

COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA: A EXPERIÊNCIA DO NUDE DA UNIPAMPA CAMPUS SÃO BORJA

Vitória Ayala Santana¹

Henrique Esper Paiva de Souza²

Elisa Lubeck Terra³

Resumo:

O presente artigo tem por finalidade descrever as atividades desenvolvidas e os resultados obtidos na assessoria de comunicação do Núcleo de Desenvolvimento Educacional (NuDE) do campus São Borja, da Universidade Federal do Pampa (UNIPAMPA), realizadas entre março e julho de 2017. O trabalho de assessoria foi desenvolvido no componente curricular de Assessoria de Comunicação II, iniciado no primeiro semestre de 2017, do Curso de Relações Públicas da UNIPAMPA. A atividade foi precedida pelo componente de Planejamento Estratégico de Comunicação e Assessoria de Comunicação I. A partir do diagnóstico realizado no NuDE foram propostas ações comunicacionais que tiveram com objetivo aproximar o Núcleo dos seus públicos de interesse. A partir da implementação e avaliação das ações observou-se que as mesmas contribuíram para a divulgação do NuDE no meio acadêmico e também na comunidade são-borjense. O sucesso da implementação do planejamento deve-se a busca incessante de compreender o cenário, buscando conhecimento para enfrentar os embates de cada organização.

Palavras-chave: Assessoria de Comunicação; Planejamento Estratégico; Relações Públicas; NuDE.

Modalidade de Participação: Iniciação Científica

COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA: A EXPERIÊNCIA DO NUDE DA UNIPAMPA CAMPUS SÃO BORJA

¹ Aluno de graduação. vivitoriayala@gmail.com. Autor principal

² Aluno de graduação. henrique.esper@gmail.com. Co-autor

³ Docente. elisaterra@unipampa.edu.br. Orientador



COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA: A EXPERIÊNCIA DO NuDE DA UNIPAMPA CAMPUS SÃO BORJA¹

1. INTRODUÇÃO

Este artigo refere-se a execução do planejamento de comunicação no Núcleo de Desenvolvimento Educacional (NuDE), do campus São Borja, da Universidade Federal do Pampa. O referido planejamento foi elaborado a partir do diagnóstico realizado no primeiro semestre de 2017, como parte do componente curricular de Assessoria de Comunicação II, do Curso de Relações Públicas da UNIPAMPA. O planejamento realizado pela Assessoria de Comunicação contemplou estratégias que tinham como objetivo ampliar a divulgação das ações do NuDE para a comunidade acadêmica, além de estreitar o relacionamento do núcleo com os seus mais diversos públicos, em especial, os discentes do Campus São Borja, da Universidade Federal do Pampa. As referidas estratégias foram elaboradas a partir de entrevistas os servidores, pesquisas e análises sobre a realidade comunicacional do NuDE. O NuDE é um setor vinculado à Coordenação Acadêmica da Universidade Federal do Pampa, responsável pela execução da política de assistência estudantil e pelo apoio pedagógico e psicossocial no âmbito do Campus São Borja e trabalha de forma integrada com a Pró-Reitoria de Assuntos Estudantis e Comunitários (PRAEC), com a Pró-Reitoria de Graduação (PROGRAD) e com o Núcleo de Inclusão e Acessibilidade (NInA).

O NuDE possui sua estrutura formada por três divisões, sendo elas: apoio pedagógico, apoio psicossocial e assistência estudantil. Atende, por ano, aproximadamente, 300 alunos. Ao realizar o *briefing* com o cliente, observamos que a comunicação interna era realizada de forma simples e direta, via ramal telefônico, e-mails, memorandos e *Facebook*. Com relação à comunicação externa, há a falta de conhecimento dos alunos sobre as demais ações da divisão de assistência estudantil e, tendo em vista esta demanda, foram elaboradas ações visando a externalidade do núcleo, de forma a gerar visibilidade e transmitir informação para os seus públicos-alvo.

2. METODOLOGIA

Após as etapas de diagnóstico e planejamento, foram realizadas as seguintes ações:

2.1. Recepção e acolhimento dos estudantes ingressantes

A recepção e acolhimento aos discentes foi realizada no dia 6 de março de 2017, organizada pelo NuDE, com a participação dos diretórios acadêmicos do campus, através de uma comissão de recepção. Foi organizado um City Tour, visando mostrar aos discentes de fora da cidade, os principais pontos turísticos de São Borja, além de lugares para passear, fazer compras, realizar consultas médicas, entre outros. E por fim, também com o objetivo de integração, realizamos mateadas de recepção em uma praça da cidade, com música acústica, para oferecer um ambiente de descontração e interação entre a comunidade acadêmica e local.

2.2. Confecção de tutoriais e passo a passo

¹Trabalho desenvolvido no componente curricular de Assessoria de Comunicação II, do Curso de Relações Públicas da Universidade Federal do Pampa (UNIPAMPA) campus São Borja.

Visando elucidar as dúvidas dos discentes sobre as principais plataformas digitais da universidade foram criados tutoriais, tais como: troca de senha no sistema de Gestão Unificada de Recursos Institucionais (GURI), verificar presença nas aulas, consultar plano de ensino, pesquisar no acervo da biblioteca, utilizar o moodle, entre outras ferramentas. Os tutoriais foram elaborados para ampliar a comunicação com o público de interesse e otimizar o tempo de resposta dos questionamentos para o NuDE sobre as ferramentas digitais da universidade, que eram aproximadamente 10% das dúvidas frequentes, segundo o servidor responsável pela divisão.

A Universidade Federal do Pampa possui diversas ferramentas para se relacionar com os alunos da universidade, entre elas, o Portal do Aluno, no site da instituição, onde os discentes acessam sua matrícula, seus dados cadastrais, entre outros documentos relativos à vida acadêmica. No site há, também, a ferramenta de Gestão Unificada de Recursos Institucionais - GURI, onde os alunos veem o diário de classe, a frequência nos componentes curriculares matriculados, entre outras opções. Por haver tantas ferramentas, os novos alunos possuem dificuldades em utilizá-las. E, visando auxiliar os alunos na utilização destas plataformas digitais, foram planejadas oficinas para os alunos ingressantes, realizadas em cada curso. Participaram da oficina, aproximadamente, 80 discentes, dos cursos de Relações Públicas e Serviço Social.

2.3. Ciclo de oficinas para universitários

Após conversas com o servidor responsável pela divisão de Assistência Estudantil do NuDE, foi constatado que os universitários tinham a necessidade de atividades que tornassem mais acessíveis informações sobre assuntos do cotidiano, como: controle de gastos, hábitos alimentares, iniciação científica e utilização da plataforma Lattes. As oficinas foram divulgadas na página do NuDE e no boletim informativo da Direção do campus. Além disso, foi criado um padrão de peças gráficas para a divulgação das mesmas. As oficinas contaram com cerca de 30 alunos participantes em cada edição.

2.4. Revitalização do mural do NuDE

O NuDE possui um mural que fica localizado no primeiro andar do campus I da Unipampa São Borja que é utilizado para informar os alunos sobre os resultados do Plano de Permanência e todas as ações desenvolvidas pelo núcleo. A localização do mural é boa, pois fica perto do *hall* de entrada da universidade, porém, por ficar ao lado de outros murais de avisos, não se destacava. Por ser uma estratégia de comunicação, resolvemos reformá-lo para chamar mais atenção do público aos avisos ali expostos. Adicionamos letras em *E.V.A* para identificá-lo e acrescentamos *TNTs* nas bordas com a cor verde para remeter a identidade visual do núcleo.

2.5. Projeto Vou de Bike

A partir das inaugurações das ciclo faixas nas principais avenidas de acesso à universidade, aumentou significativamente a quantidade de alunos que utilizavam a bicicleta como meio de locomoção para a Unipampa. A partir disso foi criado um grupo no aplicativo *WhatsApp* para os alunos trocarem informações e comunicarem quando estão indo ou voltando da universidade e também, debater assuntos voltados ao ciclismo em São Borja, possibilitando a união dos mesmos sobre temas comuns. Nominamos o projeto de Vou de Bike. Criamos a identidade visual e

fizemos a divulgação do mesmo com *releases* no boletim informativo da direção do Campus e no jornal local Folha de São Borja.

3. RESULTADOS e DISCUSSÃO

A partir das ações realizadas observamos que a Assessoria de Comunicação do NuDE possibilitou um aumento na visibilidade do setor perante a comunidade acadêmica, bem como o aumento de participação em suas atividades e eventos realizados.

Para a realização da oficina de tutoriais de passo a passo, foram buscadas parcerias com os Diretórios Acadêmicos e as Assessorias de Comunicação dos Cursos de Jornalismo; Ciências Humanas; Ciências Sociais - Ciência Política, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas e Serviço Social. Participaram da oficina, aproximadamente, 80 discentes. O tutorial para a troca de senha foi publicado na página do *Facebook*², onde alcançou 900 pessoas. Os outros tipos de tutoriais foram disponibilizados em arquivos digitais, no formato PDF, para a divisão utilizar quando for necessário e solicitado. Dessa forma, as dúvidas na página do NuDE sobre esse assunto diminuíram.

O ciclo de oficinas para universitários, contou com cerca de 30 alunos participantes. Ao final da última oficina, economia doméstica, aplicamos uma pesquisa de satisfação *online* sobre este ciclo, onde 15 alunos participantes responderam. A pesquisa estava estruturada da seguinte forma: duas perguntas fechadas sobre organização e divulgação; e uma pergunta aberta solicitando sugestões para as próximas oficinas. No que diz respeito à organização das oficinas, 80% dos respondentes avaliaram como “ótima”; 6,7% como “boa” e 3,3% como “indiferente”. Sobre a divulgação das oficinas, 26,7% classificaram como “ótima”; 40% como “boa”; 6,7% como “indiferente” e 20% como “ruim”. Ao final da pesquisa, pedimos para os participantes deixarem sugestões para as próximas edições que, em sua maioria, pediram para ampliar a divulgação das mesmas, outros deixaram elogios pela iniciativa, além de ideias de temas como: fotografia; como realizar e formatar trabalhos acadêmicos; formas de intercâmbio; mobilidade acadêmica e organização de trabalhos acadêmicos.

Referente às atividades de assessoria de imprensa realizada, foram publicados 13 *releases*, divulgados no jornal local Folha de São Borja, Boletim Informativo da Direção do Campus e no Boletim do Curso de Relações Públicas, informando a comunidade local e a comunidade acadêmica sobre os eventos e ações promovidos e realizados pelo NuDE. O valor conseguido em mídia espontânea no jornal local Folha de São Borja foi de, aproximadamente, R\$ 1.500,24.

Na comunicação digital através da página no *Facebook*, fizemos 59 publicações na página do NuDE, sendo elas publicações de divulgação de evento, divulgação dos resultados e informações sobre o Plano Permanência 2017, além de todas as ações desenvolvidas pelo núcleo durante os quatro meses de assessoria de comunicação. Conseguimos um aumento de 206 curtidas (50%) em quatro

² Disponível em:

<<https://www.facebook.com/NucleodeDesenvolvimentoEducacionalSB/posts/1659849220698111>>.

Acesso em 10 de agosto de 2017.

meses de administração da página. E o alcance em publicações que era de 174 passou para 829, aumentando 474%.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Podemos concluir que trabalhar com a divisão de assistência estudantil do Núcleo de Desenvolvimento Educacional foi enriquecedor, pois, aprendemos, na prática, como realmente funciona uma organização e suas principais demandas e, também, como a comunicação pode facilitar os fluxos e os processos das mesmas. A facilidade em trabalhar com o NuDE, se deu, pois tratávamos diretamente com o servidor responsável pela divisão, facilitando a troca de informações e o planejamento das atividades. Ainda, as proposições da assessoria foram ouvidas e consideradas e sempre pudemos contar com sua orientação quanto às características operacionais de um órgão público. Não tivemos problemas em exercer nossas funções dentro da instituição e a realização de cada ação também se deve ao bom relacionamento entre a assessoria de comunicação e o Núcleo.

Por fim, destacamos que a Assessoria de Comunicação foi fundamental para o NuDE pois permitiu que ele se relacionasse com mais proximidade dos seus públicos de interesse, além de propor ações e atividades que propiciassem a participação e a interação do Núcleo com a comunidade acadêmica. Sabemos que, apesar dos imprevistos, todas as organizações têm suas peculiaridades, tornando-as únicas, fazendo com que a ânsia de compreender o cenário seja cada vez maior e a busca de conhecimento para enfrentar os embates de cada organização seja constante.

5. REFERÊNCIAS

- DUTRA, Marcos. **Assessoria de Imprensa como Ferramenta de Marketing**. Artigo disponível em: <http://www.pensandomarketing.com/home/id82.html>. 2004. Acessado em: 28 de maio de 2017.
- FARIAS, Alberto Luiz (org.). **Relações Públicas estratégicas: Técnicas, conceitos e instrumentos**. São Paulo: Summus, 2011.
- FERRACCIÙ, J.S.S. **Promoção de Vendas**. São Paulo: Makron Books, 1997.
- FRANÇA, Fábio. **Jornal mural: a nova e eficiente opção**. Originalmente publicado no Catálogo Brasileiro de Profissionais de Relações Públicas, São Paulo, v. 10, p. 115-116, dez. 1988, editado pelo CONRERP 2ª Região – São Paulo/Paraná.
- GUTIERREZ, Fortes, Waldyr. **Relações Públicas - processos, funções, tecnologia e estratégias**. 3 ed. São Paulo: Summus, 2003.
- KUNSCH, Margarida M. K. (org.). **Obtendo resultados com relações públicas**. 2. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2006.