

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PAMPA

LEONARDO MOLLMANN

**INCORPORANDO O TRABALHO TÉCNICO SOCIAL (TTS) NAS ESTRATÉGIAS
DE COMUNICAÇÃO ELABORADAS PELAS RELAÇÕES PÚBLICAS**

São Borja

2023

LEONARDO MOLLMANN

**INCORPORANDO O TRABALHO TÉCNICO SOCIAL (TTS) NAS ESTRATÉGIAS
DE COMUNICAÇÃO ELABORADAS PELAS RELAÇÕES PÚBLICAS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Relações Públicas da Universidade Federal do Pampa, como requisito parcial para obtenção do Título de Bacharel em Relações Públicas.

Orientador: Marcela Guimarães e Silva

São Borja
2023

Ficha catalográfica elaborada automaticamente com os dados fornecidos
pelo(a) autor(a) através do Módulo de Biblioteca do
Sistema GURI (Gestão Unificada de Recursos Institucionais) .

M726i Mollmann, Leonardo

Incorporando o Trabalho Técnico Social (TTS) nas
estratégias de comunicação elaboradas pelas Relações
Públicas / Leonardo Mollmann.

61 p.

Trabalho de Conclusão de Curso(Graduação)--
Universidade Federal do Pampa, RELAÇÕES PÚBLICAS, 2023.
"Orientação: Marcela Guimarães e Silva".

1. Relações Públicas. 2. Trabalho Técnico Social
(TTS). 3. Comunicação Organizacional. 4. Engajamento
Comunitário. I. Título.

LEONARDO MOLLMANN

**INCORPORANDO O TRABALHO TÉCNICO SOCIAL (TTS) NAS ESTRATÉGIAS DE
COMUNICAÇÃO ELABORADAS PELAS RELAÇÕES PÚBLICAS**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Curso de Relações
Públicas da Universidade Federal
do Pampa, como requisito parcial
para obtenção do Título de
Bacharel em Relações Públicas.

Trabalho de Conclusão de Curso defendido e aprovado em: 13 de dezembro de 2023.

Banca examinadora:

Profa. Dra. Marcela Guimarães e Silva
Orientadora
(Unipampa)

Profa. Dra. Carmen Regina Abreu Gonçalves
(Unipampa)

Flavia Pazuch Pinto

(Assistente Social)



Assinado eletronicamente por **MARCELA GUIMARAES E SILVA, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 14/12/2023, às 09:36, conforme horário oficial de Brasília, de acordo com as normativas legais aplicáveis.



Assinado eletronicamente por **CARMEN REGINA ABREU GONCALVES, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 14/12/2023, às 16:25, conforme horário oficial de Brasília, de acordo com as normativas legais aplicáveis.



Assinado eletronicamente por **Flavia Pazuch Pinto, Usuário Externo**, em 15/12/2023, às 18:34, conforme horário oficial de Brasília, de acordo com as normativas legais aplicáveis.



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.unipampa.edu.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **1325164** e o código CRC **C1664F83**.



SISBL_Folha_de_Aprovacao_1325164.pdf

AGRADECIMENTOS

Minha profunda gratidão a todos os professores que, ao longo da minha jornada acadêmica, generosamente compartilharam não apenas seu vasto conhecimento, mas também suas valiosas experiências. Agradeço por terem desempenhado um papel essencial na minha formação, guiando-me com dedicação e inspiração.

Expresso minha profunda gratidão à minha orientadora, Marcela, pela paciência incansável e entusiasmo dedicado no direcionamento para a construção deste trabalho. Sua orientação foi um farol constante, iluminando o caminho com sabedoria e incentivo.

Expresso profunda gratidão pelo aprendizado valioso e pela oportunidade de participar ativamente de um projeto de Trabalho Técnico Social. Essa experiência foi fundamental, sendo o ponto de partida crucial que despertou meu interesse e motivação para a criação deste guia. Sem a imersão prática nesse projeto, não teria sido possível adquirir a compreensão profunda e insights necessários para desenvolver este material.

Agradeço por cada desafio enfrentado, por cada lição aprendida e por cada aspecto enriquecedor dessa jornada, moldando não apenas meu conhecimento, mas também minha perspectiva e paixão pela profissão de Relações Públicas.

RESUMO

Este projeto aborda a sinergia entre Relações Públicas (RP) e Trabalho Técnico Social (TTS), destacando como a incorporação estratégica do TTS pelos profissionais de RP pode promover a sustentabilidade socioeconômica e mitigar desafios em comunidades vulneráveis. O guia proposto busca integrar as práticas de ambas as disciplinas, oferecendo uma abordagem flexível e adaptável para projetos sociais. A análise contextual revela a carência de estudos que explorem essa conexão, destacando a relevância dessa pesquisa para preencher essa lacuna. A distribuição do guia será gratuita no portal do curso de RP da UNIPAMPA de São Borja e, potencialmente, no Conselho Regional de RP. A ênfase na flexibilidade das estratégias, exemplos práticos e a importância da adaptação no TTS são destacadas. A análise de resultados será conduzida após a aprovação do guia, considerando a acessibilidade via AnyFlip e a interatividade proporcionada. A integração do TTS fortalece não apenas a responsabilidade social, mas configura-se como uma via estratégica para aprimorar a reputação e a imagem da instituição, marcando uma evolução nas práticas de RP e TTS.

Palavras-chave: Relações Públicas, Trabalho Técnico Social, Engajamento Comunitário, Comunicação Organizacional e Estratégias de Relações Públicas.

ABSTRACT

This project addresses the synergy between Public Relations (PR) and Technical Social Work (TSW), highlighting how the strategic incorporation of TSW by PR professionals can promote socio-economic sustainability and alleviate challenges in vulnerable communities. The proposed guide aims to integrate the practices of both disciplines, offering a flexible and adaptable approach for social projects. Contextual analysis reveals a lack of studies exploring this connection, underscoring the relevance of this research to fill this gap. The guide will be distributed free of charge on the RP course portal at UNIPAMPA in São Borja and, potentially, at the Regional Council of PR. Emphasis is placed on the flexibility of strategies, practical examples, and the importance of adaptation in TSW. Results analysis will be conducted after the guide's approval, considering accessibility via AnyFlip and the provided interactivity. The integration of TSW strengthens not only social responsibility but also serves as a strategic path to enhance the institution's reputation and image, marking an evolution in PR and TSW practices.

Keywords: Public Relations, Technical Social Work, Community Engagement, Organizational Communication, Public Relations Strategies.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	10
2. EMBASAMENTO TEÓRICO	13
2.1 História das Relações Públicas.....	13
2.2 Estratégias de Relacionamentos com os Públicos utilizadas pelo Relações Públicas	15
2.3 Abordagem mais mercadológica e com interesses da organização	17
2.4 Trabalho Técnico Social (TTS) e o contexto brasileiro.....	19
2.5 Estratégias de Relacionamentos com os Públicos utilizadas pelo Trabalho Técnico Social (TTS).....	21
2.6 Como incorporar as práticas do Trabalho Técnico Social (TTS) no exercício da profissão de Relações Públicas.....	25
2.7 Lacuna existente de estudos e pesquisas que relacionem ambas as áreas	27
3. APRESENTAÇÃO DA SOLUÇÃO/EXPERIMENTO	28
4. RECURSOS UTILIZADOS (MATERIAIS, HUMANOS E FINANCEIROS).....	30
4.1 Identificação do Propósito:	30
4.2 Pesquisa e Contextualização:	31
4.3 Flexibilidade e Adaptabilidade:	31
4.4 Exemplos Práticos:	32
4.5 Elaboração Gráfica e Diagramação do Guia:	33
5. MENSURAÇÃO E AVALIAÇÃO DOS RESULTADOS	34
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	35
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	37
ANEXOS	39
Guia de Incorporação de atividades do Trabalho Técnico Social em estratégias de comunicação de Relações Públicas.	39

1. INTRODUÇÃO

As Relações Públicas são concebidas com o objetivo de estabelecer e manter uma comunicação efetiva entre as organizações e os seus diversos públicos. Por meio da definição de estratégias e aplicação de ações desempenham papéis fundamentais na construção da imagem, da reputação e do relacionamento das empresas e instituições com os seus públicos, tornando-se uma área de grande importância para as organizações.

Quanto ao Trabalho Técnico Social (TTS), sua implementação viabiliza uma abordagem que promove a integração e a participação da comunidade em projetos de desenvolvimento. Inicialmente, o TTS começou a ser empregado em programas habitacionais e de saneamento básico, e atualmente está sendo adotado como uma estratégia de relacionamento das organizações com a comunidade, em diversos empreendimentos públicos e privados.

Os Projetos de Trabalho Social são ferramentas de ação vastamente empregadas pelo Estado e pela Sociedade Civil, com objetivo de promover a mudança em uma realidade específica. Os projetos constituídos, principalmente, de ações/atividades definidas de forma estrutural e intencional, de um grupo ou organização social, que partem do diagnóstico de um determinado problema nos ecossistemas naturais e socioculturais, seja no ambiente urbano ou rural, e buscam implementar soluções que possam cessar ou minimizar este problema. (Caixa Econômica Federal, [s.d.], p. 03).

O TTS destaca-se dentre tantas ações e estratégias de comunicação ou de marketing, uma vez que busca ir além de questões comerciais ou exclusivamente da promoção da marca, pois tem como foco a construção de relações sólidas e sustentáveis com a comunidade, associando-se às Relações Públicas com as ações de geração ou manutenção da imagem/reputação de uma organização.

Assim, a incorporação do TTS no campo das Relações Públicas constitui-se como uma possibilidade para estabelecer uma relação saudável e de confiança entre a organização e a comunidade. Através da comunicação transparente, da participação ativa e do respeito às demandas e necessidades da comunidade, as Relações

Públicas poderão auxiliar no fortalecimento das relações, na construção de parcerias sólidas e na sustentabilidade das ações/projetos desenvolvidos pela organização.

Neste contexto, o presente projeto experimental tem como foco propor um **guia para auxiliar no entendimento e na incorporação das ações e estratégias desenvolvidas em projetos de Trabalhos Técnicos Sociais (TTS) para os profissionais de Relações Públicas inseridos tanto em organizações privadas quanto públicas**. E que tenham enfoque nas principais características sociais do TTS, mas que também relacionam-se com a promoção da imagem e aumento da reputação das organizações onde estas estratégias sejam aplicadas, atuando como uma ferramenta estratégica para promover a comunicação e o relacionamento entre a organização e a comunidade, facilitando o diálogo, a participação e o engajamento dos diferentes públicos envolvidos no projeto.

Objetivo Geral:

Desenvolver um guia de orientações para os profissionais de Relações Públicas ao utilizarem o Trabalho Técnico Social (TTS) como estratégia de relacionamento com os públicos da organização.

Objetivos Específicos:

- Destacar o papel fundamental do profissional de Relações Públicas no desenvolvimento de estratégias de relacionamento e na preservação da imagem e reputação das organizações.
- Explorar a origem do Trabalho Técnico Social (TTS) e os benefícios observados em projetos habitacionais e de saneamento básico.
- Incentivar a pesquisa científica, visando analisar a interconexão entre ambas as temáticas e a importância de incorporá-las conjuntamente para obter melhores resultados nas ações de uma organização junto aos seus públicos.

Como um profissional que atua diretamente na manutenção do relacionamento entre a organização e os seus públicos e os desdobramentos desses relacionamentos, o Relações Públicas deve estar atento a todas as possibilidades de conectar seus assessorados aos seus públicos. Nesse sentido, esse projeto justifica-se pela intenção de auxiliar os profissionais de Relações Públicas na definição de

atividades que possam ser incorporadas em seus ambientes de trabalho, servindo como uma alternativa de integralização entre a organização e o público alvo, promovendo a imagem e melhorando a reputação da organização e concretizando vínculos com o público impactado com as ações desenvolvidas.

Assim como essas ações também têm como objetivo promover a imagem da organização, fortalecendo sua reputação perante seus públicos, e ao desenvolver projetos que tenham impacto social positivo e contribuam para o bem-estar da comunidade, o Relações Públicas consolida a percepção de que a organização é comprometida e responsável, melhorando não apenas a imagem da empresa, mas também criando um senso de confiança e lealdade por parte do público, fidelizando os públicos e formando defensores da marca, que se tornam porta-vozes positivos da organização.

Muitos modelos de projetos existentes para o Trabalho Técnico Social (TTS) podem ser considerados restritivos, pois limitam a dinamização e a adaptação das atividades de acordo com as necessidades de cada contexto. Ao reconhecer a importância da flexibilidade, pretende-se oferecer um modelo que permita essa customização e adaptação das ações e estratégias do TTS às características da organização e do público-alvo envolvido.

Este projeto justifica-se também pela lacuna existente em reflexões e pesquisas acadêmicas que relacionem as temáticas do TTS e das Relações Públicas como uma estratégia de relacionamento entre uma organização e seus públicos. Embora ambas as áreas sejam de grande importância e estejam interligadas em diversos aspectos, ainda há uma escassez de estudos que explorem de forma aprofundada essa conexão e seus impactos.

Portanto, é fundamental preencher essa lacuna por meio de pesquisas acadêmicas que explorem a intersecção entre o TTS e as práticas de Relações Públicas, pois esses estudos podem fornecer insights valiosos sobre como as organizações podem utilizar estratégias de responsabilidade social e engajamento com a comunidade para fortalecer seus relacionamentos com os públicos e alcançar resultados positivos.

2. EMBASAMENTO TEÓRICO

Neste capítulo, serão apresentados os conceitos de diversos autores, com o objetivo de fundamentar o tema selecionado para este projeto. Os conceitos serão abordados de forma organizada, fornecendo subsídios para o planejamento do produto proposto neste trabalho.

2.1 História das Relações Públicas

As Relações Públicas são uma área de atuação das ciências sociais em que o profissional, conhecido como Relações Públicas, dedica-se à gestão estratégica da comunicação e dos relacionamentos entre uma organização e seus diversos públicos de interesse. O objetivo principal é estabelecer, manter e fortalecer relações positivas e duradouras com esses públicos, alinhadas aos valores, objetivos e interesses da organização, resultando em uma imagem favorável e na promoção de sua reputação, contribuindo para o sucesso e a sustentabilidade da organização.

Além disso, o profissional de Relações Públicas desempenha um papel crucial na gestão de crises, atuando de forma preventiva, no gerenciamento e na recuperação de situações adversas que possam prejudicar a reputação da organização. Assim, as atividades do profissional de Relações Públicas abrangem o planejamento, a execução e a avaliação de estratégias de comunicação integrada, que envolvem diversas ferramentas e canais de comunicação, como assessoria de imprensa, eventos, mídias sociais, relações com a comunidade e relações governamentais.

Os mesmos autores dizem que o termo que designa a atividade teria aparecido pela primeira vez na palestra “*The public relations and duties of the legal profession*”, proferida, em 1882, por Dorman Eaton, que entendia caber a elas “olhar pelo bem-estar do público”. E acrescentam que, em sua conotação atual, a expressão só teria sido usada a partir da segunda década do século passado, com Edward Bernays. A atividade de relações públicas como tal começou a adquirir forma nos Estados Unidos a partir do início do século XX (GRUNIG; HUNT, 1984, p. 14). (KUNSCH, 2009, p. 08).

Embora não exista uma data específica para o surgimento das Relações Públicas, pode-se verificar um desenvolvimento gradual e evolutivo ao longo do tempo, impulsionado por profissionais pioneiros e pela demanda crescente das

organizações por estratégias de comunicação eficazes e relacionamentos sólidos com seus públicos. Estudos indicam que as Relações Públicas tiveram início em diferentes momentos históricos e contextos culturais, destacando-se alguns marcos importantes que contribuíram para o desenvolvimento e reconhecimento dessa área.

Até hoje não se chegou a definir esse aspecto precisamente. James Grunig (2003, p. 69-70) observa que, há cinco mil anos, a aristocracia da China já tinha algo parecido com as modernas relações públicas. Também podemos fazer referência a uma série de outras possíveis manifestações dessa atividade ao longo da história. Por exemplo, *Retórica*, de Aristóteles, no século IV a. C., que, para Grunig e Todd Hunt (1984, p. 15), “poderia ser considerado um dos livros mais antigos escritos sobre relações públicas”. (KUNSCH, 2009, p. 08).

No início do século XX, nos Estados Unidos, diversas figuras são consideradas pioneiras nas práticas das ações no que hoje se entende como atividades da profissão de Relações Públicas, destacando-se a atuação de Ivy Lee e Edward Bernays. Ivy Lee é considerado o “pai das Relações Públicas” por sua abordagem inovadora em lidar com a mídia e divulgar informações com transparência sobre as empresas.

Por ter sido o primeiro a utilizar princípios e técnicas de relações públicas, Ivy Lee passa por “pioneiro”, como escreve Cândido Teobaldo de Souza Andrade (1973, p. 6), ou até como “pai das relações públicas mundiais”, conforme registra Castillo Esparcia (2004, p. 45 e 49), para quem ele buscou a aplicação prática da atividade “a partir de critérios que perseguem a busca da veracidade nas informações”. O documento que o norte-americano então lançou é histórico: “Nosso trabalho é feito às claras [...], nosso assunto é exato [...], nosso plano é divulgar com absoluta franqueza” (apud WEY, 1986, p. 31). (KUNSCH, 2009, p. 09).

Já Edward Bernays, que era sobrinho do neurologista, psiquiatra austríaco e criador da psicanálise Sigmund Freud, desenvolveu uma abordagem mais voltada para a persuasão e para a manipulação das opiniões públicas, utilizando técnicas psicológicas.

[...] o primeiro professor de relações públicas em uma universidade e autor da primeira obra da área, *Crystallizing public opinion* (1923). Nesta, Bernays delineia a figura do “consultor de relações públicas”, que, mais ético e dotado de maior responsabilidade social, usando conhecimentos

gerados pelas ciências sociais para entender a opinião pública, a motivação do público e as técnicas de relações públicas, seria diferente dos agentes de imprensa e dos publicistas da época. (KUNSCH, 2009, p. 10).

Sendo assim, as Relações Públicas se conceberam como uma disciplina fundamental no panorama das ciências sociais, destacando-se pelo papel estratégico desempenhado pelos profissionais dedicados à gestão eficiente da comunicação e dos relacionamentos organizacionais. Ao longo do tempo, desde as raízes mencionadas na aristocracia chinesa até os desenvolvimentos pioneiros nos Estados Unidos no início do século XX com figuras como Ivy Lee e Edward Bernays, a evolução dessa prática é evidente. Essa ênfase na elaboração de relações positivas, nas administrações de crises e na integração de diversas ferramentas de comunicação demonstra a versatilidade e a importância das Relações Públicas na contemporaneidade.

Enquanto a história dessa disciplina permanece envolta em nuances, seu impacto duradouro na maneira como as organizações se comunicam e constroem sua imagem é indiscutível. À medida que avançamos, é crucial reconhecer a contribuição de visionários como Lee e Bernays, cujas abordagens inovadoras acabaram modelando o campo e continuam a influenciar as práticas atuais dos profissionais de Relações Públicas.

2.2 Estratégias de Relacionamentos com os Públicos utilizadas pelo Relações Públicas

As atividades das Relações Públicas envolvem o planejamento, execução e avaliação de ações comunicativas, visando estabelecer a compreensão mútua, a confiança e o diálogo entre a organização e seus públicos, sejam eles internos (colaboradores, acionistas, porta-vozes, alta chefia, etc.), externos (consumidores, fornecedores, mídia, comunidade, entre outros) ou mistos (familiares dos empregados, acionistas, assessores, população vizinha, comunidade local, etc.).

Isso é feito por meio da implementação de estratégias de comunicação integrada, que envolvem diversas ferramentas e canais, como assessoria de

imprensa, eventos, mídias sociais, relações com a comunidade, relações governamentais, entre outros. Portanto, o profissional de Relações Públicas trabalha de forma estratégica, analisando o ambiente externo, identificando oportunidades e desafios, e desenvolvendo planos de ação para enfrentá-los, utilizando de diversas ferramentas e estratégias para fazer a manutenção do relacionamento entre a organização e os seus públicos.

A preocupação maior das organizações contemporâneas se concentra nos relacionamentos com os seus públicos. Sabem que deles nascem as estratégias que devem nortear a tomada de decisão quanto às ações que precisam desenvolver para obterem êxito na administração de seus negócios. Não se trata de qualquer relacionamento, mas daquele que deve ser definido como especializado, com conhecimento das partes, da organização e dos públicos, fundamentado em diretrizes que devem orientá-lo, bem como das mensagens que devem ser enviadas, via mídia dirigida, para cada público, de modo que a empresa seja compreendida e percebida como deseja. (FRANÇA, 2009, p. 210).

O Relações Públicas irá escolher algumas das estratégias adequadas dependendo dos objetivos que a organização está buscando, das características dos públicos envolvidos e do contexto em que a comunicação está ocorrendo. Portanto, são muitas as possibilidades de estratégias para relacionar-se com os públicos de uma organização, começando pelo mapeamento dos públicos e das suas necessidades, a utilização de uma comunicação integrada consistente e coesa, a colaboração com os veículos de comunicação divulgando os conteúdos da organização na mídia, a organização de eventos com os públicos, o patrocínio em atividades relacionadas aos interesses dos públicos da organização, o envolvimento em programas de responsabilidade social, o gerenciamento de crise, entre tantas outras ações e estratégias que municiam esse profissional.

Tendo suas atividades ligadas a esses *stakeholders*, é fundamental que o profissional de relações públicas busque conhecê-los para detectar seus perfis, anseios, ambições e opiniões a respeito da organização. Para tanto, faz uso da pesquisa como principal ferramenta de trabalho, podendo, então, com base nelas definir as estratégias e ações básicas da comunicação. Esse profissional atua em conjunto e apoiando as áreas de propaganda institucional, de jornalismo empresarial, de assessoria de imprensa, de editoração multimídia, de marketing social, cultural e

esportivo, defendendo valores, conceitos e princípios da empresa, bem como gerenciando crises para a construção da identidade e da imagem da organização. (LUPETTI, 2014, p. 15-16).

O profissional de Relações Públicas desempenha um papel estratégico no envolvimento em programas que tenham cunho de responsabilidade social, contribuindo para o planejamento, a execução, a comunicação e avaliação dessas iniciativas da organização.

A atuação deste profissional visa promover a imagem positiva da organização, fortalecer o relacionamento com os seus públicos e impactar positivamente a sociedade por meio do compromisso com a responsabilidade social, desenvolvendo atividades como campanhas de responsabilidade social, eventos de conscientização, ações de arrecadação de recursos, e outras atividades que visam mobilizar apoio para a causa social em questão, midiaticização das ações, monitoramento e avaliando também os resultados dessas iniciativas, entre outras práticas.

Fala-se, pois, de uma comunicação que se vincula às lutas mais amplas de segmentos populacionais organizados e que tem por finalidade contribuir para solucionar problemas que afetam o dia-a-dia das pessoas e ampliar os direitos de cidadania. (PERUZZO, 2009, p. 419).

A citação da autora contribui para ressaltar a importância da comunicação vinculada às lutas sociais, o que destaca o papel das Relações Públicas na busca pelas soluções para os problemas cotidianos e na ampliação dos direitos de cidadania. Portanto, compreende-se que o profissional de Relações Públicas não apenas realiza o gerenciamento da imagem da organização e administra os relacionamentos organizacionais, mas também desempenha um papel ativo na construção de um ambiente social mais justo e participativo.

2.3 Abordagem mais mercadológica e com interesses da organização

As estratégias desempenham um papel fundamental para o alcance dos objetivos das ações implementadas e podem variar em diferentes abordagens, dependendo do nível da organização. No campo da gestão da comunicação, essas estratégias podem ser subdivididas em comunicação interna, administrativa, institucional e mercadológica.

O direcionamento das ações do profissional de Relações Públicas dependerá dos interesses da organização em que ele está inserido ou prestando serviços. Por esse motivo, é possível que essas abordagens sejam mais voltadas para aspectos mercadológicos do que para aspectos sociais.

Partindo da premissa de que estratégias são ações que devem ser planejadas, então será necessário desenvolver planos de ação para cada público envolvido, ou seja, para a força de vendas, os intermediários, os influenciadores, os consumidores finais e os empresariais. É importante ressaltar que algumas estratégias são comuns a diversos públicos. (LUPETTI, 2014, p. 96).

No entanto, é importante ressaltar que a natureza das atividades de Relações Públicas abrange uma ampla gama de responsabilidades e não se limita apenas ao aspecto mercadológico. Embora algumas ações possam estar mais voltadas para fins comerciais, o profissional de Relações Públicas também desempenha um papel significativo na construção e no fortalecimento das relações com os diversos públicos da organização, considerando aspectos como transparência, ética e responsabilidade social.

De forma concisa, as relações públicas contribuem para a efetividade de uma organização quando buscam conciliar os objetivos desta com as expectativas dos públicos estratégicos. Essa contribuição pode ser traduzida em valor monetário, demonstrando que ela agrega valor aos negócios. (FERRARI, 2014, p. 246).

Ainda que as atividades das Relações Públicas possam ter um viés mercadológico em certos contextos, é muito importante reconhecer a ampla gama de responsabilidades e áreas de atuação dessa profissão, que abrangem muito mais do que apenas as estratégias de marketing.

Portanto, é essencial reconhecer que a atuação desse profissional vai além disso, buscando equilibrar os interesses da organização com a promoção de relações positivas e sustentáveis com os públicos envolvidos.

2.4 Trabalho Técnico Social (TTS) e o contexto brasileiro

O Trabalho Técnico Social (TTS) é uma prática social estabelecida pela legislação brasileira, em particular pela Lei nº 10.257 de 2001, conhecida como Estatuto das Cidades, que aborda o planejamento participativo e a função social da propriedade. A partir do ano 2000, o TTS tornou-se um investimento recomendado e, desde 2006, passou a ser obrigatório.

O Trabalho Técnico Social (TTS) é uma abordagem que visa promover a transformação social por meio de ações e projetos desenvolvidos em parceria com a comunidade, com o objetivo de melhorar as condições de vida das pessoas e contribuir para o desenvolvimento sustentável de uma determinada área ou comunidade.

Ele envolve a realização de ações e projetos que têm como objetivo atender às necessidades e demandas identificadas em determinadas áreas ou comunidades, podendo abranger temas como a educação, saúde, a capacitação profissional, a geração de renda, a cultura e o meio ambiente, baseando-se em uma abordagem participativa, ou seja, buscando envolver diretamente a comunidade no processo de diagnóstico, planejamento e implementação das ações.

O Trabalho Técnico Social (TTS) também estimula a participação ativa da comunidade, buscando fortalecer sua autonomia e capacidade de tomar decisões.

O Trabalho Social deve contribuir para um desenvolvimento baseado na cooperação, que gera resultados compartilhados e promove a inclusão cidadã. Para tanto, é desejável a criação de redes e parcerias, com participação aberta aos diferentes setores (governo, sociedade civil e mercado), os quais impulsionarão projetos e ações que carregam uma visão coletiva de futuro. (Caixa Econômica Federal, 2020, p. 22).

As ações do Trabalho Técnico Social (TTS) também envolvem a mobilização de parcerias com outras instituições, como governos e organizações não governamentais, para potencializar os recursos e ampliar o impacto das ações realizadas, baseadas em uma abordagem participativa e multidisciplinar, que busca envolver os atores sociais diretamente afetados pelo projeto, considerando suas necessidades, expectativas, potencialidades e contextos específicos.

O Trabalho Técnico Social (TTS) visa estabelecer um diálogo constante com a comunidade, estimulando sua participação ativa e promovendo a sua autonomia, servindo como uma mediação entre uma organização/projeto e o público contemplado.

Enquanto uma estratégia mercadológica busca principalmente atingir metas comerciais e promover a imagem da organização para alcançar resultados financeiros, o Trabalho Técnico Social (TTS) vai além e tem um enfoque mais abrangente ao considerar aspectos sociais, comunitários e de desenvolvimento humano como elementos fundamentais em suas ações.

Tendo como base realizar a manutenção do relacionamento entre a organização e o público, esse trabalho busca envolver os diversos atores sociais afetados pelas ações de um determinado projeto, promovendo o diálogo, a participação ativa da comunidade e a inclusão.

O Trabalho Técnico Social (TTS) surgiu no Brasil a partir da implementação de políticas públicas voltadas para o desenvolvimento urbano e social, prevendo a participação popular na elaboração e implementação de políticas urbanas, bem como a função social da propriedade e a promoção do desenvolvimento social e econômico das cidades, tornando-se obrigatório em programas e projetos financiados com recursos públicos para habitação de interesse social.

Seu surgimento no território nacional está relacionado à crescente demanda por intervenções sociais nos programas habitacionais, urbanísticos e de infraestrutura. A percepção da importância de ações que promovam o desenvolvimento social, o fortalecimento das comunidades e a melhoria das condições de vida das populações afetadas por essas intervenções impulsionou a adoção do Trabalho Técnico Social (TTS) como uma prática obrigatória.

As normas e orientações para a elaboração, contratação e execução do Trabalho Social em programas como o Casa Verde Amarela, Programa de Aceleração do Crescimento (PAC) e intervenções de habitação e saneamento financiadas pelo setor público estão atualmente estabelecidas na Portaria 464/2018 do Ministério das Cidades, que foi incorporado pelo Ministério do Desenvolvimento Regional.

Essa portaria delimita as diretrizes e os procedimentos a serem seguidos na implementação do Trabalho Social, garantindo sua aplicação adequada e eficiente nas diferentes operações e programas governamentais relacionados ao desenvolvimento urbano e habitacional.

O Trabalho Social (...) compreende um conjunto de estratégias, processos e ações, realizado a partir de estudos diagnósticos integrados e participativos do território, compreendendo as dimensões: social, econômica, produtiva, ambiental e político institucional do território e da população beneficiária. Esses estudos consideram também as características da intervenção, visando promover o exercício da participação e a inserção social dessas famílias, em articulação com as demais políticas públicas, contribuindo para a melhoria da sua qualidade de vida e para a sustentabilidade dos bens, equipamentos e serviços implantados. (BRASIL, 2018, p. 01).

Assim, o Trabalho Técnico Social (TTS) no Brasil surgiu como uma resposta às necessidades de promoção da inclusão social, do desenvolvimento humano e da participação popular nas políticas urbanas, visando alcançar um desenvolvimento mais sustentável e equitativo nas cidades brasileiras.

2.5 Estratégias de Relacionamentos com os Públicos utilizadas pelo Trabalho Técnico Social (TTS)

Anteriormente, discutimos que o Trabalho Técnico Social (TTS) voltado para o desenvolvimento territorial integrado é um processo que busca ampliar os direitos sociais e promover o desenvolvimento local. Conforme disposto no Caderno de Orientações Técnicas do Trabalho Social (COTS, 2020, p. 82), esse processo é fundamentado no estímulo e fortalecimento da participação e organização autônoma da população.

Portanto, é essencial que a mobilização e execução das atividades se concentrem na apropriação do território, considerando seus desafios e recursos, visando construir uma visão compartilhada para o futuro, em que a comunidade seja a protagonista. Na realização dessas ações, existem diversos recursos metodológicos disponíveis e a escolha da abordagem metodológica deve ser baseada no

diagnóstico, levando em consideração os objetivos das atividades e as características do público-alvo.

É importante ressaltar que cada caso pode demandar uma abordagem específica, e a escolha adequada da estratégia deve ser embasada em uma análise criteriosa das necessidades e realidades locais. Vejamos alguns recursos metodológicos que servem como referência das estratégias de relacionamento utilizadas pelo Trabalho Técnico Social (TTS) com os públicos:

- Diagnóstico participativo: Realização de levantamento de informações e análise conjunta com a comunidade para compreender as demandas e recursos do território.
- Reuniões/Grupos de discussão: Promover espaços de diálogo e troca de experiências entre os membros da comunidade, permitindo a identificação de soluções e a construção coletiva de propostas.
- Oficinas e capacitações: Realizar atividades práticas e de formação com o intuito de desenvolver habilidades e conhecimentos relevantes para a comunidade.
- Visitas técnicas: Organizar visitas a projetos e experiências bem-sucedidas em outros territórios, a fim de inspirar e estimular novas práticas.
- Mapeamento participativo: Envolver a comunidade na identificação e registro de recursos, potenciais e problemas do território, contribuindo para o planejamento e tomada de decisões.
- Rodas de conversa: Estabelecer espaços informais de diálogo, nos quais os membros da comunidade possam compartilhar experiências, opiniões e ideias.
- Mobilização comunitária: Promover a participação ativa da população por meio de campanhas, eventos e ações coletivas que visem sensibilizar e engajar os moradores.

Entre tantas outras metodologias de realizar o relacionamento com o público por meio do Trabalho Técnico Social (TTS), deve-se atentar para que a seleção dos recursos metodológicos adequados para o Trabalho Técnico Social (TTS) deverá ser baseada em um diagnóstico participativo e deverá considerar os objetivos e características da comunidade atendida. É importante ressaltar que a escolha deve ser flexível e adaptável, buscando sempre promover a participação e o protagonismo da população envolvida.

Outro aspecto de grande relevância nas estratégias de relacionamento utilizadas pelo Trabalho Técnico Social (TTS) é a mediação de conflitos e o gerenciamento de crises, assim como as Relações Públicas. Um Trabalho Técnico Social (TTS) bem planejado desempenha um papel ativo ao evitar que o público

envolvido nas ações se sinta excluído ou desvinculado do projeto, e conseqüentemente da organização que o está propondo/relacionada a ele.

Em muitos dos casos, durante as atividades desenvolvidas pelo Trabalho Técnico Social (TTS), é possível solucionar dúvidas ou resolver reclamações do público, evitando assim ruídos na comunicação e transtornos administrativos.

A comunicação pensada de forma estratégica, no sentido de esboçar e implementar programas de mediação entre interesses sociais, políticos e econômicos, capazes de influenciar o crescimento e a sobrevivência da organização, procura estabelecer processos interativos e as mediações da organização com seus diferentes públicos, a opinião pública e a sociedade em geral, por seu papel decisivo nesse cenário. Esse processo é vital para uma organização, porque ninguém pode gerar sozinho informações para administrar, prevenir ou evitar uma crise. (CINTIA, 2014, p. 313-314).

Um planejamento cuidadoso do Trabalho Técnico Social (TTS) permite a identificação antecipada de possíveis conflitos ou situações problemáticas, o que possibilita a adoção de medidas preventivas e a implementação de estratégias eficientes de resolução de conflitos. Através de um diálogo aberto e transparente com os públicos envolvidos, é possível mitigar mal-entendidos, esclarecer questões e atender às demandas da comunidade de forma adequada.

As relações públicas são, portanto, uma filosofia e um processo. São uma filosofia porque reconhecem a necessidade de equilibrar interesses públicos e privados; são um processo na medida em que são responsáveis por fazer a mediação permanente entre os públicos e as organizações. Nesse contexto, é essa função “mediadora” que constitui o foco das relações públicas. O objetivo das relações públicas é estabelecer, desenvolver e manter, de forma planejada, vínculos, relacionamentos diretos, gerais ou especializados, com pessoas, organizações, públicas e privadas, públicos e a sociedade, com vista a traduzir esses relacionamentos em benefícios para as partes envolvidas. (FERRARI, 2014, p. 246).

Além disso, o trabalho técnico social promove a construção de um ambiente participativo, onde os diferentes atores têm a oportunidade de expressar suas

preocupações, sugestões e críticas. Isso contribui para fortalecer os laços entre a organização e os públicos envolvidos, gerando confiança e comprometimento.

Ao lidar proativamente com conflitos e crises, o Trabalho Técnico Social (TTS) demonstra o compromisso da organização em buscar soluções, resolver problemas e garantir o bem-estar das partes interessadas. Essa abordagem estratégica reduz a possibilidade de conflitos se agravarem e minimiza potenciais impactos negativos na reputação da organização.

Qualquer processo de tomada de decisão que envolva relacionamento interpessoal, grupos de influência que tratam de interesses da comunidade, responde pela iminência de situações conflitantes. Existem conflitos e crises porque há diferenças em vários níveis. O desafio é encontrar os mecanismos que facilitem resolvê-los democrática, e não autoritariamente. (CINTIA, 2014, p. 314).

Diante desse contexto, fica evidente a estreita relação entre o Trabalho Técnico Social (TTS) e as Relações Públicas, que compartilham da comunicação como uma estratégia fundamental para a manutenção dos relacionamentos entre uma organização e seus públicos.

Ambas as áreas têm como objetivo atender e beneficiar ambas as partes, evitando conflitos e inconsistências no processo comunicativo, reconhecendo a importância da comunicação eficaz para estabelecer e fortalecer os laços entre a organização e seus públicos e buscam criar canais de diálogo, transmitir informações relevantes, esclarecer dúvidas e ouvir as necessidades e expectativas dos envolvidos.

Por meio da comunicação estratégica, o Trabalho Técnico Social (TTS) e as Relações Públicas buscam construir relacionamentos sólidos e de confiança, que contribuam para o alcance dos objetivos da organização e para a satisfação dos públicos envolvidos.

Isso é alcançado por meio do planejamento cuidadoso das ações de comunicação, considerando as características e necessidades de cada público-alvo, e pela utilização de técnicas adequadas para transmitir mensagens claras, coerentes e alinhadas aos valores e propósitos da organização.

2.6 Como incorporar as práticas do Trabalho Técnico Social (TTS) no exercício da profissão de Relações Públicas

As Relações Públicas desempenham um papel fundamental no Trabalho Técnico Social (TTS) devido à sua capacidade de promover a comunicação efetiva entre diferentes atores envolvidos em um projeto social, a construção de relacionamentos, a gestão da imagem e a transparência. A atuação desses profissionais contribui para o sucesso do projeto, o engajamento da comunidade e a obtenção de resultados positivos em termos de desenvolvimento social.

Dessa forma a incorporação das práticas do Trabalho Técnico Social (TTS) no exercício da profissão de Relações Públicas pode ser feita de diversas maneiras, levando em consideração os princípios e objetivos do Trabalho Técnico Social (TTS), bem como as competências e habilidades do profissional de Relações Públicas.

O profissional de Relações Públicas pode incorporar as práticas do Trabalho Técnico Social (TTS) ao elaborar o planejamento estratégico de comunicação de uma organização, considerando ações e estratégias que visem à promoção do desenvolvimento social, à participação e ao engajamento dos públicos de interesse.

A realização de um diagnóstico detalhado dos públicos de interesse é essencial em ambas as áreas. O profissional de Relações Públicas pode aplicar técnicas e metodologias de pesquisa para identificar as expectativas, necessidades e demandas dos públicos envolvidos, a fim de embasar as ações de comunicação e relacionamento elencadas nas estratégias do projeto de Trabalho Técnico Social (TTS).

Uma das características centrais do Trabalho Técnico Social (TTS) é a promoção da participação ativa da comunidade e nesse sentido, o profissional de Relações Públicas pode atuar como facilitador desse processo, promovendo espaços de diálogo, incentivando a participação dos públicos e garantindo que suas vozes sejam ouvidas e consideradas nas decisões organizacionais.

Uma vez que o Trabalho Técnico Social (TTS) valoriza a comunicação bidirecional e participativa, em que os públicos são envolvidos ativamente no processo de comunicação, é importante que o profissional de Relações Públicas adote

estratégias de comunicação que incentivem a interação, o diálogo e a co-criação de conteúdo, fortalecendo a relação entre a organização e seus públicos.

Assim como o Trabalho Técnico Social (TTS) é aferido e avaliado, em grande parte pelos agentes financiadores, o profissional de Relações Públicas deve monitorar e avaliar constantemente as ações de comunicação e relacionamento, a fim de identificar oportunidades de melhoria e ajustar as estratégias conforme necessário. A coleta de feedback, a análise de métricas e a avaliação do impacto das ações são práticas importantes para garantir a efetividade das iniciativas tomadas junto aos públicos que estão participando destes projetos.

As Relações Públicas desempenham um papel fundamental na moldagem da percepção pública e na construção de uma reputação positiva para as organizações envolvidas, o que pode facilitar o apoio, a colaboração e o sucesso das iniciativas de trabalho técnico social.

Diante do que foi exposto podemos entender que a incorporação das práticas do Trabalho Técnico Social (TTS) no exercício da profissão de Relações Públicas envolve a adoção de abordagens participativas, a valorização da comunicação bidirecional, o engajamento dos públicos e a promoção do desenvolvimento social.

Ao unir os princípios do Trabalho Técnico Social (TTS) com as habilidades e competências do profissional de Relações Públicas, é possível construir estratégias de comunicação e relacionamento mais inclusivas, éticas e alinhadas com as expectativas da sociedade. Ao unirem seus esforços, essas áreas colaboram para evitar mal-entendidos, conflitos e inconsistências na comunicação, pois ambas compartilham a compreensão de que a comunicação é uma ferramenta essencial para o sucesso organizacional.

Ao integrarem suas práticas e estratégias, ambas as áreas contribuem para estabelecer relacionamentos saudáveis e mutuamente benéficos por meio de uma abordagem proativa, evitando conflitos e garantindo uma comunicação consistente, harmoniosa e eficaz.

Dessa união resultam inúmeros benefícios para a organização. Essa abordagem proporciona uma série de vantagens, como a construção de uma imagem

positiva e o aumento da reputação da organização, por meio de uma estratégia de Marketing Social equilibrada e não invasiva, a marca é promovida de maneira autêntica, o que contribui para a fidelização do cliente.

Através do envolvimento ativo do público-alvo, a organização demonstra interesse genuíno em acolhê-lo e ouvir suas necessidades. Isso gera uma conexão emocional e fortalece a relação entre o cliente e a organização. O cliente passa a ter estima pela empresa, pois percebe o comprometimento em realizar ações e atividades que o incluem e incentivam sua participação.

O marketing social consiste na aplicação de tecnologias próprias do marketing comercial na análise, planejamento, execução e avaliação de programas criados para influenciar o comportamento de determinados grupos sociais ou da população de um modo geral, com o objetivo de melhorar suas condições de vida. O raciocínio empregado pode ser considerado simplista: como o marketing tem um relativo sucesso ao incentivar as pessoas a comprar inúmeros produtos de consumo, argumenta-se que ele também pode incentivar as pessoas a adotar comportamentos positivos para si próprios, e para a sociedade em geral. (DIAS, 2014, p. 54).

Além disso, o cliente se torna um defensor positivo da organização, divulgando de forma espontânea a marca de maneira positiva junto à comunidade em que está inserido e em suas outras interações interpessoais. Essa forma de marketing boca a boca, baseada em experiências positivas, têm um impacto significativo no fortalecimento da reputação da organização e na ampliação do alcance de sua mensagem, valores e princípios.

2.7 Lacuna existente de estudos e pesquisas que relacionem ambas as áreas

Ao longo da busca por referências bibliográficas e pesquisas científicas que relacionassem as áreas de Relações Públicas e Trabalho Técnico Social (TTS), deparei-me com uma significativa lacuna de estudos que abordam diretamente essa relação.

Diante dessa constatação, decidi direcionar minha pesquisa para a análise dos conceitos separados de cada área, buscando autores relevantes que pudessem

embasar esse projeto. Além disso, explorei documentos e autores que discutem as ferramentas e estratégias utilizadas por ambas as áreas no contexto do relacionamento entre organizações e seus públicos.

No entanto, é importante ressaltar a necessidade de mais pesquisas científicas e estudos que explorem a interligação entre a profissão de Relações Públicas e o Trabalho Técnico Social (TTS). A escassez de literatura específica nesse campo ressalta a importância de aprofundar esse tema por meio de pesquisas mais aprofundadas. A conexão entre essas áreas pode trazer contribuições valiosas para a prática profissional e para o desenvolvimento teórico desses campos de estudo.

Portanto, incentivo futuros pesquisadores e acadêmicos a explorarem a interseção entre as Relações Públicas e o Trabalho Técnico Social (TTS). Investir nesse campo de estudo contribuirá para a compreensão e o aprimoramento das estratégias de relacionamento entre organizações e seus públicos, levando em consideração as dimensões sociais e comunicacionais presentes nessa interação.

A realização de estudos nessa área contribuirá para o fortalecimento teórico e prático dessas disciplinas, possibilitando uma visão mais abrangente e integrada do papel das Relações Públicas no contexto do Trabalho Técnico Social (TTS).

É fundamental preencher essa lacuna de conhecimento por meio de pesquisas científicas que explorem a inter-relação entre as áreas de Relações Públicas e Trabalho Técnico Social (TTS). Essa investigação mais aprofundada trará benefícios para a prática profissional, permitindo uma compreensão mais abrangente e embasada das estratégias de relacionamento adotadas pelas organizações, bem como para o desenvolvimento teórico e prático das Relações Públicas e do Trabalho Técnico Social (TTS), enriquecendo ambos os campos de estudo.

3. APRESENTAÇÃO DA SOLUÇÃO/EXPERIMENTO

Considerando minha experiência profissional e percepções pessoais sobre a estruturação e funcionamento de projetos de Trabalho Técnico Social (TTS), pude observar uma relação próxima com algumas ferramentas de relacionamento utilizadas pelas Relações Públicas.

Ao analisar um projeto específico com o qual tive contato, identifiquei uma certa rigidez no desenvolvimento e na construção das atividades, desde o formato até a aplicação, padronizando o trabalho em um único modelo. Essa padronização, por vezes, resultava em inconsistências na realização das atividades junto aos públicos.

Diante dessa perspectiva, e considerando que as circunstâncias e contextos dos públicos moldam as estratégias de comunicação e relacionamento de uma organização, proponho neste trabalho o desenvolvimento de um produto que atenda às características de ambas as áreas de forma dinâmica e adaptável à realidade da organização na qual o profissional de Relações Públicas está envolvido no Trabalho Técnico Social (TTS).

Esse produto pode ser concebido como uma espécie de guia de consulta, diferenciando-se do Termo de Referência (TR) comumente utilizado em Projetos de Trabalho Social (PTS), que restringem a flexibilidade e dinamização das ações e atividades a serem implementadas.

Essa abordagem busca integrar as melhores práticas das Relações Públicas e do Trabalho Técnico Social (TTS), permitindo que o profissional de Relações Públicas desenvolva estratégias de comunicação e relacionamento adaptadas à realidade da organização e seus públicos. O produto proposto funcionaria como um guia flexível, capaz de ser ajustado conforme as necessidades e características específicas de cada Projeto de Trabalho Social (PTS).

Além disso, o manual ou cartilha irá servir como uma fonte de referência para o profissional de Relações Públicas, fornecendo diretrizes e orientações sobre a aplicação das estratégias de relacionamento com os públicos. Dessa forma, o profissional teria maior autonomia para tomar decisões e adaptar as ações de acordo com as demandas e expectativas dos públicos envolvidos no projeto.

A proposta desse produto vai ao encontro da importância de uma abordagem mais flexível e adaptável no Trabalho Técnico Social (TTS), permitindo uma maior eficácia na comunicação e no relacionamento com os públicos. Ao romper com a rigidez do modelo único, busca-se promover uma maior participação e engajamento dos públicos, criando um ambiente propício para o diálogo, a escuta ativa e a construção conjunta de soluções.

4. RECURSOS UTILIZADOS (MATERIAIS, HUMANOS E FINANCEIROS)

Durante o processo de concepção e elaboração deste guia, diversas etapas foram percorridas, refletindo não apenas um trabalho técnico, mas um exercício profundo de integração entre teoria e prática. A identificação do propósito surgiu da constatação de que as estratégias de Trabalho Técnico Social (TTS) e Relações Públicas (RP) poderiam ser sinergicamente integradas para ampliar a eficácia da comunicação organizacional. Observou-se uma carência no enfoque acadêmico e prático que explorasse a interseção dessas disciplinas, indicando uma oportunidade significativa de contribuição para a prática profissional.

4.1 Identificação do Propósito:

O primeiro passo foi identificar claramente o propósito do guia, que é orientar os profissionais de Relações Públicas na integração eficaz do TTS nas suas estratégias de comunicação. Essa identificação proporcionou uma direção clara, ancorada na necessidade de preencher uma lacuna percebida no cenário profissional. A etapa inicial desse processo de elaboração envolveu uma análise cuidadosa das necessidades percebidas no campo das Relações Públicas.

Ao analisar as práticas existentes, ficou claro que, embora ambas as disciplinas busquem engajamento e interação, a fusão sistemática de conceitos e práticas específicas do TTS nas estratégias de RP era uma área pouco explorada. A identificação dessa lacuna destacou a necessidade de um guia que não apenas reconhecesse a complementaridade dessas disciplinas, mas também fornecesse orientações práticas para a integração efetiva.

O propósito do guia também foi moldado pela evolução das demandas profissionais. À medida que as organizações buscam abordagens mais holísticas e sustentáveis nas suas interações com as comunidades, a incorporação das práticas do TTS nas estratégias de RP surge como uma resposta estratégica e ética a essas demandas em constante transformação. Portanto, o guia se propôs a atuar como uma ferramenta atualizada e relevante, conectando as bases teóricas ao contexto dinâmico da prática profissional contemporânea.

4.2 Pesquisa e Contextualização:

A pesquisa bibliográfica e documental foi vital para embasar o guia. Explorar tanto os fundamentos teóricos das Relações Públicas quanto às práticas consagradas do Trabalho Técnico Social permitiu uma compreensão mais profunda de ambas as áreas. A contextualização desses elementos foi fundamental para estabelecer uma base sólida.

A fase inicial deste projeto foi marcada por uma imersão profunda na literatura acadêmica e nas práticas profissionais que abordam tanto o Trabalho Técnico Social (TTS) quanto às estratégias de Relações Públicas (RP). A pesquisa teve como objetivo não apenas entender os fundamentos teóricos dessas áreas de atuação, mas também mapear suas aplicações práticas em contextos variados.

A contextualização envolveu uma análise abrangente das atuais tendências e desafios nas áreas de TTS e RP. Esse processo revelou a necessidade premente de uma abordagem mais integrada, destacando a lacuna existente entre as teorias consolidadas e as práticas emergentes.

A compreensão resultante não apenas forneceu um embasamento sólido para o desenvolvimento do guia, mas também contribuiu para a identificação de áreas específicas onde as práticas de TTS poderiam ser otimamente incorporadas às estratégias de RP. A pesquisa e contextualização, portanto, serviram como alicerce para a construção de um guia que não apenas tece conceitos teóricos, mas também os traduz em ações pragmáticas e alinhadas com as demandas contemporâneas das organizações.

4.3 Flexibilidade e Adaptabilidade:

A ênfase na flexibilidade e adaptabilidade das estratégias propostas no guia destaca a natureza dinâmica do trabalho de Relações Públicas. Reconhecendo que cada organização é única, permitir a modificação e personalização das atividades propostas destaca a utilidade prática do guia em diferentes contextos. Isso não só leva em conta a diversidade organizacional, mas também a dinâmica mutável das comunidades em que as organizações estão inseridas.

A necessidade inerente de flexibilidade e adaptabilidade emergiu como um ponto focal crucial durante o desenvolvimento deste guia. A compreensão de que as dinâmicas organizacionais e as demandas dos públicos são fluidas e suscetíveis a mudanças significativas orientou a abordagem flexível delineada neste material.

No contexto das Relações Públicas, reconheceu-se que as estratégias devem ser altamente maleáveis para se ajustar às nuances específicas de cada organização. Da mesma forma, a flexibilidade é essencial no âmbito do Trabalho Técnico Social, especialmente considerando a diversidade de comunidades e contextos nos quais ele pode ser aplicado.

A adaptabilidade permeia cada seção do guia, destacando a importância de avaliações contínuas, feedbacks iterativos e a capacidade de ajustar as abordagens conforme necessário. Isso não apenas reflete a natureza dinâmica das relações organizacionais, mas também ressoa com a ideia de que estratégias de sucesso são aquelas que evoluem com as mudanças no ambiente externo e interno.

A flexibilidade e adaptabilidade, portanto, são conceitos que não apenas fundamentam a estrutura deste guia, mas também servem como lembretes constantes de que a verdadeira eficácia reside na capacidade de se moldar às circunstâncias mutáveis e abraçar a evolução constante nos campos de Relações Públicas e Trabalho Técnico Social.

4.4 Exemplos Práticos:

A inclusão de exemplos práticos trouxe vida ao guia, fornecendo aos profissionais casos reais para ilustrar a aplicação das estratégias propostas, e visa proporcionar uma compreensão tangível e aplicada das estratégias delineadas. Estes exemplos não são prescrições rígidas, mas sim ilustrações dinâmicas de como as abordagens teóricas podem se manifestar na realidade. Ao destacar casos específicos e cenários concretos, busca-se oferecer insights valiosos sobre a implementação efetiva de práticas de Trabalho Técnico Social (TTS) integradas às estratégias de Relações Públicas (RP).

Cada exemplo é selecionado com base em sua relevância e potencial para inspirar a criatividade. A diversidade destes casos práticos abrange uma gama de

contextos organizacionais, reconhecendo que as estratégias podem variar significativamente de uma situação para outra. Além disso, esses exemplos não apenas destacam sucessos, mas também podem abordar desafios e lições aprendidas, proporcionando uma visão holística da aplicação dessas práticas interdisciplinares.

Ao explorar esses exemplos, os profissionais de Relações Públicas são incentivados a adaptar e personalizar as estratégias conforme as características específicas de suas organizações e públicos. Isso promove uma abordagem pragmática e baseada em casos reais, contribuindo para a eficácia das estratégias propostas neste guia.

4.5 Elaboração Gráfica e Diagramação do Guia:

A construção gráfica e diagramação deste guia foi uma tarefa empreendida de maneira independente pelo autor, utilizando a versão paga da plataforma Canva, para garantir recursos avançados e flexibilidade no design. Optou-se por essa ferramenta de design devido à sua acessibilidade e familiaridade, conferindo ao autor a autonomia necessária para traduzir suas ideias em elementos visuais de maneira eficaz.

As ilustrações presentes no guia foram cuidadosamente selecionadas da vasta biblioteca oferecida pela plataforma Canva. Este acervo diversificado proporcionou uma gama de opções visuais, permitindo a escolha de elementos gráficos alinhados com a mensagem e o propósito do guia. A utilização dessas ilustrações contribuiu para a compreensão visual das estratégias delineadas, tornando o conteúdo mais acessível e envolvente para os leitores. Esse processo agregou uma camada visual significativa às informações, apresentando uma integração coesa entre o conteúdo textual e os elementos gráficos, garantindo uma apresentação visualmente atrativa.

No que diz respeito à paleta de cores e tipografia, uma abordagem de neutralidade e profissionalismo foi adotada. Cores suaves e harmônicas foram escolhidas para evitar poluição visual, enquanto uma fonte legível e profissional foi priorizada para garantir clareza e acessibilidade. Essa estética clean e organizada visa criar uma experiência de leitura agradável, destacando a seriedade e a relevância do conteúdo. A opção por cores neutras e uma fonte profissional buscou manter a sobriedade e o profissionalismo, visando evitar a sobrecarga visual e promover uma

leitura fluida. Essa decisão foi guiada pelo entendimento de que a estética do guia desempenha um papel crucial na comunicação efetiva das informações, e as escolhas gráficas refletem a intenção de transmitir a mensagem de forma clara e objetiva.

Por fim, a elaboração gráfica e a diagramação deste guia visam não apenas transmitir informações de forma eficaz, mas também proporcionar uma experiência visual coesa e atraente. A combinação de elementos visuais, cores e tipografia contribui para um design equilibrado, onde a estética complementa a substância, reforçando a credibilidade e a utilidade deste guia para os profissionais de Relações Públicas. A ênfase na neutralidade visual tem como objetivo garantir a acessibilidade e a aplicabilidade do guia em diversos contextos, sem comprometer a qualidade estética.

5. MENSURAÇÃO E AVALIAÇÃO DOS RESULTADOS

Neste estágio, a mensuração e avaliação dos resultados não puderam ser efetuadas, dado que o guia está aguardando aprovação da banca examinadora antes de ser disponibilizado ao público. O guia será hospedado na página oficial do curso de Relações Públicas da Universidade Federal do Pampa, Campus São Borja, como fonte principal de acesso e consulta.

Adicionalmente, o guia será também disponibilizado no site AnyFlip, oferecendo uma plataforma alternativa para acesso e interação. Nessa plataforma, o autor terá acesso a dados quantitativos de visualizações e a um campo de comentários, proporcionando uma primeira camada de feedback e engajamento com os leitores. Esta iniciativa visa fornecer uma experiência mais interativa e acessível para o público interessado em explorar o guia.

É relevante ressaltar que, embora a análise quantitativa inicial seja possível através do AnyFlip, a análise aprofundada e a mensuração abrangente dos resultados serão realizadas em etapas subsequentes. Após a aprovação e disponibilização do guia, o autor planeja conduzir uma análise mais profunda, considerando dados de acesso, feedback dos leitores e eventuais comentários, garantindo que a mensuração seja abrangente e bem fundamentada. Esse processo permitirá avaliar a eficácia do

guia, identificar áreas de aprimoramento e fornecer insights valiosos para futuras iterações ou projetos similares.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao incorporar o TTS, os Relações Públicas se tornam facilitadores ativos na promoção da sustentabilidade socioeconômica e na mitigação de desafios enfrentados por comunidades em situação de vulnerabilidade. As ações educativas, informativas e de mobilização social planejadas pelos profissionais de Relações Públicas, alinhadas às práticas do TTS, não só geram impacto positivo local, mas também estabelecem a organização como um agente de mudança que se preocupa genuinamente com o bem-estar da comunidade.

Além disso, essas práticas não são apenas filantrópicas; são investimentos estratégicos na reputação e imagem da organização. Ao envolver a comunidade de maneira ativa, transparente e participativa, os Relações Públicas criam uma narrativa coesa de responsabilidade social e comprometimento genuíno. Essa abordagem não apenas fortalece a relação com a comunidade, mas também impacta positivamente a percepção pública da organização.

A reputação de uma instituição é fortemente influenciada pela forma como ela se relaciona com sua comunidade. Ao adotar as práticas do TTS, os Relações Públicas não apenas resolvem problemas locais, mas constroem uma ponte duradoura entre a organização e a comunidade. Essa conexão emocional e funcional transcende as práticas tradicionais de relações públicas, tornando-se um diferencial estratégico. A comunidade percebe a organização não apenas como um provedor de serviços, mas como um parceiro ativo e consciente do ambiente em que está inserida.

Assim, a adoção dessas práticas não só reforça a responsabilidade social, mas configura-se como uma via estratégica para aprimorar a reputação e a imagem da instituição. A organização que entende a importância de ser uma força positiva na comunidade, além de cumprir sua missão comercial, está, inegavelmente, pavimentando o caminho para uma reputação sólida, sustentável e admirável, refletindo diretamente em sua posição no mercado e no coração daqueles que serve.

Vale ressaltar que as ações sugeridas neste guia representam uma base abrangente, mas as práticas do Trabalho Técnico Social (TTS) são intrinsecamente flexíveis e adaptáveis a diferentes contextos e necessidades. Cada projeto de TTS é único, sendo crucial para o profissional de Relações Públicas avaliar e ajustar as atividades conforme as peculiaridades da comunidade e da organização em que está inserido. A personalização dessas ações é fundamental para garantir uma abordagem relevante e impactante.

A versatilidade do TTS permite que os profissionais de Relações Públicas identifiquem novas oportunidades e modifiquem estratégias de acordo com as características específicas de cada projeto. A capacidade de adaptar e inovar, alinhada ao entendimento profundo das dinâmicas locais, potencializa a eficácia dessas ações, contribuindo para uma integração mais efetiva entre a organização e a comunidade, fortalecendo laços e consolidando uma presença positiva e participativa no cenário social.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Brasil. **Portaria nº 464 de 25 de julho de 2018**. Gabinete do Ministro. Ministério das Cidades. Dispõe sobre Trabalho Social nos Programas e Ações do Ministério das Cidades. Diário Oficial da União. 26 Jul. 2018. Disponível em: <<https://autogestao.unmp.org.br/wp-content/uploads/2014/08/Portaria-n%C2%BA-464-de-25-de-junho-de-2018.pdf>>. Acesso em: junho de 2023

Caixa Econômica Federal. **Caderno de Orientações Técnicas do Trabalho Social (COTS)**. 87 p., 2020. Disponível em: <<https://www.caixa.gov.br/Downloads/credenciamento-de-terceiros-agronegocio/cots-caderno-de-orientacoes-tecnicas-do-trabalho-social.pdf>>. Acesso em: junho de 2023.

_____. **Caderno de Orientações ao Cliente Governo**. Roteiro de elaboração de Projetos de Trabalho Social. 23 p., [s.d.]. Disponível em: <https://www.caixa.gov.br/Downloads/Trabalho_Social/Caderno_Orientacoes_Cliente_Governo.pdf>. Acesso em: junho de 2023.

CARVALHO, Cintia da Silva. **Relações públicas: mediação sistêmica no gerenciamento de conflitos e crises organizacionais**. In: KUNSCH, Margarida Maria Krohling. *Relações Públicas*. Editora Saraiva, 2009. p. 309-326.

DIAS, Reinaldo. **Marketing Ambiental: Ética, Responsabilidade Social e Competitividade nos Negócios**. 2ª edição. Grupo GEN, 2014. E-book. ISBN 9788522489800. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522489800/>>. Acesso em: junho de 2023.

FERRARI, Maria Aparecida. **Relações públicas contemporâneas: a cultura e os valores organizacionais como fundamentos para a estratégia da comunicação**. In: KUNSCH, Margarida Maria Krohling. *Relações Públicas*. Editora Saraiva, 2009. p. 243-262.

FRANÇA, Fábio. **A releitura dos conceitos de público pela conceituação lógica**. In: KUNSCH, Margarida Maria Krohling. *Relações Públicas*. Editora Saraiva, 2009. p. 209-242.

FUNDAÇÃO MUNICIPAL PARA EDUCAÇÃO COMUNITÁRIA - FUMEC. **Procedimentos para a condução do projeto experimental**. Campinas: FUMEC, 2014. Disponível em: <<https://www.fumec.sp.gov.br/sites/www.fumec.sp.gov.br/files/ceprocamp/arquivos/introducao-projeto-experimental.pdf>> . Acesso em: junho de 2023.

GIL, Antonio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2010. Disponível em: < https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/150/o/Anexo_C1_como_elaborar_projeto_de_pesquisa_-_antonio_carlos_gil.pdf>. Acesso em: junho de 2023.

KUNSCH, Margarida Maria K. **Relações Públicas**. Editora Saraiva, 2009. E-book. ISBN 9788502122130. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502122130/>>. Acesso em: junho de 2023.

KUNSCH, Waldemar Luiz. **Gênese e desenvolvimento do campo profissional das relações públicas no Brasil**. In: KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Relações Públicas**. Editora Saraiva, 2009. p. 07-42.

LUPETTI, Marcélia. **Gestão estratégica da comunicação mercadológica**. Cengage Learning Brasil, 2014. E-book. ISBN 9788522113026. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522113026/>>. Acesso em: junho de 2023.

PERUZZO, Cicília Maria Krohling. **Relações públicas nos movimentos sociais e nas "comunidades": princípios, estratégias e atividades**. In: KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Relações Públicas**. Editora Saraiva, 2009. p. 417-434.

TORRES, Vitor. **Quanto ganha um designer gráfico no Brasil? Confira salários**. Contabilizei. 24 de fevereiro de 2023. Disponível em: <<https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/quanto-ganha-um-designer-grafico/>>. Acesso em: junho de 2023.

ANEXOS

Guia de Incorporação de atividades do Trabalho Técnico Social em estratégias de comunicação de Relações Públicas.



EXPEDIENTE

AUTOR



LEONARDO MOLLMANN

Graduando de Relações Públicas
Universidade Federal do Pampa - UNIPAMPA
leonardo.mollmann5@gmail.com

ORIENTAÇÃO



MARCELA GUIMARÃES E SILVA

Doutora e Mestra em Comunicação
Universidade Federal do Pampa - UNIPAMPA
marcelaunipampa@gmail.com

REVISÃO E DIAGRAMAÇÃO

LEONARDO MOLLMANN



Ficha catalográfica elaborada automaticamente com os dados fornecidos pelo(a) autor(a) através do Módulo de Biblioteca do Sistema GURI (Gestão Unificada de Recursos Institucionais).

M726g Mollmann, Leonardo

Guia de Incorporação de atividades do TTS em estratégias de comunicação de RP / Leonardo Mollmann.

26 p.

Trabalho de Conclusão de Curso(Graduação)--
Universidade Federal do Pampa, RELAÇÕES PÚBLICAS,
2023.

"Orientação: Marcela Guimarães e Silva".

1. Relações Públicas. 2. Trabalho Técnico Social (TTS). 3. Comunicação Organizacional. 4. Engajamento Comunitário. I. Título.



05 Apresentação

06 O Papel do Trabalho Técnico Social (TTS) nas Obras de Infraestrutura

07 Relações Públicas no Trabalho Técnico Social (TTS)

08 Estratégias Eficazes para a Incorporação do TTS no Âmbito das RP's

10 Engajamentos Participativos

12 Atendimentos Itinerantes

14 Visitas Informativas

16 Reuniões com a Comunidade

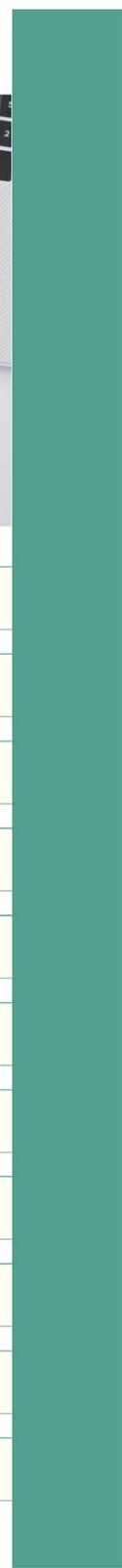
20 Iniciativas para Empregabilidade e Sustentabilidade Econômica

22 Considerações

23 Referências



A series of 12 horizontal yellow lines for writing, separated by thin green lines, occupying the central portion of the page.



AGRADECIMENTOS

Este guia é resultado de uma jornada dedicada à convergência entre a teoria e a prática no campo das Relações Públicas (RP). Elaborado com base em um sólido referencial teórico, sua concepção teve origem em um Projeto Experimental apresentado como Trabalho de Conclusão do Curso de Relações Públicas na Universidade Federal do Pampa, campus São Borja–RS. Acorado em princípios acadêmicos robustos, o guia visa fornecer um recurso abrangente e inovador para profissionais de RP, explorando a sinergia entre Relações Públicas e Trabalho Técnico Social (TTS).

O guia proposto emerge da compreensão profunda de que as práticas de RP, quando integradas estrategicamente com o TTS, têm o poder de transformar não apenas a imagem organizacional, mas também o tecido social das comunidades envolvidas. Ao confrontar desafios enfrentados por comunidades vulneráveis, as ações educativas, informativas e de mobilização social conduzidas por profissionais de RP, em sintonia com as práticas do TTS, não apenas geram impacto local positivo, mas também estabelecem as organizações como agentes de mudança comprometidos com o bem-estar coletivo.

Com um enfoque prático e aplicável, o guia se destaca pela sua abordagem flexível e adaptável. Entendo que cada projeto de RP inserido no contexto do TTS é singular, e a personalização das estratégias é fundamental para uma abordagem relevante e impactante. Com exemplos práticos, estratégias maleáveis e uma análise profunda do papel das RP na sustentabilidade socioeconômica, o guia visa ser uma ferramenta dinâmica para profissionais de RP, capacitando-os a enfrentar desafios de maneira inovadora e auxiliando-os na construção de relações autênticas e impactantes.

APRESENTAÇÃO



Trabalho Técnico Social (TTS)

Conforme o Manual de Instruções do Trabalho Técnico Social (TTS), ratificado pelas Portarias nº 21 e 22 em janeiro de 2014 e divulgado pelo Ministério das Cidades, o TTS é compreendido como:

(...) um conjunto de estratégias, processos e ações, realizadas a partir de estudos diagnósticos integrados e participativos do território, compreendendo as dimensões: social, econômica, produtiva, ambiental e político institucional do território e da população beneficiária, além das características da intervenção, visando promover o exercício da participação e a inserção social dessas famílias, em articulação com as demais políticas públicas, contribuindo para a melhoria da sua qualidade de vida e para a sustentabilidade dos bens, equipamentos e serviços implantados. (BRASIL, 2014, p. 5).

O técnico social desempenha o papel crucial de intermediário entre o Estado e os beneficiários de políticas, necessitando interagir diretamente com aqueles que serão impactados pela implementação das políticas públicas. Na literatura especializada em políticas públicas, o Trabalho Técnico Social (TTS) pode ser caracterizado como uma forma de burocracia de nível de rua. Este termo refere-se ao trabalho operacional e de base, que ocorre no nível mais próximo dos cidadãos, envolvendo interações diretas e práticas para garantir a eficácia e a efetividade das políticas implementadas.



O Papel do Trabalho Técnico Social nas Obras de Infraestrutura

Em linhas gerais, os projetos de execução do Trabalho Técnico Social (TTS) estão intrinsecamente vinculados a obras de significativo impacto na infraestrutura municipal. O plano de trabalho abarca a implementação de ações educativas, informativas e de mobilização social, a serem progressivamente desenvolvidas na área afetada pelas intervenções. Estas atividades seguem uma estruturação por fases, alinhada ao progresso das obras em questão.

As atividades propostas são adaptadas conforme as demandas apresentadas pelo contratante, estando diretamente correlacionadas ao avanço das obras. Dessa maneira, o cronograma delineado para as ações estará sujeito a ajustes e reprogramações em consonância com o ritmo das obras e as necessidades emergentes da comunidade afetada.

A efetiva execução do Trabalho Técnico Social (TTS) tem como metas gerais a promoção da sustentabilidade socioeconômica e ambiental do empreendimento, além do desenvolvimento social, integrando a comunidade nas intervenções.

O TTS tem o propósito de informar sobre os transtornos temporários decorrentes e, simultaneamente, esclarecer acerca dos benefícios resultantes dessas intervenções, tais como melhorias na qualidade de vida, impactos positivos na saúde pública e na gestão dos recursos hídricos locais.

Adicionalmente, busca-se fomentar o fortalecimento do controle social, proporcionando espaços para a informação e manifestação da população atendida sobre essas intervenções.





Relações Públicas no Trabalho Técnico Social (TTS)

As Relações Públicas desempenham um papel fundamental no Trabalho Técnico Social (TTS) devido à sua capacidade de promover a comunicação efetiva entre diferentes atores envolvidos em um projeto social, a construção de relacionamentos, a gestão da imagem e a transparência. A atuação desses profissionais contribui para o sucesso do projeto, o engajamento da comunidade e a obtenção de resultados positivos em termos de desenvolvimento social.

Uma vez que o Trabalho Técnico Social (TTS) valoriza a comunicação bidirecional e participativa, em que os públicos são envolvidos ativamente no processo de comunicação, é importante que o profissional de Relações Públicas adote estratégias de comunicação que incentivem a interação, o diálogo e a co-criação de conteúdo, fortalecendo a relação entre a organização e seus públicos.

Ao integrarem suas práticas e estratégias, ambas as áreas contribuem para estabelecer relacionamentos saudáveis e mutua-

mente benéficos por meio de uma abordagem proativa, evitando conflitos e garantindo uma comunicação consistente, harmoniosa e eficaz.

Dessa união resultam inúmeros benefícios para a organização. Essa abordagem proporciona uma série de vantagens, como a construção de uma imagem positiva e o aumento da reputação da organização, por meio de uma estratégia de Marketing Social equilibrada e não invasiva, a marca é promovida de maneira autêntica, o que contribui para a fidelização do cliente.

Através do envolvimento ativo do público-alvo, a organização demonstra interesse genuíno em acolhê-lo e ouvir suas necessidades. Isso gera uma conexão emocional e fortalece a relação entre o cliente e a organização. O cliente passa a ter estima pela empresa, pois percebe o comprometimento em realizar ações e atividades que o incluem e incentivam sua participação.





“ Estratégias Eficazes para a Incorporação do Trabalho Técnico Social no Âmbito das Relações Públicas

A seguir, propõe-se apresentar uma série de atividades exemplificadas pelo Trabalho Técnico Social (TTS), que podem ser integradas pelos profissionais de relações públicas como estratégias eficazes de interação com os públicos das organizações em que atuam.

Cada atividade será contextualizada por meio de um caso prático, evidenciando a aplicação prática do Trabalho Técnico Social para uma compreensão mais aprofundada e tangível das sugestões apresentadas.

Nesse contexto, a intenção é transcender a teoria e oferecer casos específicos que ilustrem como o TTS pode ser incorporado de maneira efetiva nas práticas de Relações Públicas.

Ao destacar exemplos concretos, busca-se não apenas fornecer um repertório de atividades, mas também inspirar os profissionais a adaptar e aplicar essas estratégias de maneira personalizada e alinhada aos desafios específicos de suas organizações e públicos-alvo.



- **Engajamentos Participativos**
- **Atendimentos Itinerantes**
- **Visitas Informativas**
- **Reuniões com a Comunidade**
- **Iniciativas para Empregabilidade e Sustentabilidade Econômica**



“ Engajamentos Participativos

Configuram-se como atividades que fomentam a reflexão sobre as práticas da organização em diversas esferas, abrangendo temas como meio ambiente, tecnologia, sustentabilidade e questões sociais. O intuito é promover uma compreensão mais profunda acerca dos benefícios decorrentes dessas iniciativas.

Tais ações são implementadas em parceria com a comunidade, podendo envolver colaboradores externos em sua execução, seja através de planejamento conjunto, disponibilização de espaço, participação ativa, patrocínio, entre outras formas de colaboração.

Essas iniciativas visam criar espaços propícios para reflexão, aprendizado e capacitação.

10

Elas se manifestam em diferentes formas, como oficinas instrutivas, palestras, apresentações teatrais e musicais, esquetes teatrais, gincanas temáticas, blitz informativas, e ainda a promoção e aplicação de tecnologias sustentáveis, entre outras possibilidades, sempre direcionadas ao benefício da população atendida.

Essencial é observar os conhecimentos e valores alinhados aos princípios educativos da comunidade, valorizando a participação ativa na identificação e proposta de soluções para desafios, incentivando, assim, o cuidado e o comprometimento com a organização.

Exemplo Prático

Vamos considerar o exemplo prático de uma "**Oficina de Sustentabilidade Comunitária**". Nessa atividade, a organização, em parceria com especialistas em sustentabilidade, planejaria uma série de sessões interativas para a comunidade local. Durante essas oficinas, os participantes teriam a oportunidade de explorar temas como práticas de consumo consciente, gerenciamento de resíduos, eficiência energética e outras questões ambientais relevantes para a região.

A oficina poderia incluir:

- 1- Palestras Informativas:** Especialistas compartilhariam informações sobre os impactos das práticas cotidianas no meio ambiente, destacando a importância de escolhas sustentáveis.
- 2- Atividades Práticas:** Sessões práticas, como a criação de compostagem comunitária, demonstrações de economia de energia ou até mesmo a plantação de uma horta comunitária.
- 3- Discussões em Grupo:** Fóruns para discussão aberta, onde os participantes poderiam compartilhar suas experiências, desafios e ideias para promover a sustentabilidade em suas vidas diárias.
- 4- Interação com Parceiros Locais:** Parcerias com empresas locais poderiam viabilizar a doação de materiais recicláveis, brindes sustentáveis ou até mesmo patrocínio para a realização de atividades.

Essa oficina não apenas informaria a comunidade sobre práticas sustentáveis, mas também incentivaria a participação ativa, promovendo uma compreensão mais profunda dos benefícios de tais iniciativas. Além disso, ao envolver a comunidade na detecção de soluções e no planejamento de atividades, a organização fortaleceria os laços locais e estimularia um comprometimento duradouro com a sustentabilidade.



“ Atendimentos Itinerantes

O Atendimento Itinerante configura-se como uma estratégia de interação presencial direta com pedestres, focando especialmente em áreas comerciais e locais de grande movimentação. Seu propósito principal é informar a população local sobre iniciativas em andamento pela organização.

Em sua essência, o atendimento móvel envolve a instalação de um gazebo ou tenda, estrategicamente posicionado próximo à sede da organização ou em locais de grande circulação nas proximidades.

Essas iniciativas visam criar espaços propícios para reflexão, aprendizado e capacitação.

Nesse espaço, a equipe realiza abordagens individuais, ativamente compartilhando detalhes sobre as propostas em andamento. Além disso, oferece orientações sobre outras atividades da organização, destacando-se como uma estratégia abrangente de divulgação institucional e uma valiosa contribuição para o Marketing Social.

Este método não apenas estabelece uma conexão direta com a comunidade, mas também solidifica a presença da organização na esfera pública, fortalecendo laços e ampliando a consciência sobre suas ações e impacto social.

Exemplo Prático

Vamos considerar uma situação prática para ilustrar o Atendimento Itinerante no contexto de uma organização que está lançando um novo produto, como uma **“linha de produtos sustentáveis para cuidados pessoais”**. A organização poderia implementar esta atividade da seguinte forma:

- 1- Localização Estratégica:** Identificar áreas de grande circulação, como centros comerciais, praças movimentadas ou eventos locais, onde a presença do público é significativa.
- 2- Montagem do Espaço Móvel:** Instalar um estande móvel atraente e informativo, destacando os atributos sustentáveis dos novos produtos. Esse espaço seria equipado com amostras gratuitas, folhetos explicativos e talvez até mesmo uma estação interativa para experimentação dos produtos.
- 3- Equipe Especializada:** Designar uma equipe treinada para interagir proativamente com os transeuntes. Essa equipe não apenas apresentaria os novos produtos, mas também destacaria os aspectos ambientais e sociais positivos da linha sustentável.
- 4- Demonstrações e Consultas individuais:** Oferecer demonstrações ao vivo dos produtos e consultas individuais para entender as necessidades específicas dos consumidores, proporcionando uma experiência personalizada.
- 5- Brindes e Incentivos:** Distribuir brindes exclusivos, como amostras grátis, cupons de desconto para a compra dos novos produtos e outros incentivos para encorajar a experimentação.
- 6- Feedback Instantâneo:** Coletar feedback instantâneo dos consumidores sobre os produtos, promovendo a participação ativa e envolvimento da comunidade.
- 7- Divulgação Ampla:** Utilizar essa iniciativa como parte de uma campanha de Marketing Social, divulgando amplamente nas redes sociais, localmente e por meio de parcerias com meios de comunicação locais.

O Atendimento Itinerante visa apresentar de maneira tangível o novo produto à comunidade, criando uma interação significativa e fortalecendo o relacionamento direto com os potenciais consumidores. Essa estratégia não só proporciona uma experiência física e interativa com os produtos, permitindo que os consumidores vivenciem qualidade e benefícios sustentáveis, mas também contribui para a construção da imagem da organização como uma marca engajada e socialmente responsável.

A interação presencial possibilitaria à equipe esclarecer dúvidas, responder perguntas e oferecer informações adicionais, construindo confiança e estabelecendo uma conexão emocional entre a organização e os consumidores. Essa iniciativa vai além de uma transação comercial, tornando-se uma experiência memorável que estimula a lealdade à marca. Potencialmente, pode gerar defensores entusiasmados que compartilham os valores da organização em suas redes sociais. Essa abordagem abrangente reforça não apenas a inovação do produto, mas também o compromisso genuíno da organização com a sustentabilidade e a responsabilidade social, consolidando sua reputação como uma marca integral e orientada para o bem social.



“ Visitas Informativas

A estratégia de Visitas Informativas transcende o simples compartilhamento de informações, transformando-se em diálogos enriquecedores com a comunidade. Essas visitas, cuidadosamente planejadas, envolvem o deslocamento de uma equipe especializada até áreas previamente definidas. O foco principal é estabelecer uma conexão pessoal porta a porta, alcançando todas as residências desses locais específicos.

Durante essas interações, a equipe não apenas comunica informações cruciais sobre a organização e suas iniciativas, mas também busca compreender as necessidades e perspectivas individuais dos membros da comunidade.

Isso não só reforça a transparência e acessibilidade da organização, mas também permite que a comunidade se sinta ouvida e valorizada.

O propósito último dessas visitas é consolidar os laços entre a organização e a comunidade local. Ao estabelecer um diálogo aberto e autêntico, a organização não apenas compartilha sua mensagem, mas também se torna uma presença ativa e solidária na vida cotidiana das pessoas.

Essa atividade visa fortalecer o compromisso mútuo, construindo uma base sólida para um relacionamento duradouro e benéfico entre a organização e a comunidade em que está inserida.

Exemplo Prático

Para exemplificar uma Visita Informativa de uma instituição de ensino superior gratuita em uma comunidade local, considere o seguinte cenário: Uma **instituição de ensino superior gratuita** organiza uma série de Visitas Informativas na comunidade onde está inserida. Uma equipe composta por representantes da instituição, professores e estudantes voluntários se desloca para alguns logradouros da comunidade, municiada de recursos informativos e de identificação.

1- Abordagem Próxima: Os representantes da instituição abordam os moradores porta a porta, compartilhando informações sobre a gratuidade do ensino superior oferecido, programas acadêmicos disponíveis, benefícios sociais da educação e os próximos períodos de inscrições.

2- Apresentação Interativa: Além de panfletos informativos, a equipe utiliza recursos visuais, como banners e apresentações em tablets, para criar uma experiência interativa e cativante. Eles destacam casos de sucesso de estudantes da própria comunidade que se beneficiaram da educação superior gratuita.

3- Atividades para Engajamento: Convite para oficinas educacionais e atividades interativas são ofertadas para despertar o interesse dos jovens e da comunidade como um todo, bem como fornece uma prévia das experiências acadêmicas na instituição.

4- Assistência Individualizada: Os interessados recebem assistência personalizada para esclarecer dúvidas sobre os processos de inscrição, requisitos acadêmicos e detalhes sobre os cursos oferecidos.

5- Promoção da Comunidade na Educação: A equipe destaca a importância da participação da comunidade na educação superior, enfatizando o impacto positivo na elevação do nível educacional e nas oportunidades de crescimento local.

Essa iniciativa transcenderia a mera divulgação dos processos seletivos, estabelecendo uma conexão empática e significativa com os membros da comunidade. Ao promover o acesso à educação superior, a instituição não apenas compartilha oportunidades, mas se torna um parceiro ativo no processo de transformação educacional local. A ponte construída durante essas visitas informativas representa não apenas um canal de comunicação, mas um compromisso tangível com a promoção da igualdade de oportunidades educacionais.

Ao envolver a comunidade diretamente em discussões sobre seus objetivos educacionais e profissionais, a instituição não apenas abre portas para o conhecimento, mas também planta as sementes para o crescimento sustentável da comunidade, incentivando o desenvolvimento de habilidades, o florescimento do talento local e, conseqüentemente, contribuindo para o progresso socioeconômico da região.

Essa busca ativa não apenas informaria a comunidade local sobre a gratuidade de ensino superior ofertada pela organização, mas também construiria uma ponte direta entre a instituição e a comunidade, reforçando o seu compromisso com a inclusão educacional e o desenvolvimento local.



“ Reuniões com a Comunidade

As Reuniões com a Comunidade são momentos cruciais de intercâmbio, proporcionando à organização uma conexão direta com seus diversos públicos. Estes encontros não se limitam a simples discussões, mas são dinâmicos espaços de compartilhamento de informações, esclarecimento das iniciativas organizacionais e estabelecimento de canais abertos de comunicação.

Durante essas reuniões, a organização busca disseminar informações claras sobre suas propostas sociais, destacar ações planejadas e, especialmente, ouvir as demandas e sugestões da comunidade, promovendo uma troca bidirecional que fortalece o entendimento mútuo e fomenta a participação ativa dos membros na tomada de decisões.

Mais do que simples divulgação, as Reuniões com a Comunidade representam uma plataforma colaborativa para construção de soluções e fortalecimento dos laços sociais. Além de esclarecer dúvidas, essas reuniões cultivam um ambiente de confiança e transparência, capacitando a comunidade a contribuir para o desenvolvimento de iniciativas alinhadas com suas reais necessidades.

Assim, as Reuniões com a Comunidade emergem como um instrumento vital não apenas para informar, mas para construir parcerias duradouras, amplificando o impacto positivo das ações organizacionais no âmbito local.

Exemplo Prático

Considere um exemplo prático de Reuniões com a Comunidade, implementadas por “uma organização dedicada à promoção da saúde em uma área urbana”:

Tema da Reunião: "**Melhorias na Saúde Comunitária**"

1- Objetivos:

- Informar sobre novas iniciativas de promoção da saúde.
- Divulgar serviços de assistência médica gratuita oferecidos pela organização.
- Estabelecer canais de comunicação abertos para feedback e sugestões da comunidade.

2- Realização:

A organização escolhe um local central, como um centro comunitário, para realizar a reunião. Anuncia o evento por meio de panfletos, redes sociais locais e contatos diretos com líderes comunitários.

3- Durante a reunião:

- Apresentação das Iniciativas: Representantes da organização compartilham informações sobre programas de prevenção, rastreamento de saúde e workshops educacionais planejados para a comunidade.
- Divulgação de Serviços: Destacam-se os serviços de clínicas móveis que oferecerão atendimento médico gratuito em determinados dias da semana.
- Abertura para Diálogo: Uma parte significativa da reunião é dedicada à escuta ativa. Os membros da comunidade são convidados a expressar suas preocupações, dar sugestões e fazer perguntas.
- Sessão de Perguntas e Respostas: Os representantes respondem às perguntas da comunidade, esclarecem dúvidas e, quando possível, adaptam as iniciativas com base no feedback recebido.
- Compromissos Mútuos: A reunião conclui-se com um compromisso mútuo entre a organização e a comunidade para trabalharem juntas na implementação efetiva das iniciativas de saúde. O evento encerra-se com informações sobre como os membros da comunidade podem permanecer envolvidos e continuar a comunicação.

As reuniões estabelecem um diálogo aberto, visando criar um ambiente inclusivo e participativo, onde cada membro da comunidade se sente valorizado e ouvido. Essa relação de confiança vai além da transmissão de informações, implicando o reconhecimento das necessidades específicas da comunidade e a compreensão das dinâmicas sociais locais, estimulando a participação ativa dos residentes.

Ao promover o engajamento ativo, as reuniões capacitam os membros da comunidade a serem agentes de mudança em sua própria realidade. Ao sentir que suas vozes são ouvidas e suas opiniões consideradas, os participantes tornam-se propensos a se envolver ativamente nos programas propostos, adotar práticas saudáveis e tornar-se defensores ativos das iniciativas da organização. Essa abordagem centrada na comunidade não é apenas uma via de comunicação, mas um meio eficaz de construir uma parceria genuína entre a organização e a comunidade, contribuindo para o desenvolvimento de soluções que reflitam as necessidades reais e os valores locais, fortalecendo não apenas as iniciativas de saúde, mas também a construção de comunidades mais saudáveis, coesas e resilientes.



“ Iniciativas para Empregabilidade e Sustentabilidade Econômica

Essa iniciativa visa fomentar a geração de trabalho e renda, especialmente direcionada às famílias que se encontram em situação de vulnerabilidade social identificadas nos arredores da organização.

Considerando o perfil específico dessas comunidades, podem ser desenvolvidas e implementadas diversas ações, como cursos, palestras e oficinas, com o objetivo principal de proporcionar alternativas de qualificação profissional e de autonomia econômica.

Essas iniciativas podem estar relacionadas a tópicos como a Capacitação e Requalificação profissional, por meio de programas de capacitação e requalificação profissional alinhados com a realidade socioeconômica e as vocações econômicas locais, visando

preparar os participantes para oportunidades no mercado de trabalho.

Também podem estar relacionadas ao Cooperativismo, onde pode ser apoiada a organização de grupos e ao cooperativismo, alinhado aos princípios da economia solidária, visando fortalecer a colaboração e a sustentabilidade econômica comunitária.

Essas ações devem ser estrategicamente planejadas para atender às necessidades específicas da comunidade, promovendo a autonomia, o empreendedorismo e a sustentabilidade socioeconômica.

Exemplo Prático

Imaginemos uma organização localizada em uma região urbana com comunidades vulneráveis. A organização implementa um programa abrangente de geração de trabalho e renda, focado em capacitar os moradores para oportunidades sustentáveis, o “**Programa de Empreendedorismo Sustentável**”. Aqui estão alguns componentes práticos:

1- Curso de Capacitação em Artesanato Sustentável:

- Desenvolvimento de cursos práticos para ensinar técnicas de artesanato utilizando materiais recicláveis.
- Exploração de parcerias com artistas locais para fornecer mentorias e inspiração.

2- Cooperativa de Produção de Itens Sustentáveis:

- Estímulo à formação de uma cooperativa local, onde os participantes do curso podem unir esforços para produzir e comercializar seus produtos.
- Apoio na criação de uma marca coletiva que destaque a origem sustentável dos produtos.

3- Programa de Reciclagem Comunitária:

- Implementação de pontos de coleta para separação de resíduos recicláveis.
- Organização de oficinas educativas sobre a importância da reciclagem e como transformar resíduos em recursos.

4- Palestras sobre Empreendedorismo:

- Palestras regulares com empreendedores locais bem-sucedidos, compartilhando suas experiências e fornecendo insights práticos.
- Criação de um espaço para networking entre empreendedores e participantes do programa.

5- Acompanhamento e Mentoria:

- Estabelecimento de programas de mentoria para oferecer suporte contínuo aos participantes à medida que desenvolvem seus negócios.
- Realização de eventos periódicos de acompanhamento para avaliar o progresso e identificar áreas de melhoria.

Ao adotar essa abordagem holística, o programa não só oferece oportunidades de emprego imediato, mas também fomenta práticas sustentáveis, fortalece o espírito empreendedor na comunidade e estabelece uma rede de apoio robusta que vai além do aspecto econômico. Ao capacitar os participantes com habilidades empreendedoras, o programa catalisa uma mudança cultural, inspirando confiança e autonomia.

Além disso, ao promover práticas sustentáveis, o programa aborda questões ambientais locais, contribuindo para a conscientização e ação em prol do meio ambiente. O incentivo à reciclagem, por exemplo, não apenas cria fontes de renda, mas também impacta positivamente a qualidade de vida e a saúde ambiental.



“ Iniciativas para Empregabilidade e Sustentabilidade Econômica

Exemplo Prático

Dessa maneira, o programa não é apenas um facilitador de empregabilidade, mas uma iniciativa transformadora que atua como um agente de mudança social e econômica, contribuindo para o desenvolvimento sustentável a longo prazo da comunidade.

A iniciativa de geração de trabalho e renda também confere à organização promotora um impacto positivo em sua reputação. Ao demonstrar um compromisso tangível com o desenvolvimento sustentável e social, a organização se posiciona como uma entidade socialmente responsável. Essa imagem fortalecida pode resultar em maior aceitação e apoio da comunidade local, além de atrair a atenção de parceiros, investidores e clientes que valorizam práticas empresariais éticas e impacto social positivo.

A transparência e autenticidade dessa iniciativa contribuem para construir uma narrativa coesa sobre a responsabilidade social da organização, potencializando sua visibilidade e influência positiva não apenas como uma entidade econômica, mas como um agente ativo de transformação social. Essa reputação positiva não só contribui para a construção de uma base de clientes leais, mas também solidifica a organização como uma força positiva e comprometida em seu ambiente operacional e além.

A integração das práticas do Trabalho Técnico Social (TTS) no escopo de atuação dos profissionais de Relações Públicas surge como uma estratégia transformadora, alinhando os objetivos organizacionais com as necessidades e expectativas da comunidade. A implementação dessas práticas não se limita apenas a um cumprimento de responsabilidade social, mas representa um catalisador para a construção de laços significativos entre a organização e sua comunidade circundante.

Exemplo Prático



CONSIDERAÇÕES

Ao incorporar o TTS, os Relações Públicas se tornam facilitadores ativos na promoção da sustentabilidade socioeconômica e na mitigação de desafios enfrentados por comunidades em situação de vulnerabilidade. As ações educativas, informativas e de mobilização social planejadas pelos profissionais de Relações Públicas, alinhadas às práticas do TTS, não só geram impacto positivo local, mas também estabelecem a organização como um agente de mudança que se preocupa genuinamente com o bem-estar da comunidade.

Além disso, essas práticas não são apenas filantrópicas; são investimentos estratégicos na reputação e imagem da organização. Ao envolver a comunidade de maneira ativa, transparente e participativa, os Relações Públicas criam uma narrativa coesa de responsabilidade social e comprometimento genuíno. Essa abordagem não apenas fortalece a relação com a comunidade, mas também impacta positivamente a percepção pública da organização.

A reputação de uma instituição é fortemente influenciada pela forma como ela se relaciona com sua comunidade. Ao adotar as práticas do TTS, os Relações Públicas não apenas resolvem problemas locais, mas constroem uma ponte duradoura entre a organização e a comunidade. Essa conexão emocional e funcional transcende as práticas tradicionais de relações públicas, tornando-se um diferencial estratégico. A comunidade percebe a organização não apenas como um provedor de serviços, mas como um parceiro ativo e consciente do ambiente em que está inserida.

Assim, a adoção dessas práticas não só reforça a responsabilidade social, mas configura-se como uma via estratégica para aprimorar a reputação e a imagem da instituição. A organização que entende a importância de ser uma força positiva na comunidade, além de cumprir sua missão comercial, está, inegavelmente, pavimentando o caminho para uma reputação sólida, sustentável e admirável, refletindo diretamente em sua posição no mercado e no coração daqueles que serve.

Vale ressaltar que as ações sugeridas neste guia representam uma base abrangente, mas as práticas do Trabalho Técnico Social (TTS) são intrinsecamente flexíveis e adaptáveis a diferentes contextos e necessidades. Cada projeto de TTS é único, sendo crucial para o profissional de Relações Públicas avaliar e ajustar as atividades conforme as peculiaridades da comunidade e da organização em que está inserido. A personalização dessas ações é fundamental para garantir uma abordagem relevante e impactante.

A versatilidade do TTS permite que os profissionais de Relações Públicas identifiquem novas oportunidades e modifiquem estratégias de acordo com as características específicas de cada projeto. A capacidade de adaptar e inovar, alinhada ao entendimento profundo das dinâmicas locais, potencializa a eficácia dessas ações, contribuindo para uma integração mais efetiva entre a organização e a comunidade, fortalecendo laços e consolidando uma presença positiva e participativa no cenário social.

REFERÊNCIAS

Brasil. Portaria nº 464 de 25 de julho de 2018. Gabinete do Ministro. Ministério das Cidades. Dispõe sobre Trabalho Social nos Programas e Ações do Ministério das Cidades. Diário Oficial da União. 26 Jul. 2018. Disponível em: <<https://autogestao.unmp.org.br/wp-content/uploads/2014/08/Portaria-n%C2%BA-464-de-25-de-junho-de-2018.pdf>>. Acesso em: junho de 2023.

Brasil. Portaria nº 21. Brasília, de 22 de janeiro de 2014. Gabinete do Ministro. Ministério das Cidades. Aprova o Manual de Instruções do Trabalho Social nos Programas e Ações do Ministério das Cidades. Disponível em: <https://antigo.mdr.gov.br/images/stories/ArquivosSNH/ArquivosPDF/Portarias/2014/portaria_21_2014_trabalho_social.pdf> Acesso em: outubro de 2023.

Caixa Econômica Federal. Caderno de Orientações Técnicas do Trabalho Social (COTS). 87 p., 2020. Disponível em: <<https://www.caixa.gov.br/Downloads/credenciamento-de-terceiros-agronegocio/cots-caderno-de-orientacoes-tecnicas-do-trabalho-social.pdf>>. Acesso em: junho de 2023.

_____. Caderno de Orientações ao Cliente Governo. Roteiro de elaboração de Projetos de Trabalho Social. 23 p., [s.d.]. Disponível em: <https://www.caixa.gov.br/Downloads/Trabalho_Social/Caderno_Orientacoes_Cliente_Governo.pdf>. Acesso em: junho de 2023.

CARVALHO, Cintia da Silva. Relações públicas: mediação sistêmica no gerenciamento de conflitos e crises organizacionais. In: KUNSCH, Margarida Maria Krohling. Relações Públicas. Editora Saraiva, 2009. p. 309-326.

DIAS, Reinaldo. Marketing Ambiental: Ética, Responsabilidade Social e Competitividade nos Negócios. 2ª edição. Grupo GEN, 2014. E-book. ISBN 9788522489800. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522489800/>>. Acesso em: junho de 2023.

FERRARI, Maria Aparecida. Relações públicas contemporâneas: a cultura e os valores organizacionais como fundamentos para a estratégia da comunicação. In: KUNSCH, Margarida Maria Krohling. Relações Públicas. Editora Saraiva, 2009. p. 243-262.

FRANÇA, Fábio. A releitura dos conceitos de público pela conceituação lógica. In: KUNSCH, Margarida Maria Krohling. Relações Públicas. Editora Saraiva, 2009. p. 209-242.

KUNSCH, Margarida Maria K. Relações Públicas. Editora Saraiva, 2009. E-book. ISBN 9788502122130. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502122130/>>. Acesso em: junho de 2023.

KUNSCH, Waldemar Luiz. Gênese e desenvolvimento do campo profissional das relações públicas no Brasil. In: KUNSCH, Margarida Maria Krohling. Relações Públicas. Editora Saraiva, 2009. p. 07-42.

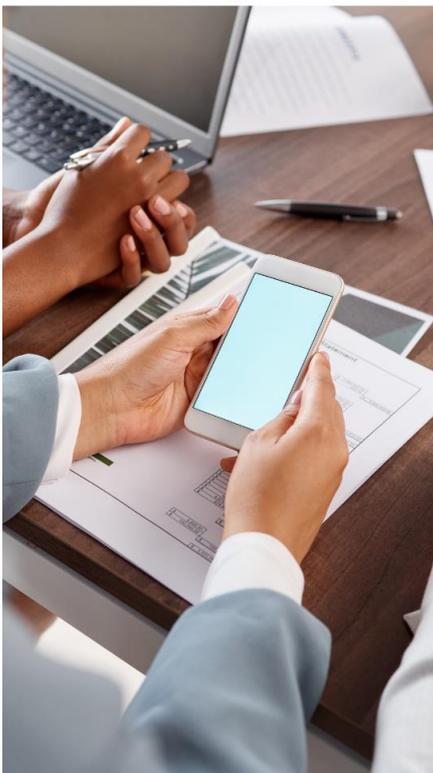
LUPETTI, Marcélia. Gestão estratégica da comunicação mercadológica. Cengage Learning Brasil, 2014. E-book. ISBN 9788522113026. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522113026/>>. Acesso em: junho de 2023.

PERUZZO, Círcia Maria Krohling. Relações públicas nos movimentos sociais e nas "comunidades": princípios, estratégias e atividades. In: KUNSCH, Margarida Maria Krohling. Relações Públicas. Editora Saraiva, 2009. p. 417-434.

***REFERENCIAL TEÓRICO UTILIZADO PARA A CONSTRUÇÃO DA PARTE TÓRICA DO PROJETO EXPERIMENTAL APRESENTADO COMO TRABALHO DE CONCLUSÃO, DO CURSO DE RELAÇÕES PÚBLICAS À UNIVERSIDADE FEDERAL DO PAMPA, CAMPUS SÃO BORJA-RS, E POSTERIORMENTE ELABORAÇÃO DO GUIA DE INCORPORAÇÃO DE ATIVIDADES DO TRABALHO TÉCNICO SOCIAL EM ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO DE RELAÇÕES PÚBLICAS.

A incorporação das práticas do Trabalho Técnico Social (TTS) no repertório do profissional de Relações Públicas transcende a mera responsabilidade social, emergindo como uma estratégia fundamental para estabelecer laços sólidos e impactar positivamente a comunidade. Este guia oferece uma base abrangente, mas ressalta-se que o TTS é uma abordagem fluida, sujeita a adaptações conforme a dinâmica única de cada projeto. Ao reconhecer a variabilidade e complexidade das realidades locais, os profissionais de Relações Públicas são incentivados a não apenas seguir este guia, mas a interpretá-lo como um ponto de partida flexível.

A personalização dessas práticas não apenas reforça o compromisso com a comunidade, mas também maximiza o potencial de construção de uma reputação sólida e positiva para a organização. Portanto, ao integrar as práticas do TTS de maneira autêntica e adaptativa, os Relações Públicas não apenas cumprem um papel transformador nas comunidades, mas moldam uma narrativa de envolvimento genuíno que reverbera a longo prazo, solidificando o lugar da organização como um agente de mudança positiva e sustentável.



LEONARDO MOLLMANN

Graduando de Relações Públicas
Universidade Federal do Pampa – UNIPAMPA
leonardo.mollmann5@gmail.com
Edição/Circulação: 2023

