

## **Reciclando Cidadania: Relações Públicas e a Incubadora Social da UFG<sup>1</sup>**

Eduardo José Alves e SILVA<sup>2</sup>  
Flávia Martins dos SANTOS<sup>3</sup>  
Universidade Federal de Goiás, Goiânia, GO

### **RESUMO**

Este trabalho consiste em um planejamento de Relações Públicas elaborado para a Incubadora Social da UFG. Essa iniciativa teve como propósito consolidar a imagem corporativa da Incubadora Social, explorando a visibilidade da organização perante seus públicos estratégicos. O planejamento elaborado e executado para a organização contou com estratégias que vão desde a construção da identidade visual e suas diversas aplicações, criação de ferramentas de comunicação aproximativa com o público interno, atividade cultural até a reestruturação das diretrizes estratégicas da organização.

**PALAVRAS-CHAVE:** Empreendimentos Solidários; Incubadora Social; Relações Públicas; Terceiro Setor.

### **1 INTRODUÇÃO**

Para o sucesso e progresso de uma organização seja de primeiro, segundo ou terceiro setor, é necessário planejar suas ações comunicacionais, tendo como base o seu relacionamento junto aos seus públicos e a forma como é percebida por eles.

Uma das premissas das atividades de relações públicas é o ato de se relacionar com os públicos de modo a planejar, executar e avaliar as políticas de relacionamento que desenvolve com os públicos estratégicos, alcançando uma relação satisfatória entre os mesmos. Freitas e França (1997) avaliam que o principal objetivo do planejamento:

[...] é analisar o exercício da comunicação e os relacionamentos de uma organização ou instituição, pública ou privada, com seus públicos de interesse, diagnosticando-a e oferecendo soluções adequadas e ações programadas de relações públicas a curto, médio e longo prazos. Estabelece recursos humanos, financeiros e materiais necessários para a obtenção dos resultados esperados e a

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XX Prêmio Expocom 2013, na Categoria Relações Públicas, modalidade Projeto de Assessoria de Comunicação para o Terceiro Setor.

<sup>2</sup> Recém-graduado em Comunicação Social pela Universidade Federal de Goiás habilitação em Relações Públicas, email: educomunica@hotmail.com.

<sup>3</sup> Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Goiás, email: flaviamartins21@gmail.com.

serem conseguidos dentro de um cronograma preestabelecido por seus idealizadores, de comum acordo com a organização a ser beneficiada. (FREITAS & FRANÇA, 1997, p.137)

Assim, o propósito deste presente trabalho é apresentar o plano de comunicação integrada para a Incubadora Social da UFG. O plano foi elaborado a partir de teorias e técnicas, apreendidas no decorrer do período acadêmico e desenvolvido do curso de Comunicação Social – Habilitação em Relações Públicas da Universidade Federal de Goiás - UFG.

Este plano de comunicação parte de um diagnóstico da comunicação estabelecida entre a Incubadora e seus diversos públicos de interesse. Apontando sua situação atual dentro do cenário inserido juntamente com seus pontos fracos e fortes, ameaças e oportunidades, estabelecendo estratégias que deverão ser executadas para a comunicação organizacional.

A Incubadora Social da UFG é um projeto financiado pelo PROEXT/MEC<sup>4</sup> e PRONINC<sup>5</sup> que tem como objetivo promover iniciativas de pesquisa e extensão universitária, com objetivo da promoção sócio-econômica e conquista da cidadania de pessoas em estado de vulnerabilidade social, por meio do fomento e apoio a empreendimentos econômicos solidários e atuação conjunta com a população local. Atualmente seu foco está sendo o trabalho com catadores de material reciclável de Goiânia.

## **2 OBJETIVOS**

A elaboração do plano de comunicação para a Incubadora Social da UFG teve como objetivo geral posicionar a imagem da organização no intuito de consolidar a identidade corporativa perante seus públicos estratégicos.

Todas as atividades propostas foram planejadas de acordo a corresponder às realidades e especificidades da Incubadora, principalmente econômicas, devido às condições da mesma.

---

<sup>4</sup> PROEXT/MEC – Programa de Extensão Universitária que tem como objetivo o apoio as instituições públicas de ensino superior no desenvolvimento de programas ou projetos de extensão que contribuam para a implementação de políticas públicas.

<sup>5</sup> PRONINC - Programa Nacional de Incubadoras de Cooperativas Populares. Programa que tem como objetivo, selecionar propostas para concessão de apoio financeiro ao fortalecimento dos processos de incubação de Empreendimentos Solidários, por incubadoras universitárias.

Logo os objetivos específicos estão relacionados com a: construção da identidade visual; criação de ferramentas aproximativas com o público interno; definição das diretrizes estratégicas; assessoria na produção de vídeo institucional; promoção de atividade cultural.

### **3 JUSTIFICATIVA**

O processo comunicacional da Incubadora Social ainda é restrito e conflituoso. Não existe uma definição de públicos e planejamento das ações a serem desenvolvidas de forma estratégica com o objetivo de comunicar com seus diversos públicos de interesse.

Não existem ferramentas aproximativas voltada aos colaboradores dentro da Incubadora até mesmo pela falta de espaço físico para a confecção. O contato da Incubadora Social com a Assessoria de Comunicação da UFG ainda é deficiente, o que ainda não permitiu a elaboração de um projeto de ação de comunicação em parceria.

Atualmente a comunicação interna dos integrantes da Incubadora é realizada apenas de forma informal, ou conhecida como o boca a boca, as informações são passadas entre os colaboradores do projeto através de reuniões e conversas informais, e com as cooperativas a comunicação estabelecida é a mesma, sendo de forma informal e através de conversas entre os integrantes da Incubadora com os cooperados durante as reuniões e vistas que são realizadas semanalmente.

Esta falta de planejamento das ações de comunicação e estratégias consolidadas pode gerar ruídos na comunicação. É necessário que a Incubadora Social compreenda a importância do planejamento na comunicação, observando o quanto estas ações podem solucionar problemas internos e externos da organização.

Por todo esse cenário constatado, conclui-se que a Incubadora Social da UFG necessitava de planejamento de suas ações de comunicação que solucionasse essa realidade. A disposição por parte da coordenação da organização para a realização deste trabalho foi totalmente favorável o que possibilitou a execução das atividades prevista e executadas.

### **4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**

Durante o processo de levantamento de informações sobre a real situação da Incubadora Social da UFG, foi necessário realizar diversas visitas para observar a realidade

e rotina vivida pela organização, foram realizadas também, algumas reuniões informais com a coordenação, assim como com os colaboradores.

Providos dessas informações sobre o contexto inserido da Incubadora Social da UFG, foi elaborado inicialmente um roteiro contendo as informações sobre o perfil da organização; posteriormente um diagnóstico comunicacional, que identificou as principais dificuldades a cerca da comunicação realizada pela mesma; e um plano de comunicação integrada, com ações estratégicas que possibilitaram executar atividades que colaboraram com o posicionamento da Incubadora, assim como a consolidação de sua imagem corporativa.

## **5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO**

As ações de comunicação que são orientadas por estratégias de mobilização, almejando a geração de vínculos de co-responsabilidade, devem ultrapassar as ações pontuais, pois para o fomento deste sentimento as ações comunicacionais “devem estar devidamente integradas e articuladas, tais como difundir informações, promover a coletivização, registrar a memória e fornecer elementos de identificação com a causa e o projeto.” (HENRIQUES, 2007, p. 22)

Todas as ações desenvolvidas por este planejamento foram acompanhadas e avaliadas de maneira adequada a cada uma. A principal técnica de avaliação utilizada foi o questionário avaliativo das ações de comunicação desenvolvidas para a Incubadora Social da UFG. Neste questionário, foram elaboradas questões fechadas de múltipla escolha, com o objetivo de conhecer o grau de satisfação e importância por parte dos colaboradores da organização pelas ações realizadas. Os questionários da pesquisa foram aplicados aos 14 colaboradores que estiveram presentes na Incubadora Social da UFG, entre os dias 04 e 05 de junho de 2012. Todos participantes receberam informações sobre o objetivo da pesquisa e a segurança do anonimato acerca das respostas obtidas. Todos os resultados serão apresentados ao longo do relato das atividades desenvolvidas.

Dentre as principais ações estão as seguintes: construção e padronização da identidade visual; criação de canais de comunicação com público interno; definição das diretrizes estratégicas; desenvolvimento de ferramentas de comunicação com a comunidade da UFG (alunos, docentes e técnicos administrativos); elaboração da exposição fotográfica “Da comunidade à comunidade”; coordenação na produção de vídeo institucional.

A criação do logotipo foi a primeira ação a ser desenvolvida pela falta de um elemento visual que represente a organização e que pudesse ser utilizado em diversas futuras aplicações tais como: site, banner, material gráfico, entre outros. Inicialmente, foram realizadas reuniões com o coordenador da Incubadora Social e com o Pró-Reitor de Extensão e Cultura da UFG. Durante as reuniões, foram repassadas orientações previstas para o desenvolvimento do logotipo. A arte foi desenvolvida e posteriormente aprovada pela coordenação, foi mantido o nome da organização no topo, para dar destaque ao nome foi empregada a mesma cor azul da logomarca da UFG. A tipografia é semelhante às demais logos que compõem o logotipo desenvolvido.

Acredita-se que o desenvolvimento desta ação foi de extrema importância para a construção da identidade visual da organização, tendo em vista a uniformidade criada entre os elementos visuais e pela possibilidade de aplicação nas mais diversas oportunidades futuras.

A proposta da criação da *fanpage* no Facebook foi prevista como uma ferramenta de aproximação com todos os públicos de estratégicos da organização, mantendo um contato direto com os usuários desta rede social, de uma forma interativa e eficiente, divulgando informações sobre o projeto, da reciclagem e do cooperativismo, além das ações realizadas pela organização. Inicialmente foram criados três álbuns de fotos, contendo imagens de cooperativas apoiadas pela organização, apresentando a realidade vivida por esses grupos, assim como o trabalho realizado pela Incubadora dentro dessas cooperativas. Para a apresentação da organização, foi criado um breve texto explicativo com o histórico da organização, juntamente com os canais de contato.

Como forma de avaliação desta ação, a página foi acompanhada e avaliada por meio da quantidade de comentários e do número de pessoas que curtem a página. Desse modo o que foi possível afirmar que houve o alcance dos objetivos propostos por essa ação pelo crescente índice de pessoas que curtiram a página. A avaliação mensal realizada teve início em 30 de abril de 2012.

Para atender aos colaboradores foi criado o grupo fechado no Facebook como um espaço para trocas de informações a cerca das atividades realizadas pela equipe, dúvidas e informações complementares das diversas áreas atuantes dentro do projeto, além de promover a imagem institucional para o público interno. Para conhecimento sobre a possibilidade de utilização de rede social (Facebook) como ferramenta de comunicação, foi realizada uma sondagem sobre o nível de adesão por parte dos colaboradores ao Facebook e

foi constatado que todos os colaboradores utilizavam-se desta rede social, sendo que a maioria, diariamente.

Por meio da quantidade de publicações e do número de colaboradores que curtem as postagens, pode-se afirmar que esta ação conquistou seus objetivos propostos, afinal, a ideia era criar um espaço democrático entre o público interno, onde todos pudessem fazer publicações sobre diversos assuntos, tirar dúvidas, apresentar os trabalhos realizados, prestar contas entre outras possibilidades de compartilhamento. O questionário analisou como os colaboradores avaliam a criação do grupo fechado no Facebook como ferramenta de comunicação interna e os resultados foram satisfatórios ao esperado, pois 63% dos colaboradores avaliam como excelente e 31% como sendo muito bom, quanto aos aspectos de acesso à informação e interatividade entre colaboradores, este canal foi considerado por 69% como satisfatório e 31% como muito satisfatório.

De forma a impactar os mais diversos públicos estratégicos da Incubadora Social, foi confeccionado o folder institucional, como forma de apresentar brevemente os serviços prestados pela organização e as formas de contato. Este material expôs: o logotipo desenvolvido também neste projeto; informações sobre os impactos que a Incubadora pode provocar aos empreendimentos solidários apoiados; logomarcas das organizações e órgãos parceiros; as diversas áreas que compõe e histórico da organização.

Como forma de avaliação foi utilizada os dados obtidos pelo questionário avaliativo aplicado aos colaboradores da Incubadora Social da UFG onde constatou que 62% dos colaboradores consideraram entre muito bom e excelente a exibição visual do material gráfico, conforme Apêndice M. Quanto ao texto do folder, o conteúdo de apresentação da organização foi avaliado por 77% dos entrevistados entre muito bom e excelente.

A padronização do material gráfico da organização é uma ação que gerou impacto sobre todos os públicos, na medida em que foi aplicada nos mais diversos materiais. A padronização no material gráfico utilizou-se de elementos visuais elaborados para a organização, tais como: logotipo, cores e tipografia.

Foram desenvolvidos os seguintes materiais: Papel timbrado; Certificado; Envelopes; Pasta com orelhas; Crachá; Cartão de visitas; Uniforme e Banner institucional.

Como parte da avaliação desta ação, foram utilizadas informações provenientes do questionário avaliativo, os dados obtidos comprovaram a importância prevista por esta ação para a organização. Afinal, 77% dos entrevistados consideraram muito importante e 23% como sendo importante a execução desta ação.

Conforme foi diagnosticado, a Incubadora Social da UFG, apesar de possuir valores identificados em suas práticas cotidianas, não possuía uma sistematização dessas diretrizes estratégicas. Apesar da falta dessa sistematização ser um problema de planejamento estratégico e não necessariamente de comunicação, é fundamental a definição de tais diretrizes para a construção de uma imagem organizacional concreta. O trabalho se deu através de reuniões informais com os colaboradores da Incubadora, onde foram apontadas informações capazes de tal sistematização, como sendo:

**Missão** – Desenvolver a promoção sócio-econômica e conquista da cidadania de pessoas em estado de vulnerabilidade social ou baixa renda, por meio de apoio à criação e ao desenvolvimento de Empreendimentos Econômicos Solidários, incentivado pela práxis da extensão universitária entre a UFG e a comunidade.

**Visão** – Consolidar a Incubadora Social da UFG como pólo difusor do Cooperativismo Popular e da Economia Solidária.

**Valores** – Cooperação; Sustentabilidade; Compromisso com o ser humano e o meio ambiente; Autogestão; Formação integral.

Como parte da avaliação desta ação, foi analisado o grau de concordância dos colaboradores da Incubadora Social da UFG com as diretrizes estratégicas definidas e apresentadas para a organização. Assim, 69% dos entrevistados concordam e 31% concordam totalmente com as diretrizes determinadas para a organização.

Voltado principalmente ao público interno, foi sugerido e desenvolvido o jornal mural da Incubadora Social, o layout do jornal foi elaborado a partir do contexto que a organização é inserida, evidenciando as temáticas da sustentabilidade e do cooperativismo. A atualização do conteúdo do jornal mural foi estabelecida de forma quinzenal, constituído por assuntos que mantenham os colaboradores informados de uma maneira interativa e atraente sobre assuntos administrativos e das ações realizadas pela organização, diretrizes e valores que norteiam às ações da Incubadora, além da disponibilização de informações adicionais pertinentes a área de atuação da mesma.

Para a avaliação desta ação foram utilizadas informações obtidas por meio do questionário avaliativo, os dados comprovaram a relevância já prevista por esta ação para a organização. Levando em consideração que o total de 100% dos entrevistados consideraram entre importante e muito importante a execução desta ação. Considerando o grau de satisfação dos aspectos de visibilidade, acessibilidade e interatividade com o uso deste canal de comunicação, 69% dos colaboradores julgaram estar satisfeitos e 31% muito satisfeitos.

Com o objetivo de atingir os colaboradores e a comunidade acadêmica em geral da UFG, foi realizada uma exposição fotográfica na biblioteca central da universidade, nesta exposição foi retratada a realidade das cooperativas de catadores de materiais recicláveis de Goiânia que fazem parte do processo de incubação da organização. Além de algumas etapas que ocorrem durante o processo de extensão universitária, desde o planejamento das ações que serão realizadas dentro das cooperativas até o cotidiano dos grupos incubados.

Com a realização desta ação, pretendeu-se tornar visíveis as atividades desenvolvidas pela Incubadora Social dentro dos empreendimentos assessorados, fazendo com que o assunto vire tema de discussão e reflexão, além da promoção da imagem institucional da Incubadora.

Foi avaliada a iniciativa da Incubadora Social da UFG em utilizar ações culturais como exposição fotográfica, como forma de divulgação das atividades realizadas pela organização, os resultados obtidos pelo questionário aplicado aos colaboradores foram bastante satisfatórios aos objetivos previstos inicialmente por esta ação, sendo que 31% dos colaboradores avaliaram ser uma iniciativa importante e 69% como sendo muito importante.

Como forma de alcançar os diversos públicos estratégicos da Incubadora, foi sugerida a criação de um site próprio, com intuito de apresentar informações como: histórico, quadro de colaboradores, localização, projetos incubados, parceiros, fotos dos empreendimentos incubados e das ações realizadas pela Incubadora.

Foi destinada a execução desta ação por meio de colaboração com o Centro de Recursos Computacionais da UFG - CERCOMP, devido ao motivo de não acarretar custos para a organização. A criação do site ainda não pode ser avaliada, pois não foi finalizada pelos responsáveis da mesma.

A última atividade executada pelo planejamento de comunicação foi a produção do vídeo institucional da Incubadora Social, como forma de consolidar a imagem corporativa da organização perante dos diversos públicos, além da capacidade de tornar mais tangível à compreensão do impacto causado pelo trabalho realizado pela Incubadora dentro dos empreendimentos solidários. O vídeo foi produzido em parceria com a universidade, por meio da TVUFG que produziu todo o material. Acredita-se que esta ação foi realizada com sucesso, afinal, foi avaliado pela coordenação da Incubadora como satisfatório e condizente com os objetivos de apresentação da organização.

## 7 CONSIDERAÇÕES

O número de empreendimentos econômicos solidários que compõem o terceiro setor é crescente no mundo moderno entretanto, muitas dessas organizações passam por enormes dificuldades devido à falta de conhecimento das mesmas perante a sociedade como um todo. Com a execução deste trabalho, foi possível compreender que um dos motivos desse desconhecimento das organizações do terceiro setor é a falta de planejamento nas ações de comunicação.

Para tanto, a comunicação deve ser enfrentada em uma perspectiva de horizontalidade com os diversos fios que tecem as tramas de transformação social.

As técnicas de Relações Públicas são importantes ferramentas para o desempenho dessas organizações, e devem respeitar as possíveis adaptações à realidade e especificidades do terceiro setor ao gerir os processos comunicacionais.

Observando as avaliações realizadas pelas ações previstas e executadas neste planejamento, é possível concluir que o objetivo principal foi alcançado. O planejamento contribuiu para consolidação da imagem corporativa da Incubadora Social da UFG, que possui atualmente uma maior visibilidade perante a comunidade acadêmica em geral e principalmente com seus colaboradores internos hoje mais envolvidos com a organização.

Por fim, conclui-se que neste contexto o profissional de Relações Públicas encontra no terceiro setor um desafio e nova possibilidade de atuação, assumindo o papel de um profissional que pode contribuir para a formação de uma sociedade mais justa e igualitária, em busca pelo diálogo e a mobilização participativa. Sendo capaz de promover a adesão social e o envolvimento da sociedade civil, além da capacidade de transformar opiniões e pensamentos, assim como realidades de grupos que lutam por suas causas.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

FREITAS, Sidnéia Gomes; FRANÇA, Fábio. **Manual da qualidade em projetos de comunicação**. São Paulo: Pioneira, 1997.

HENRIQUES, Marcio S. et al. **Relações públicas em projetos de mobilização social: funções e características**. In: HENRIQUES, Marcio S. (Org.). **Comunicação e estratégias de mobilização social**. 2.ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2007.

LESLY, Philip. **Fundamentos de Relações Públicas e da comunicação**. São Paulo: Pioneira, 1995.

PERUZZO, Cíclia M. K. **Relações Públicas no Terceiro Setor:** tipologia da comunicação e conceitos de público. In: XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Santos – 29 de agosto a 2 de setembro de 2007. Disponível em:  
<<http://www.portal-rp.com.br/bibliotecavirtual/comunidade terceiro setor/0310.pdf>>, acesso em 03 de março de 2012.