



A Opinião Pública no Campus da Pedra Branca da Universidade do Sul de Santa Catarina e o Curso de Naturologia Aplicada¹

Carolina Bithencourt Rubin²

Julie Duarte³

Karin Katekaru⁴

Universidade do Sul de Santa Catarina – UNISUL

Resumo

O presente artigo tem como objetivo apresentar a Pesquisa de Opinião Pública realizada de Outubro a Dezembro de 2008, com 840 acadêmicos do Campus da Pedra Branca da Universidade do Sul de Santa Catarina solicitada pelo Curso de Naturologia Aplicada. A Pesquisa de Opinião Pública pontuou e desvendou diversas questões sobre a imagem institucional do Curso de Naturologia Aplicada, contribuindo para construir e aplicar estratégias de Relações Públicas para o processo de reconhecimento e consolidação da imagem institucional do Curso de Naturologia Aplicada perante seus públicos. A Pesquisa de Opinião Pública utilizou técnicas de entrevista pessoais caracterizando-se como pesquisa quantitativa e qualitativa.

Palavras-chave: Imagem institucional; Pesquisa de Opinião Pública; Plano de Relações Públicas; Naturologia Aplicada.

1 Introdução

O Curso de Graduação de Naturologia Aplicada da Universidade do Sul de Santa Catarina foi fundado no ano de 1998, no Campus da Pedra Branca, no município da Palhoça em Santa Catarina do ideal de um grupo de professores que acreditavam profundamente na transformação da sociedade através da educação diferenciada, baseados na qualidade de vida, integração, interdisciplinaridade, visão sistêmica do ser, educação ambiental, filosofia, física quântica e afeto. (RAUPP, 2009)

Para florescer nas bases citadas acima, o curso inicialmente foi ministrado como especialização para formar professores capacitados a construir esta escola com educação diferenciada, oriunda do mais profundo respeito pela natureza e pelo ser humano. Após a

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Pesquisa Comunicação, Ciência, Meio Ambiente e Sociedade XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Curitiba - 03 e 04 de Setembro de 2009.

² Relações Públicas (UNIVALI), Mestranda do Curso de Ciências da Linguagem da UNISUL, professora do Curso de Naturologia Aplicada (UNISUL), email: carolinabrubin@hotmail.com

³ Naturóloga (UNISUL), Especialista em Gestão Estratégica de Pessoas (SENAC), professora do Curso de Naturologia Aplicada (UNISUL), email: julie@athman.com.br

⁴ Naturóloga (UNISUL), Especialista em Gestão Estratégica de Pessoas (SENAC), professora do Curso de Naturologia Aplicada (UNISUL), email: katekaru@athman.com.br



criação da especialização, teve início o curso de graduação universitária em Naturologia Aplicada.

O Curso de Naturologia traz como proposta o cuidado ao indivíduo partindo de uma visão integral, com a intenção de promover, manter e recuperar a saúde, a qualidade de vida e a sua integração ao meio em que vive. (HELLLMANN; WEDEKIN 2008).

Por ser um curso de proposta pedagógica inovadora, recente, e por ter migrado seu enfoque de curso da área da educação para curso da área da saúde, tendo completado 10 anos da existência de curso de graduação, a coordenadora do Curso de Naturologia Aplicada, Rozane Goulart, sentiu a necessidade de pesquisar a opinião de seus públicos.

A coordenação do Curso de Naturologia Aplicada há muito se preocupava com a imagem do curso e de seus próprios alunos perante o Campus da Pedra Branca e perante a sociedade, tomando inúmeras medidas como a ressaltar a importância da aplicação das práticas de biossegurança dentro dos laboratórios e consultórios do curso, confecção e distribuição de cartilhas sobre conduta e ética aos calouros do curso, além de conteúdos pedagógicos ministrados estrategicamente na cadeira de Visão Integral do Ser, onde os acadêmicos aprendem sobre a importância da postura profissional para uma classe profissional que ainda luta pelo reconhecimento através de um projeto de lei.

Entretanto, a imagem do Curso de Naturologia Aplicada extra oficialmente era negativa entre os alunos do Campus da Pedra Branca, todavia este dado precisava ser confirmado através de uma pesquisa de Opinião Pública que pontuasse e descobrisse diversas questões estratégicas para o processo de reconhecimento e consolidação da imagem institucional da Naturologia Aplicada.

Para Canfield (1991), a pesquisa é essencial, não apenas para obter informações que determinem os objetivos, os temas, os métodos de comunicação e outras características de um sólido programa de Relações Públicas (RP), mas é igualmente útil para aquilatar a eficácia de um só ou de todas as características de uma campanha de RP.

A opinião pública só muda lentamente, às vezes imperceptivelmente; e devem fazer-se contínuos estudos de opinião a fim de sondar a receptividade a uma campanha de RP. Além disso, a administração precisa saber se um programa de RP está propiciando opinião pública favorável, que justifique suas despesas com atividades de RP. (CANFIELD, 1991, P.505)



O conceito de opinião pública por Auguras *apud in* Freitas (1984, p. 03) é um fenômeno social, existente apenas em relação a um grupo, e é um dos modos de expressão desse grupo difundindo-se através de redes de comunicação do grupo.

De acordo com Dewey, *apud in* Andrade (1964, p. 04) “Opinião pública é o julgamento formado e levado em consideração por aqueles que constituem o público e diz respeito a negócios públicos”.

Andrade (1980, p. 05) caracteriza a opinião pública como:

Não sendo unânime; não sendo necessariamente a maioria; diferente da opinião de qualquer elemento público, composta das diversas opiniões existentes no público, em contínuo processo de formação das diversas opiniões existentes no público, e em contínuo processo de formação e em direção a um consenso completo, sem nunca alcançá-lo.

Para conhecer a opinião pública, as relações públicas dispõem da pesquisa de opinião pública. A pesquisa de relações públicas ou de opinião pública, de acordo com Canfield (1991, p. 483), é o método organizado de determinar o que as pessoas pensam sobre a organização - suas políticas, práticas, programas, pessoal e intenções.

De acordo com Canfield (1991, p. 492), o primeiro passo, quando se trata de realizar uma pesquisa de relações públicas, consiste em considerar os problemas com que uma organização se defronta e que possam afetar o bem estar público.

Kunsch (1986, p. 86) completa afirmando que é através deste tipo de pesquisa que se pode fazer a investigação e a crítica a respeito das normas e processos de organização, para explicar a atitude e opinião pública dos públicos.

Canfield (1991, p. 486) ainda sobre a opinião pública discorre assegurando que o extenso objetivo de um estudo de opinião é comumente determinado pela administração antes que a mesma se decida a empreendê-lo.

O objetivo do presente artigo foi verificar a opinião dos acadêmicos do Campus da Pedra Branca sobre o curso de Naturologia Aplicada.

Os objetivos específicos da pesquisa de opinião pública do Projeto Divulgando a Naturologia foram: Traçar o perfil dos acadêmicos do Campus da Pedra Branca, seu curso, período que estudavam; graduação e gênero dos entrevistados; classificar se os alunos conheciam ou não o Curso de Naturologia Aplicada; descobrir qual era a Imagem Institucional do Curso de Naturologia Aplicada para estes acadêmicos; identificar quais os projetos do Curso de Naturologia Aplicada era conhecido pelos discentes; apontar a



participação dos discentes entrevistados nos projetos do Curso; descrever a experiência dos discentes que participaram dos projetos de Naturologia; mapear os que os discentes conheciam sobre as ações e função de um Naturólogo; rastrear a frequência de acesso dos discentes ao site da Unisul, além de tipos de informação que os discentes gostariam de encontrar nele, descobrir a melhor maneira de informá-los e sondar sobre como os discentes se mantinham informados sobre a vida acadêmica no Campus da Pedra Branca.

2 Metodologia

A Pesquisa de Opinião Pública foi aplicada com 840 dos 3000 acadêmicos do Campus da Pedra Branca. Participaram da Pesquisa, acadêmicos de 18 dos 24 cursos de Graduação do Campus da Pedra Branca (Naturologia Aplicada, Psicologia, Educação Física, Administração, Sistemas da Informação, Serviço Social, Engenharia Elétrica, Engenharia Telemática, Pedagogia, Ciências Contábeis, Fisioterapia, Direito, Ciências da Computação, Medicina, Gastronomia, Cinema, Jornalismo e Nutrição).

A Pesquisa de Opinião Pública caracterizou-se como pesquisa quantitativa e qualitativa, pois num primeiro momento é empregada a quantificação no tratamento das informações, que será tabulada por meios estatísticos.

Este método garante uma precisão de resultados, evitando assim distorções de análise e interpretações. (RICHSRDSON, 1999, p. 70).

Porém, a avaliação dos dados obtidos foi realizada a partir de uma ótica qualitativa, sendo que esta possui a facilidade de poder descrever a complexidade de um determinado problema, analisar a interação de variáveis, apresentar contribuições no processo de mudança, criação ou formação de opiniões de determinado grupo e permitir a interpretação das particularidades dos indivíduos. (OLIVEIRA, 1998, p. 117).

Quanto às técnicas de coleta de dados de acordo com Canfield (1991, p. 496):

Há cinco métodos gerais, usados na obtenção de respostas a perguntas de pesquisa de opinião pública; 1) pelo correio; 2) por entrevistas pessoal individual; 3) por telefone; 4) por entrevistas com grupos e 5) por uma combinação dos quatro métodos anteriores. A escolha desses métodos depende do tamanho e acessibilidade do público a ser entrevistado, do número de perguntas, dos objetivos da pesquisa e dos fundos disponíveis.



Nesta pesquisa de opinião pública com os acadêmicos do Campus da Pedra Branca, utilizou-se técnicas de entrevista pessoais individuais próprias da pesquisa de opinião pública.

De acordo com Canfield (1991, p. 496):

As vantagens das entrevistas pessoais individuais são a obtenção de informações mais completas, mediante comentários, explicações e discussões com os entrevistados; a de poderem os entrevistados ser escolhidos segundo a idade, rendimentos, padrões de vida e outros fatores que possam influenciar as respostas; a de se poder fazer maior número de perguntas; a de ser alta a proporção das respostas; a de que pesquisadores podem modificar seu método de abordagem, e variar ou adaptar as perguntas segundo o tipo de entrevistado, e a de que o pesquisador tem um melhor controle do grupo investigado. (...) as investigações pessoais exigem uma vasta organização, seleção cautelosa, treinamento completo e contínua supervisão dos pesquisadores de campo.

Os questionários da pesquisa de opinião pública foram compostos por perguntas fechadas e abertas, testados primeiramente em entrevistas preliminares, antes de serem adotadas em maior amplitude, acarretando na modificação da redação de duas perguntas do questionário inicial (ver apêndice). (CANFIELD, 1991, p. 495)

Os 840 alunos entrevistados pela Pesquisa de Opinião Pública possibilitaram a construção e análise dos quadros demonstrativos. A partir deles, pudemos inferir diversas observações qualitativas referentes, a opinião dos acadêmicos do Campus Pedra Branca sobre a Imagem Institucional do Curso de Naturologia Aplicada; descrever a experiência dos discentes que participaram dos projetos de Naturologia, e reconhecer o que os discentes conheciam sobre as ações e função de um Naturólogo.

Apoiados nas respostas dos entrevistados pudemos ainda inferir diversas observações quantitativas referentes ao perfil dos acadêmicos do Campus da Pedra Branca, seu curso, período que estudavam, graduação e gênero dos entrevistados, além de classificar se os alunos conheciam ou não o Curso de Naturologia Aplicada. Apontar índice de participação dos discentes entrevistados nos projetos do Curso, rastrear a freqüência de acesso dos discentes ao site da Unisul, além de tipos de informação que os discentes gostariam de encontrar no site da Unisul, descobrindo a melhor maneira de informá-los e sondar sobre como os discentes se mantinham informados sobre a vida acadêmica no Campus da Pedra Branca.



A pesquisa de opinião pública sobre Imagem Institucional do Curso de Naturologia Aplicada foi aplicada no período de Outubro a Dezembro de 2008, com 840 dos 3000 acadêmicos do Campus da Pedra Branca, representando 28% do total de alunos matriculados no semestre de 2008/2, esta amostragem confere a pesquisa uma margem de erro de 2,9% conforme Barbetta (2004)

3 Resultados da pesquisa de Opinião Pública com os acadêmicos do Campus da Pedra Branca da Universidade do Sul de Santa Catarina

A Pesquisa de Opinião Pública buscou conhecer o perfil dos acadêmicos do Campus da Pedra Branca, seu curso, período que estudavam, graduação e gênero dos entrevistados.

Os 840 entrevistados faziam parte de 18 dos 24 Cursos de Graduação do Campus da Pedra Branca, destes, 55 % foram representados pelos acadêmicos dos Cursos de Naturologia Aplicada, Psicologia e Educação Física juntos. Cursavam em sua maioria a 2^a, 4^a, 6^a e 8^a fase totalizando 54,17% do total de alunos pesquisados, e eram em sua maioria mulheres quantificadas em 64,24 % dos pesquisados.

Se analisarmos apenas os alunos de Naturologia Aplicada, veremos que a maioria dos alunos de Naturologia que participou da pesquisa cursa a 7^a, 6^a e 4^a fase somando 59% dos entrevistados apenas do Curso de Naturologia Aplicada.

A Pesquisa de Opinião Pública buscou identificar se os alunos conheciam ou não o Curso de Naturologia Aplicada. Segundo a pesquisa de Opinião Pública 92,02% dos entrevistados já ouviu falar no Curso de Naturologia Aplicada, mostrando que o curso é conhecido para grande maioria dos entrevistados, entretanto 7,02% dos entrevistados nunca ouviram nem sequer falar neste curso de graduação dentro do Campus da Pedra Branca, mostrando que ainda é necessário ações e planejamentos de comunicação interna para promover e divulgar o Curso de Naturologia Aplicada para os acadêmicos deste Campus.

Um dos principais objetivos desta pesquisa era descobrir qual a Imagem Institucional do Curso de Naturologia Aplicada para estes acadêmicos. De acordo com a pesquisa de Opinião Pública a imagem que os estudantes dos 18 cursos do Campus da Pedra Branca têm do Curso de Naturologia Aplicada está relacionada em sua grande maioria a Práticas Naturais com 17,86% das respostas dos entrevistados, 14,29%



responderam algo ligado a coisas naturais, 14,17% disseram método ou medicina alternativa, 9,05% não sabia ou não responderam, 8,33% dos alunos entrevistados ligam Naturologia a promoção da saúde, 6,79% pensa em visão integrada do ser, e 5,83% dos entrevistados tem uma imagem negativa (como por exemplo: alunos fazendo fotossíntese no gramado, gente do batuque do “belzebu”, tudo mais liberado, *hippies*, pessoas sujas, cachorros sarnentos, piolho, gente que não estuda, bando de desocupados, desordem, gente doida, ervas, etc.).

Segundo Rodrigues (2007, p. 01):

a imagem institucional, é algo auto-gerada à medida que um grupo de pessoas constrói uma empresa, uma marca, um curso, uma profissão. A Imagem institucional deve servir como um produto de consumo para todos os públicos.

Para Rodrigues (2007) ainda sobre imagem institucional, é preciso trabalhar todos os públicos; se isso não acontecer a imagem não será perene e não se tornará um signo, ou seja: uma imagem tão poderosa que se torne um signo, compreendido como uma imagem sonora, mental e imediata. (Rodrigues, 2007).

A Pesquisa de Opinião Pública desejava identificar, também, quais os projetos do Curso de Naturologia Aplicada eram conhecidos pelos discentes entrevistados. De acordo com a pesquisa de opinião pública realizada no Campus da Pedra Branca, quando questionamos os discentes a respeito de conhecerem os projetos de Naturologia abertos a comunidade, 65,26% dos alunos pesquisados conheciam os projetos, todavia, 37,74% dos alunos entrevistados dos 18 cursos do Campus da Pedra Branca desconheciam todos os projetos ou não responderam.

Entretanto a pergunta da pesquisa de opinião pública era quais os Projetos do Curso de Naturologia oferecidos pela Unisul abertos a acadêmicos o entrevistado conhecia.

A tabulação dos dados correspondentes a esta pergunta, mostrou, portanto que 37,74% dos entrevistados desconhecem os projetos do Curso de Naturologia, 23,21% dos pesquisados conhecem o Projeto Vamos Falar Sobre Drogas, 7,62% conhece os atendimentos individuais, 6,79% conhece o Programa Linha Verde, 4,29% não respondeu, 4,17% conhece o Projeto *Shiatsu* Terapêutico, 2,74% conhece o Projeto GAANA, 1,90% Projeto CEN.



O Curso de Naturologia Aplicada atualmente possui 333 alunos matriculados. Destes 79,57% são do sexo feminino e tem em sua maioria (68,24% dos acadêmicos de Naturologia Aplicada matriculados) idade entre 21 e 25 anos.

Um dado oriundo do cruzamento de informações desta questão foi o índice de alunos do Curso de Naturologia Aplicada que disseram desconhecer os projetos do próprio curso. 20,91% dos alunos da Naturologia da 1ª, 3ª, 4ª, 7ª e 8ª fase disseram desconhecer todos os projetos do próprio curso.

Um dos objetivos específicos desta Pesquisa de Opinião Pública era apontar o índice de participação dos discentes entrevistados nos projetos do Curso. Descobrimos que 68,10% dos discentes entrevistados não haviam participado de nenhum projeto do Curso de Naturologia, enquanto 30,36% haviam participado e 1,55% não responderam.

Através da pesquisa, pretendia-se conhecer a descrição da experiência dos discentes que participaram dos projetos de Naturologia. De acordo com os dados obtidos, o Projeto mais procurado pelos discentes entrevistados do Campus da Pedra Branca e que os mesmos participaram ativamente foi o projeto Vamos Falar sobre Drogas, oferecido pelo Curso de Naturologia Aplicada, com 43,14% de participação dos alunos entrevistados, na sequência com 23,92% da participação dos entrevistados veio o Programa Linha Verde. 17,65% dos pesquisados participaram dos atendimentos individuais no Centro de Práticas Naturais (CPN), enquanto 5,49% participaram do Projeto *Shiatsu* Terapêutico, e 3,92% dos entrevistados participaram do Projeto Ateliê de Arte Terapia.

O Cruzamento de dados nesta questão nos permitiu saber, que dos 255 entrevistados que já participaram de algum projeto do Curso de Naturologia, 120 eram do próprio Curso de Naturologia Aplicada, ou seja, a maioria com 52,95% eram alunos dos 17 outros Cursos do Campus da Pedra Branca, enquanto 47,05% dos alunos que participaram dos projetos oferecidos pelo curso de Naturologia eram da própria Naturologia.

Se analisarmos apenas as respostas dos alunos da Naturologia Aplicada que participaram dos projetos, entenderemos que 65,21 % dos entrevistados dizem conhecer os atendimentos individuais no CPN, 64,13% dos entrevistados conhecem o Projeto Vamos Falar sobre Drogas, 62,50% dos pesquisados conhecem o Programa Linha Verde, 59,23% conhecem o Projeto Ateliê de Arte Terapia, 53,80% dos discentes de Naturologia pesquisados conhecem o Projeto GANNA, 48,91% conhecem o Projeto *Shiatsu* Terapêutico, 28,80% conhecem o Projeto Roda Viva de Leitura, enquanto 22,28% dos entrevistados conhecem o Projeto CEN. Conhecem o Projeto Bioativa 18,47% dos



entrevistados, enquanto 3,26% dos entrevistados conhecem o Projeto Leituras Foucaultianas.

Após mapear o que os discentes conheciam sobre o campo de atuação e prática do Naturólogo, observou que de acordo com os 255 discentes entrevistados que disseram ter participado dos projetos do Curso da Naturologia Aplicada, 58,43% classificam como ótima a experiência no projeto, 34,12% classificaram como boa, enquanto 2,75% dos entrevistados disseram ter sido uma experiência regular e 4,71% não respondeu, mostrando assim que o grau de satisfação dos participantes é alto e muito positivo.

Um aspecto muito importante para esta pesquisa de Opinião Pública era mapear os que os discentes conheciam sobre a atuação e prática do Naturólogo. Quando questionados sobre o que um profissional de Naturologia faz, 36,90% dos entrevistados não souberam ou não responderam, 22,50% disseram ser um profissional que aplica práticas naturais, 7,62% disseram ser alguém que atende seus interagentes⁵ partindo de uma visão integrada do ser, 7,50% disseram ser alguém que atua na prevenção, promoção e manutenção da saúde, 5,12% disseram ser alguém que aplica métodos ou terapias/medicina alternativa entre outras respostas com porcentagem inferior a 3%.

Outro dado da pesquisa era rastrear a frequência de acesso dos discentes ao *site* da Unisul, além de tipos de informação que os discentes gostariam de encontrar no *site* da Unisul.

Ao perguntarmos aos entrevistados com que frequência os discentes entrevistados costumava acessar o *site* da Unisul descobrimos que 34,40% dizem acessar uma vez por semana, 30,48% dizem acessar todos os dias, 12,50% dizem acessar raramente, 10,48% dizem acessar nos finais de semana, 6,90% dizem acessar uma vez por mês, enquanto 2,98% não responderam e 2,26% disseram só abrir seus *emails*.

De acordo com a pesquisa, quando questionamos sobre que informações os discentes gostariam de encontrar no *site* da Unisul 28,11% dos entrevistados não souberam dizer ou não respondeu, 15,14% disse que maior divulgação do curso de Naturologia Aplicada, 10,81% dos entrevistados gostaria de encontrar serviços da secretaria, 8,65% dos entrevistados gostaria de encontrar calendários de congressos e eventos acadêmicos e festivos, 8,11% gostaria de encontrar uma sessão de entretenimento, 7,57% oportunidade

⁵ O termo Interagente ao invés de paciente é utilizado, uma vez que o indivíduo não será passivo; ele interagirá de forma ativa, sendo o principal responsável pela sua saúde e sua vida. (DELLAGIUSTINA; HELLMANN, 2008, p. 21).



de estágios/empregos e mercado de trabalho, 6,49% atividades acadêmicas e projetos de ex alunos, e 4,86% considera o *site* incompleto entre outros índices inferiores a 3%.

Por fim gostaríamos de descobrir a melhor maneira de informá-los e sondar sobre como os discentes se mantinham informados sobre a vida acadêmica no Campus da Pedra Branca. De acordo com a pesquisa, a maioria dos entrevistados com 43,57% disse que o melhor meio de ser informado sobre os projetos acadêmicos que acontecem no Campus da Pedra Branca é por *email*, 19,40% disseram que o melhor meio de ser informado é pelo *site*, enquanto 12,98% disseram ser através de cartazes, faixas e avisos nos murais. Para 9,76% dos entrevistados o melhor meio é a divulgação em sala de aula, 7,14% não sabe ou não responderam, 3,57% disse que através de folders, panfletos e flyers entre outros meios.

Segundo a pesquisa quando perguntamos aos discentes entrevistados sobre como eles se mantêm informado sobre a vida acadêmica e as notícias da Unisul, a maioria com 71,31% das respostas disse que através do Portal Unisul, 18,31% disse através de conversas informais com alunos/professores também conceituado pelos entrevistados como Radio Corredor, 5,95% através de emails, 2,50% não soube ou não respondeu entre outros como: estação cultura, mural, TV Unisul, cartazes e telefone.

4 Considerações Finais:

O diagnóstico da pesquisa aponta pontos fortes e pontos fracos, levantados pela pesquisa de Opinião Pública.

Tornam o Curso de Naturologia capacitado a melhorar as suas atividades empresariais: o grande número de questionários respondidos; a grande maioria dos acadêmicos entrevistados; o reconhecer da existência do Curso de Naturologia; o alto nível de satisfação dos alunos que participaram dos projetos oferecidos pelo curso de Naturologia Aplicada, além da cultura de comunicação já existente no Curso de Naturologia Aplicada que propiciou a realização desta pesquisa.

Inibem a capacidade do Curso e seus projetos de alcançarem eficácia relacionada à Imagem Institucional do Curso: Desconhecimento dos próprios alunos da Naturologia sobre os Projetos oferecidos pelo Curso de Naturologia, já que 20,91% dos alunos da Naturologia da 1^a, 3^a, 4^a, 7^a e 8^a fase disseram desconhecer todos os projetos do próprio curso; a pouca participação dos acadêmicos da Pedra Branca nos Projetos de Naturologia abertos a Comunidade; a divisão dos conceitos sobre a atuação profissional do Naturólogo



e desconhecimento considerável sobre o exercício da profissão entre os alunos pesquisados, além da imagem do curso apontada pela pesquisa.

A pesquisa mostrou que a imagem que os estudantes dos 18 cursos do Campus da Pedra Branca que participaram da pesquisa têm do Curso de Naturologia Aplicada mostrou que a imagem que os entrevistados têm do curso está relacionada em sua grande maioria a práticas naturais, algo ligado a coisas naturais, método ou medicina alternativa, promoção da saúde e visão integrada do ser, mostrando que os conceitos citados pelos acadêmicos do Campus Pedra Branca ainda são bem divididos e frágeis, conforme os números levantados pela pesquisa.

Outro dado que chamou atenção foi que 5,83% dos entrevistados têm uma imagem negativa do Curso de Naturologia, associando o curso conforme algumas respostas a: “pessoas sujas”, “alunos fazendo fotossíntese no gramado”, “gente do batuque do “belzebu”, “tudo liberado”, “*hippies*”, “pessoas fedorentas”, “cachorros sarnentos”, “gente piolhenta”, “*dreads*”, “gente que não estuda”, “desocupados”, “baderneiros”, “gente doida”, “maconha geral”, “chás alucinógenos”, e “esoterismo”, entre outras tantas respostas do gênero.

Estes dados mostram que a imagem de curso como um curso da área da saúde precisa ser reforçada através do ótimo serviço prestado pelo naturólogo e pela postura profissional impecável dos mesmos, podendo a imagem institucional deste curso ser auxiliada por um Plano de Relações Públicas, voltados as suas necessidades específicas.

De acordo com Kunsch (1986, p. 79), o planejamento constitui uma das funções básicas de Relações Públicas. Para a autora, o fato das Relações Públicas se envolverem sempre com públicos e a opinião pública em geral, evidenciando que vão querer o máximo de cuidados e uma sistematização das ações.

Para reforçar esta imagem Institucional do Curso de Naturologia Aplicada foi proposto um programa de Relações Públicas com seis projetos de RP com objetivos específicos distintos e com objetivo geral de fortalecer a imagem Institucional do Curso de Naturologia Aplicada junto aos alunos e colaboradores da Unisul Pedra Branca.

Os resultados da pesquisa aplicados ao programa de Relações Públicas foram tão animadores que a coordenação do Curso de Naturologia já aprovou nova pesquisa de Opinião Pública programada para Outubro de 2009.

Resgatamos aqui um comentário sobre a opinião pública de Canfield (1991, p. 505) que diz que esta só muda lentamente, às vezes imperceptível, e que os profissionais desta



área devem fazer contínuos estudos de opinião a fim de sondar a receptividade a uma campanha de RP.

Cabe ressaltar que cada um dos projetos de Relações Públicas apresentados ao curso de Naturologia Aplicada, aborda e trata os problemas levantados pela pesquisa de opinião pública realizado de outubro a dezembro de 2008 com os acadêmicos do Campus da Pedra Branca da Universidade do Sul de Santa Catarina, dando margem a novas pesquisas nesta área.

Referencial Bibliográfico

ANDRADE, Cândido Teobaldo de Souza. **Público e opinião pública**. In: *Curso de relações públicas*. São Paulo: Atlas, 1980. p.15-20.

_____. **Relações Públicas deve ter objetivo específico**. Publicado no jornal *O Estado de São Paulo*, São Paulo, 10 abr. 1991. Empresas, p. 4.

_____. **Mito e realidade da opinião pública**. *Revista de Administração de Empresas*, São Paulo, v. 4, n. 11, p. 107-122, out./dez. 1964.

BARBETTA, Pedro Alberto. **Estatística Aplicada às Ciências Sociais**. 5. ed. Florianópolis: Editora da UFSC, 2004.

CANFIELD, Bertrand R. **Relações Públicas**. São Paulo: Pioneira, 1991.

DELLAGIUSTINA, Marilene; HELLMANN, Fernando, WEDEKIN, Luana. **Naturologia Aplicada: Reflexões sobre saúde integral**. Tubarão: Editora UNISUL, 2008.

FREITAS, Sidinéia Gomes. **Formação e desenvolvimento da opinião pública**. _Revista Comunicarte, Campinas, v. 2, n. 4, p. 177-184, segundo semestre 1984.

HELLMANN, F; WEDEKIN, L.M. **O livro das interagências**. Tubarão: Unisul, 2008.

RAUPP, Rosa Maria. **História da Naturologia Aplicada no Brasil**: depoimento. Entrevistador: C.B.Rubin. Florianópolis: 2009. 1 gravador digital.

RICHARDSON, Roberto J. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. São Paulo: Atlas, 1999.

RODRIGUES, Nayara, **Marketing nas organizações**. BLOG: Porque contratar um relações públicas. Postado em 05 de Novembro de 2007. Acesso em 20/05/2008, disponível em: <http://comtudorp.blogspot.com/>

KUNSCH, Margarida Maria Kroling. **Planejamento de Relações Públicas Integrada**. São Paulo: Summus, 1986

OLIVEIRA, Silvio L. de. **Tratado de metodologia científica**: projetos de pesquisas, TGI, TCC, monografias, dissertações e teses. São Paulo: Pioneira, 1998.

TORQUATO, Gaudêncio. **Cultura, poder, comunicação imagem: fundamentos da nova empresa**. São Paulo: Pioneira, 1991



APENDICE

**PESQUISA DE OPINIÃO PÚBLICA PARA O PROJETO DIVULGANDO A
NATUROLOGIA: ALUNOS DA UNISUL PEDRA BRANCA**

O Projeto “Divulgando a Naturologia” tem o objetivo de divulgar e consolidar a imagem institucional do curso de Naturologia Aplicada e divulgar seus programas e projetos junto ao público interno e externo da rede acadêmica. Sua participação é primordial para o melhoramento de nossa atuação junto à comunidade acadêmica. Obrigado!

1. Qual o seu curso de Graduação, e em que fase está? Sexo: Feminino () Masculino()

R: _____

2. Você já ouviu falar do Curso de Naturologia Aplicada da Unisul? () Sim () Não

3. Quando se fala em Naturologia Aplicada o que lhe vem à mente?

R: _____

4. Quais os Projetos do Curso de Naturologia Aplicada oferecidos pela Unisul abertos a acadêmicos e a comunidade você conhece? () Programa Linha Verde () Programa Roda de Leitura () Projeto Bio Ativa () Projeto Vamos Falar Sobre Drogas () Projeto GAANA () Projeto ateliê de Arte Terapia () Projeto Shiatsu Terapêutico () Projeto CEN () Atendimentos Individuais no Centro de Práticas Naturais (CPN) – Estágio Obrigatório () Desconheço todos () Outro:_____.

5. Você já participou de algum projeto oferecido pelo curso de Naturologia Aplicada?

() Sim () Não () Não, mas conheço alguém.

6. Qual o Projeto que participou? () Programa Linha Verde () Programa Roda de Leitura () Projeto Bio Ativa () Projeto Vamos Falar Sobre Drogas () Projeto GAANA () Projeto ateliê de Arte Terapia () Projeto Shiatsu Terapêutico () Projeto CEN () Atendimentos Individuais no Centro de Práticas Naturais (CPN) – Estágio Obrigatório () Desconheço todos () Outro:_____.

7. Como descreveria a experiência no Projeto? () Ótima () Boa () Regular () Ruim () Não participei. () Outro:_____

8. O que um profissional de Naturologia faz?

R: _____

9. Com que frequência você costuma acessar o site da Unisul? () Quase todos os dias () Nos finais de semana () Uma vez por semana () Uma vez por mês () Muito raramente () Só abro o meu e-mail.

10. Que tipo de informação você gostaria de encontrar no SITE da UNISUL?

R: _____

11. Qual o melhor meio de informá-lo sobre os Projetos Acadêmicos que acontecem no Campus da UNISUL Pedra Branca?

R: _____

12. Como você se mantém informado sobre a vida acadêmica e as notícias da Unisul? () e-mail () Unisul Hoje () Portal Unisul () Estação Cultura () TV Unisul () Outro:_____.