

Planejamento de Relações Públicas para a Creche da Universidade Federal de Goiás¹

Júlia Jessica de Lima PERES²
Juliana Alves Soares dos Reis e SILVA³
Letícia Rodrigues de OLIVEIRA⁴
Flávia Martins dos SANTOS⁵
Lutiana CASAROLI⁶
Universidade Federal de Goiás, Goiânia, GO

RESUMO

Durante a disciplina Tópicos Contemporâneos em Comunicação I – Simetria, do Curso de Relações Públicas da Universidade Federal de Goiás (UFG), se propôs a reestruturação da comunicação na Creche – UFG. A Unidade esta localizada no Campus II da Universidade, e oferece serviços para o público vinculado a UFG (alunos, docentes e técnicos administrativos). Durante o segundo semestre de 2012, desenvolveu-se um *briefing* e posteriormente um diagnóstico da Unidade para que, em seguida, fosse desenvolvido o planejamento Relações Públicas com o objetivo de sanar as carências comunicacionais da Creche e posicioná-la de forma sólida perante seus públicos.

PALAVRAS-CHAVE: Planejamento; Relações Públicas; Creche; UFG.

1 INTRODUÇÃO

O Planejamento de Relações Públicas está incluso nas atividades desenvolvidas pela Simetria, Agência Experimental do curso de Relações Públicas da Faculdade de Comunicação e Biblioteconomia da UFG, que é viabilizada nas disciplinas Tópicos Contemporâneos em Comunicação I e II. Tais disciplinas permitem aos acadêmicos colocar em prática as funções básicas de Relações Públicas (FORTES, 2003), em unidades acadêmicas e administrativas da Universidade.

Podemos ressaltar a importância da Simetria, em primeira instância, para os próprios acadêmicos de Relações Públicas, visto que os mesmos terão oportunidade de vivenciar a

¹Trabalho submetido ao XX Prêmio Expocom 2013, – na categoria Relações Públicas, modalidade, Planejamento estratégico de Relações Públicas, do XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste realizado de 30 de maio a 1º de junho de 2013

²Acadêmica do 7º período de Comunicação Social – Relações Públicas, da Faculdade Comunicação e Biblioteconomia da UFG, e-mail: juliajlperes@gmail.com

³ Acadêmica do 7º período de Comunicação Social – Relações Públicas, da Faculdade Comunicação e Biblioteconomia da UFG, e-mail: julianareis_rp@hotmail.com

⁴ Acadêmica do 7º período de Comunicação Social – Relações Públicas, da Faculdade Comunicação e Biblioteconomia da UFG, e-mail: leticiarodriguesrp@gmail.com

⁵Orientadora do Trabalho. Professora do Curso de Comunicação Social – Relações Públicas da Faculdade de Comunicação e Biblioteconomia da Universidade Federal de Goiás – UFG – e-mail: flaviamartins21@gmail.com

⁶Orientadora do Trabalho. Professora do Curso de Comunicação Social – Relações Públicas da Faculdade de Comunicação e Biblioteconomia da Universidade Federal de Goiás – UFG – e-mail: lutiana_rp@yahoo.com.br

prática das atividades comunicacionais durante sua formação profissional, agregando experiência, conhecimento e mais segurança na inserção do mercado de trabalho. Além dos acadêmicos, a Unidade se beneficiará com o trabalho da Agência, uma vez que receberá todo apoio e suporte, no que diz respeito à comunicação. Por meio de estratégias comunicacionais que resultarão na padronização nas formas de comunicação e relacionamento com os públicos das unidades assessoradas, pretende-se atingir o objetivo principal da Agência Simetria de instaurar uma política de Relações Públicas na UFG.

Desta forma, o presente trabalho tem como objetivo apresentar o Planejamento de Relações Públicas desenvolvido para a Creche da UFG. A Unidade foi inaugurada em 1989 com o objetivo de atender aos filhos da comunidade universitária, integrando-se à política social dessa Universidade. Desde então, constituiu-se como um dos programas assistenciais de reconhecida importância vinculado à PROCOM - Pró-Reitoria de Assuntos da Comunidade Universitária. Ligada ao setor de educação infantil, ao longo dos últimos anos a Creche/UFG tem buscado se consolidar como espaço educativo e, com isso, fortalecer sua identidade universitária.

Com foco na excelência de prestação de serviços para seus públicos externos e internos e com uma coordenação preparada em atender as necessidades dos alunos e pais, a Creche esta sempre disposta a ouvir e dialogar para melhorar o convívio diário das crianças. Considerada assim, um ambiente na Universidade que tem o valor afetivo entrelaçado na sua estruturação, pois entende que ligado ao desenvolvimento cognitivo está o desenvolvimento das emoções e afetos. Esse fator é um dos diferenciais em relação às outras unidades da UFG e que devem ser levados em conta ao realizar um trabalho de Relações Públicas.

Aliada a esses fatos, desde 2008 a Universidade vem passando por uma mudança profunda em sua conjuntura, o que refletiu diretamente na Creche. A ampliação das vagas nos cursos de graduação a criação de novos cursos na UFG e também a consolidação da política de cotas, influi diretamente no aumento da demanda por vagas na Creche o que tem desafiado a cada dia a equipe da Unidade, uma vez que o quadro de profissionais contratados e de estagiários é muito volátil.

Desta forma, compreende-se que a realização de um planejamento é de extrema importância para o bom desenvolvimento do trabalho da unidade. Sobre isso, Margarida Kunsch (2009, p.107) afirma que:

As organizações contemporâneas devem buscar o equilíbrio entre os seus interesses e os de seus públicos. Por isso, precisam planejar estrategicamente sua comunicação para realizar relacionamentos efetivos. Este objetivo só será

alcançado mediante bases conceituais, técnicas e meios específicos, devidamente selecionados e integrando todas as atividades comunicacionais dentro de uma filosofia de comunicação organizacional integrada.

Assim, para a elaboração do Planejamento de Relações Públicas foram realizadas reuniões com a direção da Creche para obtenção de informações que colaboraram na construção do *briefing*. Com isso foi feito um diagnóstico que constatou, principalmente, a necessidade de um posicionamento sólido e a padronização de ferramentas de comunicação.

2 OBJETIVO

O objetivo geral do Planejamento de Relações Públicas da Creche UFG é posicionar a imagem da mesma a fim de consolidá-la diante de seus diversos públicos.

Como objetivos específicos, temos: padronizar as ferramentas comunicacionais, visando fortalecer a comunicação interna e externa; fortalecer a cultura organizacional perante o público interno; estabelecer e aperfeiçoar as parcerias com as demais unidades da UFG; aperfeiçoar a cultura digital e angariar visibilidade midiática para a Unidade.

3 JUSTIFICATIVA

Ao se tratar da parte comunicacional, a Creche da UFG não possui um departamento específico que faça o gerenciamento da comunicação. A instituição possui o que nomeiam de “Equipe de Divulgação” composta por professores e estagiários. Esta é responsável por se relacionar com todos os públicos de interesse da Creche e mantê-los informados de tudo que acontece no ambiente, o que de certa forma compromete o fluxo de comunicação decorrente da precariedade no uso de técnicas e da falta de planejamento, manutenção e coordenação das ferramentas comunicacionais.

Pode-se dizer que a comunicação é realizada, mas não na forma ideal, pois ainda existem falhas e carências em vários pontos. E com essa fragilidade na comunicação, há a dificuldade em trocas de informações entre os públicos da unidade (pais, alunos, professores, diretores, estagiários e terceirizados) para a realização das atividades, gerando falta de motivação dos funcionários, carência de integração interna e informações desencontradas.

A Creche possui grande rotatividade de funcionários, devido à vigência curta do contrato de trabalho de estagiários, bolsistas e professores substitutos da instituição, o que acarreta na limitação das formas de treinamento, relacionamento e comunicação tanto no ambiente interno como no externo. A partir disso, nota-se também a dificuldade em

estabelecer uma cultura organizacional forte, a implantação de calendarização, criação e planejamento de confraternizações e aniversariantes durante todo o ano.

A Unidade apresenta também descontinuidade no uso da identidade visual, o que gera a dificuldade em consolidação da marca, dos valores, dos significados e dos procedimentos da instituição para seus públicos. Além da falta de exploração no uso de ferramentas digitais, que poderiam ser eficazes na comunicação entre os públicos da Creche, alcançando-os de forma homogênea e rápida.

Há visibilidade reduzida junto à mídia local e ao público externo, pelo fato de que não há uma divulgação padronizada de informações colaborando para a descontinuidade nos fluxos de comunicação da Creche.

Percebe-se que não há um modelo de gestão formalizado. Porém, sob a percepção das acadêmicas da Simetria I e II, a gestão e também a cultura organizacional, focam no coletivismo e na democracia para exercer suas atividades; estimulando o compartilhamento e igualdade entre as crianças e entre os funcionários, além da interação entre o triângulo CRECHE-pais-alunos.

Por todo esse cenário levantado, percebeu-se que a Creche necessitava de uma assessoria de Relações Públicas que propusesse um planejamento voltado à busca de soluções pra essas realidades. A abertura e interesse da Creche com relação à essa proposta é um ponto relevante que permite a elaboração e futura execução do Planejamento de Relações Públicas.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Para conseguir as informações reais da situação da comunicação da Creche-UFG, utilizou-se a pesquisa documental (LÜDKE & ANDRÉ, 1986). Essa pesquisa foi feita a partir da análise dos planejamentos pedagógicos, fotografias e documentos da Creche-UFG. Utilizou-se também a técnica de observação participante (PERUZZO, 2006), momento em que a equipe observante inseriu-se na Creche para vivenciar as situações e rotinas da unidade, a fim de obter informações para a realização do diagnóstico e planejamento. Além de entrevistas com a coordenação da Creche para obter informações a partir do ponto de vista de alguém ativo na unidade.

Munidos dessas informações o grupo elaborou: um diagnóstico comunicacional, que identifica os principais problemas comunicacionais pelos quais a Creche passa; e um Planejamento de Relações Públicas, com objetivos, estratégias e ações que visam colaborar

para uma melhor comunicação organizacional na Creche e, conseqüentemente um melhor relacionamento com os seus públicos de interesse.

5 DESCRIÇÃO DO PROCESSO

O processo de planejamento da Creche UFG foi iniciado a partir da elaboração do *briefing*, contendo análise de cenário, a construção da matriz *SWOT*, identificação de públicos, auditoria da comunicação e análise da cultura organizacional e da identidade corporativa. A partir de tais dados foi possível construir o diagnóstico dos principais problemas comunicacionais ali presentes.

Na Matriz *SWOT*, pôde-se perceber como forças: a estrutura física da Unidade, por possuir espaços suficientes e equipados para atender as necessidades das crianças; a hierarquia holográfica, pelo fato das tomadas de decisões ocorrerem em equipe de modo equilibrado e dinâmico, contribuindo diretamente para o clima organizacional e motivando os colaboradores; o Projeto Pedagógico da Unidade, que além de muito estruturado é atualizado anualmente; a qualidade dos serviços prestados pela Creche; o interesse da UFG na manutenção desta; e a participação, atenção e assiduidade dos pais.

Considerou-se fraquezas: o quadro de profissionais efetivos insuficiente, tendo dos 43 profissionais atuantes, apenas 11 concursados; alta rotatividade da equipe colaboradora, constantes mudanças e adaptações; dificuldade na integralização das vagas disponíveis para crianças por falta de mão de obra; a falta de especialização dos profissionais para o desenvolvimento das atividades de comunicação, o que interfere negativamente no fluxo comunicacional.

Destacam-se como oportunidade as experiências formativas teórico/práticas dos estagiários pelo fato da Creche servir como local de estágio de cursos de graduação da UFG, proporcionando aplicação do conhecimento e atualizações teóricas na gestão e no ensino na creche.

E como ameaça foi percebida a rotatividade de funcionários e a mudança de órgão gestor da Creche, que ocorreu em fevereiro de 2013, quando esta deixou de ser gerenciada pela Pró Reitoria de Assuntos da Comunidade (PROCOM) e passou a ser gerenciada pelo Colégio de Aplicação (CEPAE). As respectivas adaptações podem se tornar um problema para a instituição se não forem bem gerenciadas e a readaptadas.

A partir do o levantamento destes dados chegamos ao diagnóstico dos problemas comunicacionais da Unidade, como a inexistência de uma comunicação interna eficaz, e a

descontinuidade do uso de uma identidade visual padrão que dificulda na consolidação da marca, dos valores, dos significados e dos procedimentos da instituição para seus públicos.

Além disso, a exploração de parcerias com outras Unidades da UFG é reduzida e a descontinuidade nos fluxos de comunicação da Creche gera uma baixa visibilidade da organização junto à mídia local e aos seus públicos externos, comprometendo a sua comunicação externa e a divulgação da Unidade nos meios de comunicação.

Foi também diagnosticado a necessidade de profissionais especializado na área da comunicação para lidar com o planejamento, manutenção e coordenação de todas as ferramentas de comunicação.

Com a realização do *briefing* e a obtenção do diagnóstico na Unidade, foi criado um plano de ações a fim de consolidar a imagem da Creche e buscar a uniformidade nos meios de comunicação utilizados pela Unidade, que foram propostas e fundamentadas a partir das seguintes estratégias: fortalecer a cultura organizacional da Unidade; padronizar e coordenar a manutenção das ferramentas comunicacionais; desenvolver parcerias com outras unidades da UFG; melhorar a cultura digital da unidade e aumentar sua visibilidade midiática.

Definidas as estratégias, estas geraram ações inclusas no Planejamento Estratégico de Relações Públicas para a Creche-UFG, a serem realizadas do período de março/2013 a julho/2013. Dentre as principais ações estão as seguintes: formulação das diretrizes organizacionais; padronização dos meios de comunicação interna da unidade (memorandos, e-mails, ofícios, murais); promoção do evento 'Feira de Livros Infantis' na Creche em parceria com a Biblioteca da UFG; oferta de uma atividade extracurricular, que consiste na produção de uma horta para gerar interação entre outras unidades da UFG, como a Faculdade de Agronomia. Além de fazer a manutenção e atualização do site da Unidade e criação de uma assessoria de imprensa.

O objetivo de formular as diretrizes organizacionais se justifica pelo fato de que com a existência dessas diretrizes os públicos tanto internos quanto externos, passam a entender e ver a Creche a partir da sua razão de existir, sua visão e os valores que regem a instituição. Tais diretrizes pretendem auxiliar no controle da gestão e desenvolver uma imagem positiva da Unidade para quem a conhecer. Além do fato que

Uma empresa não se define pelo seu nome, estatuto ou produto que faz; ela se define pela sua missão. Somente uma definição clara da missão é razão de existir da organização e torna possíveis, claros e realistas os objetivos da empresa. (DRUCKER, 1993, p. 34)

Haverá auxílio dos funcionários da Creche na criação da missão (o que a unidade faz e para quem faz), da visão (que defini aonde a unidade quer chegar), e dos valores (princípios que regem como os colaboradores devem se portar). Sendo conceitos compartilhados por todos os públicos, principalmente o interno, pretende-se alcançar a contribuição de cada um para que os objetivos da unidade sejam alcançados.

Com a proposta de uniformidade dos murais na Creche pretende-se uma melhor divulgação da identidade visual da unidade e maior clareza da comunicação com os públicos. A ação será realizada a partir da apresentação à Unidade dos mecanismos existentes que visam à padronização dos murais como a utilização correta do logotipo que valoriza a marca Creche UFG.

A consolidação e posicionamento da imagem da Creche UFG começa a partir do momento que se tem uma padronização das ferramentas de comunicação e uma delas é o atendimento ao telefone. É de extrema importância, pois se trata do primeiro contato dos funcionários com as pessoas que telefonam para a Creche além de reforçar a imagem e manter a credibilidade do local. Foi elaborada uma proposta padrão para o atendimento ao telefone, com prioridade na identificação do local e atendente, e atenção para as anotações nas trocas de turno dos funcionários.

Padronizar os documentos da unidade como memorandos, cartas e ofícios, além de ser extremamente necessário, contribui também para firmar uma imagem positiva da instituição e reforçar sua identidade visual. Sugerimos esta ação visando também à melhora da comunicação escrita da Unidade com a comunidade. Serão apresentados modelos para todos esses itens.

Espera-se com a ação de padronização dos e-mails, gerar uma comunicação com os pais de maneira ágil e eficaz, além de contribuir para credibilidade da instituição. Para isso se faz necessário o desenvolvimento de um Manual Normativo com estabelecimento de normas e padrões que devem ser seguidos nos e-mails. Foram criados modelos padrões dos e-mails para dúvidas recorrentes dos pais e para informações cotidianas como avisos de eventos e avisos de passeios. Mesmo para informações excepcionais é proposto um padrão de espaçamento, de saudação, de despedida, com o uso de linguagem formal, impessoal e identificação do remetente e cargo, além do logotipo da unidade.

Uniformizar os cartazes e folders é uma ação muito importante, pois contribui para a comunicação visual da marca. Esta padronização possibilita o posicionamento correto do logotipo da Creche e, quando necessário, do logotipo dos parceiros em todos os folders e

cartazes. Lembrando que a logo deve ter uma variação padrão de tamanhos para ser veiculada nos cartazes e folders. Para isso seguirá uma lista de instruções com exemplos práticos, que serão digitalizadas e disponibilizadas aos colaboradores.

Fundamentada pela estratégia de desenvolver parcerias com outras unidades da UFG, pensou-se na elaboração do evento 'Feira de Livros Infantis' na Creche em parceria com a Biblioteca da UFG. Com o evento cria-se a oportunidade de estreitar relacionamentos, trabalhar com seu público em potencial e incentivar a importância do hábito da leitura entre os alunos e pais da educação infantil. O objetivo desta ação é também angariar novos públicos para a Creche e divulgar a imagem da unidade. Espera-se com a execução do evento pela Creche uma interação efetiva com a comunidade, pais, alunos e colaboradores da Biblioteca, o que colabora diretamente para a imagem corporativa.

Outra ação proposta, embasada na mesma estratégia, é a produção de uma horta, contando com a colaboração e orientação dos alunos da Escola de Agronomia da UFG acerca dos tipos de hortaliças a serem plantadas e demais dados específicos. Será realizado pelos alunos da Creche, com apoio dos professores sob orientação dos graduandos da Agronomia. No desenvolvimento desta ação a Simetria auxiliará no acompanhamento, cobertura da atividade e assessoria de imprensa.

Com esta atividade será trabalhando com as crianças o desenvolvimento sustentável, a educação ambiental além do contato direto com o meio ambiente. Vale ressaltar também que a atividade propiciará uma oportunidade de laço com outra unidade da UFG.

Buscando melhorar o planejamento digital da Creche, a ação sugerida foi de realizar a manutenção e atualização do site, visto que o site da unidade é uma importante ferramenta de comunicação, devido a vários fatores como o fácil acesso de informações sobre a unidade e divulgação de eventos e calendários. Por isso é extremamente relevante que esteja bem estruturado e atualizado constantemente, para que o usuário possa encontrar facilmente o que procura no site e principalmente com informações precisas e claras. A ação se desenvolverá a partir do abastecimento contínuo de dados para o site com informações que geram curiosidade e interesse do público potencial, dos pais e beneficiários, além do planejamento do melhor layout a ser utilizado.

Objetivando aumentar a visibilidade midiática, propomos a criação de uma assessoria de imprensa, que será responsável por gerenciar o relacionamento entre a unidade e os veículos de comunicação, a fim de conquistar uma cobertura editorial (reportagens, notas, colunas). Além de ser essencial para o gerenciamento de crises, dando

informações necessárias para o público, ela transmite também transparência, cuida da imagem de uma instituição com os públicos e cria uma opinião pública favorável.

Para além das atividades apresentadas no Planejamento de Relações Públicas, outro ponto importante foi a realização de atividades de sustentação desde o início do levantamento de informações da unidade. Estas são atividades desenvolvidas de acordo com as necessidades que surgiram ao decorrer do semestre, e que caracterizam o suporte comunicacional às ações em andamento já planejadas pela própria unidade, bem como ações básicas de comunicação organizacional que vieram balizar o atual planejamento. Como por exemplo, destas temos o auxílio à Festa da Família e demais eventos, montagem da assessoria de Relações públicas, *clipping*, acompanhamento dos meios de comunicação e criação do *mailing list* dos públicos de interesse. Para esse foram confeccionados murais e convites, todos com a ajuda da Simetria.

6 CONSIDERAÇÕES

Este artigo expôs a proposta de Planejamento de Relações Públicas para a Creche da Universidade Federal de Goiás, apresentando ações que visam melhorar sua comunicação e relacionamento com os públicos visando a consolidação e o fortalecimento da sua imagem organizacional.

Todas as ações foram planejadas a partir dos seguintes itens: descrição das ações, o período de duração de desenvolvimento de cada ação, a justificativa, os objetivos, análise de públicos que visamos atingir, quais recursos serão utilizados juntamente com o respectivo orçamento financeiro e os resultados esperados. Para todas elas foram previstas formas de avaliar sua eficiência e eficácia, que serão aplicadas ao longo e após sua execução. Essa última fase conclui o desenvolvimento do processo de comunicação e posiciona as Relações Públicas no contexto organizacional, auxiliando a unidade assessorada a encontrar as respostas funcionais necessárias aos programas de relacionamento da organização (FORTES 2003).

Desse modo, a segunda parte do trabalho a ser realizada até julho de 2013, é a implantação do planejamento e a mensuração dos resultados. Pretende-se aqui, ressaltar a importância para os acadêmicos envolvidos em colocar em prática toda teoria estudada ao decorrer do curso de Relações Públicas e também para a Unidade selecionada, que é beneficiada com o projeto, aprimorando sua comunicação e sua imagem perante seus públicos.

Vale ressaltar que durante todo o processo aconteceram reuniões com as diretoras da Creche UFG e orientações com as professoras coordenadoras da disciplina, revelando-se atividades imprescindíveis para o sucesso do Planejamento e da formação acadêmica das alunas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

DRUCKER, P. **Sociedade pós-capitalista**. São Paulo: Pioneira, 1993.

FORTES, Waldyr Gutierrez. **Relações públicas**: processo, funções, tecnologias e estratégias. São Paulo: Summus, 2003.

KUNSH, Margarida M. Krohling (Org.). **Gestão Estratégica em Comunicação Organizacional e Relações Públicas**. 2ª ed. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2009.

LÜDKE, Menga. & ANDRÉ, Marli E. D. **A Pesquisa em educação: abordagens qualitativas**. São Paulo: Pedagógica e Universitária, 1986.

PERUZZO, C.M.K. Observação participante e pesquisa-ação. In: DUARTE, J.; BARROS, A.; NOVELLI, A. L. R. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2.ed. Sao Paulo: Atlas, 2006.