



UNISINOS MAXIMUM - CONHEÇA E APROVEITE O CAMPUS AO MÁXIMO¹

Belisa Zoehler GIORGIS²

Adriane DIENSTMANN³

Daiana CUNHA⁴

Joyce SIQUEIRA⁵

Leandra GONÇALVES⁶

Sinara SAMPAIO⁷

Gabriela GONÇALVES⁸

Universidade do Vale do Rio dos Sinos - UNISINOS, São Leopoldo, RS

RESUMO

O evento UNISINOS Maximum consiste em visitas guiadas a diferentes locais do campus São Leopoldo da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), para oportunizar aos alunos veteranos conhecer melhor as instalações da instituição, para que saibam tudo o que ela oferece e possam desfrutar com mais qualidade do período que lá permanecem. O objetivo é que os estudantes valorizem a Universidade, melhorando o relacionamento, o que pode colaborar para que seja minimizada a evasão e para que sejam ampliadas as possibilidades de que os alunos permaneçam estudando na UNISINOS, até mesmo em outros níveis. A metodologia utilizada para a coleta de dados foi composta por pesquisa bibliográfica sobre eventos e público, além da obtenção de informações por meio da Internet; e foram realizadas também pesquisas qualitativas, com as técnicas de entrevista em profundidade e observação participante.

PALAVRAS-CHAVE: UNISINOS; Evento; Universidade; Alunos veteranos; Relacionamento.

INTRODUÇÃO

Durante a disciplina Captação de Recursos, do curso de Comunicação Social - Relações Públicas da UNISINOS, no segundo semestre de 2009, foi oportunizado aos alunos que escolhessem uma organização para desenvolver um projeto de evento. Toda a turma escolheu a própria Universidade, com foco no campus São Leopoldo - o principal da instituição -, sendo que apenas um dos grupos formados priorizou a melhora do relacionamento da instituição com seus alunos veteranos. Esse foco surgiu de uma necessidade de conhecer melhor a UNISINOS para desfrutar de seus recursos, detectada pelos próprios estudantes.

¹ Trabalho submetido ao XVII Prêmio Expocom 2010, na Categoria Relações Públicas, modalidade Organização de Evento.

² Aluna líder do grupo, graduada em Relações Públicas e em Publicidade e Propaganda pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos - UNISINOS, email: belisa@gmail.com.

³ Estudante do 8º. Semestre do Curso de Relações Públicas da Universidade do Vale do Rio dos Sinos - UNISINOS, email: adridienstmann@gmail.com.

⁴ Estudante do 8º. Semestre do Curso de Relações Públicas da Universidade do Vale do Rio dos Sinos - UNISINOS, email: daianavcunha@yahoo.com.br.

⁵ Estudante do 8º. Semestre do Curso de Relações Públicas da Universidade do Vale do Rio dos Sinos - UNISINOS, email: joyce.siqueira@hotmail.com.

⁶ Graduada em Relações Públicas e em Publicidade e Propaganda pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos - UNISINOS, email: leandragoncalves@gmail.com.

⁷ Estudante do 8º. Semestre do Curso de Relações Públicas da Universidade do Vale do Rio dos Sinos - UNISINOS, email: sinarasampaio@hotmail.com.

⁸ Orientador do trabalho. Professora do Curso de Relações Públicas da Universidade do Vale do Rio dos Sinos - UNISINOS, email: gabrielagon@terra.com.br.



Atualmente, uma preocupação das Universidades particulares é justamente promover estratégias para a atração de alunos, com pesados investimentos em campanhas de divulgação de seus concursos vestibulares. Isso justifica-se porque, no entendimento de tais organizações, possuir estudantes matriculados significa a manutenção de toda a estrutura das instituições de ensino superior privadas. No entanto, atrair alunos tem se tornado uma tarefa mais difícil, pois, com o surgimento de novos cursos e centros universitários, com atividades presenciais ou à distância, acabam sobrando vagas ano após ano. Conforme Weber (2009), o Censo da Educação Superior, divulgado pelo Ministério da Educação (MEC), mostra que quase 1,5 milhão de vagas de ensino superior no Brasil estão ociosas. Dessas vagas, 98% pertencem a Universidades particulares.

Uma saída frente a essa situação seria agir não apenas para captar novos alunos, mas auxiliar a contenção da evasão daqueles que já estudam na Universidade, pois estes podem ainda trocar de instituição caso estejam insatisfeitos. Conforme França (2008, p. 99) "cabe à organização tomar a iniciativa e de selecionar os públicos com os quais pretende interagir, e essa relação deve ser planejada e bem-gerenciada". Assim, é sugerido neste projeto um evento que possui como principal objetivo fazer com que os estudantes veteranos valorizem a Universidade em que estão investindo, nesse caso, a UNISINOS. Esta instituição possui uma grande estrutura, em termos de biblioteca, espaços de estudo, laboratórios, áreas de prática desportiva e muitos outros recursos vinculados aos diferentes locais da Universidade. A maior parte dos alunos desconhece esse potencial da Universidade, e a descoberta desses espaços, que ocorre, via de regra, por acaso, não raro é motivo de espanto e encantamento. Deste modo, a ideia é fazer com que cada aluno conheça a estrutura da UNISINOS para poder aproveitá-la ao máximo.

2 OBJETIVO

O objetivo principal do evento UNISINOS Maximum é propiciar uma oportunidade de integração dos alunos veteranos com a Universidade, de modo a trazer melhorias ao relacionamento entre ambas as partes.

Os objetivos específicos são:

- Desenvolver ações para que os alunos possam conhecer os espaços físicos e suas estruturas;
- Mobilizar os alunos e despertar sua curiosidade e interesse pelos diferentes aspectos da Universidade;
- Conseguir o apoio dos coordenadores, professores e demais funcionários, visando estimular a participação dos alunos.



3 JUSTIFICATIVA

Diante do panorama detectado e da necessidade de estreitamento e qualificação o relacionamento entre a UNISINOS e os seus alunos veteranos, verificou-se que um evento direcionado ao público escolhido, poderia contribuir para que o objetivo principal fosse alcançado. Vale lembrar que o evento é um instrumento de comunicação dirigida, caracterizado dentro dela como aproximativo por Fortes (2003, p. 327), esclarecendo que "permite estabelecer relações pessoais diretas entre a instituição e um público ou segmento de público".

Sendo assim, com um evento, é possível oportunizar uma aproximação entre organização e público, nesse caso, entre a UNISINOS e os alunos veteranos, para favorecer a melhoria no relacionamento. Isso ocorre, pois, de acordo com Britto e Fontes (2006, p. 35), um evento é "um momento único que sempre ocorre num determinado espaço de tempo, aproxima pessoas, produtos e serviços, e promove eficaz interação entre eles". Entende-se, portanto, que um acontecimento especial abre a possibilidade de interagir, transmitir informações e estreitar laços de confiança e afeto.

Deste modo, o UNISINOS Maximum apresenta-se como uma ação dinâmica e inovadora dentro da UNISINOS, objetivando apresentar aos alunos veteranos a estrutura da Universidade, para que eles a conheçam melhor e possam desfrutar do que ela oferece, o que facilitará a sua integração com a instituição. O evento consiste em visitas guiadas, com grupos de alunos, a lugares pré-determinados, durante o período de uma semana. Assim, locais interessantes do campus passarão a ser conhecidos pelos estudantes, que terão um determinado espaço de tempo para observar e comentar, durante a visita.

A escolha do público-alvo do UNISINOS Maximum foi estratégica. Em Relações Públicas, de acordo com Fleita (1995 apud França, 2008), público corresponde aos grupos afetados, de forma direta ou indireta, pela atividade de uma organização. Os alunos da UNISINOS são, conforme França (2008), público essencial não-constitutivo ou de sustentação, do tipo primário, pois "a organização depende deles para a viabilização do seu empreendimento; estão altamente envolvidos com ela e a ela ligados de forma jurídica e permanente" (FRANÇA, 2008, p. 87). Deste modo, o público-alvo do evento UNISINOS Maximum é composto pelos alunos veteranos desta Universidade, com idades entre 16 e 25 anos. Esta escolha é estratégica por serem desta faixa etária a maioria dos estudantes desta instituição, correspondendo a 55,39% dos alunos, segundo informações fornecidas pelo setor de Marketing da UNISINOS em 2009. Vale também apontar que, do total de estudantes da Universidade, 54,67% pertencem ao sexo feminino. A escolha dos alunos veteranos como foco principal ocorreu por ter sido detectada uma carência em termos de ações integradoras voltadas a este público.



A UNISINOS possui os seguintes eventos voltados para outros públicos:

- UNISINOS Experience - voltado para alunos de Ensino Médio e pessoas que já concluíram o Ensino Médio, para aumentar a possibilidade de prestarem vestibular e, conseqüentemente, de se matricularem na Universidade.

- Visitas orientadas - direcionado aos pais e outros acompanhantes de vestibulandos, para que conheçam a Universidade, enquanto a pessoa a quem acompanham realiza a prova.

- Calourada - voltado para aqueles que recém ingressaram na UNISINOS, possui ações com o objetivo de integrá-los à instituição.

Assim, verifica-se o nicho existente e inexplorado diante da necessidade da manutenção do relacionamento da UNISINOS com o público correspondente aos alunos veteranos. Passou-se então à definição da metodologia e das técnicas para a elaboração do projeto de evento UNISINOS Maximum, conforme se verá a seguir.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Para elaborar o projeto do evento, foi necessário escolher a metodologia e as técnicas mais adequadas à obtenção das informações que norteariam o desenvolvimento do trabalho. Deste modo, foram utilizadas diferentes técnicas de coleta de dados: pesquisa bibliográfica, em literatura específica relativa a eventos como ferramenta de comunicação, geração de entendimento e melhoria no relacionamento entre uma organização e seus públicos e no site da UNISINOS; e duas pesquisas qualitativas, sendo uma com a técnica de entrevista em profundidade e a outra com a técnica de observação participante. As entrevistas foram realizadas com três alunos veteranos da área da Comunicação da UNISINOS. A escolha dos entrevistados foi por conveniência, pois os participantes estavam disponíveis e tinham relações de amizade com as alunas que elaboraram o projeto de evento. Assim, conforme Duarte (2008), os informantes foram do tipo padrão, ou seja, poderiam ser substituídos por outros, sem prejuízo na obtenção das informações e em sua qualidade. Ainda de acordo com o autor, a validade e a confiabilidade de uma pesquisa qualitativa estão diretamente ligadas à adequada seleção de informantes, ao uso de procedimentos que tragam garantia de que se obtenham respostas confiáveis e à correta descrição dos resultados, possibilitando sua posterior articulação, de modo consistente, com o conhecimento teórico. Dessa forma, foram realizadas as seguintes perguntas:

- Onde você mora e trabalha?
- Para que e em que momentos você vem à UNISINOS?
- Qual o tipo de transporte você utiliza para vir à UNISINOS?
- Quais os locais da Universidade que você conhece e de quais mais gosta? Por quê?

De acordo com Haguete (1990 apud Peruzzo, 2008), a técnica de observação participante implica na necessidade de que o pesquisador se coloque no lugar do pesquisado, compreendendo o sentido de seus atos. Deste modo, a pesquisa qualitativa com a técnica de observação participante consistiu em um olhar mais atento e analítico ao que era presenciado na Universidade, em atos e conversas com os colegas, durante o segundo semestre de 2009. Isso foi possível porque o projeto foi desenvolvido por estudantes que cursavam outras disciplinas nos demais dias da semana, com diferentes turmas de alunos. Segundo Peruzzo (2008, p. 131), uma das finalidades deste tipo de coleta de dados é que "os resultados da pesquisa [...] pudessem retornar ao grupo pesquisado e ser aplicado em seu benefício". Verifica-se então o quanto é adequada sua aplicação como base para a elaboração do projeto do evento UNISINOS Maximum. Assim, foi realizada a observação e foram sistematizados os dados relativos à percepção dos alunos em relação à UNISINOS, como se sentiam no ambiente da instituição e o suprimento ou não de suas necessidades nesse espaço.

Analisando as respostas obtidas nas entrevistas e cruzando essas informações com as obtidas por meio da observação participante., detectou-se que a maior parte deles não vive em São Leopoldo. Somente vão à UNISINOS para assistir às aulas, não sabendo de peculiaridades e locais de outras áreas acadêmicas e, por vezes, não conhecendo bem nem mesmo aquela em que estuda. Por dependerem em grande parte de transporte coletivo, os alunos chegam à UNISINOS em um horário próximo ao do início da aula, e, assim que ela é finalizada, voltam para suas cidades de origem. Mesmo aqueles que possuem veículo próprio pouco tempo permanecem no campus, pois têm suas demais atividades para cumprir, em suas casas e locais de trabalho.

Detectou-se também que os alunos veteranos sentem-se menos acolhidos pela Universidade. É preciso considerar que dar continuidade em seus estudos na UNISINOS implica em amparo financeiro, disponibilidade de tempo e persistência. Por conta disso, um número considerável de alunos acaba desistindo dos cursos, muitas vezes transferindo-se para outras instituições. Após a euforia do início dos cursos, com o passar do tempo, os alunos começam se desmotivar a seguir estudando na UNISINOS. Isso ocorre por questões diversas, como a sensação de que são apenas números para a instituição, o valor das mensalidades, o conteúdo de algumas disciplinas contrastando com a realidade de mercado, a distância de seu local de origem, entre outros. Inclusive há casos de alunos que frequentam somente o número mínimo de aulas necessário à sua aprovação nas disciplinas.

Deste modo, pôde ser verificada a necessidade de uma forma organizada e sistemática de apresentação dos diferentes locais do campus da UNISINOS e os benefícios que propiciam aos alunos, em um horário em que eles estejam na Universidade e de uma maneira que os mobilize a participar. É necessário contar com a concordância, apoio e estímulo dos coordenadores, professores e demais funcionários, de modo a incentivar a adesão à ação.

Com esta base teórica e possuindo o resultado das pesquisas qualitativas, passou-se então ao planejamento do evento, como pode ser visto a seguir.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Para organizar o evento, foi desenvolvido um projeto, de acordo com a estrutura sugerida por Giacaglia (2006), objetivando o estabelecimento de uma estrutura lógica de planejamento e execução. Assim, dividiu-se em tema central, missão, objetivos, público-alvo e perfil dos convidados e formato do evento - com data, local, atividades e programa. A seguir, portanto, pode ser visualizada a versão sintética deste projeto.

O evento acontecerá em cinco locais da Universidade que foram estrategicamente selecionados, por possuírem características diferenciadas. A visita para o primeira a primeira edição do UNISINOS Maximum teve os locais definidos por conta das novidades que apresentam para aqueles que os desconhecem. A escolha de um número restrito de áreas objetivou possibilitar a escolha de outros locais diferentes para as próximas edições do evento.

A utilização do nome UNISINOS Maximum para esse evento objetiva vincular com o já legitimado UNISINOS Experience, projeto que a Universidade realiza com alunos de Ensino Médio. Por dar continuidade à ideia de relacionamento, foi pensada para o logo uma composição de elementos semelhante, também utilizando o nome da Universidade e uma palavra em inglês.

Figura 1 - Logo UNISINOS Maximum



Com base na conceituação desenvolvida para o UNISINOS Maximum, foi delineado o formato do evento. De acordo com o calendário acadêmico da UNISINOS para 2011, foram cogitadas datas para a realização do UNISINOS Maximum que propiciassem maior adesão dos alunos. Assim, o evento foi planejado para que se realize entre os dias 14 e 18 de março de 2011. Este período foi escolhido por naturalmente contar com uma maior presença de alunos do que nas semanas anteriores, de início de semestre. Foi definido o turno da noite, pois é aquele em que mais estudantes estão na Universidade.

Para envolver os professores e funcionários na divulgação do evento, estes serão orientados a exibir, na primeira semana de aula, o vídeo promocional para seus alunos. Os alunos participantes do evento receberão horas de atividades complementares, e os professores, por definição da coordenação



de cada área, colocarão a participação no evento como parte do cronograma de aula. Para a maior parte dos cursos de graduação da UNISINOS é necessário que os alunos tenham completado um número de horas de atividades complementares, que podem ser geradas a partir de cursos, palestras, publicações, participação em determinadas atividades etc. Para os cursos de Comunicação, por exemplo, é necessário somar 180 horas de atividades complementares validadas pela Universidade, para que o aluno possa se formar.

Os professores deverão inscrever os alunos no GAE – Gerência de Atenção ao Aluno. As vagas serão limitadas. Como as visitas serão de 20 minutos, será possível retornar à sala de aula e retomar o conteúdo a ser desenvolvido em cada dia. Assim, o andamento do cronograma das disciplinas não será comprometido.

As horas complementares serão contadas a partir de um mínimo de dois lugares visitados, da seguinte forma:

- dois locais equivalem a uma hora complementar;
- três locais equivalem a duas horas complementares;
- cinco locais equivalem a três horas complementares.

Os alunos participarão acompanhados pelos professores, que farão o controle dos participantes e, após, encaminharão à secretaria de cada área a listagem dos estudantes presentes e do número de locais visitados por cada um. Esses documentos serão encaminhados ao Setor de Registros Acadêmicos para validação das horas complementares.

Em cada lugar visitado, será entregue aos alunos e professores um brinde diferente. Juntos, eles comporão um kit: uma pasta com zíper, uma caneta, um lápis, uma borracha e um bloco de anotações. Nesses locais, a visitação será orientada por voluntários, estudantes de Relações Públicas que estarão colaborando no evento, em troca de horas de atividades complementares.

No UNISINOS Maximum, cada dia da semana será dedicado à visitação em um dos locais selecionados para esta edição do evento. Serão duas horas dedicadas a receber os alunos veteranos. Será realizado o agendamento de seis turmas de 50 alunos por noite.

Tabela 1 - Programação do UNISINOS Maximum

14 de março, segunda-feira, das 20h às 22h	Visita à Biblioteca.
15 de março, terça-feira, das 20h às 22h	Visita ao Complexo Desporto e Lazer.
16 de março, quarta-feira, das 20h às 22h	Visita à TV e Rádio UNISINOS
17 de março, quinta-feira, das 20h às 22h	Visita ao Laboratório de Engenharia e Mecânica
18 de março, sexta-feira, das 20h às 22h	Visita ao Laboratório de Jogos Digitais



Os locais a serem visitados na primeira edição do UNISINOS Maximum são:

- Biblioteca: Por tratar-se de um local que todo aluno deve utilizar durante sua graduação, e que dispõe de uma estrutura arrojada, rico acervo e diversas facilidades para o aluno, como as funcionalidades de pesquisa, reserva e renovação por meio do site, renovação por telefone e o COMUT - setor de Comutação Bibliográfica, para obtenção de artigos, teses, dissertações e monografias, em outras instituições de ensino e pesquisa, no Brasil e no exterior. A biblioteca se localiza na Área Central do campus da UNISINOS. Será realizada uma explanação sobre as diferentes áreas da biblioteca e seus serviços, como os acervos por área do conhecimento, as salas de estudos, o setor de periódicos e o COMUT.

- Complexo de Desporto e Lazer: Oferece diversas atividades para os alunos, contando com academia de ginástica e quadras esportivas. Localizado em frente à Área 3. Será mostrada a possibilidade da prática de atividades esportivas, por meio da apresentação das áreas do complexo, com ênfase para sua estrutura - que conta com campo de futebol, quadras poliesportivas, laboratórios, pista atlética etc - e a academia de ginástica instalada no local.

- Estúdios de TV e Rádio: Possui a estrutura adequada de um estúdio de rádio e de TV profissionais, onde são produzidos programas transmitidos pela Rádio e pela TV UNISINOS, e são realizados os trabalhos de disciplinas específicas dos cursos de Comunicação. Localiza-se na Área 3. Será mostrada a estrutura e suas possibilidades de uso, inclusive com breve exibição de trabalhos produzidos no local, tanto profissionalmente como também aqueles realizados pelos alunos para as disciplinas específicas.

- Laboratório de Engenharia Mecânica: Neste laboratório realiza-se, por exemplo, o teste de impacto em automóveis, por meio do qual se avalia a adequação da estrutura do veículo, e pode ser verificado se oferece segurança àqueles que o utilizam. Localizado na Área 6. Será apresentada a estrutura do laboratório e as suas principais funções, demonstrando a importância desse ambiente para o desenvolvimento de pesquisas e o aperfeiçoamento dos acadêmicos.

- Laboratório de Jogos Digitais: Neste local, pode ser observado como ocorre a transição do movimento de bonecos reais para o ambiente virtual, possibilitando sua utilização como personagens de jogos digitais. Localizado na Área 3. Será mostrada a estrutura deste ambiente, com rápido detalhamento do curso de Desenvolvimento de Jogos Digitais, explicitando sua importância no contexto atual. Também serão demonstrados produtos desenvolvidos no local.

6 CONSIDERAÇÕES

O evento é plenamente exequível, pois está dentro das possibilidades de orçamento da Universidade, principalmente levando-se em consideração o baixo custo estimado. Será aproveitada a

infraestrutura já disponível na Universidade e os recursos humanos serão por meio de voluntários. Foi gratificante elaborar um projeto para a Universidade que nos acolhe há tantos anos, principalmente por ser este evento voltado para veteranos. Detectou-se um nicho e, dentro dele, uma possibilidade de estreitamento do vínculo dos alunos com a Universidade, o que poderá incrementar o entendimento entre ambas as partes, algo vital para a manutenção desse relacionamento. Assim, podemos visualizar claramente esse evento ocorrendo, pois foi planejando com foco em sua viabilidade, objetivando trazer benefícios para os atuais alunos da Universidade.

Por conta disso, em 15 de março de 2010 foi realizada uma apresentação do projeto UNISINOS Maximum, na UNISINOS, tendo como convidadas a gerente de inovação da Unidade de Graduação, Carmen Copetti, a gerente de atenção ao acadêmico, Rosângela Fristch, a coordenadora do curso de Relações Públicas, Erica Hiwatashi, e a coordenadora do curso de Publicidade e Propaganda, Anya Révillion. Com isso, objetivou-se sensibilizar a Universidade para a necessidade desta iniciativa. O projeto foi muito bem aceito pelas convidadas, que reconheceram a importância e a carência de ações que melhorem o relacionamento da Universidade com os alunos veteranos. Sobre a apresentação do projeto, foram publicadas matérias no Portal 3 - site da área de Ciências da Comunicação da UNISINOS - e no JU Online - jornal online da UNISINOS -, conforme as figuras a seguir.

Figura 2 - Matéria publicada no Portal 3

Convite para passear pelo campus

Raquel Piegas
Estagiária de Jornalismo

Para alunos veteranos que não conhecem toda a estrutura da universidade e os recursos que ela pode oferecer, alunas do curso de Relações Públicas elaboraram o *Unisinos Maximum*.

As seis alunas da disciplina Captação de Recursos perceberam que estavam, todas elas, há pelo menos seis anos na Unisinos. Entre as idas e vindas de suas cidades para a Universidade, as alunas de Relações Públicas notaram que muitos colegas frequentavam o mínimo de aulas necessárias para serem aprovados. A razão? A desmotivação impulsionada pela distância e pelo tamanho do campus. O deslumbramento de calouro dava lugar ao tédio do veterano.

Foi na disciplina de Captação de Recursos, ministrada pela prof. Gabriela Gonçalves, que a ideia de elaborar um projeto direcionado ao aluno que já está na universidade nasceu. *Unisinos Maximum – Conheça a Unisinos ao máximo* foi apresentado à prof. Rosângela Fristch e às coordenadoras do curso de Publicidade e Propaganda, Anya Révillion, e do curso de Relações Públicas, Erica Hiwatashi, na quarta-feira, 24.

Se aprovado, o projeto funcionará da seguinte maneira: alunos voluntários do curso de Relações Públicas guiarão visitas de grupos de 50 alunos por cinco dias no início de cada semestre. Os locais a serem visitados serão rotativos a cada ciclo letivo, e as visitas terão duração de 20 minutos. O primeiro programa, previsto para 2011/1, incluirá a Biblioteca, o complexo desportivo, a TV e a Rádio Unisinos, o Laboratório de Engenharia Mecânica e o Laboratório de Jogos Digitais. "Prendemos mostrar que a universidade dá qualificação profissional e infra-estrutura. Assim, fortalecemos o vínculo sentimental do aluno com a instituição", conta Belisa Giorgis, autora do projeto em parceria com Adriane Deintsman, Daiana Cunha, Joyce Siqueira, Leandra Gonçalves e Sinara Sampaio.



Na tarde de quarta-feira, coordenadores conheceram o projeto Unisinos Maximum

Para estimular os estudantes, as alunas propuseram que a atividade valesse horas complementares, tanto para os veteranos que guiarão as visitas quanto para aqueles que participarem. "O projeto é plenamente executável, pois tem baixo custo e aproveita a infra-estrutura da universidade.", avalia a prof. Gabriela Gonçalves. "É algo simples, mas que ainda não foi feito pela universidade"

A ideia do nome *Unisinos Maximum* é manter a identidade com o *Unisinos Experience*, evento voltado para alunos do ensino médio, que apresenta a universidade para os vestibulandos. "Emissoras como MTV e Ipanema FM contribuem na divulgação do *Experience*. Elas trazem o aluno para a Unisinos. Nossa meta é usar esses mesmos veículos para mostrar que os alunos que já estão aqui dentro são bem tratados pela universidade", aponta Leandra.

O projeto *Unisinos Maximum* seguirá para avaliação junto à Gerência de Atenção ao Aluno.

Figura 3 - Matéria publicada no JU Online - site da UNISINOS

29/03/2010 - 18:08

Unisinos Maximum

Acadêmicas do curso de Relações Públicas apresentam projeto realizado na disciplina de Captação de Recursos para a universidade

Texto: Danielle Títton
Imagens: Maurício Montano

Tamanho da letra **A+** **A-**

Com o objetivo de combater a evasão na Unisinos, as alunas Adriane Dienstmann, Belisa Giorgis, Daiana Cunha, Joyce Siqueira, Leandra Gonçalves e Sínara Sampalo, da disciplina de **Captação de Recursos**, do curso de **Relações Públicas**, com a professora Gabriela Gonçalves, desenvolveram o projeto **Unisinos Maximum**. A proposta era criar um evento que apresentasse a estrutura da universidade e estreitasse o vínculo dos acadêmicos com a instituição. Estiveram presentes para conhecer a proposta a gerente de inovação da Unidade de Graduação, Carmen Copetti, e a gerente de atenção ao acadêmico, Rosângela Fristch.

No projeto estão previstas visitas guiadas, com grupos de alunos a lugares pré-determinados, durante uma semana. Foram selecionados espaços para visita, apresentados por monitores, com determinado espaço de tempo para observar e comentar, durante a visita.

"O nome *Unisinos Maximum* tem por objetivo manter a identidade de outro projeto que a universidade já realiza com alunos de Ensino Médio, o *Unisinos Experience*. Os dois seriam programas de relacionamento e, por isso, mantêm a mesma ideia de usar o nome da universidade e uma palavra em inglês", destaca Belisa.

As alunas acreditam que o projeto é plenamente realizável, já que está dentro das possibilidades universidade. "Será aproveitada a infraestrutura já disponível e os recursos humanos serão por meio de voluntários, como estudantes de Relações Públicas, que receberão horas complementares", afirmam.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRITTO, Janaína e FONTES, Nena. **Estratégias para eventos**: uma ótica do marketing e do turismo. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2006.

DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. In: NOVELLI, Ana Lucia Romero et al. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2008.

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

FRANÇA, Fábio. Públicos: como identificá-los em uma nova visão estratégica. São Caetano do Sul: Yendis, 2008.

GIACAGLIA, Maria Cecília. **Eventos: como criar, estruturar e captar recursos**. São Paulo: Thomson, 2006.

PERUZZO, Cicilia Maria Krohling. Observação participante e pesquisa-ação. In: NOVELLI, Ana Lucia Romero et al. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2008.

PIEGAS, Raquel. Convite para passear pelo campus. **Portal 3**. Disponível em: <<http://portal3.com.br/wp/convite-para-passear-pelo-campus>>. Acesso em 25 março 2009.

SITE da Universidade do Vale do Rio dos Sinos - **UNISINOS**. Disponível em: <<http://www.unisinos.br>>. Acesso em: 21 novembro 2009.

TITTON, Danielle. UNISINOS Maximum. **JU Online**. Disponível em: <<http://www.juonline.com.br/index.php/graduacao/29.03.2010/UNISINOS-maximum/2246>>. Acesso em 29 março 2009.

WEBER, Demétrio. Ensino Superior tem quase 1,5 milhão de vagas ociosas; 98% estão nas particulares. **O Globo Online**. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/educacao/mat/2009/11/27/ensino-superior-tem-quase-1-5-milhao-de-vagas-ociosas-98-estao-nas-particulares-914947427.asp>> Acesso em: 9 dezembro 2009.