

Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro

**Relações Públicas aplicadas na Educação - O Plano de
Comunicação adaptado à Educação Pré-Escolar**

Dissertação de Mestrado em Ciências da Comunicação

- Variante Relações Públicas e Publicidade -

Daniela Sofia Ribeiro Teixeira

Orientador: Professora Doutora Daniela Fonseca



Vila Real, 2017

Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro

**Relações Públicas aplicadas na Educação - O Plano de
Comunicação adaptado à Educação Pré-Escolar**

Dissertação de Mestrado em Ciências da Comunicação

- Variante Relações Públicas e Publicidade -

Daniela Sofia Ribeiro Teixeira

Orientador: Professora Doutora Daniela Fonseca

Composição do Júri:

Vila Real, 2017



Dissertação submetida por Daniela Sofia Ribeiro Teixeira à Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Ciências da Comunicação – Variante Relações Públicas e Publicidade, sob a orientação da Professora Doutora Daniela Fonseca, Professora do Departamento de Letras, Artes e Comunicação da Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro.

"Tudo o que eu preciso mesmo saber sobre como viver, o que fazer, e como ser, aprendi no jardim-de-infância. A sabedoria não estava no topo da montanha mais alta, no último ano de um curso superior, mas no tanque de areia do pátio da escolinha"

(Fulghum, Robert; 1986)

Agradecimentos

Esta dissertação de mestrado passou por muitas etapas e algumas alterações de tema. Não foi fácil chegar a este ponto, em que tenho um sentimento de dever cumprido. Para conseguir alcançar esta etapa contei com a ajuda e apoio de várias pessoas, acredito que por muito que coloque aqui os meus agradecimentos a essas pessoas, não irei conseguir demonstrar a minha imensa gratidão.

Começo por agradecer à minha Orientadora, Professor Doutor Daniela Fonseca, pelos seus ensinamentos, apoio e orientação. Por ter sido sempre incansável no seu apoio às minhas ideias, por ter estado sempre presente quando precisei. Obrigada por tudo.

Um muito especial agradecimento à minha mãe, Laurinda, por ser a mãe maravilhosa que é, por me aturar nos momentos mais difíceis em que tive vontade de desistir, por me ajudar a enfrentar esta batalha, por todo o amor e dedicação

Ao meu pai, Carlos, por me apoiar na decisão de fazer outro mestrado, por todo o amor e dedicação, por toda a força que me deu para vencer.

Agradeço também ao meu querido irmão João por estar sempre presente em todos os momentos e me apoiar em todas as decisões que tomo.

Por último, um agradecimento muito especial ao meu namorado Pedro por todo o apoio que me foi dando, por nunca me ter deixado desistir, agradeço a paciência que teve de ter nos momentos de nervosismo e cansaço. Obrigado por todo o amor.

Estas palavras parecem-me tão pouco comparadas com tudo aquilo que me deram e que continuam a dar. Sinto-me deveras agradecida a todos que de uma forma ou de outra me apoiaram e tornaram possível a realização e finalização desta etapa da minha vida.

Resumo

No âmbito do Mestrado em Ciências da Comunicação – Variante Relações Públicas e Publicidade, realizou-se uma investigação sobre a importância das Relações Públicas aplicadas a um estabelecimento de educação pré-escolar.

Iniciamos com a recolha de todo um conjunto de informações junto da empresa, elaborando-se um Plano de Comunicação, que se considerou apropriado para desenvolver a imagem e comunicação neste estabelecimento.

A sociedade em que vivemos encontra-se em constante evolução, sendo que se as empresas querem sobreviver têm necessidade de adotar novas formas de desenvolvimento. O mesmo acontece com empresas ligadas à Educação, pois também visam o crescimento e consequente lucro. Nesta investigação propõe-se alguns exemplos de como se pode trabalhar as Relações Públicas na educação e a sua importância para o desenvolvimento do negócio.

Assim, abordamos num primeiro capítulo a Educação, conceito e a sua evolução, um segundo capítulo abordamos as Relações Públicas, conceitos e breve história, num terceiro capítulo envolvemos as duas partes aliando as Relações Públicas na Educação, no quarto capítulo falamos do conceito de Plano de Comunicação, no capítulo cinco encontramos a metodologia utilizada. Por último encontra-se o Plano de Comunicação realizado para a empresa Malta Gira, Lda.

Palavras-chave: Relações Públicas; Educação; Plano de Comunicação; Pré-Escolar

Abstract

Under the Master in Communication Sciences - Specialization in Public Relations and Advertising, an investigation was held on the importance of public relations applied to an establishment of childhood education.

We started with the collection of a range of information from the company, elaborating a Communication Plan, which we find appropriate to develop the image and communication at this establishment.

The society we live in is constantly evolving, and if companies want to survive need to adopt new ways to develop. The same applies to companies related to education, they also aim at growth and consequent profit. In this study we present some examples of how you can work public relations in education and its importance for the development of one business.

Thus, we approach a first chapter Education concept and its evolution, a second chapter we discuss the Public Relations, concepts and short history, a third chapter engage the two parties combining Public Relations in Education, in the fourth chapter we talk about the concept of Plan Communication, in chapter five we find the methodology used. Finally is the Communication Plan performed for the company Malta Gira, Lda.

Key-words: Public Relations; Education; Communication Plan; Childhood.

Índice

Introdução	1
CAPÍTULO I – Educação em Portugal	3
1.1 Estrutura Geral do Sistema Educativo	5
1.2 50 Anos de Ensino em Portugal.....	7
Educação Pré-Escolar	8
Ensino Básico e Secundário.....	10
CAPÍTULO II – Relações Públicas e Educação	13
2.1 Breve História das Relações Públicas	13
2.2 Conceito de Relações Públicas	16
2.3 Relações Públicas na Educação	19
2.4 O Plano de Comunicação como ferramenta das Relações Públicas.....	21
CAPÍTULO V - Metodologia	23
5.1 Contexto de Investigação	25
5.2 Caracterização do Meio Envolvente.....	29
CAPÍTULO VI – Parte Prática.....	33
Enquadramento	33
Missão, Visão e Objetivos	33
Posicionamento da Comunicação.....	34
Estratégia de Comunicação	35
Plano de Divulgação	35

Calendarização das Ações	35
Promoção.....	36
Avaliação e Controlo	37
Análise da Concorrência.....	38
Análise das Crianças	41
Conclusão	45
Bibliografia	48
Apêndice.....	51

Índice de Tabelas

Tabela 1 - Alunos matriculados, segundo o nível de ensino	7
Tabela 2 - Docentes, segundo o nível de ensino	8
Tabela 3 - Crianças matriculadas na Educação Pré-Escolar)	8
Tabela 4 - Taxa de escolarização aos 5 anos	9
Tabela 5- Taxa de Pré-escolarização.....	9
Tabela 6 - Educadores de infância	9
Tabela 7 - Estabelecimentos de Educação Pré-Escolar	10
Tabela 8 - Alunos matriculados no ensino secundário	10
Tabela 9 – Taxa de escolarização aos 15 anos (idade)	11
Tabela 10 - Taxa real de escolarização no ensino secundário	11
Tabela 11 - Taxa de retenção e desistência	11
Tabela 12 - Taxa de transição/conclusão.....	12
Tabela 13 - Docentes ensino básico e secundário	12
Tabela 14 - Análise da Concorrência	40
Tabela 15 - Crianças de 2015	41
Tabela 16 - Crianças de 2014.....	41
Tabela 17 - Crianças de 2013	42
Tabela 18 - Crianças de 2012	42
Tabela 19 - Crianças de 2011	43
Tabela 20 - Crianças de 2010.....	43
Tabela 21 - Total crianças por género	44
Tabela 22 - Total de crianças por idade.....	44

Índice de Imagens

Imagem 1 - Hall Entrada Malta Gira.....	25
Imagem 2 - Entrada Logótipo Malta Gira.....	25
Imagem 3 - Sala Atividades Malta Gira.....	26
Imagem 4 - Área Leitura Malta Gira.....	26
Imagem 5 - Refeitório Malta Gira.....	26
Imagem 6 - Copa Malta Gira.....	26
Imagem 7 - Sala de Reuniões Malta Gira.....	27
Imagem 8 - Sala Polivalente Malta Gira.....	27
Imagem 9 - WC Malta Gira.....	27
Imagem 10 - WC Adultos Malta Gira.....	28
Imagem 11 - Biblioteca Municipal Vila Real.....	30
Imagem 12 - Grémio Literário Vila Real.....	30
Imagem 13 - Museu de Arqueologia e Numismática.....	31
Imagem 14 - Museu do Som e da Imagem.....	31
Imagem 15 - Museu da Vila Velha.....	31
Imagem 16 - Teatro de Vila Real.....	32

Introdução

Esta dissertação teve objetivo principal a realização de um Plano de Comunicação adaptado a uma empresa ligada ao ramo da educação, usando para isso as Relações Públicas.

Vivemos numa sociedade em constante evolução e as empresas devem se preparar para enfrentar as adversidades que possam surgir no seu percurso. Muitas vezes não dando o devido valor à comunicação e à imagem, as empresas acabam por encontrar diversos problemas e tendo alguma dificuldade em solucioná-los.

Nas empresas ligadas à educação isso acontece com alguma frequência, muitas vezes não encaram os negócios de forma prática e rentável, o que cria diversos obstáculos e conseqüentemente pode levar à rutura ou falência.

Deste modo, tentamos compreender de que forma poderíamos melhorar a comunicação e a imagem da empresa Malta Gira, Lda. Apesar de ser uma empresa jovem e dinâmica notamos que a sua ligação com o exterior era reduzida e por isso poderia ser melhorada através da utilização de técnicas de Relações Públicas.

Ao iniciar esta dissertação, apresentamos a Educação em Portugal, mostrando um pouco da sua evolução desde o século X até aos dias de hoje, onde passamos por várias modificações no nosso sistema de ensino. Expomos de seguida a estrutura geral do sistema educativo tendo em conta a Lei de Bases, iniciada em 1986, diferenciando educação pré-escolar, ensino básico, ensino secundário, ensino superior e ainda modalidades especiais de educação escolar.

No seguimento e ainda dentro da Educação, temos uma análise a gráficos (Instituto Nacional de Estatística 2010) mostrando a evolução nos últimos 50 anos do sistema educativo em Portugal. Apresentamos dados relativos à educação pré-escolar, ensinos básico e secundário, analisando número de alunos, docentes e estabelecimentos.

Num segundo capítulo, fazemos uma abordagem às Relações Públicas, começando por expor uma breve história desde o século XVII até à atualidade. Onde mostramos o seu desenvolvimento nos Estados Unidos com Yvy Lee e Bernays.

De seguida apresentamos o conceito de Relações Públicas, apesar de não existir uma única definição que seja modelo, expomos algumas definições que consideramos que demonstram a sua importância para a sociedade atual.

No terceiro capítulo, fazemos uma abordagem ligando as Relações Públicas à Educação e de que forma é extremamente importante a utilização de estratégias de comunicação para a elaboração e manutenção da imagem das instituições de ensino.

No quarto capítulo clarificamos o conceito de Plano de Comunicação. Ao elaborar um plano deste género é necessário saber em que consiste, qual a sua importância e também de que forma deve ser elaborado para que o seu resultado seja positivo para a empresa.

O quinto capítulo serviu para expormos a metodologia que utilizamos na realização da dissertação, apresentamos a questão de partida e delineamos alguns objetivos que pretendíamos com esta investigação. Foi usada a metodologia qualitativa e pesquisa bibliográfica para melhor compreender os temas abordados.

Fazemos de seguida, uma análise ao contexto de investigação, onde mostramos a organização, o funcionamento e objetivos da empresa Malta Gira, Lda. Caracterizamos também o meio envolvente da instituição, expondo alguns monumentos e património cultural existente na cidade de Vila Real.

No sexto capítulo, apresentamos o Plano de Comunicação elaborado para o Malta Gira, Lda. onde explicamos o enquadramento, mostramos a missão, a visão e os objetivos, aclaramos o posicionamento da comunicação, a estratégia de comunicação, o plano de divulgação, expomos a calendarização das atividades propostas, explicamos a promoção a realizar e no final explicamos de que forma será feita a avaliação e o controlo do plano.

De seguida, mostramos a análise da concorrência, onde foram observadas nove instituições de ensino (não públicas), através de pesquisa feita *online*, de forma a perceber a comunicação destas empresas. Foi feita também, uma análise aos dados das crianças, tendo em conta a idade e o género

Terminamos com algumas conclusões, onde percebemos a importância da utilização das Relações Públicas em empresas ligadas à Educação.

CAPÍTULO I – Educação em Portugal

Durante um longo período de tempo, a Educação em Portugal esteve a cargo unicamente da Igreja, sendo o ensino inicial ministrado por vezes em mosteiros onde se ensinava a ler, escrever e contar. No século X, surge uma escola de latim.

Segundo a Organização dos Estados Ibero-Americanos para a Educação, Ciência e Cultura ([OEI])¹, a primeira universidade surge no século XII, fundada em Lisboa, sendo mais tarde transferida para Coimbra onde se fixou de forma permanente em 1537, substituindo assim o ensino realizado em escolas religiosas. Mais tarde, no século XVI é fundado em Coimbra o Colégio das Artes, onde chegaram a obter graus académicos.

São iniciadas as negociações para a obrigatoriedade escolar em 1835/36, sendo aprimoradas ao longo de alguns anos, não obtendo grandes resultados práticos abarcando os três primeiros anos do então designado ensino primário.

A educação irá ser fortemente marcada pela República, proclamada a 5 de Outubro de 1910, os primeiros anos de governo da República iniciam a alteração faseada na legislação para os vários graus de ensino.

A OEI diz-nos que em 1911 são criadas as Universidades de Lisboa e do Porto, concedendo-lhes autonomia e também os recursos necessários para o seu desenvolvimento. No ensino secundário inicia-se o princípio da coeducação (quando não existissem classes femininas, as alunas podiam frequentar os liceus masculinos), mas a alteração só teria lugar em 1917/18.

No entanto, durante este período o facto de grande parte da legislação se encontrar dispersa e parcelar tornava muitas vezes impossível de colocar em prática, em parte também devido à instabilidade política e social em que o país se encontrava.

Com o golpe militar de 28 de Maio de 1926, deu origem à alteração do regime e ao início da ditadura, o ensino iria sofrer imensas alterações

¹ Os dados teóricos relativos a este capítulo foram recolhidos da documentação fornecida no site da OEI.

Todos os programas são reduzidos até à aprendizagem base, proíbe-se novamente a coeducação e extingue-se todo o ensino complementar. O combate ao analfabetismo deixa de ser uma prioridade, visto que o desconhecimento evitava que o povo se virasse contra as políticas em vigor.

Ainda segundo OEI, houve, em 1936, uma importante alteração no Ministério de Instrução Pública, passando a chamar se Ministério da Educação Nacional. Foi, também, criada a Mocidade Portuguesa e a Obra das Mães pela Educação Nacional, que irão marcar a imagem do Estado Novo.

Apesar da existência de muitas ambiguidades e contradições, dá-se neste período um importante processo na Educação, lançando-se o Plano de Educação Popular, em 1952, para combater o analfabetismo existente. Foi também lançada em 1952/54 a Campanha Nacional de Educação de Adultos aumentando os alunos matriculados, apesar de ter obtido fracos resultados.

A partir de 1956 passou a ser obrigatório o ensino por quatro anos, para crianças do sexo masculino (Decreto-Lei n.º 40 964, de 31 de Dezembro), quatro anos depois alargou para o sexo feminino (Decreto-Lei n.º 42 994, de 28 de Maio de 1960).

Em 1964 é alargada a escolaridade obrigatória para 6 anos (Decreto-Lei n.º 45 810, de 9 de Julho), tendo como alvo todas as crianças até aos 14 anos de idade, frequentando o ensino primário (4 anos) seguido do ensino primário complementar (5ª e 6ª classe) ou através do ciclo preparatório do ensino secundário (2 anos), podendo este ser presencial ou através de curso da telescola.

A 25 de Abril de 1974 dá-se a Revolução que repõe a democracia. Nesta fase, verifica-se grande mobilização no ensino, observando-se várias modificações principalmente em relação a conteúdos didáticos em todos os graus de ensino.

Passamos então por uma fase de normalização da democracia (1976-1986) sendo marcada por três características:

- 1) Concluída a revolução, privilegia-se os aspetos curriculares, técnicos e profissionais, em contrário das ideologias;
- 2) Existe uma maior consciência de que o desenvolvimento do sistema educativo pode criar efeitos negativos, sobretudo em relação à qualidade do ensino;

3) O bloqueio da estrutura da economia vai impedindo progressivamente a reforma do sistema educativo.

Em 1986 é publicada a Lei de Bases do Sistema Educativo, onde estão consagrados o direito á educação e à cultura, alargando a escolaridade obrigatória para 9 anos. A esta lei foram realizadas algumas alterações em 1997 e 2005. Em 2009 alarga a escolaridade obrigatória para 12 anos. Em 2015, torna como escolaridade obrigatória a educação pré-escolar a partir dos 4 anos de idade.

1.1 Estrutura Geral do Sistema Educativo

Educação Pré-Escolar

Segundo a Lei de Bases do Sistema Educativo, a Educação Pré-Escolar destina-se a crianças com idades compreendidas entre os 3 e os 6 anos de idade. Sendo a sua frequência facultativa até ao ano de 2009, que tornou obrigatória para crianças a partir dos 5 anos de idade. Desde 2015 que é obrigatória a frequência a partir dos 4 anos de idade.

Ensino Básico

A Lei de Bases considera o Ensino Básico como sendo universal, obrigatória e gratuito, este tem a duração de nove anos. Destina-se a crianças a partir dos 6 anos de idade até aos 15.

O ensino básico encontra-se dividido em três ciclos, o 1º ciclo vai desde o 1º ao 4º ano, o 2º ciclo vai do 5º ao 6º ano e o 3º ciclo vai do 7º ao 9º ano de escolaridade.

Ensino Secundário

O acesso ao ensino secundário destina-se aos que completarem com sucesso o ensino básico. Os cursos do ensino secundário têm a duração de três anos, indo do 10º ao 12º ano de escolaridade. Até 2009 este grau de ensino era facultativo, passando nesse ano para obrigatório, universal e gratuito.

O ensino secundário pode ser realizado em diferentes modalidades, cursos artísticos especializados, cursos científicos, cursos humanísticos, cursos profissionais, cursos tecnológicos, entre outros menos comuns.

Ensino Superior

O ensino superior caracteriza-se pelo ensino universitário e o ensino politécnico, o seu acesso destina-se a indivíduos com o curso do ensino secundário com aproveitamento. Têm também acesso ao ensino superior, os maiores de 23 anos desde que façam prova de capacidade através da execução de provas específicas para o estabelecimento e curso pretendido.

No ensino superior existem 3 ciclos de estudo desde o Processo de Bolonha em 2006, o 1º ciclo refere-se à Licenciatura habitualmente com duração de 3 anos, o 2º ciclo refere-se ao Mestrado com duração de 2 anos e por último o 3º ciclo referente ao Doutoramento.

Segundo Eurydice (2005/06), são ainda modalidades de educação escolar, mas administradas com organização especial:

- A *educação especial* tem como objetivo a integração socioeducativa de indivíduos com necessidades educativas especiais por deficiência física ou mental;
- O *ensino profissional*, tendo como objetivo a integração dinâmica no mercado de trabalho através da aquisição de conhecimentos e também de competências profissionais;
- O *ensino recorrente de adultos*, destina-se a indivíduos que já não se encontram na idade normal de frequentar os ensinos básico e secundário. Este ensino também se destina aos que não tiveram oportunidade de frequentar o sistema de educação na idade normal de formação, com especial atenção quanto à eliminação do analfabetismo.
- O *ensino a distância*, com recurso à *multimédia* e às novas tecnologias da informação, apresenta-se não só como uma forma complementar do ensino regular mas também constitui uma modalidade opcional da educação escolar. Um exemplo desta modalidade é a Universidade Aberta;

- O *ensino português no estrangeiro*, o Estado promove a divulgação e o estudo da língua e cultura portuguesa no estrangeiro através de ações diversificadas que tem como objetivo a sua inclusão nos planos curriculares de outros países, sob a orientação de professores portugueses.

1.2 50 Anos de Ensino em Portugal

Durante os últimos 50 anos, a Educação em Portugal sofreu diversas alterações, que se foram manifestando no número de alunos, docentes e estabelecimentos de ensino. De seguida apresentaremos alguns gráficos mostrando a evolução do nosso sistema educativo, analisando o número de alunos matriculados nos diferentes níveis de ensino, taxas de escolarização, número de docentes e também de estabelecimentos.

No gráfico que se segue, verificamos que o maior número de matrículas se observa no Ensino Básico, seguido pelo Ensino Secundário e por último, com o menor número de matrículas encontra-se a Educação Pré-Escolar. Ao longo dos anos observamos um aumento em todos os níveis de ensino, havendo alguma oscilação no Ensino Básico e Secundário, sendo que retoma o aumento de matrículas no ano letivo de 2006/2007.

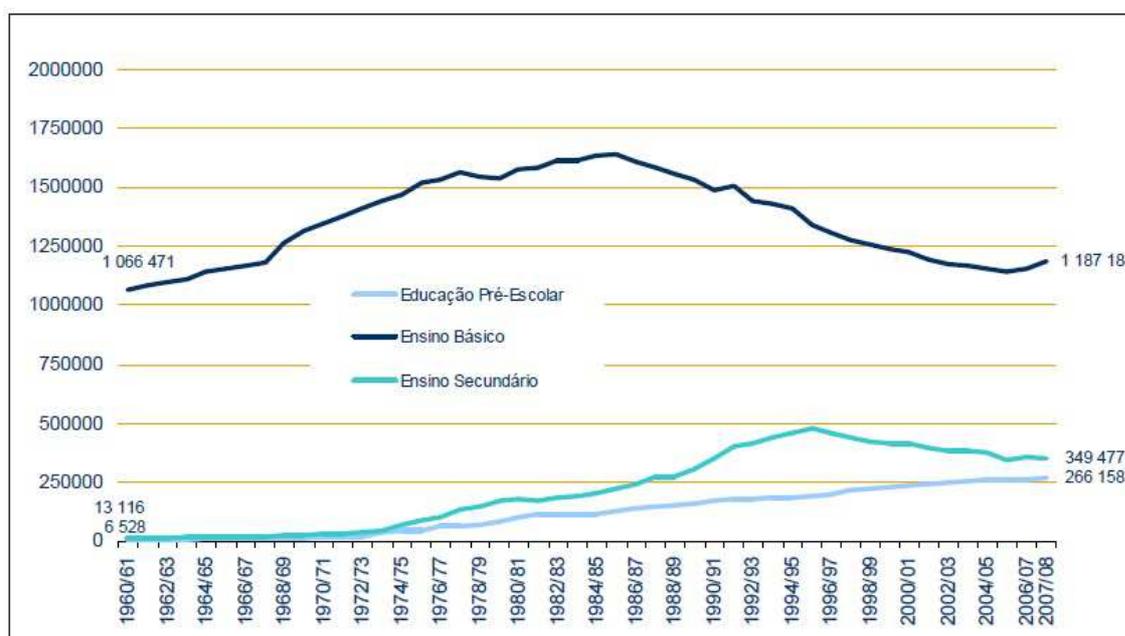


Tabela 1 - Alunos matriculados, segundo o nível de ensino

Fonte: INE (2010:2)

Na tabela 2 apresentamos o número de docentes, que acompanhando as principais alterações do sistema educativo nestas décadas, e apesar de algumas oscilações, foi aumentando. De salientar que os docentes de Ensino Básico (2º e 3º Ciclo) foram os que obtiveram uma maior ampliação, passando de 10386 para 123009.

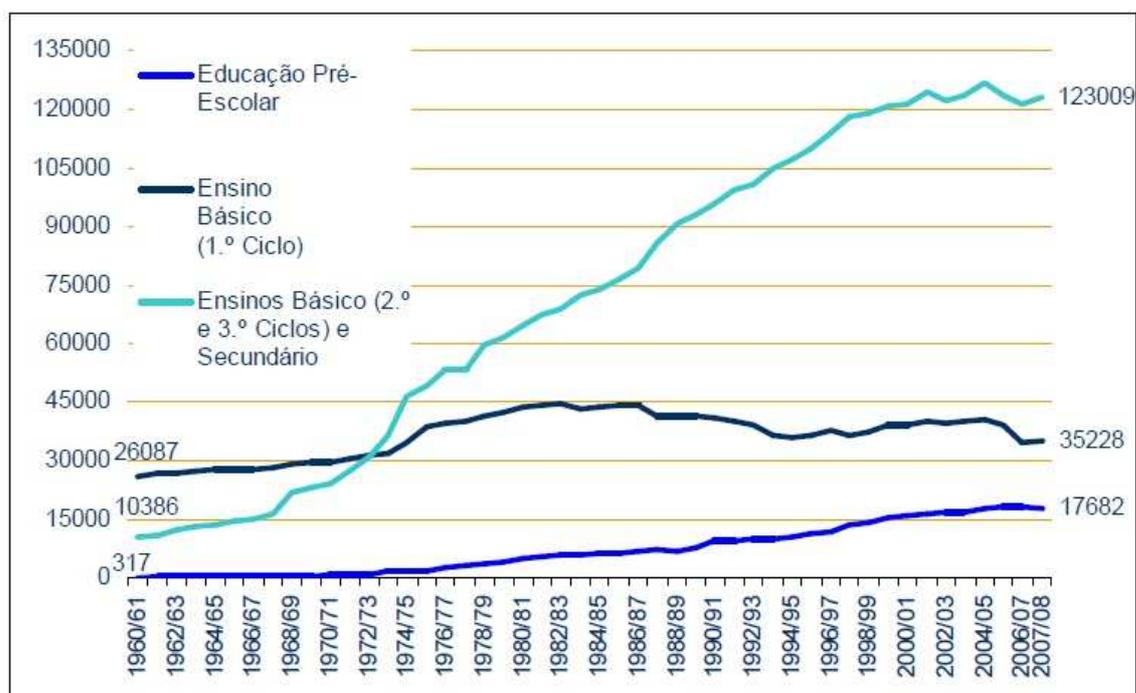


Tabela 2 - Docentes, segundo o nível de ensino

Fonte: INE (2010:8)

Educação Pré-Escolar

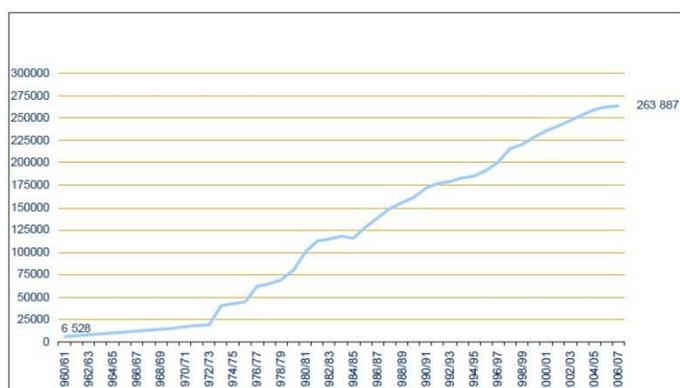


Tabela 3 - Crianças matriculadas na Educação Pré-Escolar
Fonte: INE (2010:3)

Houve um aumento bastante significativo de crianças no Pré-escolar, passando de 6528 para 263887.



Tabela 4 - Taxa de escolarização aos 5 anos

Fonte: INE (2010: 4)

A taxa de escolarização aos 5 anos sofre um aumento bastante elevado, passando de 1,6% para 92,6%.

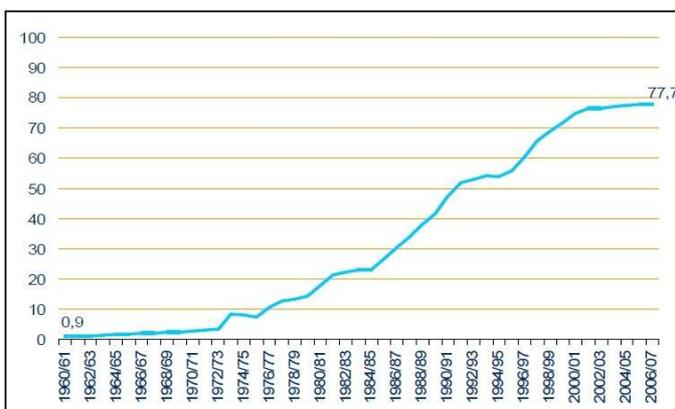


Tabela 5- Taxa de Pré-escolarização

Fonte: INE (2010: 4)

Torna-se bastante evidente o aumento, quando verificamos que a taxa de pré-escolarização passa de 0,9% em 1960/1961 para 77,7% em 2006/2007.

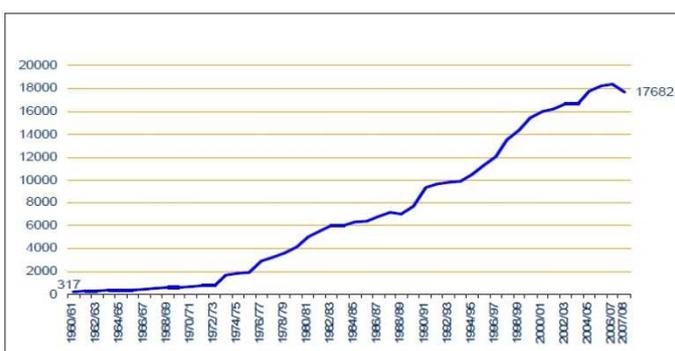


Tabela 6 - Educadores de infância

Fonte: INE (2010: 9)

O número de Educadores em 1960/1961 era quase inexistente, havendo pouco mais de 300 em todo o país. Obtiveram um aumento exponencial passando para quase 18000 em 2006/2007

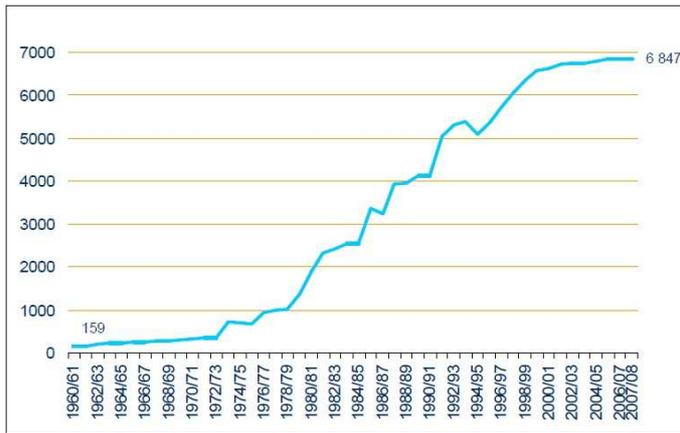


Tabela 7 - Estabelecimentos de Educação Pré-Escolar
 Fonte: INE (2010: 11)

Havendo um aumento considerável nos docentes e alunos matriculados, existiu necessidade de aumentar as estruturas para a nova oferta, aumentando assim o número de estabelecimentos. Passando de 159 em 1960/1961 para 6846 em 2007/2008.

Ensino Básico e Secundário



Tabela 8 - Alunos matriculados no ensino secundário
 Fonte: INE (2010: 5)

Apesar de existirem algumas oscilações, houve um aumento considerável nos alunos matriculados no ensino secundário, passando de 13116 para 356711.



Tabela 9 – Taxa de escolarização aos 15 anos (idade)

Fonte: INE (2010: 7)

Com algumas oscilações no seu percurso ao longo dos vários anos, no ano letivo de 1960/1961 tínhamos uma taxa de escolarização aos 15 anos de 13%, passando para uma taxa de quase 100% no ano letivo de 2006/2007.

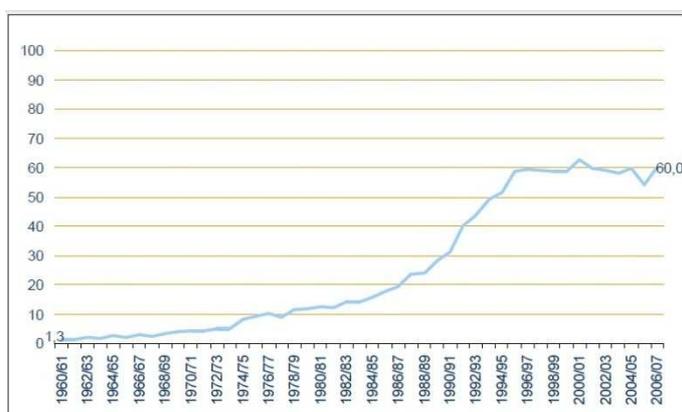


Tabela 10 - Taxa real de escolarização no ensino secundário

Fonte: INE (2010: 6)

Quanto à taxa real de escolarização no ensino secundário, observamos um aumento considerável até ao ano letivo de 1996/1997, passando de 1,3% para 60%, mantendo-se com pequenas oscilações até 2006/2007.

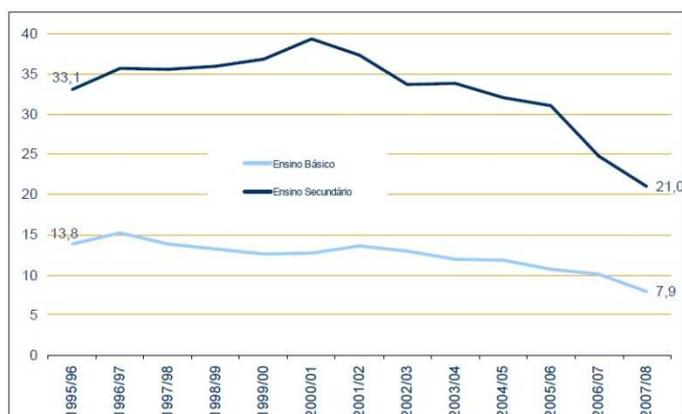


Tabela 11 - Taxa de retenção e desistência

Fonte: INE (2010: 12)

Existe uma maior tendência para a não desistência da escola, resultando numa curva descendente na taxa de retenção e desistência na última década.

No Ensino Básico passa de uma taxa de 13,8% para 7,9%.

No Ensino Secundário baixa de uma taxa de 33,1% para 21%.

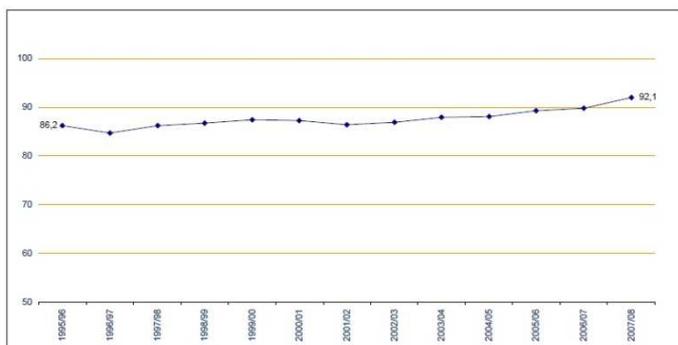


Tabela 12 - Taxa de transição/conclusão

Fonte: INE (2010: 13)

Verificamos algumas melhorias na taxa de conclusão. Em 1995/1996 tínhamos uma taxa de 86,2% aumentando para 92,1% em 2007/2008.



Tabela 13 - Docentes ensino básico e secundário

Fonte: INE (2010: 10)

Houve também um elevado aumento no número de docentes do Ensino Básico e no Ensino Secundário, passando de 10386 em 1960/61 para 123009 em 2007/08.

Nos últimos 50 anos, Portugal sofreu grandes alterações ao nível do ensino. Com a mudança de regime trazida pela Revolução de 25 de Abril, colocando novos desafios criando importantes transformações tanto qualitativas como quantitativas.

Assistimos assim a um aumento exponencial em todos os gráficos que aqui apresentamos. No ano letivo de 1960/1961 Portugal apresenta um baixo número de alunos matriculados, baixo número de docentes qualificados e também um baixo número de estabelecimentos. Apesar de algumas flutuações durante os vários anos, o aumento foi acontecendo e em alguns casos chegando a alcançar taxas de sucesso aproximando-se dos 100% em 2007/2008.

Novas legislações e novas mentalidades, vão fazendo do nosso país um país letrado, onde as taxas de alfabetização são cada vez mais elevadas. Apesar disto, ainda serão necessários ajustes para que possamos estar em constante desenvolvimento, apostando cada vez mais na Educação e Formação de crianças, jovens e adultos.

CAPÍTULO II – Relações Públicas e Educação

2.1 Breve História das Relações Públicas

As Relações Públicas são algo relativamente recente, no nosso país, mas considera-se que “tem origem nos Estados Unidos; segundo consta, terá sido Thomas Jefferson, terceiro Presidente americano (1743-1826), quem usou esta expressão para, numa declaração ao Congresso, definir o estado de espírito dos cidadãos no seio de uma comunidade política” (Soares, 2011: 3). Apesar de este ofício ser tão antigo quanto a existência humana, e não obstante serem sempre inócuas as perspectivas que tentam localizar esta área, técnica, ciência, em algum lugar específico, é comum atribuir-se ao continente americano essa primazia, dada o interesse académico e comercial da área.

Apesar de existirem estas referências às Relações Públicas desde o século XVIII, é no século XX que se dá o seu grande desenvolvimento. Soares (2011) diz-nos que é com (...) Yvy Lee, E. Bernays e outros (...) vão dando às RP a sua forma, quer através das práticas profissionais quer através dos princípios e códigos, ainda não escritos, pelos quais se regem.

As Relações Públicas nascem nos Estados Unidos perante um imperativo empresarial, financeiro e político, em princípios de 1900. Todas estas organizações necessitavam que a Opinião Pública, em face da grande competitividade existente a nível de produtos, ideologias, conhecesse o muito que essas organizações podiam fazer por ela. (Pato, 2009 *apud* Cabrero e Cabrero, 2001: 21)

Em princípios de 1900 com Yvy Lee, as Relações Públicas começaram a ganhar forma e adeptos por todo o lado; por seu turno, compreendidas de um ponto de vista mais científico, é Edward Bernays que muito contribuiu para o desenvolvimento desta carreira, levando outros profissionais a adotarem as técnicas que foi desenvolvendo nas suas organizações. Apesar de o contributo deste último autor ter cientificado a área, não é com surpresa que se observa um lado menos agradável do exercício desta função. Diz Fonseca, a propósito:

Para esse alegado maquiavelismo muito terá contribuído a forma como ocorreu o seu nascimento moderno, aliando às primeiras práticas publicitárias o florescimento da Propaganda e a publicação de algumas obras marcantes, estabelecendo-se, desde logo, uma conexão muito forte entre as RP e os serviços de limpeza de imagem, patenteada pela designação de ‘Relações Públicas’ (Fonseca 2014: 39).

Quanto à inclusão das Relações Públicas como disciplina podemos dizer que apenas após 1970 é que se começou a observar a sua introdução nas escolas.

Before the 1970s, public relations scholars seldom, if ever, tried to explain the behavior of public relations practitioners. Until that time, scholars typically accepted the behavior of practitioners as given and looked for ways in which to describe, evaluate, and improve whatever practitioners did in the name of public relations (Pereira 2011 *apud* Grunig, 2001: 11).

“Durante a primeira metade do século XX, as Relações Públicas eram vistas, meramente, como uma ocupação. Até 1970, os estudos sobre RP eram, essencialmente, biografias de profissionais líderes no mercado, estudos de casos de Relações Públicas e alguns estudos aplicados” (Pereira, 2011).

A partir da segunda metade do século XX há um aprofundamento das Relações Públicas, deixando de ser apenas em estudos esporádicos e pouco investigados, tendo para isso contribuído o trabalho de Grunig entre outros. Diz Fonseca a respeito que:

As diferentes transições históricas das RP fizeram criar uma vertente de estudos subsidiária, por um lado, de um berço teórico sustentado nas Ciências Sociais e nas Ciências da Comunicação, lato sensu, por outro, de um vasto campo reflexivo que se distancia, não raro, das suas componentes práticas (Fonseca 2014: 88).

Campo não tão consolidado como seria de esperar, é importante referir que se falará de um campo de investigação ainda na infância como sugerem autores clássicos da área (Grunig & Hunt, 1984: 13-46; G. Gonçalves, 2010a: 9; *cf.* Fonseca 2014: 102)..

Pereira considera que as “Relações Públicas têm-se portanto afirmado, essencialmente a partir de 1984, como uma função estratégica, fundamental à gestão organizacional na medida em que ajudam a delinear o caminho para o alcance das metas e objetivos organizacionais” (2011).

Nas últimas décadas e com o desenvolvimento das novas tecnologias, as empresas sentem uma maior necessidade de adotarem medidas para evoluir as suas capacidades, analisando de forma metódica e aprofundada todas as aptidões e falhas, avaliando funcionários, produtos e preços praticados. Tudo isto de forma a desenvolver e aumentar o seu capital.

Em Portugal a introdução das Relações Públicas surge através de multinacionais, que trazendo estes conhecimentos que se demonstraram produtivos na evolução destas empresas.

Em Portugal, as RP aparecem em multinacionais americanas (Mobil, Shell), no LNEC (Laboratório Nacional de Engenharia Civil, prestigiado centro de investigação, internacionalmente reconhecido e consultado para desenvolvimento de projetos na sua área de atuação). Importante contributo para o aparecimento da profissão em Portugal é-nos dado pelas três entidades que começam a fazer formação nesta área: o LNEC, a COPRAI e a CODEPA (Soares, 2011: 3)

Trata-se, portanto, de um longo caminho para traçar no que concerne à aplicação das Relações Públicas em Portugal, não só porque estamos na presença de um país pouco industrializado, mas também porque a área tem sido estudada só mais recentemente, estando no terreno as primeiras fornadas de licenciados em comunicação. A esse propósito diz Fonseca:

Apesar do esforço académico para acompanhar a profissionalização das Relações Públicas, estas continuam a revelar um certo deficit de imagem a que não são alheias: a fraca dimensão empresarial nacional, a actual conjuntura económica e a ausência de uma punição eficaz no que diz respeito ao incumprimento ético da profissão (Fonseca 2014: 33).

Sem alongar em demasia a história das Relações Públicas, propõe-se agora uma reflexão sobre os seus conceitos, ressaltando-se a dualidade que lhe continua a ser associada, por via do caminho comum entre a teoria e a prática, ao que acresce ainda, e uma vez mais, o deteriorar de imagem a que permanecem eternamente ligadas.

2.2 Conceito de Relações Públicas

A disciplina das Relações Públicas, como a conhecemos hoje, é extremamente jovem, não existindo uma teoria única que a suporte enquanto área de estudo. O seu percurso tem, no entanto, sido marcado por uma evolução no que ao campo teórico e profissional diz respeito, tendo a noção de Relações Públicas evoluído de mero conjunto de técnicas para uma função estratégica, fundamental à gestão organizacional (Pereira, 2011).

Apesar de não existir uma definição única para as Relações Públicas, podemos dizer que é considerada a disciplina que gere a comunicação entre uma organização e a sociedade, a fim de construir, gerir e manter uma imagem positiva. Diz-se que as suas origens remontam aos tempos antigos, quando as sociedades tribais tentavam promover o respeito pela autoridade do chefe.

“A prática das Relações Públicas tem por objetivo analisar tendências, prever as suas consequências e o estabelecimento de programas de ação que visam servir os interesses da empresa, organização ou instituição com os seus públicos”. (Pato *apud* Cabrero & Cabrero, 2001:20). Assim, as Relações Públicas são uma disciplina que se desenvolve através de estratégias e que apela a uma forma de comunicação bidirecional, uma vez que é dirigida a um público (interno e externo), mas também tem em consideração as necessidades do mesmo.

Entre as principais funções de Relações Públicas surgem a gestão de comunicação interna (dar a conhecer os recursos humanos da organização e estes compreenderem as políticas institucionais), gestão de comunicação externa (dar-se a conhecer ao exterior) as funções humanísticas (tentativa para ganhar a confiança do público) e a análise e compreensão da opinião pública.

“Como as Relações Públicas trabalham com público e com a comunicação nas organizações, elas necessitam conhecer profundamente todos os aspetos conceituais, para poder planejar com eficácia suas atividades” (Kunsch, 2002: 15). Consideramos então que um dos pilares e trabalho fundamental de quem se dedica ao trabalho de Relações Públicas é a gestão de imagem corporativa. Esta identidade é essencial para que a população se identifique com a empresa em particular. Para tal, os profissionais desta área, elaboram sempre um estudo aprofundado e desenvolvem todo o tipo de trabalho de investigação, como entrevistas ou inquéritos.

Tal é o valor dado atualmente às Relações Públicas, na nossa sociedade e em especial nos negócios, que existem diversas formações universitárias nesta área. Especificamente, em Portugal, existem várias escolas e universidades que oferecem cursos em Publicidade e Relações Públicas.

A importância das Relações Públicas baseia-se em trabalhar com recursos intangíveis, tais como *identidade* (que caracteriza a organização e a diferencia das restantes), *filosofia* (o objetivo geral da organização), *cultura* (a sua forma de atuar), *imagem* (representação) e *reputação* (a representação que chega ao público). Podendo muitas vezes aliar-se a outras disciplinas e áreas, como por exemplo a psicologia, a sociologia e o Marketing.

(...) o Relações Públicas deve ter como finalidade garantir uma imagem empresarial que integre elementos de cidadania responsável e crie uma imagem favorável face à Opinião Pública. O Relações Públicas deve contribuir para a integração da instituição na comunidade. As instituições sentem a necessidade de aceitação social, enquanto organismos com responsabilidades na sociedade em que actuam (Figueiredo *apud* Caetano e Rasquilha, 2007).

Segundo Figueiredo, existem três desvantagens apresentadas por Para Grunid e Hunt (1984):

- Podem saturar, com suas mensagens, os canais de comunicação com o público. divulgando e promovendo “pseudo-eventos” que não chegam de facto a interessar ou a ser úteis, nem ao patrocinador, nem ao público sobre o qual foi focada a atividade – falta de clareza nos objetivos.
- Podem ocultar ou disfarçar, em demasia, os factos em torno de assuntos de interesse público.
- Às vezes, podem provocar no público uma atitude de cinismo e desconfiança em torno das ações de corporações públicas, igrejas, colégios, governos, instituições financeiras, ONG’s, empresas, entre outros. Como tal, o público-alvo acaba por se defender da possibilidade de ser enganado – as Relações Públicas podem perder com facilidade a credibilidade da opinião pública, devido aos seus excessos

Ainda segundo Figueiredo, as vantagens apontadas pelos mesmos autores são:

- Relações Públicas tornam as organizações mais responsáveis pelos seus públicos quando buscam feedbacks das suas iniciativas junto dos grupos cuja percepção administram.
- Os profissionais responsáveis de Relações Públicas servem o interesse público sempre que promovem um discurso articulado da instituição à qual estão ligados, optando por mensagens claras e objetivas e buscam instituir diversas formas de livre expressão de qualquer ideia que tenha relação com a organização. Assim, as Relações Públicas são parceiras da verdadeira democracia em sociedade.
- Verdadeiros Relações Públicas contribuem com o incremento e otimizam os conhecimentos de domínio público, através de um relacionamento honesto com os media e do fornecimento de informações úteis que os meios de comunicação, por si sós, não teriam condições ou teriam mais dificuldades em obter.

Como qualquer profissão, se mal aplicada, sem a existência de rigor ético, as Relações Públicas podem causar danos à sociedade. Deste modo, “é fundamental não perder de vista que as em presas são sempre passíveis de gerar consequências tanto positivas quanto negativas, no meio ambiente e no quadro onde atuam.” (Figueiredo, 2013: 58).

2.3 Relações Públicas na Educação

Ao pesquisarmos informações sobre Relações Públicas e Educação, muito do que encontramos foram bastantes *sites* de universidades e institutos onde se pode estudar as Relações Públicas, programas e planos curriculares.

Podemos dizer que o sistema nacional de educação apresenta se como sendo um conjunto organizado de serviços e atividades educacionais regulados pelo Estado, que permitem o exercício do direito à educação.

Mas qual será a relação entre o sistema de ensino com as Relações Públicas da organização? Instituições de ensino são organizações, isto significa, que têm um conjunto de pessoas que possuem um objetivo comum, no caso das escolas é a educação, que é realizado através da atribuição de responsabilidades e funções para os membros da organização, é especificado a divisão do trabalho, delinea a autoridade e responsabilidade, diferentes padrões são coordenados para atingir os objetivos e coordenar relacionamentos. Ao alcançar todos estes pontos, é possível alcançar a satisfação dos clientes

Descrédito ou uma imagem desfavorável, fraca promoção de produtos ou serviços, disposição inadequada de empregados ou membros, aumento contínuo de problemas trabalhistas, falta de vontade dos gestores, incapacidade de atrair ou contratar um pessoal melhor, a ignorância da organização a utilização do produto ou serviço para o público e o seu ponto de vista. Estes problemas podem surgir em qualquer organização podendo atingir a completa falência, má imagem ou rejeição e desconfiança pública

Algumas organizações não dão importância suficiente à utilização das Relações Públicas, muitos julgam que se tiverem um bom produto, preço baixo e, assim, satisfazem as necessidades dos usuários, ou, no caso de instituições de ensino, se eles têm boas instalações e professores, bons preços e satisfazem a educação dos estudantes (usuários), não se preocupam. Este é um erro comum em muitas organizações e poucas percebem os problemas acima, pois são como uma rede que vai gradualmente envolvendo organizações até o fim desta, e tudo isso por não acreditar ou confiar em Relações Públicas.

O velho relógio da educação está emperrado e dissonante (escrevia eu em 1926) anda com atraso de meio século, marcando as primeiras horas de um crepúsculo matinal, sonolento e sombrio ‘... Se é certo que não parou, continua com enorme atraso. A julgar pela hora que marca, apenas raiou para nós a madrugada (Pereira *apud* Azevedo,1957).

A educação precisa de passar por diversas mudanças para conseguir acompanhar as exigências da sociedade. Gastaldi (1997) compara a evolução do homem com a evolução dos cursos da Educação: "O homem é um ser histórico (...) não nasce pessoa, mas vai tornando-se pessoa (...). O caminho se faz ao andar (...) É o mesmo com a Educação. Não há caminhos, mas há metas.". A escola, além de importante lugar de troca e aquisição de aprendizagens, deve estar sempre bem articulada com a vida social. Hoje em dia, os pais andam muito ocupados com as suas carreiras profissionais, e em proporcionar uma vida melhor aos seus filhos, apesar de muitas vezes isso apenas se refletir em termos materiais.

As Relações Públicas inseridas no sistema educacional são uma forma de iniciar processo por uma educação mais eficiente e que atenda às necessidades dos novos padrões. Há a necessidade de educar, ou melhor, reeducar as pessoas, pois elas não conseguem mais viver seguindo os modelos tradicionais, e ainda não têm a devida educação para seguir estes novos rumos a que estão sendo levadas (Pereira (S/D)).

“As inúmeras transformações do século XX fizeram com que defrontássemos com o crescimento das desigualdades sociais” (Lima, 2004), assim as transformações ocorridas ao longo, principalmente, das últimas décadas, influenciaram todos os setores da nossa sociedade, portanto, com a educação não poderia ser diferente. Assim demonstra-se um desafio aliar a Educação às Relações Públicas

Tratando-se de uma instituição de ensino público, o planejamento estratégico deve ser voltado para a relação/diálogo/sujeitos que se comunicam, ou seja, a instituição não deveria apenas disseminar informações, mas sim buscar estabelecer contatos duradouros com os públicos, de forma a beneficiar tanto esses públicos como a própria instituição, como cita (Silva e Junior *apud* Baldissera, 2001: 2)

As estratégias de comunicação direcionadas para as escolas são de extrema importância, principalmente para a manutenção da imagem da instituição. Neste sentido o trabalho realizado pelo Relações Públicas é fundamental e poderá ter grande impacto na melhoria da comunicação e imagem da empresa.

2.4 O Plano de Comunicação como ferramenta das Relações Públicas

O Plano de Comunicação contém diretrizes para a estratégia de comunicação de uma empresa ou organização. Um plano de comunicação deve ter estratégias onde se contemplam as relações internas e externas da entidade. Este deve ser concebido tendo em conta todos os problemas da entidade e de acordo com seu tamanho e características.

Enquanto instrumento, o plano de comunicação orienta e estabelece metas e objetivos, bem como afeta recursos às ações de comunicação a desenvolver no(s) mercado(s) de intervenção da empresa. As ações de comunicação devem ser orientadas para alcançar objetivos concretos, na perspectiva de melhorar a performance económica da empresa. (Meirinhos, 2013: 4)

É uma ferramenta de trabalho, que tem como objetivo ser rentável e eficiente. Se possível, deve ser aprovado pela maior parte dos responsáveis da empresa e convém que, por sua vez cada um dos administradores tenha abordado com os seus colaboradores todos os aspetos do plano que poderão vir a afetá-los.

Muitas vezes existe a ideia de que o Plano de Comunicação é uma ferramenta muito complexa, sofisticada e necessariamente cara para a sua empresa. Não é verdade que um plano de comunicação está disponível apenas para empresas com grandes orçamentos e alto nível de gerência. Pelo contrário cada unidade de negócios tem a sua estratégia de comunicação e, portanto, o plano deve responder a algumas orientações que cada empresa tem estabelecido. Em muitos casos, a estratégia de comunicação permanece oculta e os gerentes não têm conhecimento das normas de como se relacionar interna e externamente com clientes, fornecedores, funcionários ou os meios de comunicação, organizações, associações, instituições e com a sociedade em geral.

Para que um plano de comunicação funcione, deve ter como diretrizes ser:

- Rentável
- Eficaz
- Consensual
- Ajustado às características da empresa
- Economicamente viável
- Médio e longo prazo

- Avaliáveis em termos de desempenho e resultados.

Todas as empresas têm uma estratégia de comunicação e os objetivos para envolver a sua execução. O plano de comunicação deve contemplar um modo operacional de forma a se desenvolver e para alcançar os seus objetivos.

Comunicar é conhecer o ambiente competitivo da empresa na perspetiva de saber antecipar e saber reagir. Uma política de comunicação eficaz assenta sempre numa planificação séria, adaptável e previdente, demonstrando que a reflexão constitui um apoio e não um entrave no domínio da ação (Meirinhos, 2013: 5).

O Plano de Comunicação tem duas características básicas: deve ser técnico e criativo. Técnico porque deve seguir diretrizes que permitam o desenvolvimento e implementação e ser capaz de avaliar. Por sua vez deve ser criativo para fornecer o desempenho necessário para que a empresa se possa identificar, distinguir e destacar das restantes no seu ramo. O Plano de Comunicação tem como base o estabelecimento de metas, a criação de estratégias de *design* e também a descrição de forma e meios para alcançar objetivos.

O planeamento estratégico (...) realizado pelas organizações é, (...), a melhor fonte e o melhor ponto de partida para um planeamento de Relações Públicas com vistas à excelência e à eficácia da comunicação nas organizações. É exatamente por serem um instrumento que permite fazer um raio-x da real situação da organização frente ao ambiente e ao mercado competitivo (...), que as Relações Públicas são consideradas uma função relevante, que precede às demais funções administrativas (Kunsch, 2006).

Não se deve confiar o desenvolvimento do plano e a sua execução à espontaneidade e improvisação. A colaboração de um técnico/especialista em Relações Públicas é fundamental para orientar e direcionar o desenvolvimento do plano de acordo com o contexto histórico, a cultura da empresa e as suas perspetivas futuras.

Os profissionais não são guiados por diretrizes rígidas de ação ou por uma hierarquia fechada de valores. Cada um destes contribui com o seu conhecimento e tem o seu papel devendo ser considerado com o mesmo profissionalismo, qualidade e criatividade. Eles sabem que controlar os mais pequenos detalhes se torna essencial para a eficácia.

CAPÍTULO V - Metodologia

Este trabalho de investigação passou por várias etapas de elaboração, iniciamos através da pesquisa bibliográfica dos diversos temas que iríamos abordar. Posteriormente, havendo uma melhor compreensão do tema estabeleceu-se uma *pergunta de partida*:

Será que a realização de um Plano de Comunicação para uma empresa de Educação, é benéfica para o seu desenvolvimento?

Após delineada a pergunta de partida, tornamos como principais *objetivos da investigação*:

- a) Identificar possíveis falhas na comunicação da empresa;
- b) Compreender de que forma a empresa poderia melhorar a sua imagem;
- c) Perceber o que é feito por outras empresas semelhantes, ao nível da comunicação e imagem;
- d) Conceber um Plano de Comunicação, de forma a desenvolver e promover a imagem e também a comunicação externa.

A justificação para a realização desta investigação, passa primordialmente pela necessidade de aumento de clientes da empresa Malta Gira, Lda. Sendo uma empresa relativamente recente e em expansão, consideramos ser de valor tornar mais visível para o público em geral, de forma a obter um maior aproveitamento das potencialidades que possui e também potenciar novas capacidades, que possam apoiar num aumento de capital.

A metodologia utilizada foi de investigação qualitativa, sendo um estudo de caso.

Segundo Bogdan e Biklen, nos estudos qualitativos os investigadores preocupam-se com o rigor e abrangência dos seus dados. Havendo grande preocupação no rigor dos dados apresentados, fizemos um estudo pormenorizado da empresa na qual elaboramos a investigação.

Bogdan e Biklen apresentam-nos cinco características na investigação qualitativa, que iremos desenvolver para melhor compreendermos este tipo de estudo.

1. Na investigação qualitativa a fonte direta de dados é o ambiente natural, constituindo o investigador o instrumento principal. Existe um interesse pelo estudo do local a analisar;
2. A investigação qualitativa é descritiva. Ou seja a análise do local e características são fundamentais para este tipo de estudos;
3. Os investigadores qualitativos interessam-se mais pelo processo do que simplesmente pelos resultados. O resultado nem sempre é o mais importante, isto porque é durante o processo que descobrimos as capacidades, falhas e também eventuais problemas a resolver. No resultado apenas observamos o produto final;
4. Os investigadores qualitativos tendem a analisar os seus dados de forma indutiva. A recolha de informação serve para analisar o objeto de estudo de forma minuciosa e não para atestar ou refutar hipóteses.
5. O significado é de importância vital na abordagem qualitativa. Este tipo de investigadores, estão mais empenhados em compreender a forma como os indivíduos entendem o quotidiano.

Segundo Silva, “A investigação qualitativa surge como um modo construtivista de fazer ciência sem desvalorizar a dimensão quantitativa dos factos sociais, representando uma opção legítima quando está em causa a compreensão interpretativa da realidade” (2013). Este tipo de investigação é fundamental principalmente quando falamos em questões sociais, já que muitas vezes se torna difícil de quantificar a informação, tornando desta forma válido o conhecimento adquirido através deste género de pesquisa, analisando dados qualitativos de modo científico e rigoroso.

5.1 Contexto de Investigação

Esta investigação foi realizada com o intuito de desenvolver um Plano de Comunicação para a empresa Malta Gira, Lda. Esta empresa apresenta-se como sendo uma resposta de apoio social, de caráter privado, estando em funcionamento desde o dia 1 de Setembro de 2012. O Malta Gira, Lda situa-se na Avenida Osnabruck, Lote 11-13 no concelho de Vila Real, tendo como valências creche, jardim-de-infância e atl.

Quanto à organização e disposição dos espaços, estes são compostos por:

SALA DO BERÇÁRIO é um espaço destinado à permanência das crianças entre o termo da licença de maternidade/paternidade e os 15 (quinze) meses. É composto por um Berçário, sendo um espaço destinado aos tempos de repouso e descanso dos bebés; a Sala Parque, espaço dedicado aos tempos ativos, onde a criança poderá brincar e explorar o meio; a Copa, espaço destinado à preparação de alimentos; e o Fraldário, espaço destinado à higiene dos bebés.



Imagem 1 - Hall Entrada Malta Gira

Fonte: Facebook/Malta Gira



Imagem 2 - Entrada Logótipo Malta Gira

Fonte: Facebook/Malta Gira

DUAS SALAS DE ATIVIDADES que são espaços destinados ao desenvolvimento de atividades lúdicas e pedagógicas. A Sala da Creche recebe crianças com idades compreendidas entre os 12/15 e os 30/36 meses; e a Sala do Pré-escolar recebe crianças com idades compreendidas entre os 30/36 meses e os 5/6 anos de idade.



Imagem 3 - Sala Atividades Malta Gira

Fonte: Facebook/Malta Gira



Imagem 4 - Área Leitura Malta Gira

Fonte: Facebook/Malta Gira



Imagem 5 - Refeitório Malta Gira

Fonte: Facebook/Malta Gira

REFEITÓRIO destinado aos períodos de alimentação;

COPA destinada à recepção, preparação e distribuição dos alimentos e refeições;



Imagem 6 - Copa Malta Gira

Fonte: Facebook/Malta Gira

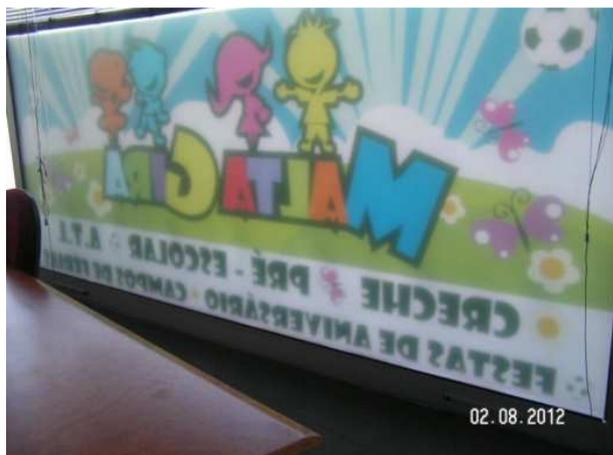


Imagem 7 - Sala de Reuniões Malta Gira

Fonte: Facebook/Malta Gira

GABINETE DE REUNIÕES / Sala das Professoras utilizado por todos os agentes envolvidos no processo de educação das crianças, sempre que seja necessária uma troca mais formal de informação;

SALA POLIVALENTE destinada à entrega e recolha das crianças; utilizada como dormitório e ainda nas atividades extracurriculares.



Imagem 8 - Sala Polivalente Malta Gira

Fonte: Facebook/Malta Gira



Imagem 9 - WC Malta Gira

Fonte: Facebook/Malta Gira

INSTALAÇÕES SANITÁRIAS para as crianças devidamente equipadas com sanitas, fraldário, chuveiro e lavatórios;

INSTALAÇÕES SANITÁRIAS para adultos, adaptadas para pessoas portadoras de deficiência e devidamente equipadas com sanita, lavatório e chuveiro;



Imagem 10 - WC Adultos Malta Gira

Fonte: Facebook/Malta Gira

Tanto o Berçário como as Salas de Atividades estão equipadas com material lúdico-didático (livros, brinquedos, carrinhos, jogos de construções, puzzles, etc.), bancada para arrumação de materiais, ponto de água (lavatório), mesas, cadeiras e almofadas para uso das crianças;

Todos estes espaços encontram-se ligados por um extenso corredor.

Como espaço exterior, o Malta Gira, Lda. possui um local destinado ao recreio das crianças que é murado em todo o seu perímetro.

Quanto ao seu funcionamento, à exceção dos Feriados Nacionais e Feriado Municipal, O Malta Gira Lda. somente encerra nos dias 24 e 31 de dezembro. Durante o seu período de atividade, de segunda a sexta-feira, abre diariamente às 7h30 e encerra às 19h45 com tolerância até às 20h00.

A equipa educativa é composta por duas Educadoras de Infância, duas Assistentes Operacionais, uma Diretora Técnica e a gerente da Entidade Titular. Não obstante as suas funções específicas, todos os profissionais trabalham em estreita colaboração e parceria.

Os objetivos gerais pelo qual o Malta Gira, Lda. se rege são:

- a) Respeitar o bebé e a criança enquanto ser único, ajudando-a a reconhecer e a lidar com os seus sentimentos;
- b) Valorizar as formas de comunicação únicas expressas por cada bebé e criança;

- c) Reconhecer os problemas como oportunidades de aprendizagem, estimulando a criança a resolver as suas dificuldades;
- d) Respeitar os ritmos próprios de cada criança, promovendo a qualidade do seu desenvolvimento, pois nesta fase etária as mudanças ocorrem muito mais rapidamente que em qualquer outro período da vida;
- e) Respeitar a forma própria de aprendizagem de cada criança, experimentando o ambiente através dos sentidos (vendo, ouvindo, saboreando, cheirando, sentindo) e através da interação social;
- f) Respeitar a interligação de todas as áreas do desenvolvimento (cognitivo, social, emocional, físico e linguagem);
- g) Cuidar, suportar e atender plenamente à criança, reconhecendo que esta está totalmente dependente dos adultos para satisfazer as suas necessidades;
- h) Ter em atenção que a atuação dos profissionais deverá ser pautada pelo conhecimento das características e necessidades de cada grupo etário.

5.2 Caracterização do Meio Envoltente²

A empresa Malta Gira, Lda localiza-se na cidade de Vila Real na freguesia de Nossa Senhora da Conceição, que neste momento encontra-se agregada a outras freguesias criando a Junta de Freguesia de Vila Real.

Esta freguesia obteve personalidade jurídica em 1960, através da publicação do Decreto-Lei nº 43 347 de Novembro. Situa-se na zona norte da cidade sendo que a sede da freguesia está localizada no Bairro de S. Vicente de Paulo.

Nesta freguesia situam-se algumas das mais importantes instituições públicas e equipamentos culturais, que lhe atribuem algum estatuto entre as restantes freguesias da cidade.

² Os dados recolhidos para a caracterização realizada em corpo de texto são provenientes dos respetivos sítios da internet das organizações visadas, estando a sua referência completa assinalada na bibliografia geral.

De modo a melhor compreender esta empresa, iremos explorar alguns monumentos e património cultural existente na cidade de Vila Real.

A Biblioteca Municipal é um equipamento cultural de extrema importância para a cidade, o atual edifício foi inaugurado no dia 27 de Outubro de 2006, apelidada de Biblioteca Municipal Dr. Júlio Teixeira. Mas em Vila Real existe biblioteca pública desde meados do século XIX aquando da extinção de ordens religiosas e nacionalização dos seus bens.



Imagem 11 - Biblioteca Municipal Vila Real

O Grémio Literário situa-se no edifício da Biblioteca Municipal, este pretende ser um organismo de promoção, divulgação e estudo da Literatura Trasmontana e Alto-Duriense. O Grémio apresenta-se como algo inédito e inovador, onde o intuito é que as pessoas se sintam bem, como se de um ambiente familiar se tratasse.



Imagem 12 - Grémio Literário Vila Real

O Museu de Arqueologia e Numismática, encontra-se em funcionamento desde 1997. Onde podemos visitar uma exposição permanente de arqueologia, inaugurada em 2005, com objetos pertencentes ao Megalitismo até ao Império romano. Podemos ver também a exposição permanente de numismática com uma coleção com cerca de 35.000 numismas.



Imagem 13 - Museu de Arqueologia e Numismática

O Museu do Som e da Imagem nasceu da necessidade de se guardar o material presente no antigo Teatro Avenida. Paralelamente tem em exercício um serviço educativo e um arquivo audiovisual, desenvolvendo regularmente variadas iniciativas.



Imagem 14 - Museu do Som e da Imagem

O Museu da Vila Velha teve como objetivo, reunir toda a coleção de campanhas arqueológicas levadas a cabo na zona da Vila Velha. Entretanto outras coleções têm feito parte das exposições constantes no Museu. Foi inaugurado a 20 de Maio de 2008.



Imagem 15 - Museu da Vila Velha

O Teatro de Vila Real apresenta-nos uma arquitetura moderna, diferente de outros edifícios de cultura em Vila Real. É composto por um Grande Auditório (com 500 lugares), um Pequeno Auditório (com 145 lugares), um Auditório Exterior (capacidade para 700 lugares), uma sala de exposições, o Café-Concerto e a Galeria-Bar onde encontramos diversas obras de arte.



Imagem 16 - Teatro de Vila Real

CAPÍTULO VI – Parte Prática

Enquadramento

O presente Plano de Comunicação foi realizado com o intuito de desenvolver a comunicação e apresentação da empresa Malta Gira, Lda. Esta empresa apresenta-se como sendo uma resposta de apoio social, de carácter privado, estando em funcionamento desde o dia 1 de Setembro de 2012. O Malta Gira, Lda situa-se na Avenida Osnabruck, Lote 11-13 no concelho de Vila Real, tendo como valências creche, jardim-de-infância e atl.

Missão, Visão e Objetivos

Os primeiros anos de vida de uma criança são parte importante do seu crescimento, onde através dos sentidos ela inicia a aquisição de conhecimento, adaptação e exploração do mundo exterior. Entender e respeitar as características de cada etapa alcançada, proporcionando apoio e demonstrando compreensão, é permitir que a criança se desenvolva de forma plena e harmoniosa.

A missão enquanto escola é formar cidadãos ativos e conscientes, munidos de competências sociais diversas, mas com princípios e valores comuns e fundamentais. É neste sentido que se pretende proporcionar a cada criança uma formação completa e diferenciada em que *o saber ser* se complementa com o *saber estar* e *saber fazer*.

Os objetivos gerais do Malta Gira, Lda. são:

- a) Respeitar o bebé e a criança enquanto ser único, ajudando-a a reconhecer e a lidar com os seus sentimentos;
- b) Valorizar as formas de comunicação únicas expressas por cada bebé e criança;
- c) Reconhecer os problemas como oportunidades de aprendizagem, estimulando a criança a resolver as suas dificuldades;

- d) Respeitar os ritmos próprios de cada criança, promovendo a qualidade do seu desenvolvimento, pois nesta fase etária as mudanças ocorrem muito mais rapidamente que em qualquer outro período da vida;
- e) Respeitar a forma própria de aprendizagem de cada criança, experimentando o ambiente através dos sentidos (vendo, ouvindo, saboreando, cheirando, sentindo) e através da interação social;
- f) Respeitar a interligação de todas as áreas do desenvolvimento (cognitivo, social, emocional, físico e linguagem);
- g) Cuidar, suportar e atender plenamente à criança, reconhecendo que esta está totalmente dependente dos adultos para satisfazer as suas necessidades;
- h) Ter em atenção que a atuação dos profissionais deverá ser pautada pelo conhecimento das características e necessidades de cada grupo etário.

Posicionamento da Comunicação

A aposta é na diferenciação com um atendimento, virado para o cliente, com atendimento personalizado e agradável.

O Malta Gira, Lda. apresenta-se como sendo uma casa aberta aos clientes, onde os pais podem entrar e visitar os filhos se assim o entenderem. Existe uma grande abertura para o conhecimento do espaço, podem visionar o trabalho elaborado pelas crianças em conjunto com os educadores e demais funcionários.

A grande aposta deverá ser quanto à comunicação exterior, utilizando para isso as redes sociais, cartazes publicitários, merchandising de material para venda, criação de blog entre outros.

A criação de parcerias é incentivada bem como a realização de workshops e atividades diversas de forma a promover os vários serviços que dispõe para toda a comunidade.

Estratégia de Comunicação

Planificar de forma contínua e sistemática, definir previamente as várias formas de atuação de modo a alcançar os objetivos propostos.

Dirigir com eficiência os recursos disponíveis, com vista a alcançar os resultados previstos com o mínimo de custos.

Organizar, analisar, classificar e estruturar os meios humanos, financeiros e materiais ao dispor, com vista a alcançar com eficácia as metas previamente definidas.

Controlar e avaliar um acompanhamento e monitorização sistemática e crítica dos desvios eventualmente ocorridos entre o previsto e o realizado, e a avaliação desses desvios, de modo a se tomarem as necessárias medidas corretivas.

Plano de Divulgação

Proporcionar notoriedade e visibilidade, mas também assegurar a continuidade dos clientes atuais. O aumento de clientes é o desejado, nunca colocando em causa a manutenção dos existentes.

As redes sociais servirão de apoio na divulgação de cartazes em datas comemorativas, de forma a criar uma ligação com o exterior mais dinâmica e ativa.

O merchandising deverá estar, pelo menos, um exemplar exposto nas instalações para que os clientes possam visualizar e adquirir.

Calendarização das Ações

(Ver em Apêndice)

Promoção

Durante o ano letivo iremos organizar várias atividades e convívios, de forma a criar uma maior proximidade com os pais e com a comunidade em geral.

Festa de Abertura Ano Letivo

Este convívio serve para criar um ambiente informal e apresentar o projeto para o novo ano. Todo o *staff* deverá estar presente para que seja apresentado aos clientes.

Festa de Natal

A festa de Natal é sempre uma das mais esperadas e se for com a colaboração dos pais é muito mais motivadora para as crianças. É um momento de ligação criando momentos de afetividade e cumplicidade.

Desfile de Carnaval

O desfile de carnaval é uma excelente oportunidade para demonstrar o bom trabalho que se faz na instituição à comunidade. É uma forma de divulgação da empresa para o público. Aqui também os pais podem e devem participar, aumentando a ligação pais-escola.

Festa de Encerramento Ano Letivo

Para o final do ano é sempre benéfico realizar um convívio com os pais e crianças, onde são apresentados os trabalhos e projetos realizados ao longo do ano. Faz-se um balanço avaliativo.

Avaliação e Controlo

O sucesso do Malta Gira, Lda. está cada vez mais aliado à capacidade da sua estratégia de se adaptar aos desafios e ameaças que se lhe deparam. Para isso, torna-se fundamental a existência de feedback constante sobre o desempenho estratégico, que é facilitado com a utilização de indicadores financeiros e não financeiros que reflitam as áreas críticas em que reside o êxito a longo prazo. Estes podem estar integrados em sistemas de controlo e gestão estratégica. Inclui quatro perspetivas; financeira, clientes, aprendizagem e desenvolvimento e processos internos, que por sua vez são compostos por diversos indicadores.

Indicadores de sucesso;

- Indivíduo por evento;
- Saber as pessoas atingidas pela mensagem;
- Saber o número de visitas do *Blog e Site*;
- Saber os seguidores e a interação que tem com o *Facebook* (<https://www.facebook.com/MaltaGira/>);
- No *Email marketing*, utilizamos 5 passos:
 - Simplificar a subscrição dos aderentes, para obter uma lista de levada qualidade
 - Tópicos criativos, ser criativo nos títulos, para ser lido;
 - Dar aos subscritores o que eles pretendem, construir uma lista otimizada e segmentada por grupos;
 - Utilizar gráficos, a internet está a tornar-se num local cada vez mais visual;
 - Respeite o subscritor, não retirando nem dificultando o acesso ao cancelamento da subscrição.

Análise da Concorrência

	Logotipo	Localização	Atividades Extra	Site	Redes Sociais	Valências	Tipo de Instituição
Bichinhos Carpinteiros	Não encontrado	Quinta Santa Iria Lote 10-lj 3, Vila Real, VILA REAL 5000-722	Não encontrado	Não encontrado	Não	Não encontrado	Particular
Bravokids Villasol		Urb. Villa Sol, Lote 7, loja A , Abambres - Vila Real	Natação Psicomotricidade Ginástica Infantil Introdução às Danças Capoeira Equitação Defesa Pessoal Actividades Pais Filho	http://villasolvr.com/creche.aspx http://bravokids4.webnode.pt/	Facebook	Berçário; Creche; Jardim de infância	Particular
Colégio S. José		Rua Tenente Bessa Monteiro, nº45 5000 - 609 Vila Real	Ballet, informática, acordeão, guitarra e karaté	http://www.cmsjose.com/	Não	Creche, Pré-Escolar, 1º e 2º Ciclos do Ensino Básico	Particular
Creche Miminho	Não encontrado	Rua Cidade De Espinho, Nº 125, 5000-611 Vila Real	Não encontrado	Não	Não	Não encontrado	Particular
C.S.P. Mateus	Não encontrado	Rua Dr. Padre Fernando Miranda 5000-000 Vila Real	Não encontrado	Não	Não	Berçário, Creche, Jardim de infância. Centro de dia e lar de idosos.	IPSS

C S.P. Santo António	Não encontrado	Quinta Veiga, Vila Real 5000-262 VILA REAL	Não encontrado	Não	Não	Jardim de infância; Centro de dia Lar de idosos	IPSS
Infantário de Vila Real	 Associação 31- Infância e Lar de Vila Real Instituição de Solidariedade Social	Rua 31 Janeiro 62, Vila Real 5000-603 VILA REAL		Não	Facebook	Berçário, Creche Jardim de infância	IPSS
Nuclisol Jean Piaget		R. da Tenaria – Quinta do Almodena 5000-540 Vila Real	Adaptação ao Meio Aquático para Bebés, Ballet Dança Motivacional Educação Musical Educação Psicomotora Natação Capoeira Xadrez	http://www.nuclisol.org/centros-vila-real.html http://www.nuclisol.org/	Facebook	<u>Creche Pré-escolar</u> <u>1.º Ciclo do Ensino Básico</u> <u>Serviços Complementares de Apoio ao Básico</u> <u>Centro de Apoio Preventivo na Saúde (CAPS)</u> <u>Centro de Atividades de Tempos Livres (CATL)</u> <u>Centro de Atividades Ocupacionais (CAO)</u>	IPSS
S. Casa de Misericórdia		Largo Monsenhor Jerónimo do Amaral 5000-663 Vila Real	Não encontrado	www.scmvr.pt/	Não	Apoio domiciliário, Lar de idosos Lar hotel Centro de dia Berçário, Creche Jardim-de-infância	IPSS

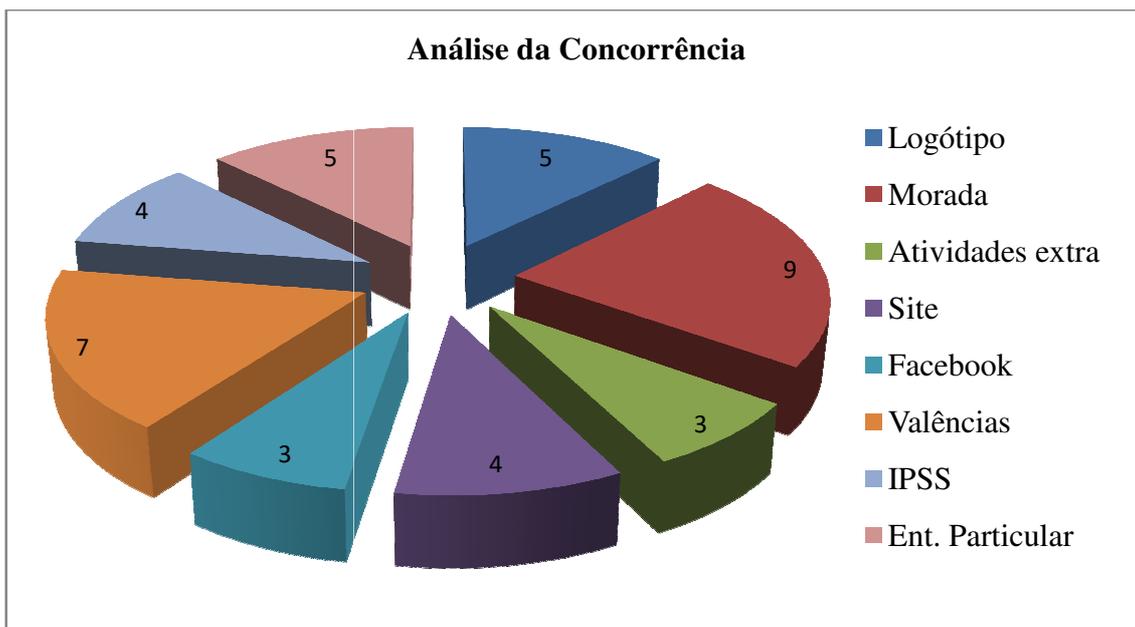


Tabela 14 - Análise da Concorrência

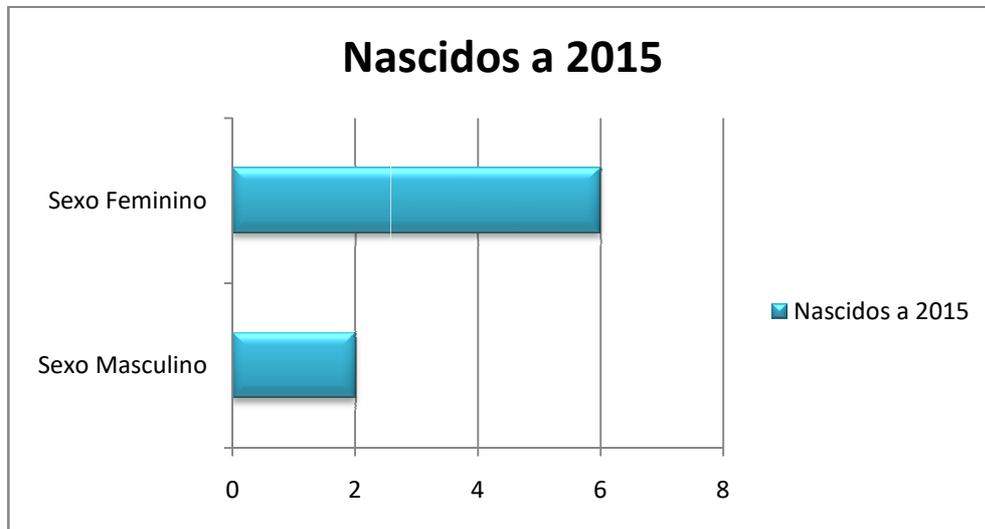
Esta análise feita à concorrência, foi realizada através de pesquisas *online*, de forma a compreender de que forma as diferentes instituições se promovem ao exterior.

Podemos concluir que ainda existe pouca preocupação na promoção das empresas de educação utilizando a *web*. Apesar de conseguirmos encontrar todas as nove instituições através de pesquisas, isso apenas acontece por se encontrarem em *sites*, como por exemplo das Páginas Amarelas, onde consta a morada, telefone e por vezes uma ou outra informação adicional.

Cinco das empresas analisadas são instituições particulares, enquanto quatro são Instituições Particulares da Segurança Social (IPSS), tendo estas últimas apoios.

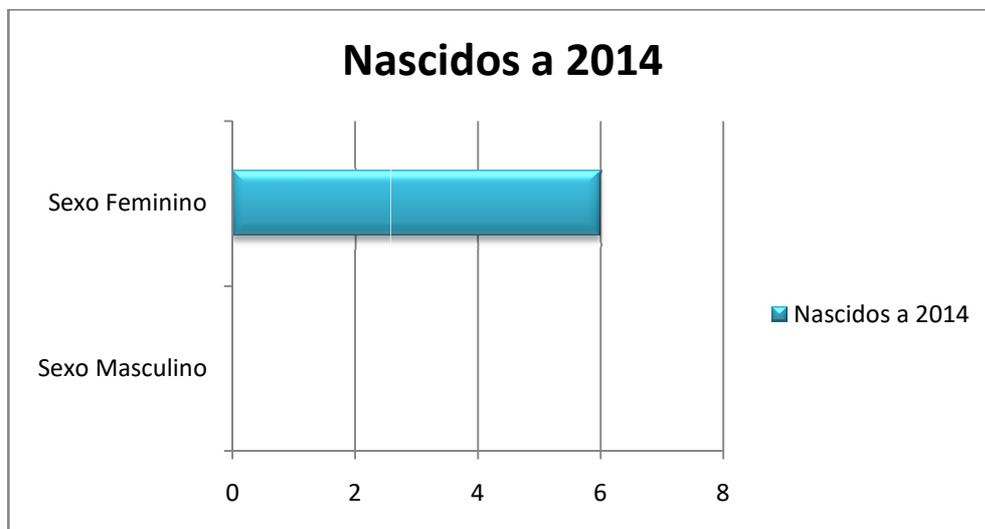
Um dos dados mais encontrados foi o das valências, estando disponível para o público em geral na internet em sete instituições. Em cinco das empresas conseguimos encontrar o logótipo. Quatro das nove empresas têm *site* na *internet* onde disponibilizam diversas informações. Apenas três aderiram às redes sociais, tendo *facebook*. As atividades extra apenas nos foram fornecidas em três das empresas.

Análise das Crianças



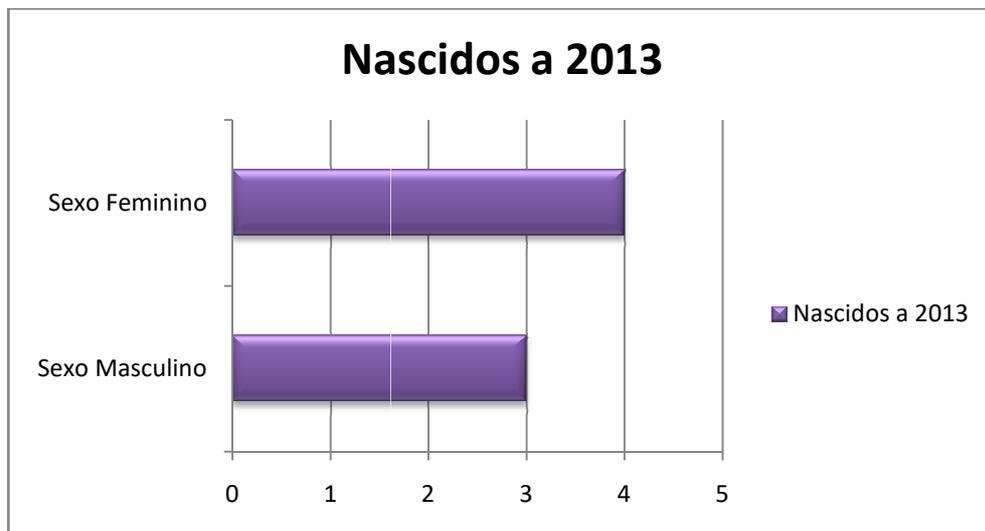
Nascidos a 2015 a instituição alberga seis crianças do sexo feminino e duas do sexo masculino.

Tabela 15 - Crianças de 2015



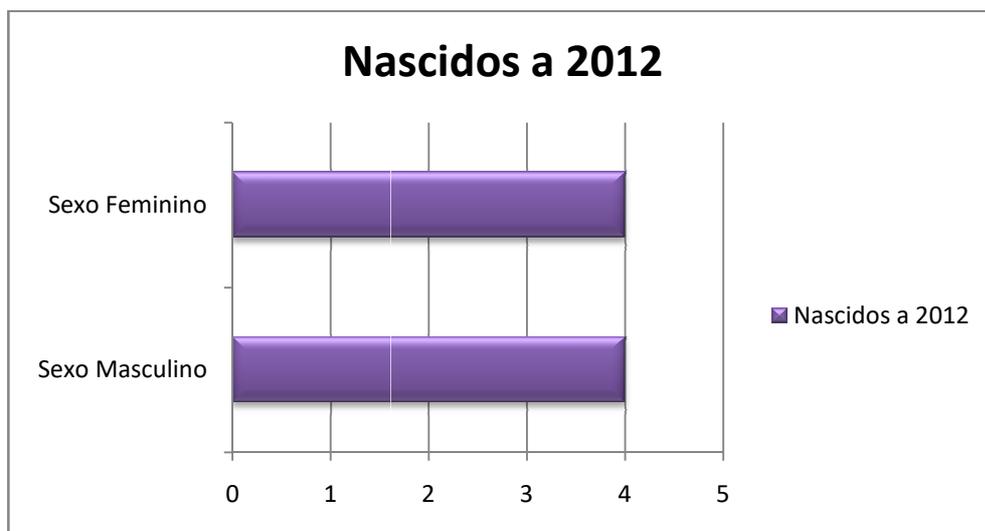
Nascidos em 2014, são seis crianças do sexo feminino, não havendo do sexo masculino.

Tabela 16 - Crianças de 2014



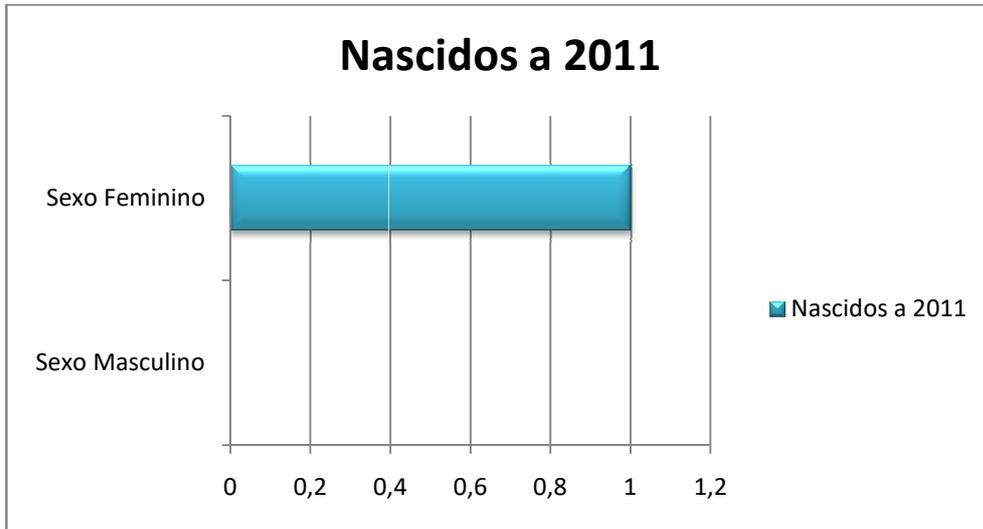
Crianças nascidas a 2013, são três do sexo masculino e quatro do sexo feminino.

Tabela 17 - Crianças de 2013



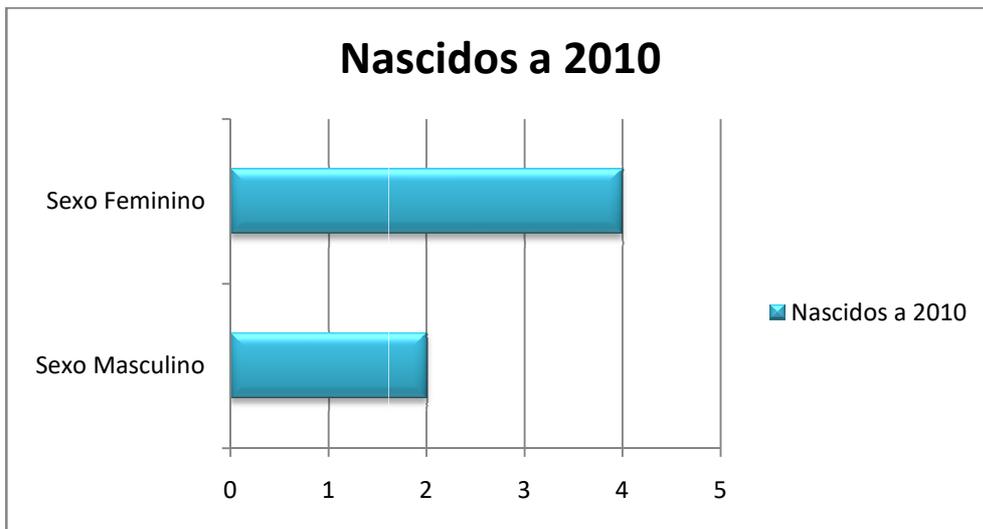
Nascidos em 2012, o número de crianças do sexo feminino é igual ao sexo masculino, sendo quatro de cada.

Tabela 18 - Crianças de 2012



Nascidos a 2011, são apenas do sexo feminino, sendo uma criança.

Tabela 19 - Crianças de 2011



Crianças nascidas em 2010, são quatro do sexo feminino e duas do sexo masculino.

Tabela 20 - Crianças de 2010

Total de crianças pelo género

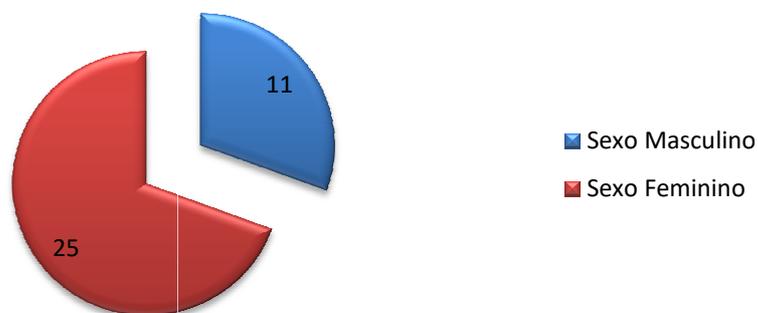


Tabela 21 - Total crianças por género

No total são, vinte cinco crianças do sexo feminino e onze do sexo masculino. As raparigas são mais do dobro dos rapazes inscritos.

Total de crianças pela idade

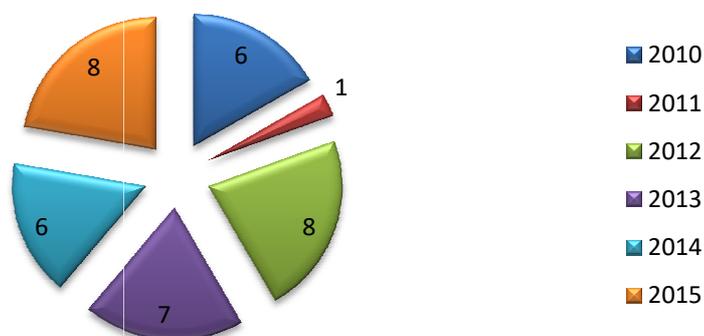


Tabela 22 - Total de crianças por idade

Quanto à idade, são oito crianças nascidas em 2015, seis nascidas a 2014, sete de 2013, oito de 2012, apenas uma de 2011 e por fim seis nascidas em 2010.

Conclusão

As Relações Públicas têm vindo a ganhar cada vez mais adeptos nas organizações. A concorrência tem vindo a aumentar e as empresas necessitam de se modernizar e criar estratégias para se desenvolverem e obterem mais sucesso, de modo a combater as dificuldades.

A nossa sociedade encontra-se em constante evolução e é extremamente importante que as instituições de ensino acompanhem e se atualizem, criando planos para obterem sucesso perante os seus clientes e potenciais clientes.

Dentro desta linha de pensamento, foi concebida a ideia de realizar um Plano de Comunicação para uma instituição de ensino privada e perceber se este seria benéfico para o seu desenvolvimento. Através das pesquisas e de toda a análise feita à empresa, conseguimos apurar que de facto que muito é possível fazer para o progresso da instituição, todo o processo de criação faz com que tudo seja questionado, fornecendo desta forma possibilidades de ser melhorado.

Podemos concluir que o Plano de Comunicação promove a criatividade, fazendo com que sejam criadas estratégias que possibilitam o processo de desenvolvimento na empresa, sendo desta forma benéficas para a sua evolução. Assim, a realização de um Plano de Comunicação para uma empresa de Educação é benéfica para o seu desenvolvimento.

Relativamente aos objetivos propostos inicialmente, consideramos que quanto à alínea a) Identificar possíveis falhas na comunicação da empresa, existem algumas falhas, como por exemplo: utilizarem com pouca frequência as redes sociais para informação e dinamização de atividades, não apostarem em material personalizado para venda e consequente promoção da empresa;

Quanto à alínea b) Compreender de que forma a empresa poderia melhorar a sua imagem; conseguimos idealizar algumas estratégias que pensamos que iriam funcionar de forma a desenvolver a imagem da empresa, como por exemplo a elaboração de pequenas festas durante o ano a promover a interação da família com a escola, criando laços fidelização e também de estreitar um relacionamento positivo. Outro exemplo, a criação de cartazes a colocar nas redes sociais em datas específicas, promovendo a página da escola através duma imagem positiva e simpática.

Quanto à alínea c) Perceber o que é feito por outras empresas semelhantes, ao nível da comunicação e imagem; foi realizada uma análise à concorrência, onde apuramos que a maioria das empresas ainda não dá muito valor à comunicação externa e por isso poucas são as que utilizam as redes sociais ou a *web* para a promoção e por isso seria uma mais-valia a utilização desta estratégia para a divulgação de novos projetos ou mesmo para a divulgação da imagem da instituição.

Finalmente, quanto à alínea d) Conceber um Plano de Comunicação, de forma a desenvolver e promover a imagem e também a comunicação externa; concretizamos com sucesso um Plano, que pensamos ser adequado às necessidades apresentadas pela empresa, de forma a desenvolver comunicação externa e a imagem para potenciais e atuais clientes. Podemos assim dizer que os objetivos propostos inicialmente foram alcançados com sucesso.

Para a efetivação de uma dissertação completa, para além da realização deste projeto, foi necessária a elaboração de várias pesquisas bibliográficas, fundamentando teoricamente todo o trabalho realizado.

Tivemos algumas dificuldades na procura de bibliografia sobre um dos temas centrais, relacionar as Relações Públicas com a Educação visto ser algo relativamente recente, possivelmente ainda pouco analisado, acabou por oferecer alguns entraves, mas que foram superados. A empresa escolhida, em alguns momentos demorou a fornecer alguma da informação pedida, dificultando a análise pormenorizada que tencionávamos fazer. Apesar disso conseguimos, com a informação que tínhamos, finalizar o Plano de Comunicação como havíamos programado inicialmente.

Podemos dizer que esta investigação se demonstrou de grande importância pois o tema central tem sido pouco explorado, ou seja, trabalhar as Relações Públicas numa empresa de Educação. Sendo algo que seria de extremo valor para estas empresas julgamos ser uma mais-valia para ser abordado noutras empresas de ensino. Por haver pouca bibliografia sobre o assunto, consideramos que esta investigação possa ser um ponto de partida para novos estudos nesta mesma área.

No futuro uma das ideias que seria muito interessante era poder analisar a comunicação interna e de que forma influencia no bom funcionamento da instituição. Abordando funcionários e clientes, possivelmente com questionários, de forma a compreendermos quais as melhorias a ser adotadas para uma melhor comunicação.

Outra ideia que poderia ser importante seria implementar o Plano de Comunicação, fazendo um acompanhamento das atividades de forma a podermos avaliar a sua eficácia, junto de potenciais e atuais clientes.

Ainda existe muito que se poderia explorar na Educação usando as Relações Públicas e as suas estratégias. Sendo uma área ainda pouco explorada poderá dar a possibilidade de desenvolver e promover as empresas, dando também hipóteses de novos estudos e investigações para a própria evolução da carreira de Relações Públicas.

Bibliografia

Bogdan, Robert C.; Biklen e Sari Knopp (1994): *Investigação Qualitativa em Educação – Uma Introdução à Teoria e aos Métodos*. Porto: Porto Editora.

Estatísticas da Educação (2010): 1961 – 2008. *50 Anos de Estatísticas da Educação (ensino não-superior)*. Internet. Disponível em <http://www.ine.pt> (consultado em 07 de Abril de 2016).

Eurydice (2005/06): *O Sistema Educativo em Portugal*. Direção-Geral de Educação e Cultura. Comissão Europeia.

Figueiredo, João Leonardo Bairos (2013): *Marketing e Relações Públicas: Diferenças num Mercado Comum*. Dissertação de Mestrado em Ciências Económicas e Empresariais – Marketing, do Departamento de Economia e Gestão. Universidade dos Açores.

Fonseca, D. E. (2014): *A importância das Relações Públicas na Modernização dos Sindicatos Portugueses*. Tese de Doutoramento em Ciências da Comunicação, ramo Informação e Persuasão. Covilhã. Universidade da Beira Interior.

Gastaldi, Ítalo (1997): *Educar e Evangelizar na Pós-Modernidade*. 3ª Edição. São Paulo: Salesiana.

Kunsch, Margarida M. K. (2002): *Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada*. São Paulo: Summus Editorial.

Kunsch, Margarida M. K. (2006): “Planejamento e gestão estratégica de Relações Públicas nas organizações contemporâneas.”. *Anàlisi* 34, p: 125-139.

Lima, Aline Fernanda (2004): *Relações Públicas nas entidades do terceiro setor: uma ação para construir cidadania*. São Paulo, Brasil: Janus, Lorena.

Meirinhos, Galvão dos Santos (2013): *Planeamento de Comunicação – Série Universitária*. Vila Nova de Gaia: Edições Galvão Meirinhos.

OEI (S/D): *Sistema Educativo Nacional de Portugal*. Ministério da Educação de Portugal.

Pato, Anabela da Cruz (2009): *O Papel do Relações Públicas na Sociedade Contemporânea Nascimento, percurso e futuro da actividade*. Dissertação de Mestrado em Ciências da Comunicação da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra.

Pereira, Beatriz Meinberg de Sousa (S/D): “As Relações Públicas na atual Educação - A atuação do RP em um cenário educacional em crise de valores”. In: *VI Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom*. Faculdade Cásper São Paulo, Brasil. Líbero.

Pereira, Kelly Gomes (2011): *Relações Públicas em Portugal: desconhecimento do conceito ou não reconhecimento da actividade?*. Dissertação de Mestrado em Ciências da Comunicação do Instituto Politécnico de Lisboa – Escola Superior de Comunicação Social.

Silva, Eugénio Alves (2013): “As metodologias qualitativas de investigação nas Ciências Sociais”. *Revista Angolana de Sociologia*. p:77-99.

Silva, Marcelo Zago e Junior, Marco Antonio Neves (2008): “Relações Públicas e Instituições de Ensino: a contribuição da comunicação social na relação escola-professor- aluno.” In: *XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Natal, Brasil.

Soares, José Viegas (2011): “Apontamentos para uma história das Relações Públicas em Portugal”. *Comunicação Pública*, vol.6 n10, p: 95-115.

Theaker, Alison (2004) (org): *The Public Relations Handbook*. London - New-York: Routeledge, Taylor & Francis Group, Second Edition.

Webgrafia:

<http://www.cm-vilareal.pt/> (consultado a 23 de Maio de 2016).

<http://biblioteca.cm-vilareal.pt/> (consultado a 23 de Maio de 2016).

<http://gremio.cm-vilareal.pt/> (consultado a 23 de Maio de 2016).

<http://museu.cm-vilareal.pt/> (consultado em 23 de Maio de 2016).

<http://mvv.cm-vilareal.pt/> (consultado em 23 de Maio de 2016).

<http://museu-msi.blogspot.pt/> (consultado em 23 de Maio de 2016).

<http://teatrodevilareal.com/> (consultado em 23 de Maio de 2016).

Legislação:

Decreto-Lei n.º 40 964, de 31 de Dezembro de 1956

Decreto-Lei n.º 42 994, de 28 de Maio de 1960

Decreto-Lei n.º 45 810, de 9 de Julho de 1964

Lei de Bases do Sistema Educativo de 1986

Alterações à Lei de Bases do Sistema Educativo de 1997, 2005, 2009 e 2015

Decreto-Lei n.º 74/2006, de 24 de Março

Apêndice

Calendarização



agosto 2016

**Divulgação do novo
Ano letivo 2016/17**

Malta Gira

Avenida Osnabruck,
lote 11-13
Vila Real

maltagira.vr@gmail.com

seg	ter	qua	qui	sex	sáb	dom
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				



setembro 2016

Malta Gira

Avenida Osnabruck,
lote 11-13
Vila Real

maltagira.vr@gmail.com

seg	ter	qua	qui	sex	sáb	dom
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22 Outono	23	24	25
26	27	28	29	30		



outubro 2016

Malta Gira

Avenida Osnabruck,
lote 11-13
Vila Real

maltagira.vr@gmail.com

seg	ter	qua	qui	sex	sáb	dom
					1	2
3	4	5 Implantação da República	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16 Dia da Alimentação
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31 Halloween						



novembro 2016

Malta Gira

Avenida Osnabruck,
lote 11-13
Vila Real

maltagira.vr@gmail.com

seg	ter	qua	qui	sex	sáb	dom
	1 Dia de todos os Santos	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11 Dia S. Martinho	12	13
14	15	16	17	18	19	20 Dia Direitos Criança
21	22	23	24 Dia da Ciência	25	26	27
28	29	30				



dezembro 2016

Preparação para o Natal
Advento

Malta Gira

Avenida Osnabruck,
lote 11-13
Vila Real

maltagira.vr@gmail.com

seg	ter	qua	qui	sex	sáb	dom
			1	2	3 Dia da Pessoa c/ Deficiência	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21 Inverno	22	23	24	25 Natal
26	27	28	29	30	31	



janeiro 2017

Malta Gira

Avenida Osnabruck,
lote 11-13
Vila Real

maltagira.vr@gmail.com

seg	ter	qua	qui	sex	sáb	dom
						1
2	3	4	5	6 Dia de Reis	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30 Dia da paz/não violência	31					



fevereiro 2017

Malta Gira

Avenida Osnabruck,
lote 11-13
Vila Real

maltagira.vr@gmail.com

seg	ter	qua	qui	sex	sáb	dom
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14 Dia de S. Valentim	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28 Carnaval					



março 2017

Malta Gira

Avenida Osnabruck,
lote 11-13
Vila Real

maltagira.vr@gmail.com

seg	ter	qua	qui	sex	sáb	dom
		1	2	3	4	5
6	7	8 Dia da Mulher	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19 Dia do Pai
20 Primave- ra	21 Dia da Árvore	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		



abril 2017

Malta Gira

Avenida Osnabruck,
lote 11-13
Vila Real

maltagira.vr@gmail.com

seg	ter	qua	qui	sex	sáb	dom
					1	2
3	4	5 Dia do Livro	6	7	8	9
10	11	12	13	14 Sexta fei- ra Santa	15	16 Páscoa
17	18	19	20	21	22	23
24	25 Dia da Liberda- de	26	27	28	29	30



maio 2017

Malta Gira

Avenida Osnabruck,
lote 11-13
Vila Real

maltagira.vr@gmail.com

seg	ter	qua	qui	sex	sáb	dom
1 Dia do Trabalhador	2	3	4	5	6	7 Dia da Mãe
8	9	10	11	12	13	14
15 Dia da Família	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				



junho 2017

Malta Gira

Avenida Osnabruck,
lote 11-13
Vila Real

maltagira.vr@gmail.com

seg	ter	qua	qui	sex	sáb	dom
			1 Dia da Criança	2	3	4
5 Dia Mundial Ambiente	6	7	8	9	10	11
12	13 Santo António	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24 São João	25
26	27	28	29 São Pedro	30		



julho 2017

**Festividades de final do
Ano Letivo!!**

Malta Gira

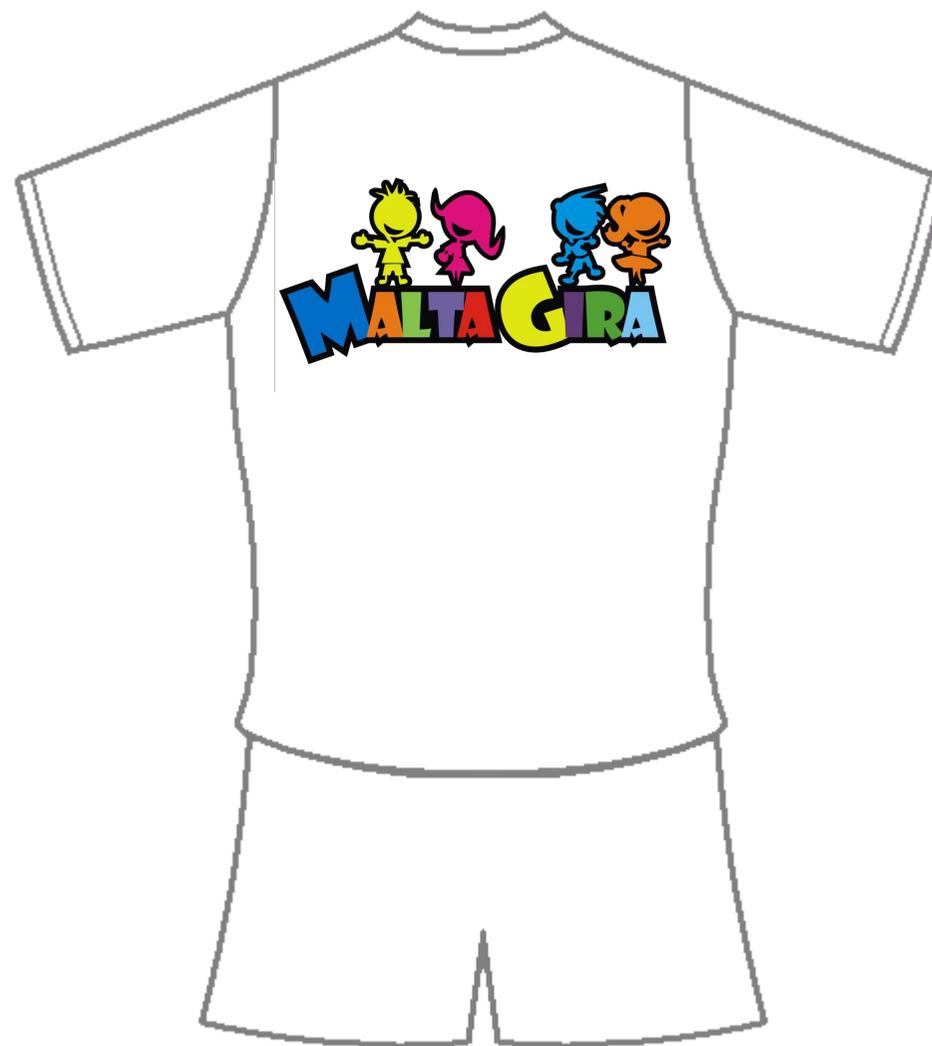
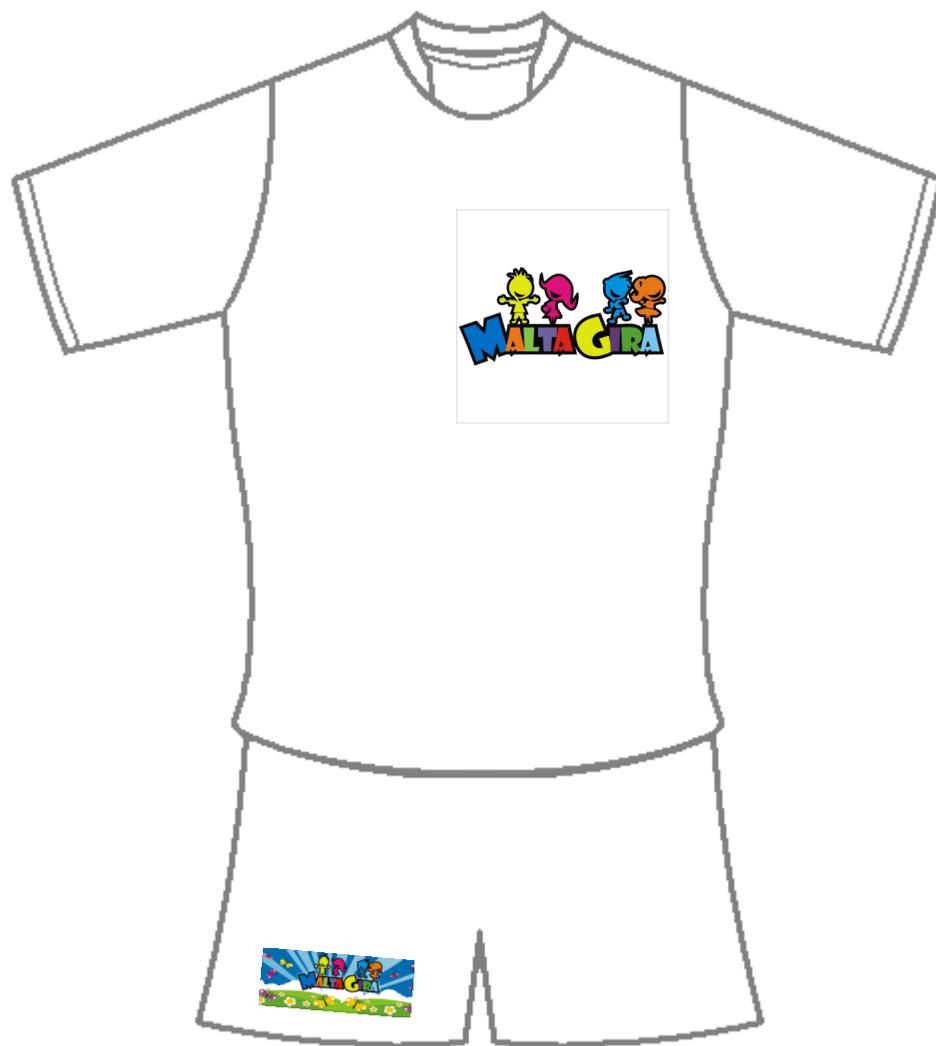
Avenida Osnabruck,
lote 11-13
Vila Real

maltagira.vr@gmail.com

seg	ter	qua	qui	sex	sáb	dom
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						



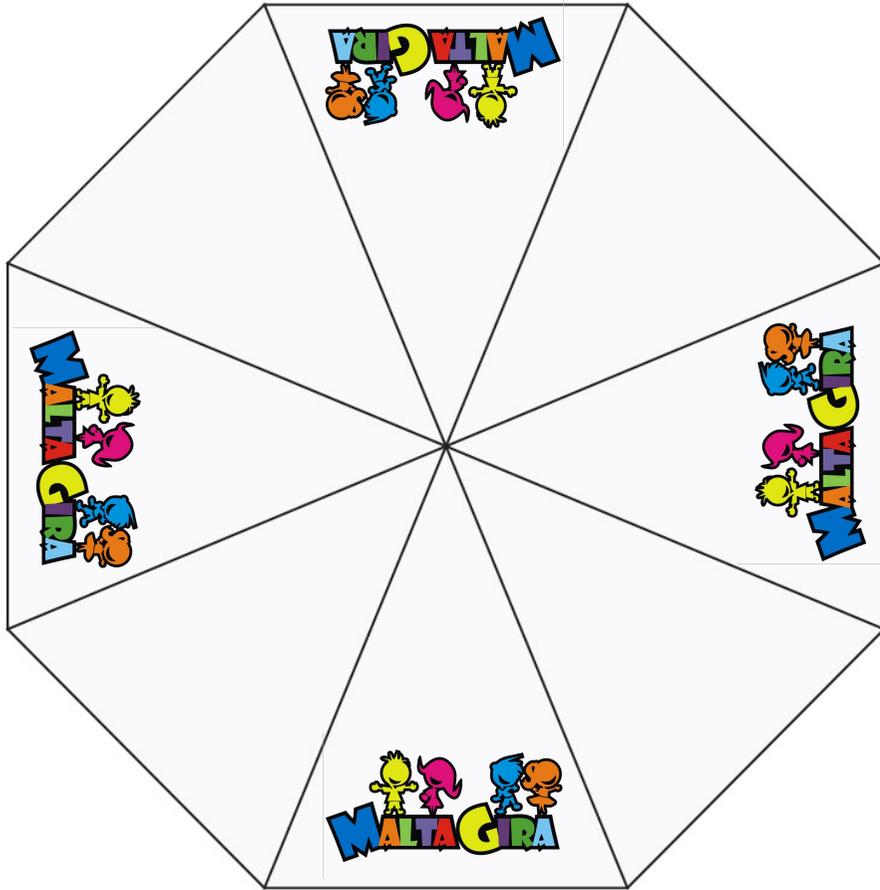
T'shirt e calção



Blusão com capuz



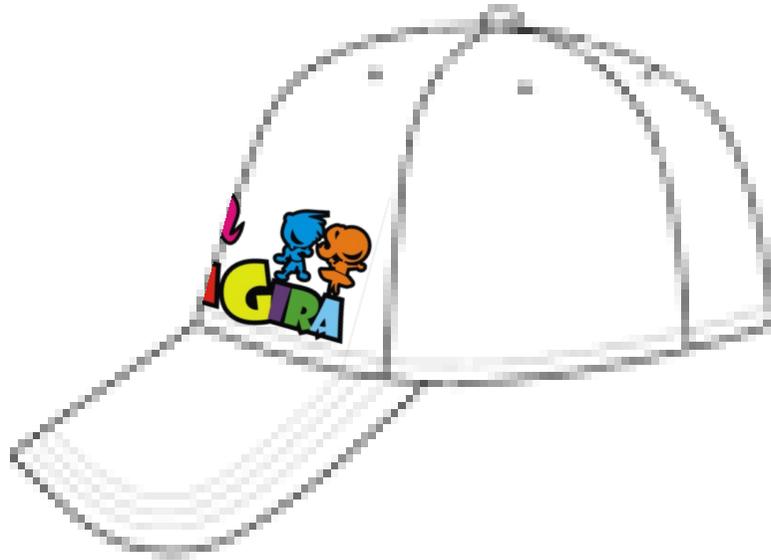
Guarda-chuva



Caneca



Boné



Porta-chaves



Esferográficas



Uniforme de Rapariga e Rapaz



U P N P t R a C



Dia Mundial da Alimentação



16



22 Outubro

**O Outono
já chegou!!!**





MALTA GIRA

Surpresas Fantasmagóricas
para pais e crianças !!!



3
7
o
u

u
b
r
o



MALTA GIRA



Dia de Todos os Santos

Dia de S. Martinho

11 de novembro



20 novembro





24 Novembro
Dia Mundial
da Ciência



**Vamos fazer
experiências
explosivas !!!**



Dia Internacional da Pessoa Portadora de Deficiência

03 de Dezembro



**Chegouo
Inverno!!!!**



21 Novembro

**Desejamos a todos os
nossos clientes um
Santo e Feliz Natal !!!**



**Desejamos a todos os
nossos clientes um
Feliz Ano Novo!!!**

2017



Dia de Reis



6 Janeiro

Feliz dia dos namorados!



14 Fevereiro



28 Fevereiro





MARÇO

DIA INTERNACIONAL DA MULHER



19 Março



**Feliz
Dia do Pai**





PRIMAVERA

19 Março



19 Março

**Dia
da
Árvore**



02 Abril



Dia Internacional

do Livro Infantil



14 Abril



Feliz Páscoa





01 Maio

Dia do Trabalhador



07 Maio



Feliz Dia da Mãe

15 Maio

Dia

da

Família





01 Junho

dia mundial!
da criança!



Dia Mundial do Meio Ambiente
05 de junho



10 Junho

Dia de Portugal

Camões e das

Comunidades



13 Junho

Santo António



24 Junho

São João



29 Junho

São Pedro



Santos Populares





Fim do Ano Letivo
2016/17

