



Plano de Comunicação Integrada para o Restaurante Universitário da UFSM: “Campanha Pró-Caneca – Beba desta Ideia”¹

Ivory de Souza da SILVA JUNIOR²

Solange PREDIGER³

Tanara Rodrigues LUCAS⁴

Rosane ROSA⁵

Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS

RESUMO

Trata-se de um plano de comunicação para uma campanha institucional de propaganda que visa promover novos hábitos, ou seja, uma campanha de conscientização do público do Restaurante Universitário com o intuito de que cada um utilize sua caneca, ao invés de utilizar um copo descartável por dia. Esta campanha deve respeitar os limites de bom senso, tendo em vista que é uma campanha institucional, desenvolvida dentro da Universidade. Além disso, para incentivar a utilização de canecas no RU, este deve se responsabilizar pela venda ou distribuição dessas canecas aos usuários.

PALAVRAS-CHAVE: campanha, copos plásticos, canecas, Restaurante Universitário.

INTRODUÇÃO:

A partir da necessidade de fazer um trabalho para uma disciplina do curso de Relações Públicas da UFSM, que tinha como objetivo a criação de um Plano de Comunicação Integrada, pensou-se no Restaurante Universitário para realizar esta proposta. Neste contexto, viu-se o interesse de outros grupos da Universidade em solucionar o problema do uso dos copos plásticos descartáveis no RU.

Portanto, pensou-se em uma campanha institucional para promover novos hábitos, fazendo com que os usuários do RU despertem para uma consciência ambiental. Isso se dará com a troca dos copos descartáveis por canecas duráveis, que

¹ Trabalho submetido ao X Expocom, na categoria Áreas Emergentes e Produção Transdisciplinar em Comunicação – Plano de Comunicação Integrada.

² Aluno líder do grupo e estudante do 7º semestre do Curso de Comunicação Social habilitação Relações Públicas, UFSM, e-mail: ivonico@bol.com.br.

³ Estudante do 7º semestre do Curso de Comunicação Social habilitação Relações Públicas, UFSM, e-mail: sol_prediger@yahoo.com.br.

⁴ Estudante do 7º semestre do Curso de Comunicação Social habilitação Relações Públicas, UFSM, e-mail: tanara_luccas@yahoo.com.br

⁵ Orientadora do trabalho, Professora do curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Santa Maria.



serão distribuídas dentro de um determinado tempo. Para que haja difusão massiva das informações sobre a campanha será feito o uso de estratégias de comunicação que visam ao envolvimento do público-alvo.

Essa proposta foi pensada por acadêmicos de RP vinculados à disciplina do curso, juntamente com os integrantes do Programa de Educação Tutorial (PET) da Comunicação Social, que conta com alunos de Relações Públicas, Jornalismo e Publicidade e Propaganda.

OBJETIVO:

Promover a troca dos copos plásticos, por canecas, no RU da UFSM:

- Firmar parcerias entre o RU e demais órgãos da UFSM;
- Lançar a campanha de forma massiva em todas as mídias descritas;
- Instigar os usuários do RU a retirar sua caneca na coordenação do seu curso;
- Alertar para o prazo de retirada das canecas.

JUSTIFICATIVA:

O uso dos plásticos é cada vez maior, sendo que as pesquisas se voltam para a confecção de uma material cada vez mais durável, dificultando ainda mais seu descarte. Estes plásticos não são biodegradáveis, ou seja, não se decompõem a partir de micro-organismos, o que mostra que necessitam de um processo de beneficiamento, ou acabam por prejudicar o meio ambiente.

Outro fator agravante é o fato de que na produção de copos plásticos descartáveis, a participação do poliestireno reciclado na obtenção deste novo material é mínima. Sendo assim, todo copo descartável utiliza matéria prima extrativa e não-sustentável. Além de ser feito de material que provém do petróleo, que é uma fonte não-renovável e implicar grande impacto ambiental em sua extração, também é necessária a utilização de água na produção. Isso aumenta ainda mais o impacto que este material causa na natureza.

A utilização de copos plásticos também pode ser prejudicial para a saúde, pois estes possuem poliestireno que, ao entrarem em contato com bebidas quentes, liberam uma quantidade de estireno, que é um monômero tóxico apontado como cancerígeno.



Tendo em vista que, em média, cada acadêmico usuário do Restaurante Universitário da UFSM utiliza 700 copos durante a graduação (considerando um curso de 4 anos), o que representa cerca de R\$ 18,00, além dos prejuízos ambientais que a produção e reciclagem destes copos representa, tem-se que este é um problema muito significativo para o RU, sendo que apenas a reciclagem destes copos não cria o comprometimento e a responsabilidade social, os quais são valores primados pelo Restaurante.

Dessa forma, criou-se um Plano de Comunicação Integrada de uma campanha de conscientização para os usuários do RU da UFSM, que visa sanar os problemas citados acima, no âmbito do Restaurante.

MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS:

- **Parcerias com órgãos da Universidade Federal de Santa Maria:** Firmar parcerias com a Universidade, com a Pró-Reitoria de Assuntos Estudantis, com o Programa de Educação Tutorial de diferentes cursos da UFSM, Diretório Central dos Estudantes, Comitê Ambiental e Diretórios Acadêmicos, para envolver toda a comunidade acadêmica no desenvolvimento e execução da campanha.

- **Parceria com coordenações de cursos:** Fazer parceria com todas as coordenações da Universidade, deixando-as responsáveis pela distribuição das canecas aos seus alunos, respeitando o período limite, e, posteriormente, aos calouros, no início do ano letivo, além de promover para estes uma palestra expondo a importância da iniciativa da troca dos copos descartáveis por canecas ser levada adiante. Para isto, será enviada mala-direta a todas as coordenações para que estas fiquem bem informadas dos propósitos da campanha e assim, possam repassar as informações a seus alunos.

- **Confecção de materiais de divulgação:** serão confeccionados diversos materiais de divulgação para a Campanha Pró-Caneca, os quais serão distribuídos em frente ao RU, pela UFSM, em especial, pelas Coordenações dos cursos da Universidade e, também, expostos em diversos lugares, a fim de que o maior número de pessoas fique sabendo da campanha e possa retirar sua caneca.

- **Lançamento da Campanha:** Um mês antes dos copos serem totalmente retirados de circulação do RU, haverá o lançamento da campanha, através de uma contagem regressiva (nos próprios materiais de divulgação) para que os usuários estejam cientes



de que depois de expirado este tempo, só terá acesso ao suco, oferecido pelo Restaurante, quem estiver em mãos com sua caneca.

- **Relacionamento com a mídia:** Para atingir a mídia, serão enviados *press-kits*, contendo a caneca e a camiseta da campanha, além de todo o material informativo confeccionado para a mesma. Além disso, haverá o envio de *releases* semanais para que a imprensa fique informada sobre a campanha.

- **Intervenções dentro do RU:** estas intervenções serão feitas por *clowns*, (convidados do Curso de Artes Cênicas do Centro de Artes e Letras da UFSM), a fim de divulgar a campanha para os usuários do Restaurante Universitário. Estes *clowns* farão, de forma descontraída, a divulgação da proposta de se trocar os copos plásticos por canecas do RU. As 200 primeiras pessoas a realizarem essa troca e apresentarem sua caneca no RU receberão, dos *clowns*, uma camiseta da campanha, que servirá de incentivo aos demais e também promoverá a maior divulgação da proposta.

- **Adereços nas mesas do RU:** serão colocados adereços nas mesas do Restaurante, em formato de prisma, para que chame a atenção do público e faça com que este procure as informações sobre a campanha; Neste, será frisado o tempo que o usuário possui para receber gratuitamente sua caneca, retirando-a na coordenação de seu curso.

- **Informações:** será criado um espaço para informações em frente ao RU, contendo o material informativo da campanha e pessoas especializadas, que possam informar todos os detalhes do projeto.

- **Camisetas:** Os 200 primeiros usuários que almoçarem com a caneca da campanha recebem, no momento em que saírem do RU, uma camiseta da campanha, das mãos dos *clowns*, que estarão fazendo intervenções em frente ao Restaurante Universitário, como forma de divulgação. Estas camisetas servirão de incentivo aos demais usuários, para que estes retirem também sua caneca, e também promoverá a maior divulgação da proposta.

- **Mídia:** serão definidos os meios de comunicação pelos quais os usuários do RU receberão as mensagens que serão criadas para a Campanha Pró-Canecas:

- **TV:** será criado um VT para ser veiculado nas diversas emissoras de televisão da cidade de Santa Maria
- **Criação de spot:** serão criados SPOTs para serem veiculados nas diferentes rádios da cidade de Santa Maria, bem como na Rádio Universidade.



- **Cartazes:** serão criados cartazes para a Campanha Pró-Caneca, os quais serão distribuídos pelos Centros de Ensino da Universidade Federal de Santa Maria, bem como pela cidade de Santa Maria, a fim de divulgar a campanha e levar a informação a todos os usuários do RU de que estes devem retirar sua caneca na coordenação do curso.
- **Adesivos:** serão criados adesivos, os quais serão entregues como forma de divulgação da Campanha Pró-Caneca, junto ao material informativo da campanha.
- **Folder:** será criado um folder explicativo com todas as informações relevantes à Campanha Pró-Caneca. Este será colocado no *press-kit* para a imprensa e também será distribuído em frente ao RU, aos que estiverem interessados, durante as intervenções dos *clowns* e também durante os momentos de divulgação da campanha.
- **Faixas:** serão criadas faixas para a divulgação da campanha dentro da UFSM; estas serão colocadas em frente ao RU e também pelos Centros de Ensino, nos quais serão distribuídas as canecas.
- **Outdoor:** será criado um outdoor para a campanha; este será exposto na entrada da UFSM.
- **Adereços para mesa:** nas mesas do RU, serão colocados adereços em forma de prisma no dia do lançamento da campanha; os prismas ficarão até o final do prazo que os usuários têm para retirar suas canecas. Neste haverá a explicação sobre a campanha.

DESCRIÇÃO DO PRODUTO

A Campanha Pró-Caneca será desenvolvida através de uma campanha de propaganda, pois visa à divulgação do novo produto, no caso a caneca, informando suas vantagens e, dessa forma, tornando a proposta conhecida, levando o usuário a retirar sua caneca. Como coloca Lupetti, a campanha de propaganda tem como característica “a divulgação do produto, informando seus benefícios e atributos, objetivando tornar a marca conhecida e levar o consumidor à ação de compra” (Lupetti, 2000, p.114).

Toda a campanha será desenvolvida no período de 6 meses, no entanto, contanto do lançamento da campanha até o término de sua divulgação, transcorrerá o período de um mês. Este tempo é julgado necessário para que todos os usuários do RU saibam da



campanha e retirem sua caneca junto à coordenação de seu curso na Universidade Federal de Santa Maria.

Na fase de desenvolvimento da campanha serão estudadas todas as necessidades no RU, mudanças que devem ser feitas, compra das canecas, testes de aceitação por parte do público usuário do Restaurante e conversas com apoiadores e possíveis distribuidores das canecas dentro do RU, para que a campanha possa ser lançada.

No lançamento da campanha haverá o posto de informações na entrada do Restaurante e já iniciará a entrega do material informativo, bem como a entrega das canecas junto às coordenações de cursos da UFSM.

Ao longo das duas semanas que seguem após seu lançamento, será intensificada a divulgação da mesma junto aos usuários do RU, bem como junto à imprensa, que deve divulgar essa proposta na cidade de Santa Maria, a fim de promover a visibilidade do RU e da UFSM, criando uma imagem positiva para os dois órgãos, legitimando sua atuação junto à comunidade.

O período de maturidade da campanha é caracterizado como sendo as duas semanas finais de divulgação, em que novas estratégias devem ser lançadas e/ou as antigas estratégias serem incentivadas, para que o público que ainda não sabe da campanha fique sabendo de sua existência e troque sua caneca.

Após a divulgação da campanha, esta estará na fase de declínio, em que as canecas não serão mais distribuídas aos que já são usuários do RU; quem ainda não tiver retirado a sua, poderá comprá-la na Grife da Universidade. A campanha será retomada a cada início de semestre, como uma estratégia de inserir os novos acadêmicos da Instituição ao pensamento consciente. Com o passar do tempo, isso se tornará uma prática comum e o fato da existência de copos plásticos no RU nem será cogitada.

Por fim, o resultado da campanha será analisado a partir de uma pesquisa de opinião pública que será realizada com os usuários do Restaurante Universitário, após o término da mesma, a fim de verificar como esta foi recebida.

CONSIDERAÇÕES

Este Plano de Comunicação Integrada foi importante para reunir todas as informações e planejar as ações que deverão ser utilizadas no desenvolvimento da campanha e, desta forma, ajudarão no alcance dos objetivos propostos. O grande diferencial deste plano foi a união de todas as habilitações, promovendo uma comunicação integrada, na criação das estratégias para a Campanha Pró-Caneca.



A partir disso, a campanha está apta a ser executada no RU da UFSM, de maneira a conscientizar os seus usuários e, conseqüentemente, diminuir o impacto ambiental, além de promover uma imagem positiva da Instituição. Dessa forma, a “Pró-Caneca” se configura em uma campanha de sucesso.

REFERÊNCIAS

LUPETTI, Marcélia. **Planejamento de Comunicação**. São Paulo: Futura, 2000.

ANEXOS:

Peças gráficas

Adesivo:





Faixa:

 dias para retirar a sua!'."/>

CAMPANHA PRÓ-CANECA

BEBA DESTA IDÉIA

O meio ambiente pede ajuda!
Utilize sua caneca nas refeições
do RU! Seja consciente!
FAÇA SUA PARTE!

Retire sua caneca na coordenação de seu curso!

Você tem dias para retirar a sua!

Apoio:



Cartaz:

CAMPANHA PRÓ-CANECA

BEBA DESTA IDÉIA

O meio ambiente pede ajuda!
Utilize sua caneca nas refeições
do RU! Seja consciente!
FAÇA SUA PARTE!

Retire sua caneca na coordenação de seu curso!

Parceiros:



Outdoor:

CAMPANHA PRÓ-CANECA

BEBA DESTA IDÉIA

O meio ambiente pede ajuda!
Utilize sua caneca nas refeições do RU! Seja consciente!
FAÇA SUA PARTE!

Lixo plástico
Gasto
Seja
Consumo
Poluição

Parceiros:

DCE UFSM UFSM Universidade Federal de Santa Maria

Camiseta:



