



A Comunicação como aliada da extensão universitária interdisciplinar:

Implantação da Coleta Seletiva Solidária na Unicruz¹

Fabiane da Silva VERISSIMO²

Marcela Guimarães e SILVA³

Enedina Teixeira da SILVA⁴

Isadora Ways Cadore VIRGOLIN⁵

Universidade de Cruz Alta, Cruz Alta/RS

RESUMO

Este artigo resulta da experiência obtida a partir do projeto de extensão de Implantação da Coleta Seletiva Solidária na Universidade de Cruz Alta - ICS. A metodologia do ICS compreende três etapas que são: o diagnóstico dos resíduos produzidos na universidade; o planejamento de estratégias de sensibilização para a separação dos resíduos; e lançamento de uma campanha de comunicação para a comunidade local. A campanha buscou trabalhar a mudança de valores e atitudes do público-alvo e a sua relação com o meio ambiente, estimulando a reciclagem de resíduos, que passaram a ser destinados à ACCA – Associação de Catadores de Cruz Alta, estimulando o desenvolvimento sustentável, e a geração de trabalho e renda para os catadores.

PALAVRAS-CHAVE: Campanha de comunicação; marketing social; educação ambiental; geração de trabalho e renda.

INTRODUÇÃO

Na busca de contribuir com a construção de identidades, a partir da sua inserção comunitária e do desenvolvimento de projetos de extensão, a Universidade de Cruz Alta tem buscado o diálogo com grupos de catadores discutindo alternativas capazes de fazer disparar iniciativas voltadas ao cuidado com o meio ambiente e com a geração de trabalho e renda. E, a partir disso vem ampliando o trabalho interdisciplinar no espaço acadêmico como um dos processos para a formação de um profissional, e também de um cidadão.

¹ Trabalho apresentado no DT 6 – Interfaces Comunicacionais do XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul e realizado de 17 a 19 de maio de 2010.

² Docente do Curso de Comunicação Social: Publicidade e Propaganda da UNICRUZ e colaboradora do projeto, email: fab@comnet.com.br

³ Docente do Curso de Comunicação Social: Relações Públicas da UNICRUZ e colaboradora do projeto, email: rmarcela@gmail.com

⁴ Docente do Curso de Ciências Econômicas da UNICRUZ e colaboradora do projeto, email: e.teixeira@unicruz.edu.br

⁵ Docente do Curso de Serviço Social da UNICRUZ e coordenadora do projeto, email: isavirgolin@yahoo.com.br



Deste diálogo surgiu o projeto de Implantação da Coleta Seletiva Solidária na Universidade – ICS, que é um Projeto de Extensão desenvolvido pelos Cursos de Serviço Social, Ciências Econômicas e Comunicação Social da UNICRUZ e que tem como objetivo implantar a coleta seletiva solidária na universidade e destinar os resíduos recicláveis descartados a Associação de Catadores de Cruz Alta – ACCA de forma a contribuir para mudar valores e atitudes para com o ambiente através da mobilização da comunidade universitária e estimular o desenvolvimento sustentável para a geração de trabalho e renda dos catadores.

Este projeto de ação interdisciplinar possibilitou a interação e, também, a integração entre conhecimentos das diferentes áreas, o que foi determinante para a estruturação do projeto em si e para a sua aplicabilidade, pois cada área teve seu momento de atuação específica com suporte das demais áreas. Sendo a comunicação um eixo articulador principal do processo interdisciplinar.

A ação interdisciplinar e a comunicação

A Universidade de Cruz Alta vem estimulando professores de diferentes áreas de atuação a desenvolver projetos, efetivamente interdisciplinares. “As exigências atuais de interdisciplinaridade nas instituições educacionais trazem implícita necessidade de interrogação e promoção da proximidade entre áreas do conhecimento” (SOUZA, 1996, p.14). Sendo assim, iniciativas como o ICS vêm ao encontro dessa demanda uma vez que é constituído por grupo de especialistas, sobretudo oriundos de campos vistos como “antagônicos”. E a comunicação vem configurando-se neste processo como um eixo articulador das diferentes áreas, promovendo a transversalidade do conhecimento através de um trabalho voltado para a formação de um novo cidadão, na medida em que propõe, juntamente, com as demais áreas, ações conjuntas de educação ambiental e fortalecimento para geração de trabalho e renda, no âmbito universitário.

A formação diversificada é que qualifica o projeto ICS como interdisciplinar uma publicitária, uma relações públicas, uma economista e uma assistente social compartilham saberes, discorrem, divergem, convergem, criticam, questionam, refletem a complexidade dos fenômenos sociais sob pontos de vista abrangentes, porém fundamentados nas competências de cada ciência. O diálogo entre especialistas estabelece uma base diversificada de conhecimento e só é possível se participantes



estiverem dispostos a manter esse diálogo. “A interdisciplinaridade, configurada como produto de simbiose que supõe a integração de ações e do pensamento, é necessidade social e veículo de produção”(SOUZA, 1996, p.25).

Para Pedro Demo a análise interdisciplinar deseja “horizontalizar a verticalização, para que a visão complexa também seja profunda, e verticalizar a horizontalização para que a visão profunda também seja complexa” (DEMO, 1997, p.88). A essência da interdisciplinaridade é a análise especializada, de âmbito verticalizado, de modo que possa ser enriquecida com o aporte horizontalizado. Assim, para se tornar uma análise científica a pesquisa precisa de uma visão complexa, suficientemente profunda.

Demo define interdisciplinaridade “como a arte do aprofundamento com sentido de abrangência, para dar conta, ao mesmo tempo, da particularidade e da complexidade do real” (DEMO, 1997, p.88).

Deste modo, a interdisciplinaridade como um processo pressupõe a articulação entre teoria e prática, reflexão e desejo, conhecimento verticalizado e horizontalizado na busca do saber, pensar e agir no campo científico.

A comunicação, manifesta-se neste contexto, como um e mediador das relações entre as diferentes áreas do conhecimento, favorecendo as relações sociais adequadas entre os públicos envolvidos, com propósitos de obter adesão a determinada ideologia, por meio da conquista de uma imagem institucional, positiva.

No caso do ICS busca desenvolver ações estratégicas que aproximam os públicos visados, mobilizam e estimulam a participação ativa desses públicos e ainda os sensibilizam a colaborar efetivamente das ações propostas como uma forma de inserção social, tendo como enfoque a educação ambiental e a geração de trabalho e renda. Campanhas, eventos, pesquisas são estratégias que contribuem para essa mobilização social. Entretanto, é importante ressaltar, que a eficiência da comunicação não depende exclusivamente de um bom conteúdo, de um layout criativo, de um texto persuasivo e uma imagem expressiva, mas sim da interpretação, do entendimento que o receptor faz na leitura da mensagem.

Com isso, percebe-se a necessidade de dar início a este processo com os responsáveis pelo futuro do ambiente, sendo a universidade espaço para a formação de um novo comportamento. Neste sentido a campanha de comunicação do ICS, vem a reforçar este princípio e através do marketing social busca o engajamento da



comunidade acadêmica, de modo a “incentivar as pessoas a adotar comportamentos positivos para si próprios, e para a sociedade em geral.” (DIAS, 2007, p. 53)

Além disso, J. B. Pinho define que a função das campanhas de comunicação é:

... formar a maior parte das idéias e convicções dos indivíduos e, com isso, orientar todo o seu comportamento social. As mensagens apresentam uma versão da realidade a partir da qual se propõe a necessidade de transformá-la em sua estrutura social. Assim, a propaganda se encarrega da difusão de uma dada ideologia social, com formas de persuasão destinadas a influenciar, as opiniões e atitudes da sociedade em prol das causas sociais (PINHO, 1991, p. 28).

Partindo deste princípio a campanha de comunicação é norteada a partir de um objetivo maior do ICS, ou seja, está voltada para a sensibilização e mobilização do público-alvo, entendendo que a implantação da coleta seletiva solidária é um processo contínuo de repensar atitudes e hábitos e que, portanto precisa estar alicerçada em um processo de reeducação, no caso ambiental.

De acordo com Cléria Meller, “são necessárias ações de educação ambiental, que não se limitem em informações técnico-científicas, mas impliquem na construção de uma nova visão de mundo, substituindo uma visão estrita de ambiente, por uma visão integradora, holística” (MELLER, 2002, p. 17). Neste sentido a extensão universitária, a partir de atividades integradas com o ensino e a pesquisa, possui o papel de difundir, junto à sociedade, as conquistas e benefícios oriundos das atividades acadêmicas. Mais do que isso, a partir dessa interação - que deve ser pautada pela troca de saberes entre diferentes áreas do conhecimento - precisa compreender e intervir na realidade social, cultural, econômica e ambiental de sua região. As atividades extensionistas possuem a função de contribuir para uma sólida formação do professor e do acadêmico e, conseqüentemente, atuar como mola propulsora do desenvolvimento social.

Sendo a campanha de comunicação responsável por dar unidade e mobilizar a comunidade acadêmica em prol de um bem coletivo. Para HENRIQUES “a comunicação adequada à mobilização social é, antes de tudo, dialógica, libertadora e educativa” (2002, p. 20).

A comunicação no processo de mobilização social, segundo o autor é dialógica quando não se reduz a uma transmissão de saberes, consistindo no encontro entre os sujeitos; é libertadora quando permite que os sujeitos problematizem e reconheçam uma realidade e juntos encontrem formas de transformá-la. E pedagógica quando permite a interpretação e interação pelos sujeitos promovendo a aprendizagem.



Desta forma, o planejamento de ações de comunicação é capaz de garantir a interação e vinculação entre os públicos em um nível ideal para que não se perca o foco sobre os objetivos que se quer alcançar, pois segundo KUNSCH (2003, p. 175), “a campanha necessita a mobilização geral de todos, idéias e instrumentos para fazer com que a opinião pública aceite uma idéia ou modifiquem um determinado comportamento”.

Neste sentido, a universidade assume a responsabilidade de formar um novo cidadão, que além de conhecimento técnico tem capacidade de pensar e repensar a sua relação com o ambiente em que vive através da abordagem interdisciplinar do conhecimento, tendo a comunicação como uma efetiva aliada do processo.

Metodologia

O projeto de Implantação da Coleta Seletiva Solidária na UNICRUZ, em sua metodologia abrange três etapas: na primeira etapa foi realizado o diagnóstico, que consistiu na realização de um levantamento sobre o perfil dos resíduos. Tratou-se da quantificação e caracterização dos resíduos recicláveis descartados e avaliação dos equipamentos existentes disponíveis (lixeiras, contêineres para acondicionamento, entre outros).

A segunda etapa foi constituída pelo planejamento para implantação que compreendeu a definição de estratégias e responsabilidades, orientação para a separação do material biodegradável e reciclável e concepção da campanha de comunicação. Nesta etapa foi definida a nova logística dos resíduos (acondicionamentos, localização de lixeiras, periodicidade da coleta e destino).

E, a terceira etapa da implantação consistiu no lançamento de uma campanha envolvendo toda a comunidade acadêmica, e do município através da criação de um selo de colaborador da coleta seletiva solidária e da mobilização de outras entidades para tornarem-se parceiras na elaboração de um projeto de educação ambiental para o município.

O público envolvido na execução do projeto foi a comunidade acadêmica da UNICRUZ e o público beneficiado com o projeto, que são os catadores da ACCA.

No diagnóstico, no que se refere a caracterização e a quantificação dos resíduos foram consideradas como valor mínimo tendo em vista o período da coleta dos dados,



que ocorreu durante os meses de novembro e dezembro, final de semestre letivo. Houve também a preocupação de quantificar a rotina e não descartes eventuais de quantidades maiores de resíduos.

A seguir verifica-se a demonstração do descarte de resíduos.

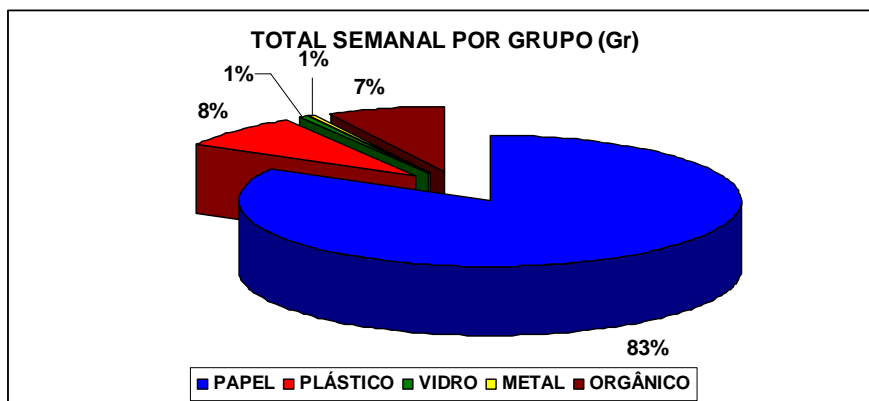


Figura 01 – Caracterização dos resíduos na UNICRUZ.

Pela característica da prestação de serviço na UNICRUZ o maior volume de resíduo descartado é o papel. A reciclagem de papel é antiga, ao longo dos anos o material mostrou ser fonte acessível de matéria-prima limpa. Com a conscientização ambiental, para a redução da quantidade de lixo despejado em aterros e lixões a céu aberto, os sistemas de reciclagem de papel avançaram. As campanhas de coleta seletiva multiplicaram-se e aumentou a ação dos catadores nas ruas que tem no papel usado uma fonte de renda. (CEMPRE, 2009).

A partir dos resultados do diagnóstico, iniciou-se a segunda etapa que consistiu na definição de estratégias e responsabilidades, adequação dos equipamentos, orientação para separação do material biodegradável do reciclável. Nesta etapa foi redefinida a logística de separação e coleta de resíduos e a UNICRUZ fez uma adaptação da sua estrutura de lixeiras e contêiner, assim os resíduos recicláveis descartados pelos departamentos passaram a ser pesados, acondicionados em sacos plásticos e destinados à ACCA, semanalmente.

É importante ressaltar que os resíduos considerados perigosos provenientes de laboratórios e do hospital veterinário continuaram sendo acondicionados e tendo seu destino final conforme previsto em legislação.

Concomitante a etapa de readequação da instituição, iniciou-se o planejamento da campanha de comunicação para sensibilização da comunidade acadêmica.



Campanha de Comunicação

Para influenciar, mudar as atitudes da comunidade universitária com relação à Coleta Seletiva Solidária optou-se por desenvolver uma campanha educativa constituída por peças gráficas: cartaz, adesivos, brindes, cartilha, *banner*, selo e camiseta; e eletrônicas: VT”, *spot* e *banner web*, *site* visando atingir dois públicos: o interno - alunos, professores e funcionários e o externo – empresas parceiras.

O conceito da campanha foi estabelecido a partir de pesquisas em livros, artigos, documentos e sites sobre o tema. Com embasamento e interação suficiente o grupo realizou o *brainstorm* “tempestade de idéias” que possibilitou encontrar indícios para a estratégia criativa da campanha. Palavras relacionadas à coleta seletiva solidária foram citadas – conscientização, sensibilização, mobilização, reciclagem, natureza, responsabilidade social, sustentabilidade ambiental, educação, separação, diferença, diversidade, inclusão, geração de trabalho e renda, adesão, preocupação, cooperação, igualdade, preservação ambiental e cidadania. Os termos e seus significados foram explorados, analisados e serviram para delinear os primeiros traços da campanha.

Assim surgiu a idéia de aproveitar a diversidade cultural e ideológica que constitui a universidade e incentivar a igualdade de pensamento e atitude com relação à preservação ambiental. A separação de resíduos seria a atitude estimulada no discurso da campanha e a comunidade acadêmica da UNICRUZ — os atores sociais. O slogan “Pequenos gestos, toneladas de diferença” foi criado logo a seguir, contextualizando a proposta.

O lançamento da Campanha foi pensando em dois momentos sendo o primeiro internamente para os funcionários e professores, para distribuição das cartilhas do ICS, e realização de um trabalho de sensibilização para que estas pessoas realmente se envolvam e se comprometam com o êxito do projeto, mudando seu comportamento no seu local de trabalho, no caso a UNICRUZ e, segundo para a comunidade externa com o evento de Lançamento Oficial da Campanha para Implantação da Coleta Seletiva Solidária na UNICRUZ e assim já articular parcerias para a ampliação do projeto para o município e região.

Peças Publicitárias



O layout das peças foi adaptado a partir da necessidade de se atingir diferentes públicos, a imagem principal é constituída por uma fotografia composta por alunos, professores e funcionários que foram previamente convidados pelo perfil favorável à idéia, a linguagem utilizada no tom da campanha, é objetiva, clara e de fácil compreensão, coerente com o objetivo da campanha e o público ao qual se destina.

As peças publicitárias têm como objetivo dar visibilidade à ação da universidade, reforçando os conceitos da campanha diante dos seus diferentes públicos. Desta forma a proposta trazida pelas peças da campanha é de que cada pessoa pode contribuir em benefício dessa causa social. A frase presente na peça cartaz: “ Nós separamos, e você ? ” conduz para a idéia de que cada um é responsável pelo destino e qualidade dos resíduos produzidos diariamente, colaborando com a preservação ambiental e na geração de trabalho e renda.

A seguir apresentam-se as peças publicitárias da campanha:



Figura 02 e 03 – Adesivos para lixeiras



Figura 04 – Camiseta



Figura 5 – Cartaz institucional



Figura 6 – Cartaz explicativo



Figura 7 – Banner



Figura 8 – Cartilha



Figura 9 – Imã



Figura 10 - Banner web



Figura 11 - Site do Projeto ICS

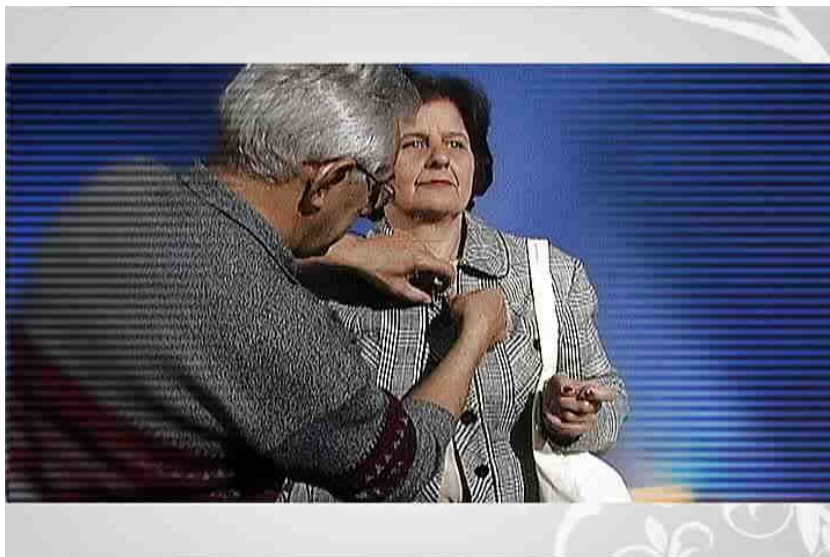


Figura 12 – VT 60'

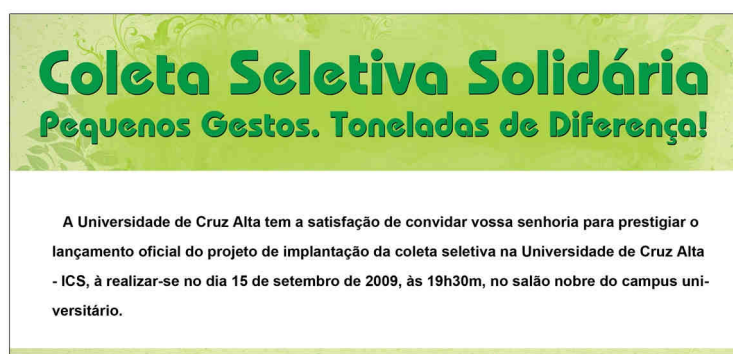


Figura 13 – Convite enviado a comunidade interna e externa



Lançamento da Campanha

Após a realização das três etapas do projeto de Implantação da Coleta Seletiva Solidária, que foram o diagnóstico, a redefinição da logística da coleta e o planejamento da campanha de comunicação, foi realizado o evento de Lançamento Oficial da Campanha para Implantação da Coleta Seletiva Solidária na Universidade de Cruz Alta para a comunidade local e regional.

Desta forma no dia 22 de setembro de 2009, foram reunidos no Salão Nobre da UNICRUZ, autoridades civis e militares, representantes de entidades e segmentos locais e regionais, além de alunos, professores, funcionários e veículos de comunicação do município e da região para o Lançamento Oficial da Campanha e Apresentação das Peças Publicitárias.

A realização do evento de lançamento teve como objetivo além de apresentar a campanha, aproximar as autoridades e entidades da UNICRUZ no sentido de formar parcerias futuras levando a proposta para além da universidade e, com isso pensar um projeto amplo para o município e para a região. O evento é um veículo de comunicação aproximativa que “permite estabelecer relações pessoais diretas entre a instituição e um público ou segmento de público” (FORTES, 2003, p. 327) e por isso, é uma ação estratégica com ampla capacidade de atingir a opinião pública através do enfoque dado pelos veículos de imprensa, responsáveis por intermediar o discurso das instituições e a comunidade.



Figura 14 – Autoridades presentes no Lançamento da Campanha do ICS



Figura 15 – Público presente no lançamento.



Figura 16 – Equipe de professores do ICS



Figura 17 – Equipe do ICS, com catadores e autoridades

Resultados

Após seis meses de implantação da coleta seletiva solidária na Unicruz podemos apontar como resultados parciais do projeto, a conscientização da comunidade acadêmica quanto à importância da separação dos materiais, que pode ser vista por dois aspectos: o do meio ambiente e o da geração de trabalho e renda.

No primeiro, observa-se que a quantidade de material coletado antes e após a campanha aumentou significativamente, ou seja, o reaproveitamento de resíduos é maior após a implantação, devido à mudança gradual de comportamento pela qual comunidade acadêmica vem passando na medida em que são desenvolvidas ações voltadas à reeducação ambiental e os mesmos estão preocupados em dar o destino correto aos resíduos.

E pelo segundo aspecto, observa-se que a qualidade do material enviado a ACCA aumentou e, com isso as condições de reaproveitamento do material garantem uma maior quantidade para a venda, elevando os rendimentos dos catadores.

A tabela abaixo apresenta os resultados obtidos com a Implantação da Coleta Seletiva Solidária na UNICRUZ a cada mês.

	Projeção mensal(kg)	Projeção mensal(kg)	Projeção mensal(kg)	Projeção mensal(kg)	Projeção mensal(kg)	Projeção mensal(kg)
Material/mês	out/09	nov/09	Dez/09	jan/10	fev/10	mar/10
Papel	197,54	150,92	397,59	132,53	259,8	606,2
Plástico	109,14	112,78	99	33	47,88	111,72
Alumínio	36,26	28,54	19,5	6,5	5,28	12,32
Total geral	342,94	491,04	516,09	172,03	312,96	730,24

Tabela 01: Resultados da Coleta Seletiva Solidária na Unicruz após a Campanha de Comunicação



Ao observarmos que os números cresceram gradativamente ao longo dos seis meses é importante ressaltar que não houve maior consumo de materiais, mas sim, houve maior preocupação em separar os resíduos biodegradáveis dos recicláveis, e, portanto os últimos aumentam em qualidade favorecendo o reaproveitamento. Além disso, vale destacar que os números referentes ao mês de janeiro tiveram uma queda em função do período de férias dos funcionários e professores, principalmente.

Considerações Finais

A extensão universitária interdisciplinar, a partir de atividades integradas com o ensino e a pesquisa das diferentes áreas do conhecimento, possui o papel de difundir, junto à sociedade, as conquistas e benefícios oriundos das atividades acadêmicas. Mais do que isso, a partir dessa interação - que deve ser pautada pela troca de saberes entre Universidade-Sociedade – compreender e intervir na realidade social, cultural, econômica e ambiental de sua região. As atividades extensionistas possuem a função de contribuir para uma sólida formação do acadêmico e, conseqüentemente, atuar como mola propulsora do desenvolvimento.

Apesar dos resultados desta pesquisa ainda serem parciais, sabe-se que a partir da iniciativa do projeto ICS a Universidade de Cruz Alta está confirmando seu compromisso com a formação acadêmica e com a comunidade em relação à preservação ambiental e a geração de trabalho e renda, dando o exemplo de que é possível implementar ações para diminuir o envio de resíduos aos lixões com orientação sobre separação e com a destinação dos resíduos recicláveis aos catadores.

Sabe-se que para o êxito da implantação da coleta seletiva solidária na UNICRUZ haverá a necessidade da promoção constante de ações educativas que contribuam de fato para modificação de atitudes cotidianas de professores, estudantes e funcionários e esta é uma proposta do projeto que prevê a realização constante de oficinas, palestras, abordagens, entre outras. Estas não deverão se restringir somente à separação dos materiais, mas também, ao questionamento dos padrões de produção e consumo, sendo a comunicação e as demais áreas responsáveis por promover este debate e trazer à tona novos questionamentos.

Além de contribuir localmente com a preservação do meio ambiente, e geração de renda para a comunidade de catadores, a iniciativa adotada pela Unicruz gera



visibilidade para a instituição, uma vez que a mesma encontra-se preocupada com as questões ambientais e sociais.

Destaca-se que a iniciativa da universidade motivou outras instituições para importância e a necessidade da coleta seletiva, pois houve a requisição à Universidade de Cruz Alta, em especial a equipe responsável pelo projeto ICS, para a elaboração de uma proposta de implantação da coleta seletiva solidária nas escolas municipais e estaduais da cidade. A ação interdisciplinar, proposta pelo projeto ICS, é fundamental para o engajamento de diferentes públicos, sendo a comunicação um caminho para alcançar essa transversalidade e promover a mobilização necessária em torno de causas sociais de interesse da sociedade, através do processo de informação e formação da comunidade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CEMPRE, Compromisso Empresarial para a reciclagem. **Ficha Técnica**. Disponível www.cempre.org.br. Capturado em 30 de junho de 2009

DEMO, Pedro. **Conhecimento moderno**. Petrópolis: Vozes, 1997.

DIAS, Reinaldo. **Marketing Ambiental: Ética, Responsabilidade Social e Competitividade nos Negócios**. São Paulo: Atlas, 2007.

FORTES; Waldyr Gutierrez. **Relações Públicas: processo, funções, tecnologia e estratégias**. 2ª ed. São Paulo: Summus. 2002.

HENRIQUES, Márcio S. **Comunicação e Estratégias de Mobilização Social** (org). Pará de Minas: Gênese, 2002.

KUNSCH, M. M.K. **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada**. 4ª Ed. São Paulo: Summus Editorial, 2003.

MELLER, Cléria B. **Compensação Florestal: eixo articulador de ações em educação ambiental**. Ijuí: Editora UNIJUI, 2002.

PINHO, JB. **Comunicação em marketing: Princípios da comunicação mercadológica**. Campinas: Papiros, 1991.

SOUZA, Valdemira. **Participação e interdisciplinaridade: movimentos de ruptura/construção**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 1996.