



CECA SUSTENTÁVEL¹

Amanda Meyer Guariba²

Alana Nogueira Volpato³

Alessandro Marques Palma⁴

Amanda Vieira Favoretto⁵

Ana Beatriz Paulino Stelling⁶

Ana Carolina Sciena⁷

Thaís Regina Módolo⁸

Prof. Dr. Rozinaldo Miani⁹

Universidade Estadual de Londrina, Londrina, PR

RESUMO

Esse trabalho tem o intuito de mostrar como a comunicação comunitária aliada aos veículos de comunicação dirigida interna e veículos digitais de comunicação podem impactar os docentes, discentes e funcionários do Centro de Educação Comunicação e Artes (CECA) da Universidade Estadual de Londrina (UEL) sobre a importância da reciclagem e da sustentabilidade.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação comunitária, veículos de comunicação dirigida, comunicação interna, sustentabilidade.

INTRODUÇÃO

O projeto aqui abordado uniu as disciplinas de “Teoria e Método de Pesquisa em Comunicação C” e “Comunicação Comunitária A”, com o intuito de não só detectar as carências do Centro de Educação Comunicação e Artes na comunicação de seus projetos de reciclagem, mas também de poder promover a aproximação da diretoria do Centro e sua população, a partir da possibilidade de participação destes nas ações de reciclagem do CECA.

¹ Trabalho submetido ao XVII Prêmio Expocom 2010, na Categoria Relações Públicas, modalidade Veículos de comunicação interno e/ou externo.

² Aluno líder do grupo e estudante do 3º. Ano do Curso de Relações Públicas, email: amandinhameyer@hotmail.com

³ Estudante do 3º. Ano do Curso Relações Públicas , email: laninhanv@hotmail.com.

⁴ Estudante do 3º. Ano do Curso Relações Públicas , email: alessandro-mp@hotmail.com.

⁵ Estudante do 3º. Ano do Curso Relações Públicas , email: amandafavoretto @hotmail.com.

⁶ Estudante do 3º. Ano do Curso Relações Públicas , email: bia_stellig@hotmail.com.

⁷ Estudante do 3º. Ano do Curso Relações Públicas , email: acsciena@gmail.com.

⁸ Estudante do 3º. Ano do Curso Relações Públicas , email: thais_modolo@hotmail.com.

⁹ Orientador do Trabalho. Professor do Curso Relações Públicas , email: _____.



2 OBJETIVO

Estimular, por meio da comunicação, práticas de reciclagem no CECA (Centro de Educação Comunicação e Artes) da UEL, sobretudo por parte dos alunos, que são grande maioria da população do Centro. A união da comunicação comunitária e interna visou possibilitar que a informação, passada através dos veículos corretos, facilitasse a educação, a mudança no comportamento, e fomentasse a participação em diversos níveis. Espera-se que a aproximação feita pela comunicação possa firmar um compromisso de responsabilidade dos integrantes do Centro com as atitudes ambientalmente corretas.

3 JUSTIFICATIVA

Levando em conta a influência da Universidade na cidade de Londrina, e o fato de Londrina ser a cidade que mais recicla no Brasil (25% do lixo reciclado), o projeto CECA SUSTENTÁVEL surgiu, na intenção de dar o primeiro passo para transformar o CECA (Centro de Educação, Comunicação e Artes) no primeiro Centro sustentável da UEL. Foi feita a opção pelo Centro, porque é uma estrutura menor, com menos burocracia, e maior possibilidade de mobilização. É no CECA que se concentram as atividades de Comunicação Social e Relações Públicas.

Com a pesquisa realizada no primeiro semestre de 2009, constatamos que a população do CECA (funcionários, discentes e docentes) estão acostumados a reciclar em suas casas, o que era um grande passo para defender que esse costume estende-se à Universidade.

Outros fatores que impulsionaram o trabalho foram à falta de informação sobre reciclagem em geral (materiais, postos de coleta, separação) e, sobretudo, a carência de conhecimento que os alunos tinham sobre as ações de reciclagem do Centro e da UEL. Além de informar, cabe ao projeto motivar e cativar o comportamento responsável dos integrantes do Centro. O projeto é voltado para os alunos, já que esses são o grupo mais afastado da administração do Centro e de suas ações.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Acreditamos que seja cabível implantar um programa de comunicação comunitária que se viabilize através da combinação com preceitos de comunicação interna, porque a pesquisa comprovou que a população do Centro tem sim o hábito de reciclar, mas que não conhece ou não se sente motivado a participar das ações do Centro.



Aqui cabe explicar que a comunicação comunitária é a mais cabível para o projeto porque esse só pode acontecer se houver participação das pessoas. As ações implantadas só poderão funcionar com a participação da maioria dos integrantes do Centro, e por isso a comunicação aqui procura fomentar a participação, a educação e a cidadania. Segundo Peruzzo (2004, p. 3) essa forma de comunicação “abre a possibilidade para a participação ativa do cidadão comum como protagonista do processo.”

A autora afirma (2004) que os meios de comunicação comunitários estão no ambiente em que as pessoas convivem, são feitos por pessoas que participam dessa mesma comunidade, trazendo aqui o conceito de familiaridade. No caso do CECA, é muito importante que essa iniciativa parta de alunos para alunos, pessoas em uma mesma situação, que podem ser percebidas como iguais no nível de participação das ações do Centro. A pesquisa relatou que, muitas vezes, as iniciativas que partiam da Diretoria não contavam com a participação dos alunos, e sim com a dos docentes e funcionários.

O objetivo do projeto é motivar a participação dos alunos não só na ação de jogar o lixo no lugar certo, mas sim de fomentar o interesse pela participação efetiva nas atividades de reciclagem do Centro, inclusive tendo os alunos como futuros responsáveis pela coordenação do projeto. A evolução deles seria de leitores e espectadores para produtores e gerentes do projeto.

Como, em um primeiro momento, a distância entre os alunos é muito grande, optamos por utilizar os meios de comunicação interna como pioneiros nessa aproximação. Inicialmente, Kunsch (apud SCROFERNEKER,) explica que a comunicação interna parte de um setor planejado, com metas previamente definidas, que visem à interação de uma organização com seus empregados. Como no caso dependemos de toda a população que habita o Centro diariamente, ampliaremos essa comunicação para aqueles que usufruem dos serviços do CECA, pois precisamos cultivar neles o compromisso para com o Centro e o meio ambiente. Uma citação que se encaixa bem aqui é de Argenti (apud SCROFERNEKER,) que diz que essa comunicação “envolve desenvolver uma cultura corporativa e ter o potencial de motivar a mudança organizacional”.

Por isso resolvemos utilizar o potencial da comunicação interna, voltada para todos os integrantes do Centro da Universidade, pensando sempre nos nortes da comunicação comunitária que engloba perfeitamente nossos anseios de cativar a participação e compromisso com o Centro.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Os resultados da pesquisa e os objetivos do projeto demandaram que os veículos fossem voltados para os alunos, já que “à comunicação dirigida cabe a elaboração da mensagem eficiente, eficaz e apta a produzir os efeitos desejados pelo público receptor.” (FERREIRA, 1997, p. 73)

Por isso, foram analisados alguns veículos de comunicação dirigida existentes, e após uma seleção, foram selecionados aqueles que conseguissem informar, divulgar, estabelecer certa ligação com o público e abranger toda a comunidade do CECA. Dado isso, foram escolhidos três veículos – juntamente com algumas ações de relacionamento – jornal mural, cartazes e blog.

O jornal mural é um importante veículo de comunicação que tem suas matérias atualizadas periodicamente – o responsável decide o tempo de duração –; consegue receber feedbacks por meio da caixa de sugestões e enquetes, e, conseqüentemente, gera uma integração com o público; possui um custo baixo de produção; pode e deve receber um tratamento de jornal, e possuir uma pauta e não deve ser confundido com um quadro de avisos, pois é muito mais complexo que isso (CESCA apud KUNSCH, 2009, p. 354). O jornal mural

“[...] Constitui uma das formas mais rápidas e eficientes de comunicação com os empregados. Instrumento dinâmico abre espaço para um rol de informações jamais focalizadas por outros veículos empresariais, caracterizando-se principalmente por ser um veículo diário e imediato da comunicação da empresa com seus funcionários e de baixo custo.” (FRANÇA, 2000)

A única ressalva do jornal mural, é que não pode ser utilizado como o único veículo de comunicação existente, ele deve ser somado a outros para conseguir ser eficiente e pode ter uma versão eletrônica.

O outro meio de comunicação escolhido foi o cartaz que, segundo Fortes (2002), são veículos impressos com letras e símbolos grandes, geralmente coloridos, por isso conseguem chamar a atenção do público e transmitir a mensagem que lhe é destinada, complementando esse pensamento, Cesca (apud KUNSCH, 2008) diz que “o valor do cartaz está na atração que ele exerce, visualmente, sobre o público de interesse, tornando-se um veículo importante, sobretudo para complemento de informações, de acordo com um programa de comunicação”.

E por fim, desenvolveu-se um blog, com o objetivo de ser uma extensão do Jornal mural – por esse não suporta matérias com textos grandes –, publicar diferentes textos, e porque “a comunicação dirigida passou a ter uma maior utilização, sendo também



transformada em eletrônica por força da informatização que chegou e a cada dia se torna mais ampla e aprimorada.” (CESCA apud KUNSCH, 2008).

Segundo Scroferneker (2007), o blog é uma página disponibilizada na web, com formato de publicação on-line, caracteriza-se pela facilidade e simplicidade em dispor os mais diversos conteúdos, pode ser compartilhado com um número infinito de pessoas. E, ainda, são meios de interatividade e conversação com os públicos da organização e com pessoas interessadas.

Percebe-se que esses três veículos de comunicação estão interligados, e todos tem sua importância para o desenvolvimento e continuidade do projeto CECA Sustentável.

Sem algum veículo, transmitir as informações necessárias para que os públicos possam interagir, torna-se impossível. E por esse projeto ser mais que um simples plano de comunicação - ser de comunicação comunitária - precisa da participação e do envolvimento da comunidade do Centro.

No ano de 2009, foi possível confeccionar três jornais murais para informar basicamente sobre o projeto, quais seriam as ações, quem eram os responsáveis e quando começariam as ações. Juntamente com o “lançamento” dos jornais murais, foram distribuídas sacolas retornáveis como incentivo a atitudes conscientes, além de auxiliar na divulgação do projeto.

Os alunos que estavam envolvidos no projeto usavam camisetas representando as lixeiras coletoras – vidro, papel, plástico, metal, orgânico e não reciclável – de modo que chamasse a atenção ao mesmo tempo em que acontecia a distribuição de sacolas.

Foi desenvolvido um blog (<http://cecasustentavel.blogspot.com>) para divulgar diversas ações de sustentabilidade. Outra ação digital foi à criação de um boletim eletrônico que seria divulgador do blog e da evolução das ações de reciclagem em período de recesso.

E também foram desenvolvidos cartazes motivadores da prática de reciclagem de lixo pelo centro com o propósito de passar uma mensagem clara e objetiva, entretanto que insistisse na importância do ato de reciclar.

6 CONSIDERAÇÕES

Tomando por base a pesquisa aplicada com os funcionários, alunos e docentes do CECA, pode-se comprovar a necessidade da aproximação da direção com esses grupos, sobretudo os estudantes, que são os menos informados sobre as ações de reciclagem do Centro.



Acreditamos que por meio da conscientização desses grupos sobre o assunto e sobre as ações de reciclagem, será possível mobilizar os estudantes para que sejam mais ativos no Centro e percebam a importância de sua participação nas atividades desse.

A longo prazo, esperamos que essa pequena ação possa fazer do CECA exemplo em ações de sustentabilidade. Assim será possível incentivar outros alunos e funcionários da UEL a implantarem ações como essa em seus locais de trabalho e estudo. Na mais otimista das hipóteses, poderemos impulsionar a UEL a ser mais ativa quanto à reciclagem, e contribuir para seu desenvolvimento sustentável.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

FERREIRA, Waldir. Comunicação Dirigida: Instrumento de Relações Públicas. In: Kunsch, Margarida Maria Krohling (org.) **Obtendo resultados com relações públicas**. Como utilizar adequadamente as relações públicas em benefício das organizações em geral. São Paulo: Pioneiras, 1997. P.73.

FORTES, Waldyr Gutierrez. **Relações Públicas**: processos, funções, tecnologia e estratégias. 2ª ed. São Paulo: Summus, 2003. P. 306.

PERUZZO, Cecília M. Krohling. **Direito à Comunicação Comunitária, participação popular e cidadania**. Apresentado no CELACOM/ENDICOM 2004 (VII Colóquio Internacional sobre a Escola Latino-Americana de Comunicação / V Encontro de Ensino e Investigação da Comunicação nos Países do Mercosul), realizado de 29 a 31 de março de 2004 na Universidade Metodista de São Paulo, Bernardo do Campo. Promoção da Cátedra Unesco / Umesp de Comunicação regional/UMESP.

SCROFENERKER, Cleusa Maria Andrade. **As Relações Públicas e os blogs organizacionais**. Trabalho apresentado no VII Encontro dos Núcleos de Pesquisa em Comunicação – NP Relações Públicas e Comunicação Organizacional. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 30., 2007, Santos. *Anais...* Santos, Intercom, 2007. 1 CD.

SCROFENERKER, Cleusa Maria Andrade. **Afinal, o que é Comunicação Interna?** In: DORNELLES, Souvenir Maria Graczyk. Relações Públicas: Quem sabe faz e explica. Porto Alegre: Edipucrs, 2007.