVE" for 2009 with 402 posts, listing various topics like "Dicas sobre o abacate" and "Ajuda para animais abandonados".

Blog Doe Vida, Doe Medula Disponível em:  
 <<http://doemeduladoevida.blogspot.com/>> Acessado em: 02 dez. 2009.

**Doe medula, doe vida!**  
 Este blog tem por finalidade auxiliar na divulgação e na conscientização das pessoas sobre a doação de medula óssea.

QUARTA-FEIRA, 28 DE OUTUBRO DE 2009

**Manual do Doador de Medula Óssea**

**A Iniciativa**  
 Através da iniciativa dos alunos Aline Camargo, Carolina Faraco, Fabiana Fernandes, Fernanda Guimarães, Luciane Aragon, Patrícia Lima da Silva e Ricardo Dytz, estudantes de graduação do Curso de Comunicação Social - habilitação em Relações Públicas, da Faculdade de Comunicação Social, da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul - FAMECOS/PUCRS, foi desenvolvido este manual.

**Como surgiu o manual**  
 O desconhecimento sobre a doação de medula óssea é enorme. Quando as pessoas são informadas de como é fácil ser doador voluntário ficam surpresas. Não imaginam que doar a medula óssea é

**Notícias**  
 Hemose pretende fechar ano com F&A  
 Para dar início às comemorações da Semana Nacional de Mobilização para Doação de Medula Óssea, que ocorrerá entre os dias 14 e 21 de dezembro, ...  
 Artigos relacionados >  
 Prefeitura faz campanha para o Globo  
 Numa parceria com o Hemorio, a Prefeitura do Rio fará, em 1º de dezembro, uma campanha para captar doadores de medula óssea. ...  
 Artigos relacionados >  
 CMN promove audiência para Tribuna do Norte - Natal  
 A coordenadora da Campanha de doação de medula óssea, representante do Grupo de Apoio a criança com câncer (GAAC), relatou que a campanha existe desde de ...  
 Artigos relacionados >  
 Guarda Municipal realiza campanha

Orkut dos realizadores do projeto

orkut - Início Perfil Página de recordos Amigos Comunidades teste o novo orkut! febrile... Sair pesquisa do orkut: Q

**Promova**  
 Início > Promova

criar promoção minhas promoções ajuda

mostrando 1-1 de 1

**promoção** sigla, promoção vivel

**Faça a diferença!**  
<http://www.leipietro.com/manual/>

Fernanda

**Faça a diferença!**  
<http://www.leipietro.com/manual/>

**Faça a diferença!**  
 Criada: 19/10/09  
 Usuários únicos  
 Visualizações: 645 Cliques: 9  
 Promoções: 5 Removidas: 25

Alcance  
 271 58 0 0 +0

Promovida por:  
 My Sweet Noise, Flávia Duarte, Ricardo Dytz, Fabricio, Isabella Sander, andi - my sweet noise

Status: ativa

parar promoção excluir promoção

mostrando 1-1 de 1

primeira < anterior | próxima > última

## Clipping mail enviado pela Assessoria de Comunicação da PUCRS

*Não responda a esta mensagem*

Você está recebendo o

# Clipping Mail

Segunda-feira, 30 de novembro de 2009

INTERNET

**PUCRS**30/11/2009 | ucha.com.br | Positiva | O dia - 

+ A Unidade Móvel do Hemorgs estará na Pucrs para a realização de cadastro de Doadores Voluntários de Medula Óssea, em frente ao prédio oito (8), das 9h às 12h. Para se cadastrar, basta ter entre 18 e 66 anos incompletos, portar documento de identidade. + O presidente da Associação Gaúcha de Supermercados, Antônio Cesa Longo, dará entrevista para divulgação de pesquisa sobre expectativas dos consumidores e supermercadistas para as festas de Natal e Ano Novo, às 10h, na rua Dona Margarida, 320. + A presidente da ONG Parceiros Voluntários, Maria Elena Pereira Johannpeter, debaterá, na Firja no Rio, a pesquisa Perspectivas para o Marco Legal do Terceiro Setor. + Inauguração da loja âncora Colombo Premium no Iguatemi Caxias do Sul. + Reunião-almoço da CIC Caxias do Sul, às 12h15, na sede da entidade. + Abertura do VI Agrimark Brasil, às 14h, na Federasul, no Palácio do Comércio. + Jantar de fim de ano do Clube de Opinião, às 20h, no Sheraton Hotel, sob o comando de Gilberto Simões Feres. + Coquetel comemorativo dos 8 anos da Eiffel Citroen, às 18h30min, na Eiffel Citroen de Caxias do Sul. + Última edição do Belezas do Mundo Espanhol, às 19h, na Bazkaria, rua Comendador Caminha, 324. A publicitária Débora Tessler vai falar sobre Barcelona. + Festa de 4 anos do Hashi Art Cuisine, às 20h, na rua Desembargador Augusto Loureiro Lima, 151.

[Rádio](#) | [Televisão](#) | [Jornal](#) | [Revista](#) | [Bairro](#) | [Internet](#) | [Colunista](#) | [Análise de Mídia](#) | [Interior](#)

Produzido por:



Todos os direitos reservados © 1997.2008 - CWA Clipping

**De:** CWA Clipping [mailto:atendimento@cwaclipping.com.br]**Enviada em:** segunda-feira, 30 de novembro de 2009 11:19**Para:** "newsletter@cwaclipping.com.br"**Assunto:** Clipping Eletrônico Rádio - PUCRS*Não responda a esta mensagem*


Você está recebendo o

# Clipping Mail

Segunda-feira, 30 de novembro de 2009

RÁDIO

**PUCRS**

30/11/2009 | 10:33:51 | Gaúcha AM 600 Khz | Porto Alegre/RS | Notícias da Grande Porto Alegre | Positiva - 

Unidade Móvel do Hemocentro do Estado está na PUCRS hoje

[Rádio](#) | [Televisão](#) | [Jornal](#) | [Revista](#) | [Bairro](#) | [Internet](#) | [Colunista](#) | [Análise de Mídia](#) | [Interior](#)

Produzido por:



Todos os direitos reservados © 1997.2008 - CWA Clipping



## ANEXO S – Fotos da Unidade Móvel no dia da coleta

## Chegada da Unidade Móvel à PUCRS









## Início da ação de cadastramento









### Cadastros realizados













## Final da ação – um balão para cada cadastro

