



## **SIMETRIA – Agência Junior de Relações Públicas da UFG: O Lugar Onde a Teoria Encontra a Prática.<sup>1</sup>**

Fernanda Andrade de Oliveira<sup>2</sup>  
Carliston Maceió Leite Soares<sup>3</sup>  
Simone Antoniaci Tuzzo<sup>4</sup>

Universidade Federal de Goiás

### **Resumo**

Este trabalho tem como objetivo descrever a atuação da SIMETRIA – Agência Junior de Relações Públicas da Universidade Federal de Goiás – UFG, e qual a sua importância para a comunidade acadêmica. A Agência é a possibilidade de materialização das discussões e pensamentos filosóficos das disciplinas teóricas do curso de Relações Públicas, bem como a oportunidade de aplicação dos ensinamentos de todas as disciplinas do curso. Os clientes reais da Simetria, suas necessidades, eventos e realidades distintas permitem um aprendizado ao aluno de graduação proporcionando-lhe confiança e elevação de sua auto-estima para o ingresso no competitivo atual mercado de trabalho. Todo trabalho desenvolvido pela Simetria é acompanhado de relatórios finais e discussões no laboratório, permitindo uma atuação individual e uma integração coletiva de aprendizado também pela experiência de cada um dos integrantes da Agência.

**Palavras-chave:** Planejamento estratégico; Aprendizado Prático; Relações Públicas.

### **Introdução**

A Simetria é a Agência Junior de Relações Públicas da Faculdade de Comunicação e Biblioteconomia da UFG. Trata-se de um projeto de cunho pedagógico, técnico-científico, social e cultural, conforme a política laboratorial da UFG, que busca,

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no Expocom – na categoria Relações Públicas – Agência Jr. de Relações Públicas – do XII Congresso de Ciência da Comunicação na Região Centro-Oeste realizado de 27 a 29 de maio de 2010.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação do 3º semestre do Curso de Comunicação Social – Relações Públicas da Facomb – Faculdade de Comunicação e Biblioteconomia da UFG – E-mail: feandraderp@gmail.com

<sup>3</sup> Estudante de Graduação do 3º semestre do Curso de Comunicação Social – Relações Públicas da Facomb – Faculdade de Comunicação e Biblioteconomia da UFG .

<sup>4</sup> Orientadora do Trabalho. Professora do Curso de Comunicação Social – Relações Públicas da Facomb – Universidade Federal de Goiás – UFG – e-mail: simonetuzzo@hotmail.com



por meio de planejamentos, execuções e avaliações, levar os acadêmicos à compreensão e aplicação das funções, atividades e ferramentas do processo de Relações Públicas no âmbito da comunicação organizacional. Sendo, assim, um centro permanente de treinamento para aprendizagem prática dos alunos, no qual devem aprender a aplicar seus conhecimentos teóricos em situações reais.

No primeiro semestre de 2009 as aulas de Práticas Laboratoriais em Relações Públicas e a Coordenação da Simetria ficou sob a responsabilidade da Professora MSc. Daiana Stasiak e, a partir do segundo semestre de 2009 até o período atual está sob a coordenação da Professora Dra. Simone Antoniaci Tuzzo.

### **Objetivo**

As professoras têm o dever de supervisionar as atividades realizadas pelos alunos, suas ações de acordo com a missão, visão e valores da agência.

### **Missão da Simetria**

Prestar assessoria de comunicação às organizações de todos os setores, oferecendo soluções para maximizar os resultados com seus públicos e proporcionar aos futuros profissionais de Relações Públicas um aprendizado prático, permitindo que exercitem suas competências técnicas e teóricas.

### **Visão da Simetria**

Tornar-se referência como Agência Junior perante o mercado e as diversas Instituições de Ensino Superior que oferecem o curso de Relações Públicas no Brasil.

### **Valores da Simetria**

- 1) Ética: o respeito e a verdade como prioridades;



- 2) Transparência: metodologia clara e acessível na realização dos trabalhos;
- 3) Responsabilidade: seriedade para cumprir objetivos e prazos;
- 4) Profissionalismo: trabalhos realizados sob supervisão de professores qualificados, para que a teoria seja bem aplicada ao contexto social;
- 5) Qualidade: buscar a excelência nos serviços prestados.

### **Justificativa**

Ao conseguir realizar as atividades propostas pela agência os alunos saem da faculdade com uma formação mais completa aonde aprendem através das experiências que: “O atendimento é o centro da política de relações públicas e conta muito para a imagem da empresa” (ALI, 2001, p. 20), “Grande parte do impacto das relações públicas baseia-se nos eventos, por isso seu gerenciamento constitui uma habilidade essencial de RP.” (ALI, 2001, p. 24), para uma atuação eficiente de RP e necessário a capacidade de saber se comunicar, que solucionar crise é uma das atribuições do profissional de RP e entre outras coisas que “o objetivo principal da atividade de relações públicas é manter a compreensão mútua entre as organizações e seus públicos.” (CESCA, 2006, p. 17)

### **Métodos e Técnicas Utilizados**

A Simetria presta serviços de assessoria de comunicação às instituições de todos os setores e atua nas seguintes áreas:

- Planejamento estratégico em comunicação: através de pesquisas, oferece formulação de um planejamento estratégico em comunicação integrada, que permite propor ações de curto, médio e longo prazo, para atender as necessidades dos diversos públicos contratantes.
- Gestão de eventos institucionais: prestar assessoria para o planejamento, execução e avaliação de eventos, com análise dos diversos públicos, locais, orçamento, objetivos e resultados de cada evento.



- Pesquisa de opinião e mercado: através de um sofisticado software de pesquisa, o Sphinx, desenvolve e aplica estudos quantitativos e qualitativos que ajudam a avaliar a percepção que uma empresa ou marca tem junto a seus diversos públicos e mercado.
- Produção de instrumentos de comunicação dirigida: utilizar-se da tecnologia disponível atualmente buscando ajudar a organização na construção de relacionamentos da instituição com todos os seus públicos, e a partir da utilização dos meios de comunicação dirigidos, desenvolver uma comunicação adequada com públicos específicos.
- Relacionamento com os públicos da instituição: oferecer suporte teórico para o entendimento das funções estratégicas da comunicação com seus públicos no contexto organizacional, em suas dimensões institucionais e corporativas.
- Gerenciamento de crises: elabora planos de comunicação para empresas em crise ou interessados em prevenir-se, com o objetivo de zelar por sua imagem e seus produtos.
- Relacionamento com a imprensa: elabora e executa projetos de relacionamento com a imprensa, a fim de construir uma relação de confiança e transparência.
- Desenvolve projetos de Relações Públicas para a formação de imagem de Profissionais Liberais, consciente de que a ação dos Relações Públicas na sociedade moderna não pode estar focada somente para as organizações, mas também para os profissionais liberais que se tornam, cada vez mais, gestores de suas próprias marcas.

### **Descrição do processo**

No segundo semestre do ano de 2009 o grupo ficou focado em prestar assessoria às diversas faculdades e órgãos da UFG; Organizar, divulgar e buscar apoio para a IV FEICOM – Feira de Comunicação e Informação da Faculdade de Comunicação e Biblioteconomia da UFG; além de realizar um projeto que consistia em prestar serviço de assessoria de Relações Públicas para um conceituado restaurante de comida Italiana de Goiânia.



## 1. Organização, execução, Assessoria e Gestão de Evento Institucional

Durante o mês de setembro, a SIMETRIA iniciou o trabalho de Assessoria de Relações Públicas para diversas unidades e órgãos da UFG, no qual os alunos participaram da organização de diversos eventos exercendo atividades como: Planejamento estratégico (elaboração de plano, projeto e programa), execução e avaliação (pesquisa de opinião), busca de parcerias e patrocínios; credenciamento dos participantes, expositores e professores; suporte logístico nas cerimônias de abertura e encerramento de palestras, mini-cursos, oficinas e apresentações de trabalhos; organização de *coffee break*, cafés e lanches, organização de ambientes para a realização de eventos; cobertura do evento (fotos, filmagens, entrevistas), divulgação (anúncios em sites, espaço em emissoras de rádio e distribuição de *Flyers*, cartazes e convites) elaboração de orçamento e produção de artes para *banners*.

As atividades acima citadas foram desenvolvidas nos eventos:

- I Feira das Profissões realizada pela UFG;
- II Colóquio “IESA/USP” - VI Seminário Educação e Cidade. CIAR;
- I Colóquio BIOTEK - Cerrado, Biodiversidade, Biotecnologia, Sujeitos e Territórios;
- V Colóquio de Turismo: “TERRITORIALIDADES E TURISMO: Festa, Cidade e Patrimônio”;
- IV FEICOM- Feira de Informação e Comunicação;
- II Seminário de Educação em Rede;
- I MOTIM RP - Mostra de trabalhos de inovação mercadológica em Relações Públicas;
- 3ª Primavera de Museus – Museus e Direitos Humanos;
- Aula inaugural do curso “Educação Integral e Integrada” – CEPAG;
- Confraternização de final de ano de docentes e técnico-administrativos da FACOMB.



## **2. Busca de Apoio para IV FEICOM**

No período de agosto a outubro de 2009 os membros da Simetria se empenharam em estabelecer parcerias com empresas privadas para a IV FEICOM – Feira de Informação e Comunicação, evento de pesquisa e extensão universitária da UFG, cuja organização contou com o trabalho da Agência. As solicitações de patrocínio tiveram como objetivo angariar produtos, serviços ou valores que pudessem ser empregados na premiação dos alunos que participaram das apresentações de trabalhos, brindes para os palestrantes, oficinairos e convidados do evento, além de buscar elevar a imagem do evento com a presença de patrocinadores expressivos.

Foram entregues cartas de apresentação do evento, solicitação formal de parceria e reuniões de negócios às seguintes empresas: Coca-Cola, Mabel, O Boticário, Arcor, Caixa Econômica Federal, Correios, Unilever Bestfoods, Cvc Turismo, TIM, Oi Telefonia Celular, Pepsico, Cristal Alimentos, Rival Calçados, Friboi, Lojas Pernambucanas, Agência da Guarda Municipal de Goiânia, Castro's Park Hotel, Piquiras Restaurante, Academias Athletics, Átrio e Fitness Brasil, Site GoiásNET, Goiás Futebol Clube, Ricardo Eletros, Novo Mundo, Casas Bahia, Fujioka, Água de Cheiro, Catho Online, TV Anhanguera, Radio Interativa, Revista Perfil Centro – Oeste, True Experience, Copy Systems, Leites Manacá, Café do Ponto, Alps, Laboratório TEUTO, Água Pura, Microlins, Papelaria Tributária, Kopenhagen, Cacau Show, Antartica, Red Bull e Livraria Saraiva.

Alguns apoios foram concretizados, entretanto, parte das empresas procuradas negaram a participação. Dessa forma foi possível o seguinte aprendizado:

- Eventos no segundo semestre de cada ano (principalmente no quarto trimestre) devem ser planejados e buscado as parcerias no início do ano, quando grande parte das grandes empresas fecham seu quadro de parcerias e patrocínios;



- O estabelecimento de contato com as pessoas indevidas nas organizações (setores ou cargos que não estavam aptos a nos oferecer uma resposta concreta). Isso mostra a necessidade de criação de um banco de informações das organizações de Goiânia para parcerias em eventos e projetos, permitindo agilidade e eficácia na busca por parceiros, principalmente expondo os objetivos da Simetria de forma a dar credibilidade à Agência e seus eventos.

Mesmo com a não participação de algumas empresas, os apoios e patrocínios conquistados foram suficientes e até mesmo superaram as expectativas de todos os alunos da Agência, gerando uma gama de agradecimentos e elogios ao trabalho realizado pela Simetria pela Direção da Faculdade e pelos participantes do evento, incluindo os próprios patrocinados e apoiadores que estiveram presentes no evento.

### **3. Projeto Para Restaurante Italiano**

Ao se deparar com um restaurante italiano que tinha potencial gastronômico, porém não sabia como organizar-se de forma estratégica para difundir sua marca para um público-alvo capaz de agregar o restaurante em seus hábitos culturais e alimentícios, a Simetria identificou a oportunidade de ajudar o proprietário do estabelecimento e ao mesmo tempo iniciar os ensinamentos práticos aos seus alunos. Em reuniões da Simetria foram discutidas possibilidades para melhor divulgação e decoração do ambiente, pesquisados os públicos-alvo e formas de atuação. O projeto foi entregue ao proprietário do restaurante e por ele aprovado. Ainda não foi colocado em prática pelo Restaurante por questões de verba.



## **Considerações Finais**

O desenvolvimento das ações relatadas neste trabalho ocorreu conforme as orientações e com o devido apoio da professora supervisora. As atividades efetivadas pelos acadêmicos que cursaram a disciplina de Práticas Laboratoriais em RP – Simetria, foram proveitosas a ponto de ser notada a necessidade de uma continuidade nos trabalhos iniciados e um aperfeiçoamento nas técnicas usadas para o cumprimento das atividades para eles solicitadas.

Todos os alunos que tem a oportunidade de desenvolver atividades na Simetria reconhecem a sua importância e traçam como um divisor de águas o período antes e depois de terem atuado em uma Agência Experimental.

Como parte da Grade Curricular do Curso de Relações Públicas da UFG cada aluno desenvolve atividades durante um semestre na Agência Experimental Simetria, contudo, a experiência altamente positiva de cada aluno motivou a solicitação à Coordenação do Curso para a criação de uma continuidade nos trabalhos de cada aluno, permitindo que os acadêmicos permaneçam na Agência por um ano.

A Coordenação do Curso estuda a possibilidade de criação da disciplina Práticas Laboratoriais em Relações Públicas II para a qual seu pré-requisito é ter cursado Práticas Laboratoriais em Relações Públicas I e conseqüentemente ter feito parte da SIMETRIA durante um semestre.

## **Referências Bibliográficas**

- CESCA, Cleuza G. Gimenes. **Relações públicas e suas interfaces**. São Paulo: Summus, 2006.
- ALI, Moi, [tradução Rosemarie Zielmaier]. **Como usar técnicas de Relações Públicas**. São Paulo: Publifolha, 2001. – (Série sucesso profissional).





## Anexos

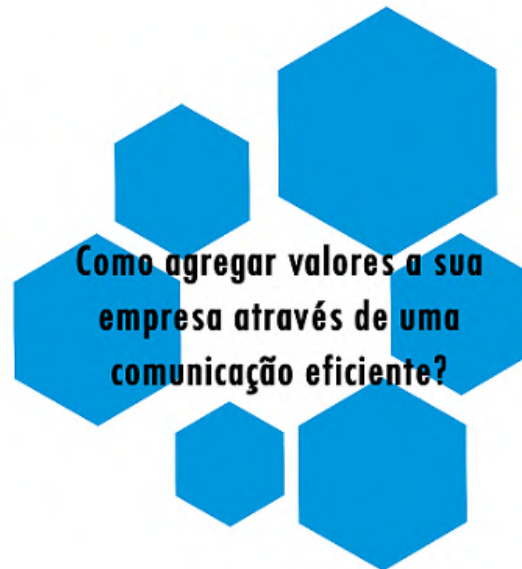
ANEXO A - Logomarca da Agência Experimental de Relações Públicas da UFG

**simetria**  
Agência Experimental de Relações Públicas

ANEXO B - Folder da Agência Experimental de Relações Públicas da UFG, frente e verso.



**Apoio**



Faculdade de Comunicação e Biblioteconomia (FACOMB) - Campus II -  
UFG - Setor Samambaia - Sala 25, Piso I - Goiânia/GO  
Telefones: 62-3521-1042 / 3521-1226  
[www.facombr.ufg.br/simetria](http://www.facombr.ufg.br/simetria)  
[simetriaufg@gmail.com](mailto:simetriaufg@gmail.com)



# simetria

Agência Experimental de Relações Públicas

## MISSÃO

Prestar assessoria de comunicação às organizações de todos os setores, oferecendo soluções para maximizar os resultados com seus públicos e proporcionar aos futuros profissionais de Relações Públicas um aprendizado prático, permitindo que exercitem suas competências técnicas e teóricas.

## VISÃO

Tornar-se referência como agência experimental perante o mercado e outras instituições que oferecem o curso de RP a nível nacional.

## VALORES

- Ética: o respeito e a verdade como prioridades;
- Transparência: metodologia clara e acessível na realização dos trabalhos;
- Responsabilidade: seriedade para cumprir objetivos e prazos;
- Profissionalismo: trabalhos realizados sob supervisão de professores qualificados, para que a teoria seja bem aplicada ao contexto organizacional;
- Qualidade: buscar a excelência nos serviços prestados.

## ÁREAS DE ATUAÇÃO

A Simetria presta serviços de assessoria de comunicação às instituições de todos os setores e atua nas seguintes áreas:

- **Planejamento estratégico em comunicação;**  
*Através de pesquisas, oferecemos a formulação de um Planejamento Estratégico em comunicação integrada, que permite propor ações de curto, médio e longo prazo para atender as necessidades dos diversos públicos contratantes.*
- **Gestão de eventos institucionais;**  
*Prestamos assessoria para o planejamento, execução e avaliação de eventos, visando aumentar a motivação e integração dos colaboradores com a organização.*
- **Pesquisa de opinião e mercado;**  
*Através de um sofisticado software de pesquisa, o Sphinx, desenvolvemos e aplicamos estudos quantitativos e qualitativos que ajudam a avaliar a percepção que uma empresa ou marca tem junto a seus diversos públicos e mercado.*
- **Produção de instrumentos de comunicação dirigida;**  
*Contando com a tecnologia disponível, buscamos ajudar a organização na construção de relacionamentos da instituição com todos os seus públicos através da utilização dos meios de comunicação de massa para atingir públicos específicos.*
- **Relacionamento com os públicos da instituição;**  
*Oferecemos suporte teórico para o entendimento das funções estratégicas da comunicação com seus públicos no contexto organizacional, em suas dimensões institucional e corporativa.*
- **Gerenciamento de crises;**  
*Elaboramos planos de comunicação para empresas em crise ou interessadas em prevenir-se, com o objetivo de zelar pela imagem da empresa e seus produtos.*
- **Relacionamento com a imprensa.**  
*Elaboramos e executamos projetos de relacionamento com a imprensa, a fim de construir uma relação de confiança e transparência.*