

## Projeto Escola Verde do CCNE: Integrando universidade e comunidade<sup>1</sup>

Caroline Moraes Flores<sup>2</sup>

Igor Coutinho Ribeiro<sup>3</sup>

Mariana Schutz<sup>4</sup>

Jaqueline Kegler<sup>5</sup>

Universidade Federal de Santa Maria

### RESUMO

O presente artigo aborda o planejamento e a execução de um projeto de integração da universidade com um dos seus públicos externos: a comunidade. O projeto Escola Verde do Centro de Ciências Naturais e Exatas da UFSM, a partir de visita guiada de alunos de escolas públicas ao Jardim Botânico da instituição, um dos órgãos suplementares do Centro, a fim de despertar a consciência ambiental das crianças, além de promover a aproximação do Centro com a comunidade externa. O projeto foi desenvolvido nas disciplinas de Assessoria de Relações Públicas I e II, primeiro e segundo semestre de 2015, no curso de Relações Públicas da UFSM - sede.

**PALAVRAS-CHAVE:** Assessoria, Relações Públicas; Projeto Social

### 1 INTRODUÇÃO

O Centro de Ciências Naturais e Exatas (CCNE) está integrado às dez Unidades Universitárias da Universidade Federal de Santa Maria, a atual estrutura do Centro ficou regulamentada pelo Estatuto homologado em 10 de Janeiro de 1983, o qual determinou a subdivisão do CCNE em oito departamentos, nove cursos de graduação, doze cursos de pós-graduação e complementando sua estrutura, três órgãos suplementares e quatro órgãos de apoio. Com isto o CCNE é um dos maiores Centros da universidade.

Pensando em possibilidades de melhorias, sugestões para a evolução da comunicação e para o estreitamento entre a organização e os públicos, ações e estratégias para o aperfeiçoamento da comunicação externa e divulgação do Centro foram criadas. Pensar estrategicamente dentro de uma organização pública é fornecer direcionamento

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na Divisão Temática de Relações Públicas e Comunicação Organizacional da Intercom Júnior – XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul

<sup>2</sup> Estudante de Graduação, 7º semestre do curso de Comunicação Social: Relações Públicas da Universidade Federal de Santa Maria.

<sup>3</sup> Graduado do Curso de Comunicação Social – Relações Públicas da Universidade Federal de Santa Maria

<sup>4</sup> Estudante de Graduação, 7º semestre do curso de Comunicação Social: Relações Públicas da Universidade Federal de Santa Maria.

<sup>5</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social – Relações Públicas, UFSM - sede.

comum a ser seguido por toda a organização, identificando responsabilidades, garantindo alinhamento e visando o alcance dos objetivos institucionais.

Aprimorando os processos comunicacionais e buscando melhorar o fluxo comunicacional externo do CCNE, o projeto Escola Verde acontece no Jardim Botânico, um dos órgãos suplementares do Centro, fundado em 1981. No jardim conservam-se espécies nativas da região, há espaços para pesquisa e para práticas de ensino, além de locais para lazer. A visitação é gratuita para todos, onde é disposto do serviço de guia para acompanhamento das visitas, através do agendamento prévio, pensando em integrar a universidade com um dos seus públicos externos: a comunidade, com o projeto pretendemos também despertar a consciência ambiental, além de tornar público e divulgar o Jardim Botânico.

### **1.1 Relações públicas no campo da comunicação pública**

Apesar de o termo de comunicação pública estar ainda em construção, Brandão (2007) apresenta comunicação pública como um processo comunicativo: “que se instaura entre o Estado, o governo e a sociedade com o objetivo de informar para a construção da cidadania”.

Já o profissional de Relações públicas é visto segundo Andrade (1993), como aquele que constitui a atuação e a função pela qual se observa o caráter planejado e estratégico de ações das empresas públicas ou privadas com o objetivo de conquistar e manter a compreensão mútua entre os diversos públicos aos quais está ligada.

O Relações Públicas tem como suas principais atividades, estreitar e criar laços entre seus públicos sejam eles internos ou externos, cuidar da imagem institucional de uma empresa ou instituição pública, além de planejar e executar estratégias que visam melhorar a comunicação com seus públicos. E são pensando nessas funções que são criadas as chamadas estratégias de comunicação.

Porém esse trabalho do relações públicas dentro de uma organização requer tempo e consolidação, segundo Kunsch (2003 p. 102),

“Na prática, as Relações Públicas buscam criar e assegurar reações confiantes ou formas de credibilidade entre uma organização social e os públicos com as quais se relacionam. Evidentemente, isso exige tempo, pesquisas, auditorias, diagnósticos (para avaliar e identificar o grau de relacionamento da organização com os seus públicos), planejamento, participação programada, implementação e avaliação de resultados”.

O profissional de Relações Públicas deve pensar na comunicação como um todo, pensar em estratégias e funções comunicacionais que realmente abrangem as demandas de uma organização.

## **1.2 Projetos Sociais como estratégia de comunicação e como prática de Relações Públicas**

Projetos sociais são iniciativas que tem como a prioridade a melhoria da qualidade de vida, experiência e bem estar de uma comunidade, grupo ou de uma pessoa só. Para que os projetos deem certo e sejam realizados é preciso pensar em ações estratégicas ou seja, a diferença entre um projeto social e uma ação social está basicamente na duração, no tempo que as mesmas serão executadas.

Oliveira (2004) ressalta que as organizações devem focar especialmente em ações que interferem no desenvolvimento e no acompanhamento dos resultados positivos ou negativos de uma organização, pois os critérios de validação dessas ações se modifica constantemente devido aos imprevistos que podem acontecer e gerar alterações no planejamento. O atributo mais importante do planejamento é a capacidade de prever, identificar e poder dar tempo de corrigir ou consertar algum imprevisto que venha ocorrer.

Por isso todos os projetos seja ele de cunho social ou cultural, deve haver um planejamento. Todo e qualquer projeto é planejado e seguem planos de ações e são essas ações que permite o que será executado e de que forma ele será executado.

Campos (2002) fala sobre a dimensão comunicativa que um projeto social deve ter e utilizar, “a dimensão comunicativa” consiste especificamente na proposta técnica do projeto, que tem por função apresentar a relevância deste e a competência dos seus executores em implementá-lo. ”, além do ressalvo de que a proposta deve ser coerente e executável.

Na comunicação os projetos sociais em questão tem como ideia central as estratégias requeridas especialmente para dirigir aos publicos apelos que possam convence-los de que a causas existe em função de um problema concreto, ou seja, entender o processo mobilizador como um processo de relações públicas.

É imprescindível para a comunicação a existência do processo de “interação face a face” e por meio dessa interação face a face, tenta-se resgatar a importância dos vínculos

entre os sujeitos da comunicação e da criação de espaços em que laços de amizade, confiança e legitimidade possam ser mais fortes e duradouro.

Por isso dentro da universidade, falando-se de uma universidade pública, é de suma importância resgatar e trazer a comunidade não pertencente diretamente para participar e interagir de projetos de caráter social, na qual busca além dessa integração um meio de dar mais visibilidade a instituição.

## **2. OBJETIVO**

O projeto tem como objetivo geral promover a aproximação do CCNE com a comunidade externa, através de uma visita guiada pelo Jardim Botânico um dos órgãos suplementares do Centro de Ciências Naturais e Exatas.

Como objetivos específicos o projeto tem como dar visibilidade ao centro; despertar a consciência ambiental nos jovens desde cedo; fomentar o gosto dos alunos do Ensino Fundamental pela área das ciências naturais e exatas e divulgar o Jardim botânico para outras turmas frequentarem o local.

## **3. JUSTIFICATIVA**

Visamos a partir desse projeto educacional e social, promover uma aproximação do Centro de Ciências Naturais e Exatas com um dos seus públicos externos: a comunidade escolar. Diante do exposto, verificamos a importância que possui o desenvolvimento de ações de visibilidade/comunicação no Centro, uma vez que estas ações contribuem para que a comunidade escolar conheça melhor as múltiplas atividades que são desenvolvidas no CCNE. Além disso, este tipo de ação, contribui para que as Universidades estabeleçam um contato mais direto e cuidadoso para com a comunidade externa, o que, em tese, melhora sua auto percepção e sua imagem externa. Conforme aponta Nassar (1995, p. 21): “A imagem institucional não é algo independente. Ela depende de todos os setores da organização para que seja plena. Ou seja, para que se tenha uma boa imagem institucional é necessário que todos os setores da empresa estejam bem relacionados com os seus públicos”. Assim, poderemos aproximar os cursos e suas atividades da sociedade, bem como os órgãos de apoio, como o Jardim Botânico, por exemplo, contribuindo para que a imagem do Centro seja construída e avaliada pelo público interno e externo através da percepção das experiências vivenciadas na mesma.

Além, disso, buscamos com o projeto incentivar as crianças e os jovens a se interessarem pelas ciências naturais e exatas, despertando a importância da consciência sobre o meio ambiente nos alunos. Segundo Dias (2004), Patrick Geddes, considerado o pai da Educação Ambiental, defendeu em 1889, que "(...) uma criança em contato com a realidade do seu ambiente não só aprenderia melhor, mas também desenvolveria atitudes criativas em relação ao mundo em sua volta" (DIAS, 2004, p.29). Concomitante a isso, acreditamos que propor esse tipo de projeto para um Centro que formam profissionais na área das ciências naturais e biológicas, e trazer crianças para terem contato com o meio ambiente eleva ainda mais a troca de experiências, o contato com o público externo, o aprendizado que essas crianças e jovens tirarão dessa experiência, além de contribuir para uma imagem positiva para o Centro.

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

Para alcançar os objetivos do projeto foi estruturado ações de integração de comunicação institucional para a realização do mesmo, são elas: criação de Mailing para o contato das escolas; ofício para fazer o agendamento com a escola; elaboração da notícia institucional; elaboração de peças gráficas; ações para fortalecer o relacionamento com os alunos visitantes, solicitação de transporte para buscar os alunos e meios de divulgação

O mailing foi utilizado como banco de dados dos contatos de todas as escolas públicas de Santa Maria, contendo endereços de e-mail, telefones de coordenação e direção das escolas. Será utilizado como mala direta para o primeiro contato com as escolas para realizar o pré-convite para o projeto. O ofício foi utilizado como meio oficial dos convites feitos às escolas. Com intuito de informar, encaminhar documentos importantes, solicitar providências ou informações que as escolas solicitarem, além da autorização para os alunos entregarem para os pais, para participar então do projeto.

Em geral, as notícias institucionais são elaboradas no formato de releases. Estes releases são aperfeiçoados com a incorporação de informações complementares sobre o assunto, bem como fontes possíveis para consulta dos jornalistas interessados. Além disto, tradicionalmente, o release é enviado de forma massiva para toda a imprensa local, o que indica que a ação não é estratégica. A partir da identificação de imprensa especializada serão enviados releases diferenciados para cada veículo e editoriais. As peças gráficas foram confeccionadas em forma de um cartão com uma mensagem ecológica de agradecimento para a aproximação com os alunos. Junto com o cartão entregamos um pirulito para cada aluno, e também uma mudinha de planta ou sementes para que eles pudessem cuidar em

casa. Outra peça confeccionada foi um *flyer* digital informativo, que foi divulgado na *fanpage* do Centro, como meio de divulgação do projeto.

Para que o relacionamento com os alunos e para que eles comparecessem ao evento, disponibilizamos um ônibus veiculado da UFSM, para buscar e levar os alunos até a sua escola, assim sendo realizada a recepção dos alunos no Jardim Botânico, juntamente com a Assessoria do CCNE, e o guia que guiará a visita. Para o relacionamento com a mídia e divulgação do projeto escolhemos a *Fanpage* e *Site* do CCNE, *Fanpage* do LARP (Laboratório de Relações Públicas), *Site* e agenda de notícias da UFSM, e envio de releases para os jornais impressos da cidade de Santa Maria.

## 5. DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Inicialmente foi elaborado um mailing das escolas de Santa Maria, que faz parte do projeto de visibilidade contido no plano. A partir desse mailing, as alunas escolheram junto com a coordenadora da assessoria, a escola a ser trazida para um passeio no Jardim Botânico. Foi escolhida a Escola Estadual de Ensino Fundamental Luizinho de Grandi – CAIC, localizada na Vila Lorensi, pois é uma escola carente e os alunos têm poucas oportunidades de realizar atividades externas. Entramos em contato com a responsável pela escola para explicar o projeto e ver se ela tinha interesse, e obtivemos uma resposta positiva. Decidimos trazer os alunos da quinta série, e como a escola tem quatro turmas, cada uma com 27 alunos aproximadamente, organizamos duas turmas em cada edição do projeto. Para a execução do projeto, agendamos uma visita guiada com o Jardim Botânico e o transporte de dois micro-ônibus com o setor de transportes da UFSM, através de memorando assinado pela direção do centro.

Para entregar uma lembrança para os alunos, a bolsista de Publicidade e Propaganda, Gabriele Foggiato elaborou um cartão com uma árvore e uma mensagem alusiva ao meio ambiente, e colocamos algumas sementes em um saquinho e enrolamos em uma fitinha junto ao cartão. Juntamente entregamos um material com informações do CCNE, como cursos oferecidos, e junto a ele um pirulito. As sementes conseguimos em parceria com o Viveiro Florestal da UFSM, que nos deu três tipos de sementes: pitangueira, canafístula e unha-de-gato. Além da visita guiada e da lembrança recebida, oferecemos sanduíches e suco aos alunos, realizando por primeiro a visita guiada com a bolsista do Jardim Botânico Aline Porazi, do curso de Engenharia Florestal onde passamos por trilhas, estufas de plantas, e depois finalizamos a visita com o lanche.

Na segunda edição, realizamos o mesmo processo do passeio pelas trilhas e estufas, porém foi solicitado à direção da escola a participação dos alunos nas gravações do vídeo institucional do CCNE. Para isso enviamos a escola (via e-mail) a autorização que os alunos teriam que trazer assinadas pela escola e pelos responsáveis o direito do uso de imagem dos alunos, por se tratarem de crianças menores de idade. Foram selecionados pelos professores 18 alunos para participarem das gravações, juntamente com a bolsista do Jardim Botânico. Após isso realizamos mais uma vez o lanche com sanduíches, porém desta vez os pães foram conseguidos através do apoio da Padaria Kipão, localizada na Avenida Rio Branco. Além disso oferecemos aos alunos, sucos e cachorros-quentes também.



1ª Edição do projeto realizada no dia (05/10/2015)



2ª Edição do projeto realizada no dia (30/11/2015)

A primeira edição foi realizada no dia 05 de outubro de 2015 para simbolizar a semana do dia da criança, e a segunda edição foi realizada no dia 30 de novembro de 2015, para simbolizar a reta final do ano letivo nas escolas.

## 6. CONSIDERAÇÕES

O projeto ocorreu conforme o planejado nas duas edições. Na primeira e na segunda edição recebemos 55 alunos e duas professoras responsáveis pelas turmas, que se mostraram muito entusiasmados com o projeto, pois a escola não pode proporcionar esse tipo de atividade para os alunos, em função do custo. O contato com a comunidade externa é extremamente importante, pois eles precisam saber o que a Universidade tem a oferecer, e isso ficou muito claro no nosso projeto. Notamos, através de conversas informais com as professoras e os alunos, que eles não têm esse tipo de oportunidade e por isso o projeto se torna relevantes, pois proporciona esse estreitamento de relação com o público exterior.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDRADE, Cândido T. de S. **Para entender relações públicas**. 4. ed. São Paulo: Loyola, 1993.

BRANDÃO, E. P. in; DUARTE, J. (org). **Comunicação Pública: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público**. São Paulo: Atlas, 2009.

CAMPOS, A.E.; ABEGÃO, L.H; DELAMARO, M.C. **O Planejamento de Projetos Sociais: dicas, técnicas e metodologias**. Adaptação do conteúdo programático da disciplina “Técnicas em Projetos Sociais” do Curso de Especialização em Gestão de Iniciativas Sociais do Laboratório de Tecnologia e Desenvolvimento Social (LTDS) da COPPE/UFRJ. Jan/2002. Disponível em:  
[http://www.coepbrasil.org.br/portal/publico/apresentarConteudoMestre.aspx?TIPO\\_ID=1](http://www.coepbrasil.org.br/portal/publico/apresentarConteudoMestre.aspx?TIPO_ID=1). Acesso em março de 2016.

DIAS, Genebaldo Freire. **Educação ambiental: princípios e práticas**. São Paulo: Gaia, 1993.

KUNSCH, Margarida M. K. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. 3. Ed. São Paulo: Summus, 2003.

NASSAR, Paulo. **O que é comunicação empresarial**. São Paulo: Brasiliense, 1995.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças. **Planejamento Estratégico: Conceitos, Metodologia e Prática**. São Paulo: Atlas, 2004.