

## **Plano de Comunicação Integrada Comunicação na San Lien – Reciclar para transformar<sup>1</sup>**

Samara da Silva XAVIER<sup>2</sup>  
Renata de Alencar MORAES<sup>3</sup>  
Carolina Martins BRAGATTO<sup>4</sup>  
Danielle Inácio da SILVA<sup>5</sup>  
Daniela Cristina da SILVA<sup>6</sup>  
Renata ALVES<sup>7</sup>  
Universidade Cruzeiro do Sul, São Paulo, SP

### **RESUMO**

O projeto *Comunicação na San Lien: reciclar para transformar* é fruto do Trabalho de Curso (TC) de Relações Públicas da Universidade Cruzeiro do Sul, ano de 2011, desenvolvido pela agência acadêmica Faces Assessoria e Consultoria em Relações Públicas. Apresenta o plano de Comunicação Integrada idealizado para a *San Lien*, empresa de pequeno porte, atuante no mercado de manufatura reversa. O trabalho baseia-se nos fundamentos e técnicas do campo das Relações Públicas, objetivando a implementação de proposta global de Relações Públicas, composta por programas e ações de comunicação sistematizadas e interligadas de forma a expressar, perante a opinião pública, a identidade da organização com vistas à ampliação e manutenção de imagem positiva. A partir desse pilar, buscou-se apoiar objetivos de negócios frente ao mercado contemporâneo em que as práticas organizacionais que aliam resultados econômicos à responsabilidade sócio-ambiental são cada vez mais valorizadas.

**PALAVRAS-CHAVE:** Relações Públicas, Comunicação Integrada, Comunicação Estratégica, Manufatura Reversa.

### **1 INTRODUÇÃO**

Ainda sem a capacidade aprimorada de realizar projeções futuras, o homem pré-histórico lidou com resíduos sólidos que, embora de maneira pouco significativa, geravam degradação ambiental de forma localizada, resultante do acúmulo de restos das carcaças de animais utilizados para consumo. Com o aumento populacional ocorrido ao longo dos

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XIX Prêmio Expocom 2012, na Categoria Plano de Comunicação Integrada, modalidade V – Produção Editorial e Produção Transdisciplinar em Comunicação.

<sup>2</sup> Aluno líder do grupo e bacharel do Curso de Relações Públicas, email: samara\_sxavier@hotmail.com

<sup>3</sup> Bacharel do Curso de Relações Públicas, email: alencar.renata@live.com

<sup>4</sup> Bacharel do Curso de Relações Públicas, email: carolbragatto@gmail.com

<sup>5</sup> Bacharel do Curso de Relações Públicas, email: dani-se-voce@hotmail.com

<sup>6</sup> Bacharel do Curso de Relações Públicas, email: didinha10@yahoo.com.br

<sup>7</sup> Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Relações Públicas, email: renatarp@hotmail.com

séculos, o enterro do lixo gerado tornou-se uma solução provisória. No entanto, o aumento exponencial das populações trouxe consigo o aumento dos detritos na mesma proporção. Ao lado do adubo proveitoso para a terra cresceu o volume de lixo inorgânico<sup>8</sup> despejado em aterros, lixões e rios, criando um problema ambiental grave e fazendo com que o homem se deparasse com o desafio de buscar novas e urgentes soluções para a produção desmedida de dejetos. Com o auxílio da tecnologia, o ser humano contemporâneo ao lado de inovações que lhe permitem novos padrões de qualidade de vida, busca diminuir a geração de resíduos – sólidos, líquidos e gasosos - além da redução do desperdício de recursos naturais e o estímulo à reciclagem como alternativas para a preservação da vida no planeta.

Mais acentuadamente ao longo do século XX, diversas nações discutiram e implementaram medidas legais, visando o combate aos males da poluição do solo, do ar e da água e a devastação da flora e fauna terrestre. Países reunidos viram fortalecerem-se os movimentos e organizações ambientalistas; legislação nacional e internacional é criada para orientar países e populações sobre a preservação dos recursos naturais.

Citando exemplo de algumas ações, em 1992, na Cúpula da Terra, ou Rio-92, constatou-se que a questão ambiental não era algo regional ou local, mas sim um problema da humanidade. Dessa conferência resultaram alguns documentos internacionais: a Declaração do Rio de Janeiro sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, a Agenda 21, os Princípios para a Administração Sustentável das Florestas, a Convenção sobre Diversidade Biológica e a Convenção Quadro sobre Mudanças do Clima. Ainda nos anos noventa, entraram em vigor as primeiras normas internacionais de gestão ambiental da série ISO 14000, que constituem uma importante ferramenta de trabalho em prol da conservação do meio ambiente.

Quase no virar do século surgiram iniciativas no cuidado com as substâncias poluentes, objeto de comércio internacional. Em 1998, foi adotada a Convenção de Rotterdam que estabelece o princípio de o país importador poder decidir quais produtos químicos perigosos consente receber. Em 2001, foi aprovada, na Suécia, a convenção dos Poluentes Orgânicos Persistentes (POPs) que bane o uso, em todo o mundo, de 12 substâncias altamente tóxicas. Esses são alguns exemplos de medidas tomadas pela sociedade mundial para fazer frente ao desafio de manter a qualidade de vida no planeta sob

---

<sup>8</sup> Material que não possui origem biológica, ou seja, que foi produzido através de meios humanos, como plásticos, metais e alumínio, vidro etc.

o entendimento de que o progresso econômico não se dá sem medidas convergentes de sustentabilidade ambiental.

No século XXI, a sociedade evolui da busca por soluções para impactos localizados e específicos para o conceito mais amplo da sustentabilidade socioambiental. Como agentes sociais, as organizações – seja do primeiro, segundo e terceiro setor – encontram-se envolvidas nessa dinâmica, cada qual, em cada segmento, respondendo por suas forças e fraquezas, oportunidades e ameaças. Em especial, no tocante às empresas privadas, os debates em torno do conceito e das práticas do campo da Responsabilidade Social Empresarial (RES) acirram a opinião pública contrária às práticas econômicas predatórias, fazendo com que políticas e ações efetivas de sustentabilidade praticadas pelas organizações sejam valorizadas e ressignificadas por políticas e ações de comunicação organizacional, de maneira a fortalecer a reputação das empresas aprovadas pelo crivo público.

Pode-se pensar, portanto, que às empresas não basta apenas a introdução de conceitos de Gestão Ambiental, Auditoria Ambiental e Certificação Ambiental sem a modificação da postura de mero cumprimento de leis e regulamentos de forma fria e parcial para a postura que prevê a adoção de políticas de relacionamento entre a organização e seus diversos públicos, tornando conceitos de Gestão Ambiental, Auditoria Ambiental e Certificação Ambiental ações vivas, com significado e resultados compartilhados entre ambos. Nesse contexto tornam-se ainda mais relevantes os fundamentos das Relações Públicas praticados nas organizações que almejam, além de resultados econômicos, firmar sua marca como instituição consciente de suas responsabilidades com a sociedade.

A partir dessa perspectiva, os objetivos da Agência Faces incluíram a possibilidade de desenvolvimento de um projeto de comunicação integrada, inserido no campo das Relações Públicas, que estivesse atrelado à temática da sustentabilidade, tema relevante na atualidade devido às questões de consumo, desperdício, aumento da população e escassez de recursos naturais que, por sua vez, guardam relação com a postura responsável de empresas, atuantes nos vários segmentos produtivos. Para cumprir tal objetivo a agência estabeleceu parceria com a organização San Lien, empresa localizada no bairro da Vila Maria, na zona norte da cidade de São Paulo, atuando há 10 anos no mercado de produção de manufatura reversa<sup>9</sup> de materiais recicláveis de informática, telefonia e eletroeletrônicos.

---

<sup>9</sup> Caracteriza-se pela desmontagem, descaracterização e reaproveitamento das partes recicláveis e destinação final das partes não aproveitáveis de forma a reduzir seu impacto ambiental através de um processo de triagem, no qual são classificados, acondicionados, desmontados e/ou descaracterizados, separados, triturados, compactados e encaminhados para empresas que possuam *know how* tecnológico para reintegrar este material no processo produtivo, na forma de matéria-prima, sem prejuízos ao homem ou meio ambiente.

A San Lien possui a certificação ISO 14001:2004 cuja função é definir o que deve ser feito para estabelecer um Sistema de Gestão Ambiental (SGA) efetivo. Esta norma foi desenvolvida com objetivo de criar o equilíbrio entre a manutenção da rentabilidade e a redução do impacto ambiental; com o comprometimento de toda a organização<sup>10</sup>. Aliado a esse fato, a aprovação da Política Nacional dos Resíduos Sólidos<sup>11</sup> em 2010, marca um momento positivo na história da empresa devido o aumento da demanda de outras organizações interessadas na prestação de seus serviços. Além disso, caracteriza-se como uma grande oportunidade de expandir os negócios da empresa e tornar-se referência no setor.

## 2 OBJETIVOS

O plano de comunicação integrada para a San Lien foi constituído de maneira a conter programas e ações de comunicação orientadas pelos pressupostos teóricos das Relações Públicas estratégicas. Seu objetivo geral visa atender às dimensões da comunicação de forma harmônica, compatibilizando processos e recursos de maneira a fortalecer o relacionamento da empresa-cliente com seus stakeholders e favorecer o alcance dos objetivos organizacionais, correlacionados à comunicação administrativa/interna, institucional e mercadológica.

A elaboração de programas de Relações Públicas previu a integração de ações pontuais, voltadas para públicos estratégicos, porém, sob a perspectiva da sinergia de resultados, ou seja, cada programa de ação prepara o terreno para o desenvolvimento de programa aderente, embora cada qual esteja voltado para segmento específico de público.

O conjunto dos programas buscou atender aos objetivos específicos: desenvolvimento e aprimoramento de processos de comunicação interna; fortalecimento da imagem da organização; estreitamento de relacionamento e construção de laços de confiança com a mídia e ampliação e fortalecimento das frentes de negócio da empresa.

---

<sup>10</sup> Em [http://www.bsibrasil.com.br/certificacao/sistemas\\_gestao/normas/iso14001/](http://www.bsibrasil.com.br/certificacao/sistemas_gestao/normas/iso14001/)

<sup>11</sup> A Lei de Logística Reversa aprovada em 02/08/2010 consiste em regras para o recolhimento de embalagens usadas, incentivando a indústria da reciclagem e proibindo os "lixões" a céu aberto, assim como a importação de qualquer tipo de resíduo. A nova lei estabeleceu que fabricantes, importadores, distribuidores e vendedores recolham as embalagens de produtos, como agrotóxicos, pilhas, baterias, pneus, óleos lubrificantes, lâmpadas e eletroeletrônicos, por meio de um mecanismo chamado de logística reversa.

### **3 JUSTIFICATIVA**

A comunicação organizacional, planejada de forma integrada, preconiza a convergência dos esforços de comunicação administrativa/interna, institucional e mercadológica. Nesse sentido atua como estratégia que visa oportunizar resultados tanto na dimensão institucional, apoiando a criação e manutenção da reputação positiva da organização, quanto na dimensão mercadológica, favorecendo o alcance de objetivos de negócio, com vistas a maior competitividade em mercados dinâmicos e complexos.

Kunsch (2003) afirma que:

A convergência de todas as atividades, com base numa política global, claramente definida, e nos objetivos gerais da organização, possibilitará ações estratégicas e táticas de comunicação mais pensadas e trabalhadas com vistas na eficácia.

Por meio das pesquisas desenvolvidas pela agência Faces constatou-se que a empresa San Lien ainda não usufrui de um sistema de comunicação estruturado que possibilite a expressão de identidade sólida e, conseqüentemente, promoção de imagem definida e valorizada em meio aos seus públicos. Notou-se a ausência de comunicação efetiva e eficaz entre os departamentos, fato que inibe relacionamento mais profícuo entre organização e seus públicos internos, assim como, observou-se lacunas significativas no âmbito da comunicação externa, em especial, de cunho institucional e mercadológico, aspecto que colabora para que a organização oportunize ações que possam reverter positivamente na consolidação de negócios, aderentes ao segmento de atuação. A partir dessa perspectiva, as ações propostas no presente trabalho foram delineadas sob a premissa de permitirem a aproximação e inter-relação de resultados à medida que favorecem o relacionamento entre a organização e públicos estratégicos com os quais necessita manter interlocução.

### **4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**

Para o desenvolvimento do Plano de Comunicação Integrada foram utilizados procedimentos que embasam o planejamento na área das Relações Públicas como aporte à gestão da Comunicação Organizacional. Inicialmente foi desenvolvida a pesquisa institucional que permitiu o conhecimento acerca da estrutura, políticas e processos

adotados pela San Lien, favorecendo a realização de diagnóstico que, por sua vez, orientou a elaboração da proposta global de Relações Públicas, incluindo programas e ações voltados aos desafios e oportunidades verificadas. O quadro abaixo ilustra a realidade da dimensão interna da San Lien:

<b>Forças</b>	<b>Fraquezas</b>
Tempo de atuação	Políticas pessoais não atrativas
Negócios diversificados (atuação nacional e internacional)	Departamento de Recursos Humanos não-estruturado
Diversidade de produtos e serviços	Ausência de princípios organizacionais estruturados
Certificações atualizadas	Falta de investimento em comunicação
Infraestrutura adequada	

Quadro 1 – Forças e fraquezas da San Lien  
Fonte: Faces Assessoria e Consultoria em Relações Públicas

Além da pesquisa institucional foram desenvolvidos estudos sobre o ambiente externo à organização, o que permitiu a identificação de oportunidades e ameaças:

<b>Oportunidades</b>	<b>Ameaças</b>
Cenário econômico interno favorável	Dificuldade na recuperação da economia dos países desenvolvidos
Cenário econômico externo favorável	Instabilidade dos fenômenos naturais
Mudança no comportamento sócio-cultural	Crescimento da concorrência
Comunicação 2.0	Exportação
Legalização de normas sustentáveis	
Surgimento de novas tecnologias	

Quadro 2 – Oportunidades e ameaças da San Lien  
Fonte: Faces Assessoria e Consultoria em Relações Públicas

Após o levantamento de dados do ambiente interno e externo, procedeu-se o desenvolvimento do projeto de pesquisa de dados secundários e primários, esses últimos voltados aos públicos interno e comunidade.

O levantamento de dados institucionais junto com as pesquisas de dados primários permitiram o apontamento de aspectos que integram o diagnóstico elaborado.

Como parte do diagnóstico tem-se os apontamentos a seguir:

<b>Comunicação Institucional</b>	<b>Comunicação Administrativa/ Interna</b>	<b>Comunicação Mercadológica</b>
Ausência de princípios organizacionais estruturados	Ausência de organograma e acúmulo de funções	Não desenvolve ações estratégicas de marketing
Não desenvolve ações de RSE	Ferramentas de comunicação interna ineficazes	
Identidade visual inadequada	Ausência de profissional de comunicação	
	Comunicação vertical, informal e descendente	

Quadro 3 – Diagnóstico

Fonte: Faces Assessoria e Consultoria em Relações Públicas

A partir da elaboração do diagnóstico foi possível o desenvolvimento da proposta global de Relações Públicas para a San Lien, contendo programas e ações voltados para uma determinada dimensão da comunicação integrada.

## 5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O Plano de Comunicação Integrada foi sistematizado em quatro programas de ações, buscando atender as dimensões da comunicação integrada – administrativa/interna, institucional e mercadológica - a fim de favorecer a convergência de recursos e resultados.

Além do âmbito comunicacional, o projeto apresenta ações que estimulam uma atuação ecologicamente correta da empresa, como estratégia de sobrevivência em um mercado extremamente competitivo em que a demanda por cuidados com o meio ambiente será cada vez mais valorizada.

Os quatro programas apresentam ações elaboradas de acordo com as necessidades, os objetivos e o público alvo da empresa-cliente, ressaltando a importância do envolvimento do profissional de Relações Públicas.



Figura 1 – Engrenagem Programa de Ações  
Fonte: Faces Assessoria e Consultoria em Relações Públicas

**Programa Placa-Mãe:** visa reforçar a imagem da San Lien a fim de posicioná-la como uma empresa envolvida com o meio ambiente e com os princípios sustentáveis. Tem ênfase nas ações de comunicação institucional que aproximam a empresa-cliente da comunidade, fornecedores e público interno.

<b>Ação I Primeiro Contato</b>	<b>Ação II De dentro para fora</b>	<b>Ação III Proteção à Marca</b>	<b>Ação IV Ligas Especiais</b>	<b>Ação V Conectar-se</b>
Apresenta para os diretores da empresa-cliente a importância do processo de comunicação unificado e planejado para uma organização.	Propõe a construção dos princípios organizacionais da empresa-cliente e a reestruturação de novos padrões culturais.	Organiza um comitê de crises para prevenir possíveis problemas que afetem a imagem e integridade da empresa-cliente.	Busca posicionar a San Lien como uma empresa socialmente responsável por meio da criação de um selo verde.	Reestruturação do ambiente virtual da empresa com novas editorias e canais de relacionamento online.

Quadro 4 - Ações do Programa Placa-Mãe  
Fonte: Faces Assessoria e Consultoria em Relações Públicas

**Programa ComunicAção:** visa posicionar a empresa estrategicamente perante a imprensa, desenvolvendo relacionamento com este segmento e gerando mídia espontânea.

<b>Ação I Postura San Lien</b>	<b>Ação II Memória Compartilhada</b>	<b>Ação III Download de Conteúdo</b>
Media Training para os diretores e outros líderes a fim de que se portem de maneira adequada perante a imprensa.	Estreitar o relacionamento com a imprensa por meio de encontros e elaboração de pautas.	Divulgação dos trabalhos da empresa para a imprensa por meio da elaboração de pautas, releases, press kit, coletiva de imprensa, entrevista, etc

Quadro 5 - Ações do Programa Comunicação  
Fonte: Faces Assessoria e Consultoria em Relações Públicas

**Programa Sou San Lien:** a organização integra seus próprios princípios e os de seus colaboradores. Por isso, é importante construir valores como integração e colaboração para criar um ambiente favorável ao trabalho, melhorar o rendimento dos funcionários e estimular maior envolvimento do grupo na empresa. O programa Sou San Lien busca integrar os colaboradores aos objetivos da empresa cliente para que eles se sintam motivados a trabalhar e a construir suas perspectivas junto à empresa.

<b>Ação I Cabos e Contatos</b>	<b>Ação II Conectando a equipe</b>	<b>Ação III Sem Impacto Ambiental</b>	<b>Ação IV Celebra San Lien</b>	<b>Ação V Coleta Histórias</b>
Realizar dinâmicas internas para discutir as necessidades da empresa junto aos colaboradores, favorecendo o clima organizacional.	Otimizar as ferramentas de comunicação interna da empresa.	Concurso cultural que estimulará os colaboradores a terem iniciativas ecologicamente corretas.	Divulgar datas comemorativas, eventos culturais e internos por meio de um calendário com fotos dos vencedores do concurso cultural.	Por meio de oficinas de leitura, a ação visa incentivar o colaborador à leitura motivando o seu envolvimento com a literatura.

Quadro 6 - Ações do Programa Sou San Lien  
Fonte: Faces Assessoria e Consultoria em Relações Pública

**Programa De olho no futuro:** busca potencializar os negócios da organização, oferecer práticas de apoio ao marketing e fortalecer a marca no mercado. Ele propõe a reestruturação do material comercial e outras práticas para realizar novas parcerias, aumentar o volume da matéria prima de sua atividade (sucata eletrônica) e fortalecer-se no segmento de reciclagem.

<b>Ação I Potência San Lien</b>	<b>Ação II San Lien de portas abertas</b>	<b>Ação III San Lien na Fibops</b>
Criar novos materiais de prospecção para clientes; padronizar papelaria da organização.	Elaborar visitas monitoradas na empresa a fim de firmar parceria com empresas de informática/tecnologia.	Participação da organização na Feira de Intercâmbio de Práticas Ambientais – FIBOPs, visando a exposição estratégica da marca San Lien e de seus serviços.

Quadro 7 - Ações do Programa De olho no futuro  
Fonte: Faces Assessoria e Consultoria em Relações Públicas

## 6 CONSIDERAÇÕES

Ao realizar este projeto em parceria com a San Lien, empresa de pequeno porte e em expansão no mercado, pode-se constatar a necessidade de conhecimento que gestores e empreendedores precisam ter sobre os benefícios que o projeto de comunicação organizacional pode trazer aos seus negócios. O valor investido repercutirá não somente nos processos comunicacionais, mas também em outros setores da empresa, além de auxiliar na construção de aspectos intangíveis, como imagem positiva perante os stakeholders e a opinião pública, além do fortalecimento de relacionamentos, aceitação e envolvimento dos públicos de interesse.

Ter identidade vai além de desenvolver peças elaboradas e ações de comunicação isoladas, sua construção exige mudança de postura, formalização de princípios (missão, visão e valores) e equilíbrio entre os interesses da organização e de seus públicos.

Para a San Lien, a experiência de desenvolvimento de um projeto de Relações Públicas apoiado na perspectiva da comunicação integrada, permitiu que se compreendesse não somente suas necessidades no âmbito comunicacional, mas também a importância de uma atuação ecologicamente correta adotada como estratégia de sobrevivência em um mercado cada vez mais competitivo, além da exposição perante a opinião pública mais exigente. Essas atitudes podem agregar valores para a San Lien, aumentar sua credibilidade no setor de reciclagem e manufatura reversa, repercutindo em seus negócios. Além disso, favorecem a expressão de sua identidade como organização que atua de maneira ética e responsável em seu meio.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

DORFMAN, A.; STANISLAWSKI, L. **Problemas Ambientais Urbanos**. Porto Alegre: CAP/UFRGS, 2009.

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

**ISO 14001 Meio Ambiente**. Disponível em  
<[http://www.bsibrasil.com.br/certificacao/sistemas\\_gestao/normas/iso14001/](http://www.bsibrasil.com.br/certificacao/sistemas_gestao/normas/iso14001/)> . Acesso em: 10 abr. 2011.