



UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO
INSTITUTO DE FLORESTAS
CURSO DE GRADUAÇÃO EM ENGENHARIA FLORESTAL

DAFFYLIN LORRANY SILVA POUBEL

**ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO E MARKETING PARA A DIVULGAÇÃO DO
CURSO DE ENGENHARIA FLORESTAL DA UFRRJ**

Prof. ROGÉRIO LUIZ DA SILVA
Orientador

SEROPÉDICA, RJ
NOVEMBRO – 2019



UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO
INSTITUTO DE FLORESTAS
CURSO DE GRADUAÇÃO EM ENGENHARIA FLORESTAL

DAFFYLIN LORRANY SILVA POUBEL

**ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO E MARKETING PARA A
DIVULGAÇÃO DO CURSO DE ENGENHARIA FLORESTAL DA UFRRJ**

Monografia apresentada ao Curso de Engenharia Florestal, como requisito parcial para a obtenção do Título de Engenheiro Florestal, Instituto de Florestas da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro.

Prof. ROGÉRIO LUIZ DA SILVA
Orientador

SEROPÉDICA, RJ
NOVEMBRO – 2019

**ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO E MARKETING PARA A DIVULGAÇÃO DO
CURSO DE ENGENHARIA FLORESTAL DA UFRRJ**

DAFFYLIN LORRANY SILVA POUBEL

APROVADA EM: 27/11/2019

BANCA EXAMINADORA:

Prof. ROGÉRIO LUIZ DA SILVA – UFRRJ
Orientador

Prof^a. VÍVIAM LACERDA DE SOUZA – IFRJ
Co-orientadora

Prof^a. NATANE AMARAL MIRANDA – UFRRJ
Titular

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho primeiramente à Deus, à minha companheira por todo amor, carinho e compreensão em todos os momentos dessa jornada, ao meu irmão, aos meus pais e à todos os familiares, amigos e professores que direta ou indiretamente me apoiaram, me deram força e principalmente me incentivaram a concluir mais esta etapa.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente à Deus, por ser essencial na minha vida e a Nossa Senhora da Conceição presente em todos os momentos, permitindo que tudo isto acontecesse e me dando saúde e força para enfrentar as dificuldades.

À Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro que me proporcionou a oportunidade de possuir um ensino superior e a expansão de meus horizontes.

Aos meus pais, essenciais na base da minha educação e os primeiros incentivadores nesta jornada. Ao meu irmão Otílio Poubel, meu maior tesouro e um dos motivos pelo qual não desisti de lutar.

À minha companheira no amor e na vida, Natasha Bamba, que me apoiou em todos os momentos, soube compreender quando eu não podia estar presente e me deu forças para vencermos mais esta etapa juntas.

Ao meu Professor e orientador Rogério Luiz e Professora Víviam Lacerda pela oportunidade e pela confiança, me incentivando e apoiando a seguir com o projeto.

À Professora Natane Amaral por toda disponibilidade e atenção que foram essenciais para a conclusão deste trabalho.

Aos amigos, em especial Géssica Kalline e Thais Paula, por todo apoio e por me ouvirem sempre que precisei.

E a todos que direta ou indiretamente fizeram parte da minha formação, o meu muito obrigada.

RESUMO

No Estado do Rio de Janeiro, a Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro é a única Instituição que oferece o curso de Engenharia Florestal aos participantes do ENEM. Com o novo modelo de ingresso nas Instituições Públicas Federais que é realizado por meio do Sistema de Seleção Unificada desde 2010, os candidatos que realizaram as provas do ENEM escolhem duas opções de curso e aguardam sua classificação. Esse modo de ingresso nas universidades dá a oportunidade aos candidatos que não obtiveram uma pontuação satisfatória para a primeira opção de curso, de se classificarem na segunda opção escolhida. No entanto, alguns candidatos se matriculam nessas condições, iniciam o curso e depois desistem do mesmo, aumentando o índice de evasão dos alunos. Esse fato vem sendo observado no curso de Engenharia Florestal da UFRRJ, o que pode ser atribuído à falta de afinidade com a área florestal, aliada ao desconhecimento prévio da atuação deste profissional. O objetivo deste trabalho foi elaborar um material para a divulgação do curso e esclarecer as dúvidas do público alvo, auxiliando durante a escolha no SISU, captando apenas os alunos realmente interessados e com perfil inerente ao curso de Engenharia Florestal, visando assim amenizar os índices de evasão e melhorar a qualidade do curso. Desse modo, foi preparado um plano de comunicação e marketing que envolve a definição do público alvo da campanha, bem como as estratégias de ação a serem empregadas. Em um levantamento das instituições potenciais para divulgação do curso de Engenharia Florestal no estado do Rio de Janeiro, foi observado que diversas escolas técnicas oferece aos alunos do ensino médio cursos de excelente qualidade em áreas afins. Para captar possíveis ingressantes via SISU para o curso de Engenharia Florestal foi definido que as estratégias de comunicação deveriam englobar ações a serem aplicadas nas instituições de ensino técnico do estado do Rio de Janeiro, afim de facilitar a compreensão do público alvo, sanando dúvidas recorrentes durante o processo de escolha. Espera-se que essa iniciativa de divulgação e promoção do curso de Engenharia Florestal da UFRRJ possa atrair estudantes interessados, com perfil de afinidade e que, ao ingressarem na instituição, já tenham um conhecimento básico da área e da profissão, podendo então reduzir o índice de evasão nos primeiros períodos.

Palavras-chave: Comunicação florestal, Extensão florestal, Calouros.

ABSTRACT

In the state of Rio de Janeiro, the Federal Rural University of Rio de Janeiro (UFRRJ) is the only institution that offers the Forest Engineering course to ENEM participants. With the new model of admission to Federal Public Institutions which has been conducted through the Unified Selection System since 2010, candidates who have taken the ENEM tests choose two course options and await their classification. This mode of access into universities gives candidates who have not obtained a satisfactory score for the first course option the opportunity to qualify for the second choice. However, some candidates enroll in these conditions, start the course and then drop out, increasing student dropout rates. This fact has been observed in the Forest Engineering course at UFRRJ, which can be attributed to the lack of affinity with the forest area, allied to the previous ignorance of the professional's performance. The objective of this work was to elaborate a material for the dissemination of the course and to clarify the doubts of the target audience, assisting during the choice in SISU, capturing only the students really interested and with profile inherent to the Forest Engineering course, aiming to soften the indexes of dropout and improve the quality of the course. Thus, a communication and marketing plan was prepared which involves defining the target audience of the campaign, as well as the action strategies to be employed. In a survey of potential institutions for the dissemination of the Forest Engineering course in the state of Rio de Janeiro, it was observed which several technical schools offer high school students excellent quality courses in related areas. In order to capture potential newcomers via SISU for the Forest Engineering course, it was defined which communication strategies should encompass actions to be applied in technical education institutions in the state of Rio de Janeiro, in order to facilitate the understanding of the target audience, solving recurring doubts during the process of choosing. It is hoped that this initiative for the dissemination and promotion of the UFRRJ Forest Engineering course will attract interested students, with affinity profile and that, upon joining the institution, they already have a basic knowledge of the area and the profession, thus reducing the index evasion in the first periods.

Keywords: Forest communication, Forest extension, Freshmen

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	1
2. REVISÃO DE LITERATURA	2
2.1. A COMUNICAÇÃO	2
2.1.1. Elementos	3
2.1.2. Tipos de Comunicação	4
2.1.3. Problemas da Comunicação	4
2.1.4. <i>Feedback</i> e Web	5
2.2. O MARKETING EDUCACIONAL E O ENSINO SUPERIOR	6
2.2.1. O Marketing	6
2.2.2. Marketing das Instituições de Ensino Superior	7
2.3. ENSINO SUPERIOR NO BRASIL	8
2.3.2. Ingresso no Ensino Superior.....	11
2.3.3. Evasão Universitária.....	13
2.3.4. O Curso de Engenharia Florestal.....	15
3. MATERIAL E MÉTODOS.....	16
3.1. Levantamento das instituições.....	16
3.2. Análise dos cursos	16
3.3. Definição das estratégias de comunicação e marketing	16
3.4. Visita in loco	16
3.5. Análise das estratégias e feedback	17
4. RESULTADOS E DISCUSSÕES.....	17
4.1. Levantamento das instituições.....	17
4.2. Análise dos cursos	18
4.3. Estratégias de ações.....	20
4.3.1. Palestra expositiva.....	20
4.3.2. Cartilha sobre o curso de Engenharia Florestal	21
4.3.3. Vídeo institucional	21
4.3.4. Dinâmica de grupo	21
4.3.5. Demonstração prática	21
4.4. Visita <i>in loco</i>	21
4.5. Questionários e feedback.....	25
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	28
6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	29

1. INTRODUÇÃO

Originalmente o estado do Rio de Janeiro era coberto por florestas com enorme exuberância, mas em função da colonização houve grande desmatamento. Além disso, o estado não tem tradição, nem grande aptidão para o cultivo agrícola. Desse modo, a implantação de florestas produtivas ou mesmo florestas para conservação ambiental é uma alternativa para o desenvolvimento regional, especialmente agora com a criação dos Distritos Florestais pelo governo estadual. Por outro lado, existe uma população que clama por emprego, quase sempre formada por jovens que buscam o mercado de trabalho para melhorar sua condição de vida. Uma das formas de assegurar a inserção destes jovens na sociedade é capacitá-los para exercer uma atividade com dignidade por meio da formação de profissional de qualidade.

Atualmente, a graduação em Engenharia Florestal é ofertada no estado do Rio de Janeiro, somente pela UFRRJ, o que aumenta a responsabilidade da instituição com o desenvolvimento do setor florestal, bem com a melhoria da qualidade de vida das pessoas. No entanto, tem se observado que boa parte da população, inclusive os ingressantes no curso, desconhece as atribuições e as atividades exercidas pelo Engenheiro Florestal, o que tem refletido nos altos índices de evasão dos estudantes nos últimos anos. Esse acontecimento pode ser provocado por vários fatores, mas uma forma de conter o problema é ampliar a divulgação do curso de Engenharia Florestal para estudantes do ensino médio que tem um perfil para trabalhar na área das ciências agrárias.

De acordo com novo modelo de ingresso nas Instituições Públicas Federais, por meio do Sistema de Seleção Unificada (SISU), em vigor desde janeiro de 2010, os participantes do ENEM, escolhem duas opções de curso e aguardam a classificação. Os candidatos são selecionados de acordo com a nota do Enem, dentro de determinado número de vagas de cada curso, por modalidade e concorrência. Tendo em vista que esse modo de ingresso nas Universidades, oferece a oportunidade de candidatos que não obtiveram pontuação para a primeira opção de curso, se classificarem na segunda opção escolhida, alguns se matriculam, iniciam o curso e depois desistem do mesmo, tendo a possibilidade de usar a nota obtida novamente em mais dois processos. Esse é um dos motivos pelo qual o índice de evasão de alunos do curso de Engenharia Florestal da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, está com nível alto nos primeiros semestres, seguido de alunos que não se adequam com a universidade, bem como aqueles que não se interessam ou não estão envolvidos com esta área.

Sendo assim, foi realizado um levantamento das escolas técnicas potenciais existentes no estado do Rio de Janeiro para a divulgação sobre o curso de Engenharia Florestal da UFRRJ, afim de captar estudantes que já estejam se relacionando com as áreas agrárias, bem como aqueles interessados ou que demonstram afinidade com as áreas exatas e ambiental.

O curso de Engenharia Florestal da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro foi a terceira graduação a ser instalada no País, reconhecido pelo Decreto nº 1984 de 10 de janeiro de 1963 e seu funcionamento teve início em 1967 (IF, 2018). Atualmente, o curso de Engenharia Florestal constitui uma das carreiras de maior impacto sobre a sociedade, pelo ponto de vista produtivo, ambiental e social, subsidiando ações impactantes da atual conjuntura sócio ambiental do Brasil e do mundo.

A duração da graduação em Engenharia Florestal é de 5 anos, no máximo 8 anos, divididos em dez semestres onde o aluno deve totalizar 3825 horas presenciais para se graduar. Esse é um curso que envolve o conhecimento das ciências biológicas, ciências exatas e ciências humanas e sociais. Possui uma grade curricular que proporciona a formação de um

profissional capaz de lidar com as diversidades regionais e culturais do Brasil, sobretudo, nas questões recentes da relação entre floresta e a sobrevivência humana. A Engenharia Florestal da UFRRJ obteve 4 pontos no ENADE/2017 (Exame Nacional de Desempenho de Estudantes) o que demonstra uma boa formação profissional dos estudantes.

Em média são 45 vagas por semestre para o Curso de Engenharia Florestal da UFRRJ e como a seleção dos candidatos é feita de acordo com a classificação em relação à quantidade de vagas disponíveis em cada semestre, as visitas às escolas técnicas serão realizadas preferencialmente antes de serem abertas as inscrições para o SISU de cada semestre, afim de auxiliar os candidatos no momento das inscrições.

Desse modo o marketing será utilizado como estratégia para a divulgação e o uso de recursos visuais fará toda a diferença para transmitir as informações ao público. Nesse caso foi criado um plano de ação capaz de auxiliar durante as visitas, o qual aliada criatividade e a necessidade de divulgar os pontos principais do referido curso e da UFRRJ.

O objetivo desse trabalho é criar uma proposta de comunicação para a divulgação do curso de Engenharia Florestal da UFRRJ, visando melhorar a qualidade do curso e reduzir os índice de evasão do mesmo. A realização desse projeto de divulgação do curso de Engenharia Florestal é essencial, pois nota-se claramente entre os calouros que há uma necessidade de informações básicas, como por exemplo as áreas de atuação de um engenheiro florestal. Esse projeto poderá esclarecer as dúvidas do público alvo, auxiliando durante a escolha no SISU, capitando apenas os alunos realmente interessados no curso de Engenharia Florestal e assim amenizar a evasão durante o curso.

2. REVISÃO DE LITERATURA

2.1. A COMUNICAÇÃO

De acordo com Ferreira (2010) a definição de comunicação no Dicionário Aurélio é: “Comunicação é o ato ou efeito de comunicar (-se). Processo de emissão, transmissão e recepção de mensagens por meio de métodos e/ou sistemas convencionados, quer através da linguagem falada ou escrita, quer de outros sinais, signos ou símbolos, quer de aparelhamento técnico especializado, sonoro e/ou visual. Capacidade de trocar ou discutir ideias, de dialogar, com vista ao bom entendimento entre pessoas.”

No entanto Sodré (2002) define de forma mais abrangente o conceito comunicação que aponta para a movimentação concreta de toda comunidade. Evidencia que se trata de pôr em comum as diferenças práticas na dinâmica de realização do real. Segundo o mesmo autor, em 1927 Harold Laswell, indica a mídia, como meio de comunicação, indispensável à gestão das opiniões e associando propaganda à democracia.

A comunicação ocupa hoje uma posição reflexiva sobre a vida social, se não como “um” objeto claramente discernível, certamente como um “nú” ou um núcleo objetivável, onde se entrelaçam problematizações diversas do que significa a vinculação ou atração social (SODRÉ, 2002).

O processo de comunicação cumpre três funções principais na sociedade: “a) a vigilância do meio, revelando tudo o que poderia ameaçar ou afetar o sistema de valores de uma comunidade ou das partes que a compõem; b) o estabelecimento de relações entre os componentes da sociedade para produzir uma resposta ao meio; c) a transmissão da herança social” (LASSWELL, 1948)

Segundo Vanoye (1998) toda comunicação tem por objetivo a transmissão de uma mensagem e se constitui por certos elementos essenciais, como: quem emite (emissor) e quem recebe (receptor) a informação, bem como a mensagem a ser transmitida associada ao canal

de comunicação juntamente com a situação (referente) e os signos (códigos) em comum entre o emissor e o receptor.

De modo geral, a comunicação é uma ferramenta de integração essencial para viver em sociedade, a qual explora a capacidade que o ser humano tem de interagir com o outro por meio de sinais (verbais ou não verbais), caracterizando um processo que envolve a troca de informações por meio de signos e regras mutuamente compreensíveis entre o emissor e o receptor.

2.1.1. Elementos

Vonoye (1998) esquematiza o processo de comunicação, na figura a seguir (figura 1), onde descreve cada elemento do esquema, o emissor ou destinador é o responsável por emitir a mensagem, podendo ser um indivíduo ou um grupo; o receptor ou destinatário é aquele o que recebe a mensagem, podendo ser um indivíduo ou grupo, ou mesmo um animal ou uma máquina (computador); a mensagem é o objetivo da comunicação, constituída pelo conteúdo das informações transmitidas; o canal de comunicação é a via de circulação das mensagens; o código é um conjunto de signos e regras de combinações destes signos, onde o destinador lança mão dele para elaborar sua mensagem, caracterizando a operação de codificação.



Figura 1. Esquema de comunicação. Fonte: Vonoye (1998).

A operação de decodificação, para Vonoye (1998), fica a cargo do destinatário que identificará o sistema de signos se o seu repertório for comum ao do emissor. Esse processo pode se realizar de quatro maneiras: no primeiro caso a comunicação não se realiza, a mensagem é recebida mas não é compreendida, mostrando que o emissor e o receptor não possuem nenhum signo em comum; no segundo caso a comunicação é restrita, ambos elementos possuem poucos signos em comum e a comunicação se torna mais ampla no terceiro caso, entretanto, a inteligibilidade dos signos não é total, pois certos elementos da mensagem provenientes do emissor, não serão compreendidas pelo receptor; todos os signos emitidos pelo emissor são compreendidos pelo receptor no quarto caso, tornando a comunicação perfeita entre eles.

Vonoye (1998) define que o referente é constituído pelo contexto, pela situação e pelos objetos reais aos quais a mensagem remete, podendo ser de dois tipos, o referente situacional, constituído pelos elementos da situação do emissor e do receptor e pelas circunstâncias de transmissão da mensagem e o referente textual, constituído pelos elementos do contexto linguístico.

Portanto, a comunicação depende do tipo de signo que o emissor e o receptor estão usando, implicando ao mesmo tempo num processo que se desenvolve em um contínuo espaço-temporal. A comunicação não tem princípio e fim bem definidos porque os atos comunicativos são parcialmente indetermináveis e infinitos.

2.1.2. Tipos de Comunicação

As pessoas podem comunicar-se de várias formas, pelo código Morse, pela escrita, por gestos, pelo telefone, etc; uma empresa, uma administração, até mesmo um Estado pode comunicar-se com seus membros por intermédio de circulares, cartazes, mensagens radiofônicas ou televisionadas, etc (VANOYE, 1998).

Para cada receptor a mensagem proveniente do emissor pode tomar um sentido ou valor diferente dependendo das suas respectivas situações ressaltando que uma mensagem pode ser recebida por diferentes destinatários. Para Vonoye (1998) é necessário determinar o sentido de uma mensagem conforme o tipo de comunicação utilizada e segundo o alvo e a finalidade desta comunicação.

Em relação a transmissão da mensagem, segundo Vanoye (1998), existem dois tipos de comunicação: a comunicação unilateral que é estabelecida de um emissor para um receptor, sem reciprocidade e a comunicação bilateral que se estabelece quando o emissor e o receptor alternam seus papéis.

Segundo Ribas Bisneto (2008) a comunicação interpessoal pode afetar nas tomadas de decisão e nos relacionamentos interpessoais. Para decidir sobre um determinado assunto é necessário levantar dados e informações, e a fonte de tudo isso são outras pessoas, para as quais podem ser feitas perguntas que devem ser realizadas de forma clara e sucinta. Para Ribas Bisneto (2008) este tipo de comunicação (interpessoal) envolve uma ação, onde duas ou mais pessoas estabelecem maneiras e formas de transmitir uma ideia ou um pensamento, sendo, que o principal objetivo dessa ação é a troca e a assimilação de informações.

A comunicação interpessoal, segundo Robbins (2004) acontece de forma ascendente, descendente e lateral. Essas denominações são usadas para apresentar a comunicação entre pessoas de mesmo nível hierárquico ou diferente como, por exemplo, entre amigos ou gestor e colaborador.

O resultado da boa comunicação (de forma qualitativa e quantitativa) sugere que o codificador ao passar uma mensagem de forma clara e objetiva leva ao decodificador a tomar decisões de forma mais rápida e eficaz, o que contribui com a melhora na tomada de decisão devido a uma boa comunicação estabelecida (RIBAS BISNETO, 2008).

2.1.3. Problemas da Comunicação

Um dos problemas gerais de comunicação são os ruídos e redundâncias. Para Ribas Bisneto (2008) do lado do transmissor há um processo de organização das mensagens tentando torná-las mais apropriadas para se passar; do lado do receptor, existe a interpretação, tradução da mensagem proferida. Dentro do processo há a busca pela interpretação, e é neste momento que poderá haver diversos ruídos, barreiras ou falhas na comunicação, afetando a interpretação leal à mensagem. Portanto, a comunicação pretendida não foi completa, ficou falha, enquanto o receptor não obteve a interpretação real da mensagem. Se dentro desse espaço de tempo o ruído for grandemente forte em relação ao que foi passado, a mensagem não chegará ao seu objetivo ou poderá chegar totalmente distorcida.

Segundo Vonoye (1998) os ruídos são caracterizados por tudo que afeta, em diferentes graus, a transmissão de uma mensagem: timbre e volume de voz do emissor, dispersão e falta de atenção do receptor, a forma como a comunicação é feita e como a mensagem está sendo levada também pode interferir como ruídos. As redundâncias podem ser compreendidas como todo elemento de mensagem que não traz nenhuma informação nova, sendo um mecanismo paliativo da língua para combater os riscos de perturbação durante a transmissão de uma mensagem falada ou escrita. Segundo o mesmo autor, a economia da mensagem exige a supressão das redundâncias, no entanto, uma mensagem sem redundância torna-se muito densa para ser recebida e compreendida.

Podemos quantificar às de informações transmitidas por meio de uma mensagem graças ao americano Claude Elwood Shannon, que em 1948, propôs um esquema do “sistema geral de comunicação”. Segundo ele o problema da comunicação consiste em “reproduzir um ponto dado, de maneira exata ou aproximativa, numa mensagem selecionada em outro ponto”. O objetivo de Shannon (1948) é delinear o quadro matemático no interior do qual é possível quantificar o custo de uma mensagem, de uma comunicação entre os dois pólos desse sistema, em presença de perturbações aleatórias indesejáveis porque impedem a plena correspondência entre os dois pólos. A fonte, o ponto de partida da comunicação, dá forma à mensagem que transformada em “informação” pelo emissor que a codifica, é recebida no outro extremo da cadeia. O modelo finalizado de Shannon (1948) induziu a uma abordagem da técnica que a reduz a um instrumento. Essa perspectiva exclui toda a problematização que definiria técnica em outros termos que não os de cálculo, planejamento e predição (MATTERLART e MATTERLART, 2002). Em outras palavras, a medida da originalidade da mensagem é a seguinte: “a quantidade da informação é função de sua probabilidade”. Quanto mais imprevisível for a mensagem, maior será a informação (VANOYE, 1998).

De acordo com Vonoye (1998) a mensagem mais econômica é a que veicula o maior número de informações com o menor número de signos e cujas informações comportam o máximo de originalidade. No entanto, nas comunicações interpessoais uma mensagem muito “econômica” seria intransmissível, pois o locutor teria muita dificuldade em identificar signos densos e inesperados. Sendo assim, o objetivo da comunicação não está na economia, mas na boa recepção da mensagem. A quantidade que cada receptor irá receber de informação abrange fatores culturais e lógicos, visto que a novidade da informação é relativa e varia conforme a idade, escolaridade, conhecimentos, etc (VANOYE, 1998).

Nem toda mensagem recebida pelo destinatário é compreendida pelo mesmo da forma que o emissor pretende, pois deve-se ser direto e usar uma linguagem de fácil entendimento para quem esta recebendo a mensagem (evitam-se palavras difíceis se as simples forem suficientes). Informações claras, diretas e objetivas. Usar todas as fontes e meios de comunicação para estimular sentimentos do receptor. Ficar frente a frente sempre que for possível (RIBAS BISNETO, 2008).

De acordo com Ribas Bisneto (2008), com propósito de amenizar os problemas da comunicação temos duas formas eficazes para reduzir as barreiras e distorções. Uma trata da confirmação quando tudo o que se pode utilizar da mensagem para que a informação seja transmitida na íntegra, não permitindo perda total ou parcial daquilo que se deseja transmitir, como uma forma de eliminar possíveis ruídos. Assim, deve-se dar embasamento, repetir frases de domínio essencial à compreensão do receptor. Outra forma de reduzir barreiras e distorções é o *feedback*, que são sinais que podem ser percebidos ou sentidos de modo a gerar um resultado referente à mensagem, e para isto, o plano de ação é fazer perguntas e obter as respostas por meio de percepção e sensibilidade afim de verificar se a mensagem foi recebida ou não.

2.1.4. Feedback e Web

Segundo Robbins (2002), o processo de comunicação tem início em uma fonte, o emissor codifica uma mensagem e utiliza um meio para transmití-la ao receptor que por sua vez a decodifica. Em seguida, o receptor dá um retorno ao emissor quanto à mensagem, um *feedback* para certificar que a mensagem foi plenamente compreendida.

Moscovici (2002) declara que no processo de desenvolvimento da competência interpessoal, o *feedback* é um processo de ajuda para mudanças de comportamento, trata-se da comunicação a uma pessoa ou a um grupo, no sentido de fornecer-lhe informações sobre como sua atuação está afetando outras pessoas. *feedback* eficaz ajuda o indivíduo (ou grupo) a melhorar seu desempenho e assim alcançar objetivos. E para Robbins (2002), dois dos

elementos mais importantes para a comunicação eficaz são a habilidade para ser um ouvinte ativo e a habilidade para dar *feedback*.

Neste caso, a Internet, a web e as redes sociais contribuíram para ampliar as possibilidades de participação efetiva das pessoas no desenvolvimento e circulação de conteúdos pelo mundo, facilitando o *feedback* entre os emissores e os receptores de diversas modalidades. Além disso, o entremear das mídias tradicionais (rádio, tv, jornais, revistas) com as novas mídias (digitais) fez com que a fronteira entre emissor e receptor se tornasse praticamente inexistente (COSTA et al., 2013).

Atualmente o meio de comunicação mais utilizado é a internet, através das redes sociais e aplicativos de mensagens. O desenvolvimento dos sistemas e das redes de comunicação transforma radicalmente a vida do homem contemporâneo, tanto nas relações de trabalho como na sociabilização e no lazer (SODRÉ, 2002).

Quando falamos em internet, segundo Moraes (2007), a teia é gigantesca e desfaz pontos fixos ou limites predeterminados para o tráfego de dados e imagens; não há centro nem periferia, e sim entrelaçamentos de percursos. As fronteiras entre quem emite e quem recebe podem tornar-se fluidas e instáveis. Os usuários têm a chance de atuar, simultaneamente, como produtores, emissores e receptores, dependendo de lastros culturais e habilidades técnicas. A colagem de interferências individuais põe em circulação ideias e conhecimentos, sem as noções de seleção e estratificação que condicionam os processos midiáticos.

A comunicação virtual, gradativamente, se insere no esforço de construção de uma cultura de solidariedade social baseada numa ética de reciprocidades entre os sujeitos comunicantes. Importante deixar claro que a Internet não prevalece sobre metodologias consagradas de luta social, que continuam bastante necessárias (MORAES, 2007).

Entretanto a internet é uma das formas de promoção mais ativas na percepção do público alvo e deve ser bem explorada, tanto na apresentação dos assuntos inerentes as instituições, quanto na possibilidade de interação com o mesmo, por meio de *feedback*.

Portanto a comunicação liga-nos à rede de seres humanos, começando pelas famílias seguido pelos amigos (com a ajuda dos media), pela sociedade e pelo mundo inteiro. Nesse raciocínio, a forma como nos desenvolvemos como indivíduos depende muito do grau de sucesso com que construímos essas redes. A comunicação não é apenas uma troca de informações "duras", mas também a partilha de pensamentos, sentimentos, opiniões e experiências (GILL e ADAMS, 1998).

Sendo assim, considerando que o grande percentual de alunos atualmente possui acesso a internet, torna-se possível identificar a forma de percepção dos receptores frente às ações do emissor, podendo desta forma administrar ações futuras para um plano de marketing, segundo Bronnemann e Silveira (2003).

2.2. O MARKETING EDUCACIONAL E O ENSINO SUPERIOR

2.2.1. O Marketing

Segundo Bronnemann e Silveira (2003) até 1909, a palavra marketing era inexistente. Inicialmente, o marketing foi visualizado, exclusivamente, para facilitar o comércio e a distribuição dos produtos. A visão “do produtor para o consumidor”, surge a partir dos anos quarenta (BARTELS, 1988).

Kotler (2010) afirma que ao longo de anos, o marketing evoluiu, passando por três fases, chamadas de Marketing 1.0, 2.0 e 3.0. Segundo o autor o Marketing 1.0 tinha como objetivo padronizar e ganhar em escala com fins de reduzir ao máximo os custos de produção para que as mercadorias pudessem ter um preço mais baixo e ser adquiridos por um número maior de compradores. Já o Marketing 2.0 que surgiu na era da informação, tem como regra “o cliente como rei”, e como objetivo o alcance do coração e da mente do consumidor, pois é

ele quem define o valor do produto. Kolter (2010) descreve que as maiores oportunidades se abrirão aos profissionais que praticam o Marketing 3.0, sendo este também conhecido como a era voltada para os valores, onde os consumidores passam a ser tratados como seres humanos constituídos por mente, coração e espírito, cujo objetivo de oferecer soluções para os problemas da sociedade. Entende-se o Marketing 3.0 como uma mistura de marketing colaborativo, cultural e espiritual, onde os consumidores atuam conjuntamente com as organizações, demonstrando o que pensam e o que querem, alterando e melhorando produtos/serviços.

Para Lamb (1994), “a era do marketing tem seu início a partir de 1950, quando os empresários tomaram a consciência de que precisavam dar atenção à satisfação dos desejos dos consumidores e que, para tal, precisam imprimir certo esforço para descobrir o que os consumidores desejam. Forçar o consumo não é mais considerada uma opção inteligente”.

Nos anos setenta, passou-se a verificar o inter-relacionamento entre empresa e o ambiente em que a mesma se encontrava, atrelado a estudos do comportamento do consumidor (BARTELS, 1988).

Bronnemann e Silveira (2003), afirmam que na atualidade, existe uma busca incessante das empresas em modelar as necessidades do consumidor com as da organização, focadas em qualidade de processo para serviços, podendo desta forma, incorporar as necessidades do consumidor no projeto e na entrega dos produtos. Surge, ainda, uma nova oportunidade às organizações em fornecer não apenas serviços aos clientes, mas também resolver seus problemas, antecipar suas necessidades e preferências. Assim atrelar a esses estudos uma maior ênfase na qualidade dos serviços e uma inter-relação entre ambos.

Estando o marketing educacional inserido no âmbito do marketing de serviços, este pode ser entendido, segundo Manes (1997) como “processo de investigação das necessidades sociais, para desenvolver serviços educacionais com a intenção de satisfazê-las, de acordo com seu valor percebido, distribuídos em tempo e lugar, e eticamente promovidos para gerar bem-estar entre indivíduos e organizações”.

Assim sendo, a educação superior sob o ponto de vista de marketing, têm seu ponto fundamental para início de suas atividades, na identificação das necessidades e interesses de seu público alvo.

2.2.2. Marketing das Instituições de Ensino Superior

Segundo Coelho e Costa (2001) as constantes mutações sociais, económicas, geopolíticas e culturais ocorridas ao longo dos últimos anos, dentre elas as tecnológicas, que surgiram em um ritmo avassalador, constituem hoje um desafio enorme para estas instituições. Ultrapassar este desafio, através do acompanhamento e até mesmo da previsão das mudanças, significa poder dar resposta a uma das questões mais controversas que presentemente se levanta ao Ensino Superior e que se relaciona com o perfil dos seus diplomados e com o ajustamento da sua formação a um mercado de trabalho em permanente transformação (ARROTEIA, 1998).

No entanto, face ao desajustamento entre a oferta de formação superior e a procura dessa formação por parte do mercado de trabalho, pode aferir-se, por um lado, que muitas instituições ainda se encontram arraigadas às suas culturas organizacionais e resistentes à mudança (COSTA 2002) e, por outro, que existe pouca orientação dos estudantes e suas famílias no momento da escolha do curso superior (IP, 1994).

De acordo com Torres (2004) as instituições necessitam de soluções organizacionais que lhes possibilitem enfrentar o futuro com mais sucesso. Nesse caso, o marketing constitui a chave para o enquadramento destas mesmas soluções (BINGHAM, 1996) e os benefícios da sua aplicação em instituições educacionais são defendidos por vários investigadores. Na realidade, as teorias e técnicas de marketing, aplicadas ao ensino superior, estão sendo

utilizadas de forma sistemática pelas instituições dos Estados mais desenvolvidos como os Estados Unidos da América, a Grã-Bretanha e a Holanda, entre outros (TORRES, 2004).

Para Bronnemann e Silveira (2003) tendo em vista o crescimento na oferta de Instituições de Ensino Superior – IES no Brasil, com o conseqüente aumento da concorrência, tudo parece indicar que a maneira de conduzir a administração de marketing está sendo repensada. Principalmente, a promoção do processo seletivo de alunos de graduação. Segundo estes autores têm-se hoje, em sua maioria, jovens interessados em escolher um curso superior de graduação e em selecionar uma IES, enquanto de outro, está a instituição com as diversas opções em termos de carreiras acadêmicas, havendo necessidade de comunicar esta oferta, oportunizando opções para escolha.

No entanto, as IES devem direcionar o foco de marketing para a observação constante das necessidades e inclinações do mercado, sendo importante estudar se o que está sendo desenvolvido em termos de marketing, para promoção do processo seletivo, é percebido pelo público-alvo. Ou seja, se o que está sendo comunicado ao cliente, em termos promocionais pela IES, atende às reais necessidades e expectativas destes e os influencia favoravelmente, levando-os a decidirem-se pelos cursos oferecidos pela IES (BRONNEMANN e SILVEIRA, 2003).

Sabendo-se que a imagem da instituição depende da forma como é percebida pelo público-alvo, cabe ressaltar que esta percepção, por sua vez, dependerá da maneira como é comunicada ao mercado-alvo. A divulgação então, deverá agregar valor ao “mix” de serviços educacionais da instituição, no sentido de que sejam percebidos claramente os benefícios que serão obtidos pelo receptor da mensagem, com a aquisição e consumo dos serviços daquela dada instituição de ensino (BRONNEMANN e SILVEIRA 2003).

2.3. ENSINO SUPERIOR NO BRASIL

No Brasil, o ensino superior passa por intensas transformações atribuídas a investimentos realizados pelo governo para tentar redistribuir os benefícios sociais (FERNANDES, 2013). Franco (2008) afirma que o pós-guerra colocou o Brasil numa condição de país que mais expandiu seu sistema de educação, não apenas do nível básico, mas também da educação superior. Para Franco (2008) este processo de expansão foi acompanhado pela ampliação de vagas, mudanças no perfil da população atendida e, conseqüentemente, de construção de alternativas metodológicas e organizativas desta etapa educacional no país, a definição de sua inserção no mercado, em que se pese a agressiva influência política entre as décadas de 1960 e 1970 até o início dos anos 1980, quando a maioria das instituições de ensino superior seria originada do setor privado.

Devemos considerar, segundo Franco (2008) que o ensino superior público, no Brasil iniciou sua organização mais sistemática a partir de 1934 com a fundação da Universidade de São Paulo. Já a educação superior, como ensino privado, iniciou basicamente sua expansão em 1996, ganhando maior intensidade nos anos de 1999 e 2000. Este fato pode ser observado pelo aumento no número de matrículas nos cursos de graduação e pelo surgimento, também recente, de novas instituições de ensino superior, de caráter particular, nos estados brasileiros. (BRONNEMANN e SILVEIRA ,2003).

De acordo com INEP (2005) houve uma expansão das matrículas em função da natureza institucional no país (Tabela 1). Observa-se por um lado um crescimento expressivo do atendimento pelas universidades, por outro, este aumento de ingressantes não foi acompanhado pelo fortalecimento do trabalho de muitas instituições.

Para Franco (2008) o mérito em expandir o ensino superior no país como um instrumento de democratização da educação é algo louvável, principalmente quando reconhecidamente articulado com políticas afirmativas concretas como o Programa

Universidade para Todos (PROUNI), do governo federal, que até 2003 seria responsável pela inclusão de cerca de 200 mil estudantes. Entretanto, para este autor há de se acautelar quanto aos riscos de um possível crescimento desordenado no setor privado, que envia milhares de pedidos de abertura de cursos ao MEC, acirrando a concorrência, multiplicando os cursos, causando o fracionamento de recursos que deveriam ser destinados aos cursos já existentes nestas instituições e por conseqüência, provocando não raramente resultados qualitativos muito aquém do desejável nestas escolas, especialmente a partir da década de 1990.

TABELA 1- Expansão das matrículas por modalidade de instituição

Ano	Setor Público – vagas	Setor Público - %	Setor Privado – vagas	Setor Privado - %	Total
1933	18.986	56,3	14.737	43,7	33.723
1945	21.307	51,6	19.969	48,4	41.275
1965	182.696	56,2	142.386	43,8	325.082
1985	555.680	40,7	810.929	59,3	1.367.609
2004	1.178.328	28,3	2.985.405	71,1	4.163.733

Fonte: INEP (2005)

O levantamento estatístico do INEP sobre a educação superior no Brasil, realizado em 2006, demonstra a agressiva expansão das dependências privadas no oferecimento de cursos superiores em todo o Brasil (Tabela 2).

TABELA 2 -Número de instituições de Educação Superior, por organização acadêmica e categoria no Brasil.

Unidade da Federação/ Categoria Administrativa			Instituições					
			Total Geral	Universidades	Centros Universitários	Faculdades Integradas	Faculdades, Escolas e Institutos	CET/FaT
			Total	Total	Total	Total	Total	Total
BRASIL	Pública	Total	2.270	178	119	116	1.649	208
		Federal	105	53	-	-	5	47
		Estadual	83	34	-	-	30	19
		Municipal	60	5	4	4	47	-
	Privada	Total	2.022	86	115	112	1.567	142
		Particular	1.583	24	63	92	1.268	136
		Comun/ Confes/ Filant	439	62	52	20	299	6

Fonte: INEP (2006)

Conseqüentemente o aumento no número das instituições de ensino superior acarretou numa recente e diversa opções de cursos de graduação tanto na rede privada quanto na

pública. Podemos observar segundo os dados do INEP (2006) que nas últimas duas décadas em muitas regiões do Brasil, o crescimento dos cursos superiores ultrapassou o percentual de 20% em decorrência da multiplicação desmedida, em muitos casos, de escolas superiores privadas (Tabela 3).

TABELA 3. Cursos de graduação presenciais por organização acadêmica por unidade de federação.

Cursos de Graduação Presenciais por organização acadêmica					
Unidade da Federação/ Categoria Administrativa			Número de Cursos de Graduação Presenciais		
			Total Geral		
			Total	Capital	Interior
BRASIL	Pública		22.101	7.560	14.541
		Total	6.549	1.793	4.756
		Federal	2.785	1.337	1.448
		Estadual	3.188	444	2.744
		Municipal	576	12	564
	Privada	Total	15.552	5.767	9.785
		Particular	9.079	3.817	5.262
Comun/Confes/Filant		6.473	1.950	4.523	

Fonte: INEP (2006)

A expansão do ensino superior, é resultado do aumento expressivo do número de matrículas que chegou a cerca de 140% entre os anos de 1997 e 2006 (FRANCO, 2008). Segundo o mesmo autor o fenômeno do crescimento do ensino superior no período supracitado se deu em muito pela ampliação dos concluintes do ensino médio em todo Brasil. Porém esta situação gerou uma circunstância na qual o ensino público não conseguiu oferecer vagas suficientes para toda esta demanda, ficando então a cargo dos serviços privados o atendimento destes alunos egressos da educação média.

Para Franco (2008), vale ressaltar que não apenas os egressos do ensino médio têm incrementado os números de ingressantes na educação superior. No caso do Brasil, são cerca de 25 milhões de jovens entre 18 e 24 aos, ou seja, em idade de educação superior que ainda não tiveram a oportunidade de realizá-la, mesmo já tendo concluído há anos ou sem mesmo ter alcançado a escolarização média. Segundo o autor Franco (2008), este cenário aponta para uma provável permanência da expansão quantitativa da educação superior e, simultaneamente, para a relevância de investimentos maciços na escola básica de modo que os egressos possam ao concluir, continuar seu percurso.

As escolas de ensino superior podem representar grandes referências de parceria, colaboração e melhoria do funcionamento da educação básica, principalmente pelo viés da extensão e da pesquisa. Além disso, iniciativas de autêntica colaboração entre instituições públicas de ensino básico e superior, têm se mostrado como experiências altamente positivas e gerado resultados significativos tanto para a identidade da educação superior, quanto para a melhoria da educação básica e para o reconhecimento dos alunos das escolas públicas. Franco (2008) cita exemplos emblemáticos e de referência como os Programas INCLUSP e PASUSP, desenvolvidos pela Universidade de São Paulo, com as escolas médias públicas de São Paulo. O autor explica que O Programa de Avaliação Seriada é uma parceria entre a Secretaria e a USP. Foi criado após a avaliação favorável dos resultados iniciais do Programa

de Inclusão Social da USP (Inclusp), que depois de dois anos de iniciado atingiu a meta de aumento no ingresso à USP de estudantes provenientes do ensino médio público. As notas no PASUSP poderão ser utilizadas no vestibular Fuvest 2009. Além da possibilidade de 3% de bônus adicional pelo Programa de Avaliação Seriada da Universidade de São Paulo, o indicador poderá contribuir para a avaliação do rendimento dos alunos do sistema de ensino estadual de São Paulo, e intitula que ações e programas como este, deveriam ser inseridos em universidades públicas de todo Brasil, afim de amenizar os registros de que 19% dos alunos matriculados em cursos superiores no país têm entre 25 e 29 anos, ou seja, fazem parte do grupo etário que foi, em algum momento de sua vida, excluído da progressão dos estudos e hoje retoma o percurso. Este dado é incrementado, quando constatamos que 38% da população acadêmica no Brasil está acima dos 25 anos de idade.

Castro (2007) afirma que é justamente a ampliação da pirâmide de acesso e conclusão da escola básica que fortalece o ingresso no ensino superior, situação esta que requer historicamente um equacionamento no processo de atendimento à demanda e melhoria nos padrões de qualidade (Tabela 4).

Tabela 4. Evolução das matrículas por nível de ensino (em mil).

Nível	1970	1985	1998	2004
Fundamental	15.895	24.770	35.793	34.012
Médio	1.119	3.016	6.969	9.169
Superior	425	1.368	2.126	4.164

Fonte: Castro (2007).

Gilioli (2016) afirma que desde a Reforma Universitária de 1968 até os anos 2000, o sistema foi marcado por relativa estabilidade, com destaque para a ampliação substancial da rede privada e, com a Carta Magna de 1988, a elevação da autonomia universitária era a princípio, constitucional. Alguns dos principais aspectos da configuração da educação superior brasileira foram alterados apenas na primeira década do século XXI. Segundo o autor (2016), as mudanças foram relacionadas, sobretudo, à expansão da rede federal pública de instituições de ensino superior e a introdução de novos mecanismos de seleção.

2.3.2. Ingresso no Ensino Superior

Segundo Pes Backes (2015), o ensino superior no Brasil passou por diversas fases, começando pela implantação das primeiras unidades pela família real, com processo seletivo extremamente sofisticado, para atender aos interesses da classe dominante ao garantir oportunidade de realização dos estudos superiores em terras brasileiras, sem exigir o deslocamento desses jovens até a Europa.

O primeiro processo de admissão ao ensino superior brasileiro foi instituído em 1911, sendo denominado “Vestibular” (CUNHA, 2000). Esse mecanismo de acesso foi utilizado por muitas décadas e constava da avaliação mecanicista dos conteúdos memorizados pelos estudantes concluintes do segundo grau, também chamado Ginásial, Propedêutico ou outras nomenclaturas que recebeu ao longo do tempo, cuja intenção era garantir a escolha dos mais aptos e com maior capacidade intelectual para assumir as vagas oferecidas (AKSENEN, 2013).

De acordo com Pes Backes (2015), a partir da Constituição de 1988, o acesso ao ensino superior passou a ser pensado de forma democrática, não só pelos ideais humanitários divulgados pela chamada “Constituição Cidadã”, mas também pela influência e pressão de órgãos de financiamento internacional para que fosse adotado no Brasil o modelo norte-americano de seleção para o ensino superior.

Segundo Martins e Vieira (2014) o acesso ao ensino superior era realizado principalmente por meio da aprovação em exame seletivo (provas dissertativas e/ou objetivas), que aferia conhecimentos comuns do ensino médio, denominado vestibular. Em 1998 o governo federal do Brasil criou o Exame Nacional do Ensino Médio (ENEM) como um instrumento para avaliar o desempenho dos estudantes no término da educação básica (SILVEIRA et al, 2015). Segundo os autores Martins e Vieira (2014), durante mais de dez anos este exame foi usado única e exclusivamente para avaliar as habilidades e competências de concluintes do Ensino Médio, sem o objetivo de selecionar para o ensino superior. Os exames de seleção e os concursos de vestibular ao ensino superior, eram formulados por equipes locais país a fora e formatos diferentes ocorriam nas diversas universidades. Da heterogeneidade entre os distintos concursos decorria certa diversidade cultural e de formação dos ingressantes no ensino superior.

Silveira et al. (2015), afirmam que a partir de 2009 medidas governamentais estimularam o uso do ENEM não apenas como um processo de avaliação do Ensino Médio, mas como forma de acesso ao ensino superior no Brasil. O Enem passou a cumprir quatro funções: 1) avaliar o conhecimento dos alunos que terminam o ensino médio; 2) permitir ao estudante concorrer a uma bolsa pelo Prouni e requisitar o Fundo de Financiamento Estudantil (Fies) para frequentar uma IES privada; 3) ser a prova de conclusão do ensino médio para os estudantes da educação de jovens e adultos (EJA); e 4) substituir ou somar pontos no exame de vestibular em IES brasileiras (MARTINS e VIEIRA, 2014).

Outra inovação no processo de acesso ao ensino superior é o Programa do Sistema de Seleção Unificada (Sisu) voltado às IES públicas federais. O Sistema de Seleção Unificada (Sisu) passou a operar em larga escala no processo de alocação dos candidatos às vagas. Segundo Costa (2012), O Sisu é um sistema informatizado, gerenciado pelo Ministério da Educação, no qual instituições públicas de educação superior oferecem vagas para candidatos participantes do ENEM e foi proposto em 2009, passando a ser utilizado como modelo de acesso a Educação Superior já para as turmas com entrada a partir de 2010. De acordo com Rabelo e Batalha (2009), as instituições participantes e a quantidade de vagas que são ofertadas em cada processo seletivo do sistema são disponibilizadas em uma plataforma digital, antes do período de inscrições.

Um dos aspectos positivos de um exame nacional e de um sistema como o Sisu é o favorecimento da mobilidade dos estudantes para instituições de ensino superior nos mais variados locais do país, possibilitando também que sujeitos oriundos de regiões menos desenvolvidas desloquem-se para outras mais desenvolvidas (SILVEIRA et al., 2015). Os autores (2015), também afirmam que a adoção do ENEM/Sisu contribuiu para a democratização das oportunidades de acesso as vagas oferecidas por Instituições Federais de Ensino Superior (IFES), favorecendo de fato a mobilidade acadêmica e induzindo a reestruturação dos currículos do Ensino Médio.

Porém para Pes Backes (2015), existem pontos negativos, pois conforme previsto, o Sisu permite a mobilidade entre universidades e entre cursos. Essa dinâmica pode se tornar um problema para alguns cursos, especialmente aqueles que não figuram como a primeira opção dos candidatos, pois ao serem convocados para a primeira opção em chamadas posteriores, esses alunos trocam de curso, prejudicando o andamento regular do semestre, gerando transtornos administrativos e pedagógicos, além de comprometer a entrada de novos alunos através de chamadas posteriores, que podem ocorrer muito tardiamente em relação ao andamento do semestre.

O ENEM também passou a ser utilizado como processo seletivo para obtenção de bolsas em programas como o Programa Universidade para Todos (ProUni) e o Programa de Financiamento Estudantil (FIES) nas universidades particulares, facilitando o acesso aos

cursos superiores. É importante frisar que, do total, 75% dos alunos que aderiram o FIES são oriundos de escolas públicas (MEC, 2014).

2.3.3. Evasão Universitária

Segundo Fritsch (2015), a evasão é um fenômeno complexo, associado com a não concretização de expectativas e reflexo de múltiplas causas que precisam ser compreendidas no contexto socioeconômico, político e cultural, no sistema educacional e nas instituições de ensino. Caracteriza-se por ser um processo de exclusão determinado por fatores e variáveis internas e externas às instituições de ensino.

Para Bueno (1993), evasão distingue-se de ‘exclusão’. A primeira corresponde a uma postura ativa do aluno que decide desligar-se por sua própria responsabilidade; já a segunda implica a admissão de uma responsabilidade da escola e de tudo que a cerca por não ter mecanismos de aproveitamento e direcionamento do jovem que se apresenta para uma formação profissionalizante.

Ristoff (2013) procura destacar outro aspecto da evasão, a mobilidade estudantil, afirmando que uma parcela significativa do que chamamos evasão, no entanto, não é exclusão, mas mobilidade. Também não é fuga, mas busca, não é desperdício, mas investimento, não é fracasso - nem do aluno nem do professor, nem do curso ou da instituição; mas tentativa de buscar o sucesso ou a felicidade, aproveitando as revelações que o processo natural do crescimento dos indivíduos faz sobre suas reais potencialidades.

Gilioli (2016) define a evasão da seguinte forma: microevasão, quando o estudante deixa o curso de origem, mas permanece na IES e no sistema; mesoevasão, quando ocorre a saída do curso e da IES, mas não do sistema; e a macroevasão, quando a saída do curso e da IES não é acompanhada pelo ingresso em outro curso/IES, ou seja, é a saída do sistema. Gilioli (2016) destaca também que pode haver ainda outra forma de evasão, não tão evidente quanto estas já apresentadas, que poderíamos chamar de nanoevasão. A nanoevasão seria aquela na qual o estudante pode permanecer no mesmo curso e IES, contudo, transfere-se para outro campus, turno, modalidade de ensino (presencial ou EaD) ou formação (licenciatura ou bacharelado) (Gilioli, 2016). Neste caso, o impacto seria intrínseco aos cursos que, dependendo da evasão, poderiam deixar de ofertar turmas em um determinado campus ou turno ou modalidade, caso a permanência fosse reduzida e a sustentabilidade da oferta comprometida.

Pes Backes (2015) promoveu um estudo no qual analisou o nível de impacto do SiSU sobre a evasão universitária do curso de Administração da UFMT. A relevância do estudo está no fato de que o referido sistema pode ser propagador tanto de impactos positivos como negativos, pois ao mesmo tempo que promove o acesso facilitado e democrático, pode interferir no bom andamento operacional e didático-pedagógico dos cursos, uma vez que os prazos para movimentação dos estudantes se prolonga por muito tempo. O autor afirma que essa prática acaba por gerar transtornos ao trabalho do professor e ao fluxo de processos do curso, além de contribuir com a redução das turmas nos semestres subsequentes, minimizando a eficiência do consumo de recursos consumidos por aluno.

Durante a pesquisa, Pes Backes (2015) compreende o intervalo entre os anos 2000 e 2013. A partir da obtenção dessas informações, pode-se verificar que a quantidade de alunos ingressantes no curso de Administração da Universidade Federal de Mato Grosso apresentou variações ao longo do tempo e a partir dos dados analisados percebe-se um aumento significativo na evasão do curso nos últimos anos. Pes Backes (2015) afirma que pôde-se visualizar com clareza maior redução do número de formandos na primeira turma de ingresso pelo SiSU, porém a evasão vem ocorrendo desde o ano de 2007, o que pode –se dizer que seja uma tendência gradual. O autor (2015) conclui que o SiSU contribuiu para agravar a situação

que já parecia tratar-se de uma tendência dos estudantes nos últimos anos, analisando o número de ingressantes no curso que praticamente dobrou, desde 2000 em relação as quantidades de concluintes que é inferior à quantidade de quatorze anos atrás.

Lima e Zago (2018) afirmam que o número de matrículas no ensino superior brasileiro dobrou na última década, entretanto as estatísticas demonstram que menos da metade dos ingressantes conseguem concluir o curso no prazo regular de duração. Entre as principais causas para o baixo número de diplomados está a evasão estudantil. Os autores citados (2018) realizaram uma pesquisa exploratória apoiada, sobretudo, em dados quantitativos acerca das entradas e saídas de estudantes no período de 2005 a 2014 em uma universidade comunitária da região Oeste de Santa Catarina.

De acordo com Lima e Zago (2018), as matrículas cresceram cerca de 33% de 2010 à 2015, por outro, o número de concluintes não acompanhou o mesmo ritmo, crescendo em torno de 17% no mesmo período. Apesar de mais estudantes adentrarem o ambiente universitário anualmente, verificaram que há uma dissonância histórica entre o acesso e a conclusão que pode ser visualizada na baixa taxa de sucesso anual (LIMA e ZAGO, 2018). Em outras palavras, anualmente mais de 2 milhões de novas matrículas são registradas no ensino superior brasileiro, entretanto o número de concluintes anual é invariavelmente inferior, pois em média 1 milhão deles conclui o curso.

Martins (2000), ao constatar que nos anos 1990 as matrículas cresciam cerca de 54% nos anos finais do decênio, enquanto que as taxas de conclusão chegavam apenas aos 21%, efeito direto da evasão sobre grande parte dos alunos ingressantes na educação superior. Segundo os dados do INEP de 2007, os índices de não conclusão permanecem em torno dos 21%, ou seja, não houve uma melhoria representativa nos mecanismos que pudessem reduzir a evasão. De acordo com esses estudos do INEP, por volta de 50% dos jovens com idade entre 18 e 24 anos, membros de famílias com renda familiar superior a cinco salários mínimos, estão no ensino superior, enquanto que os estudantes oriundos do extrato de famílias com até três salários mínimos ficam abaixo de 12%.

Nos casos de retenção, em que o estudante permanece no sistema de ensino e no mesmo curso de origem, por um período maior que aquele da duração regular prevista, fruto de reprovações ou de outras situações que acabam por prolongar seu tempo de formação; o aluno retido ainda pode concluir o curso que ingressou, mesmo que em um prazo maior. Já a evasão pressupõe que o estudante deixou seu curso de origem sem concluir os estudos, podendo este ter se desvinculado completamente do sistema de ensino ou migrar para outro curso e/ou instituição. Em ambas as situações ocorrem a perda de tempo e recursos (quer seja públicos ou privados), mas para o estudante retido no curso de origem ainda há possibilidade de conclusão, enquanto para o evadido, não (LIMA e ZAGO, 2018).

Lima e Zago (2018), confirmam que por trás dos índices gerais da evasão em uma IES estão situações que contribuem para ampliar ou reduzir seu percentual e que esta análise individual de cada modalidade pode auxiliar na elaboração de estratégias que contribuam para a permanência dos estudantes, bem como para a concretização de seus cursos de graduação. Os autores (2018) também citam a observação de Martins de Sá (2007), a qual diz que se o estudante evade de um curso que havia desejado e se identificado, as chances de retorno aumentam; por outro lado, se o curso que teve acesso não foi o inicialmente desejado, as chances de uma evasão definitiva são maiores.

Concluindo a pesquisa Lima e Zago (2018) destacam nas considerações finais que em relação à evasão há uma multiplicidade de formas de tratamento, teóricas ou metodológicas e que de fato ainda não encontrou-se um denominador comum para explicar e compreender o que é de fato evasão. Denotam a importância de estudos que abordem a evasão no ensino superior sob seus diversos aspectos, buscando analisar e comparar suas características contrapondo-se à realidade daqueles que permanecem no sistema.

2.3.4. O Curso de Engenharia Florestal

Segundo Lima (2008), os primeiros registros que mostram a prática do ensino florestal datam a última década do século XV, durante a era Ming na China. Entretanto, é da cidade de Zillbach na Alemanha, que se tem notícia da primeira Escola de Silvicultura que formava especialistas em Ciência Florestal, criada em 1786 pelo mestre-escola Heinrich Cotta. Em 1811, com a aplicação da engenharia para a renovação dos recursos florestais, a Escola foi transferida de cidade e transformada na Academia Florestal de Tharandt que, anos mais tarde, seria elevada a Academia Real da Saxônia, “verdadeiro berço do ensino das ciências florestais” (SOUZA, 1958).

A Alemanha confirmou o seu pioneirismo na Engenharia Florestal com a criação da Universidade de Gissem em 1825, Academia de Eberswald e Academia Florestal de Eisenach em 1830. A partir de então, outros países da Europa passaram a oferecer o curso de Engenharia Florestal, que atualmente conta com pelo menos uma escola para cada país do continente. Ainda no século XIX, no ano de 1895, foi fundada a primeira escola de ensino florestal de nível superior das Américas, em Baltimore, nos Estados Unidos. O curso foi rapidamente difundido, pois na virada deste século já existiam várias universidades com formação florestal superior (MACEDO e MACHADO, 2003).

Na América latina, o México foi o primeiro país a estabelecer o ensino florestal superior, criando a carreira florestal em 1909 na Escola Nacional de Santa Fé e Coyacan, graduando os primeiros florestais em 1911 (EISENHAUER, 1982). Na década de 1940, os países da América Latina tinham um ensino florestal academicamente generalista. Para Macedo e Machado (2003) era necessária a formação de um profissional mais específico, capaz de tratar dos assuntos relacionados com os problemas da área florestal existentes.

Lima (2008), afirma que foi em 1948, na Venezuela, que surgiu a Faculdade de Engenharia Florestal de Los Andes, ano em que ocorreu a I Conferência Latino-Americana Florestal e de Produtos Florestais, realizada em Teresópolis, no Brasil. Nessa ocasião, foi recomendada a criação do Instituto Latino-Americano de Ciências Florestais e a criação de cursos de Engenharia Florestal, inclusive no Brasil, segundo o modelo do norte europeu e o americano.

Em 04 de março de 1960 o decreto de criação da Escola Nacional de Floresta foi assinado durante uma solenidade festiva em praça pública na presença de milhares de testemunhas, porém, este documento se perdeu provavelmente devido as condições de transferência da capital da república brasileira para Brasília, segundo Macedo e Machado (2003). Finalmente a Escola Nacional de Florestas (ENF) é criada através do decreto nº48.247, de 30 de maio de 1960, assinado pelo Presidente Juscelino Kubitschek já na nova capital e publicado no diário oficial.

Naquela ocasião o ano letivo já havia começado na UREMG (Universidade Rural do Estado de Minas Gerais) quando o vestibular da ENF foi realizado. Deve-se ressaltar que dos 26 matriculados, uma era mulher e se chamava Alcina Morici, que se formou em 1964, tornando-se a primeira engenheira florestal do Brasil (MACEDO e MACHADO, 2003).

De acordo com o site Guia de Profissões (2019), a profissão de Engenheiro Florestal está regulamentada na Lei nº 5.194, de 24 de dezembro de 1966, e Resolução nº 186, de 14 de novembro de 1969. Atualmente, segundo o site, existem 58 faculdades que ofertam o curso, disponibilizando 3.640 vagas por ano. O número aproximado de candidatos que buscam uma vaga na área florestal é de 20.488, estabelecendo uma relação de 5,62 candidato/vaga.

O Curso de Engenharia Florestal da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ), foi o terceiro a ser instalado no País, reconhecido pelo Decreto nº 1984 de 10 de janeiro de 1963 e seu funcionamento teve início em 1967.

Em relação aos egressos, observa-se um percentual satisfatório, pois estes tem-se inseridos no mercado de trabalho, seja na iniciativa privada, pública e do terceiro setor. O Engenheiro Florestal é aquele que se interessa pela natureza, o seu desenvolvimento sustentado e buscam uma oportunidade no mercado de trabalho exercendo o papel de preservação, o manejo e a exploração racional de áreas florestais (IF, 2019).

Na estrutura universitária, o Instituto de Florestas é o responsável direto pela formação profissional do Engenheiro Florestal, de Mestres e Doutores em Ciências Ambientais e Florestais, além de oferecer disciplinas para outras formações profissionais dos demais cursos da UFRRJ. O Instituto, é constituído estruturalmente por três departamentos, sendo eles o Departamento de Silvicultura (DS), O Departamento de Produtos Florestais (DPF) e o Departamento de Ciências Ambientais (DCA), todos com seus respectivos laboratórios e anexos. Possui também o prédio central do Instituto, onde encontra-se a administração e as secretarias do curso de graduação e pós-graduação (IF, 2018).

3. MATERIAL E MÉTODOS

3.1. Levantamento das instituições

Foi realizado um levantamento online das instituições públicas de ensino técnico presentes no Estado do Rio de Janeiro. Por meio das informações obtidas nos sites das instituições, aprofundou-se o levantamento nas possíveis escolas com potencial para divulgação do curso de Engenharia Florestal, considerando os cursos voltados para a área agrícola. Foram obtidas informações consideradas essenciais para realizar a divulgação nessas instituições.

3.2. Análise dos cursos

Após o levantamento das potenciais instituições públicas de ensino técnico, verificou-se os cursos oferecidos por cada uma delas. Por meio de uma análise das grades curriculares de cada curso, foi realizado um levantamento considerando quais cursos técnicos poderiam ser relevantes para o ensino superior em Engenharia Florestal. Nessa seleção aliou-se conhecimento teórico e prático às disciplinas da grade curricular da graduação da UFRRJ, selecionando cursos que foram considerados essenciais e indispensáveis pelo fato de apresentarem requisitos fundamentais de qualificação para o estudante que deseja ingressar na Engenharia Florestal.

3.3. Definição das estratégias de comunicação e marketing

Realizou-se uma revisão de literatura no âmbito da comunicação e do marketing e foi feita uma análise dos itens que podem ser úteis e eficientes para um planejamento estratégico de modo a garantir a inexistência de ruídos provenientes de problemas de decodificação, o esforço de ação destinado ao público correto e a forma adequada para a interação na obtenção de resultados desejados. Para isto elencou-se algumas ferramentas estratégicas a serem utilizadas durante a divulgação do curso de Engenharia Florestal.

3.4. Visita in loco

Por meio de uma seleção prévia foi criada uma tabela com as informações obtidas nos sites das instituições de ensino técnico, a qual contém dados fundamentais para se estabelecer contato com cada escola cujo cursos estão relacionados com a Engenharia Florestal e suas

áreas afins. Foi realizado contato com as instituições para verificar a disponibilidade de agendamento das visitas em função de um planejamento logístico e estratégico.

3.5. Análise das estratégias e feedback

Elaborou-se dois questionários para serem respondidos ao final de cada divulgação, sendo um para os ouvintes (receptores) e outro para os palestrantes (emissores). Os ouvintes responderão questões específicas que serão avaliadas entre uma visita e outra, permitindo a verificação das necessidades e expectativas dos alunos, em busca da total satisfação do público alvo. Já para os palestrantes foram elaboradas perguntas que distinguem as dificuldades de comunicação com o público alvo de cada curso, permitindo analisar também, de modo geral cada instituição. Os questionários serão utilizados como feedback estabelecendo um canal de diálogo, neste caso entre os ouvintes e os palestrantes, de modo a reconhecer supostas falhas, bem como os pontos principais que não foram totalmente esclarecidos afim de melhorá-los.

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

4.1. Levantamento das instituições

No Estado do Rio de Janeiro há várias escolas técnicas da rede pública que oferecerem aos alunos do ensino médio, cursos de excelente qualidade nos diversos ramos da Engenharia Florestal. De acordo com a pesquisa, foi listado na Tabela 5, as instituições públicas de ensino técnico presentes no Estado do Rio de Janeiro com potencialidade de serem trabalhadas divulgando o curso de Engenharia Florestal.

Tabela 5 – Instituições públicas de ensino técnicos em áreas afins à Engenharia Florestal, presentes no Estado do Rio de Janeiro com potencialidade para serem trabalhados.

Instituições	
CEFET	Centro Federal de Educação Tecnológica
CTUR	Colégio técnico da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
FAETEC	Fundação de Apoio à Escola Técnica
IFF	Instituto Federal Fluminense
IFRJ	Instituto Federal do Rio de Janeiro

A partir da seleção prévia dessas Instituições listadas na Tabela 5 foram analisados os cursos oferecidos por elas, destacando aqueles relacionados com as áreas agrárias. No Gráfico 1 pode-se verificar alguns cursos oferecidos pelas Instituições de Ensino presentes no Estado do Rio de Janeiro. De acordo com o levantamento realizado, algumas Instituições se destacam em relação à quantidade de cursos afins e uma é o Instituto Federal Fluminense (IFF), que oferece dez cursos na área agrícola a seus estudantes. Dentre eles estão inseridos tanto aqueles com concomitância interna (oferecidos de forma integrada ao ensino médio na própria instituição), com concomitância externa (oferecidos de forma integrada ao ensino médio, porém os alunos devem estar cursando no mínimo o 2º ano do ensino médio em outra instituição de ensino ou na própria, com matrículas distintas para cada modalidade) e de forma subsequente (oferecidas aos alunos que já tenham concluído o ensino médio). O Instituto Federal do Rio de Janeiro (IFRJ) oferece oito cursos na área agrícola, também nas três formas, sendo elas concomitância interna e externa e subsequente. No entanto, todas as

escolas citadas nesse levantamento são de extrema importância, pois todas são escolas consideradas de qualidade e influentes em relação aos alunos que despertam interesse em dar continuidade na sua formação na área agrária. Durante o levantamento realizado, foram levados em conta quais cursos técnicos poderiam ser considerados relevantes dentro do ensino superior em Engenharia Florestal. Para essa seleção aliou-se conhecimento teórico e prático às disciplinas da grade curricular do curso superior da UFRRJ, selecionando cursos que foram considerados essenciais e indispensáveis pelo fato de apresentarem requisitos fundamentais de qualificação para o estudante que deseja ingressar no curso de Engenharia Florestal.

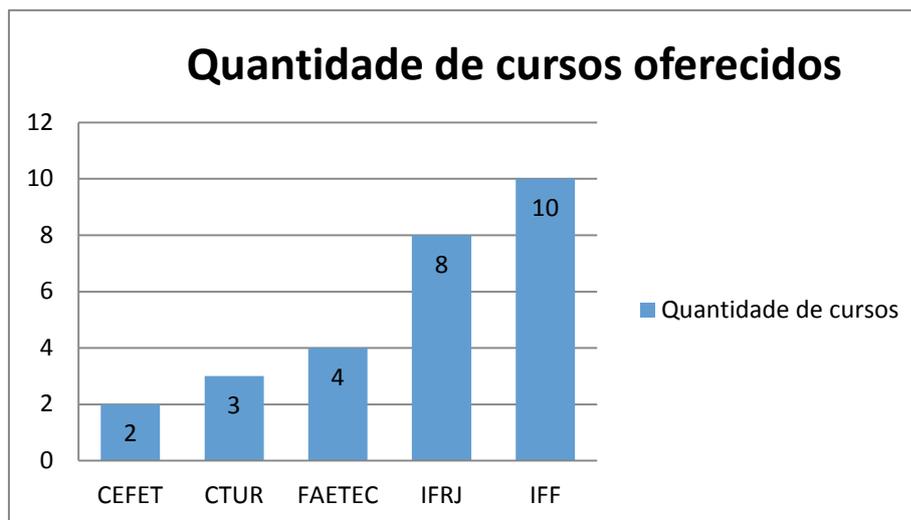


Gráfico 1 – Cursos técnicos relacionados com a área de ciências agrárias, oferecidos pelas Instituições de ensino médio no Estado do Rio de Janeiro.

4.2. Análise dos cursos

Durante o levantamento de dados realizado, foram levados em conta quais cursos técnicos poderiam ser considerados relevantes dentro do ensino superior em Engenharia Florestal. Para essa seleção aliou-se conhecimento teórico e prático às disciplinas da grade curricular do curso superior da UFRRJ, selecionando cursos que foram considerados essenciais e indispensáveis pelo fato de apresentarem requisitos fundamentais de qualificação para o estudante que deseja ingressar no curso de Engenharia Florestal. Dentre todos os cursos técnicos oferecidos pelas instituições citadas, selecionou-se a priori 12, conforme podemos ver na Tabela 6.

Existem algumas informações, como a relacionada com a disponibilidade de vagas a serem ofertadas para 2018, que podem ser obtidas nos sites das instituições de ensino. Entretanto, não é possível obter todas as informações sobre os cursos e instituições, pelo fato de que alguns sites estão desatualizados e não disponibilizam dados suficientes para a pesquisa. No entanto, foi realizado um balanço seguindo os editais do processo seletivo para 2018, considerando a quantidade de vagas e cursos ofertados. Pode-se observar no Gráfico 2, que os cursos com o maior número de alunos são os Técnicos em Meio Ambiente, seguido de Agropecuária e Agroecologia. Os cursos que não apresentam alunos no ano de 2018 foram os que não se obteve informações e nem editais divulgados. Mas isso não significa que não tenha alunos cursando os mesmos, pois estes dados são apenas relacionados à quantidade de vagas disponíveis para novos alunos no ano de 2018.

Tabela 6. – Cursos técnicos de áreas afins a Engenharia Florestal com potencialidade para serem trabalhados

Cursos Técnicos
Técnico em Agrimensura
Técnico em Agroecologia
Técnico em Agroindústria
Técnico em Agropecuária
Técnico em Controle Ambiental
Técnico em Estradas
Técnico em Florestas
Técnico em Meio Ambiente
Técnico em Meteorologia
Técnico em Paisagismo
Técnico em Qualidade

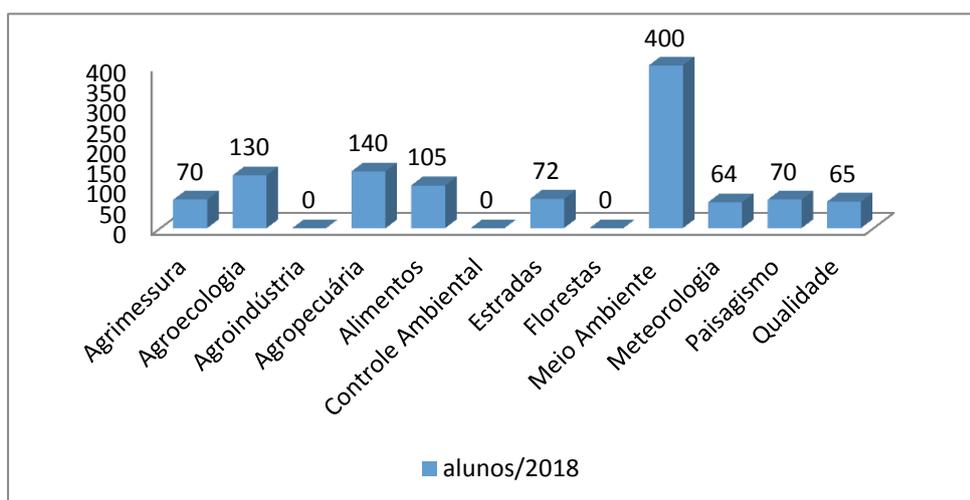


Gráfico 2 – Quantidade de alunos matriculados no ano de 2018 nos principais cursos técnicos potenciais do Rio de Janeiro.

Pode-se observar no Gráfico 3 que alguns dos cursos pré-selecionados tem maior ocorrência nas instituições de ensino como é caso do curso técnico em Meio Ambiente (34%), que por sinal, tem como objetivo principal capacitar o profissional formado para atuar na área ambiental em empresas do setor produtivo, órgãos públicos, empresas de consultoria e de prestação de serviços. A proposta desse curso técnico é inserir no mercado profissionais sintonizados com as questões ambientais, que possam modificar a realidade atual, por força de sua atuação pautada no uso racional dos recursos naturais e no desenvolvimento sustentável. Desta maneira, o curso de Meio Ambiente tem grande afinidade com a área da Engenharia Florestal. Destaca-se também o curso Técnico em Agropecuária (15%), onde o profissional pode atuar em propriedades rurais, empresas comerciais, estabelecimentos agroindustriais, empresas e instituições públicas de assistência técnica, extensão rural e pesquisa, parques, reservas naturais e outros. Esse por sua vez, abrange também algumas áreas da Engenharia Florestal. Além destes dois cursos em destaque, os demais analisados são capazes de oferecer

estudantes interessados em continuar na área agrícola. Baseando-se nesses aspectos, teóricos e práticos, observados nestes cursos técnicos, espera-se que o estudante, possa ingressar no curso superior de Engenharia Florestal com um conhecimento básico das principais disciplinas a serem cursadas, podendo influenciar diretamente na diminuição do índice de evasão nos primeiros períodos do curso de Engenharia Florestal da UFRRJ.

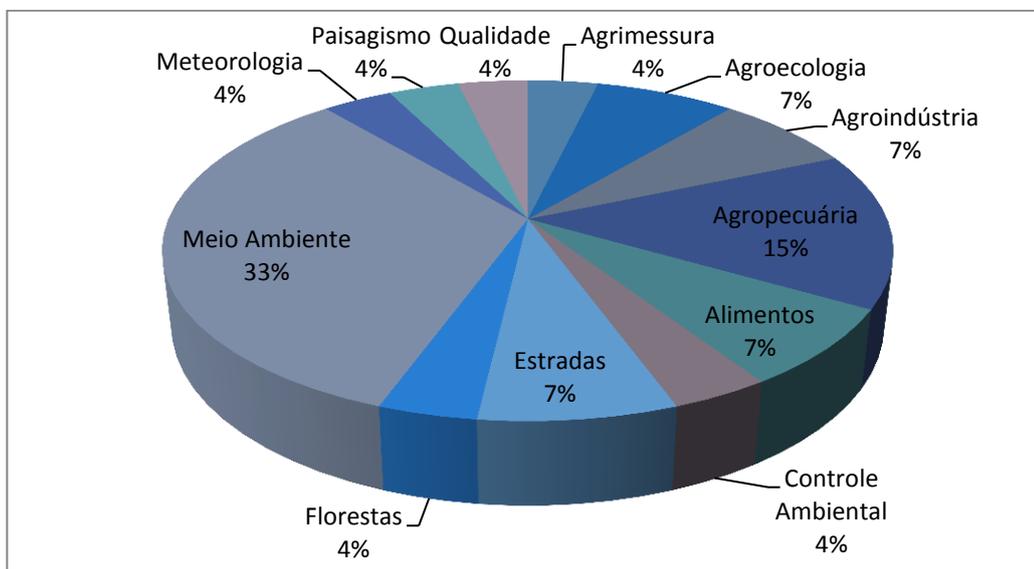


Gráfico 3 – Ocorrência dos cursos potenciais ofertados nas instituições públicas de ensino no Rio de Janeiro.

4.3. Estratégias de ações

A comunicação é compreendida como uma ação que envolve um emissor (aquele que emite uma informação), um receptor (aquele que recebe a informação), uma mensagem (a informação em si) e um canal (meio utilizado para a difusão da informação) (VANOYE, 1998). Portanto, para que a comunicação estabeleça a contento é preciso que haja um planejamento estratégico de modo a garantir a inexistência de ruídos provenientes de problemas de decodificação, o esforço de ação destinado ao público correto e a forma adequada para a interação e resultados desejados.

Diante disso, a praça a ser trabalhada são as instituições de ensino técnico do estado do Rio de Janeiro, as quais encampem em seu universo de cursos relacionados com as áreas agrárias e afins. Esses locais serão os alvos para divulgar o curso de Engenharia Florestal da UFRRJ afim de angariar candidatos potenciais às vagas oferecidas pela UFRRJ. Para isso elencou-se algumas ações:

4.3.1. Palestra expositiva

A palestra é uma exposição de ideias e propostas por meio da comunicação oral, a qual pode ou não ter o apoio de tecnologias, recursos áudio visuais capazes de auxiliar o processo de informar e ensinar determinado assunto. Além da caracterização do curso de Engenharia Florestal, a palestra terá o objetivo de motivar os candidatos por meio da apresentação da vida acadêmica na UFRRJ, dando ênfase na infraestrutura do campus que disponibiliza alojamento, restaurante universitário, posto de saúde e diversos tipos de bolsas que podem atrair os possíveis ingressantes no curso. Essa palestra será ofertada por uma equipe integrada por alunos, ex alunos e professores mesclando diferentes experiências.

4.3.2. Cartilha sobre o curso de Engenharia Florestal

Uma cartilha informativa se constitui um valioso canal de comunicação capaz de esclarecer e difundir mensagens. Por meio dela estabelece-se uma conexão entre o público alvo e a universidade. A cartilha pleiteia a utilização de uma linguagem clara e objetiva em conteúdo e forma, com uma apresentação visual atraente, onde o potencial ingressante terá acesso às informações básicas do curso e possa contribuir para o amadurecimento da ideia, até a tomada de decisão a favor de optar pelo curso de Engenharia Florestal durante o processo de escolha no SISU.

4.3.3. Vídeo institucional

O vídeo institucional é uma ferramenta de divulgação capaz de atingir de outra maneira o público alvo. A princípio o vídeo será elaborado com parceria com o curso de Jornalismo da UFRRJ. Apesar de uma pequena duração, esse recurso áudio visual possibilita mostrar a história da universidade, suas áreas de atuação, bem como o ramo da Engenharia Florestal, facilitando o entendimento do público alvo. Também pretende ilustrar a vida acadêmica no campus, com a sua beleza cênica e os recursos disponíveis aos discentes.

4.3.4. Dinâmica de grupo

A atividade com dinâmica de grupo tem a capacidade de estimular a interação entre o público e o palestrante facilitando o processo de assimilação da informação que foi passada. As dinâmicas de grupo serão propostas pelo palestrante com intuito de promover o curso de Engenharia Florestal, criando um ambiente de descontração, entrosamento e consequentemente fixação do conhecimento do assunto que foi abordado. Será no formato de exercício ou brincadeira aplicado no decorrer da apresentação, esclarecendo a área de atuação do Engenheiro Florestal, podendo ou não ter premiações a exemplo de brindes relacionados à UFRRJ e/ou curso de Engenharia Florestal.

4.3.5. Demonstração prática

Por meio de trabalhos práticos desenvolvidos pelos alunos do curso de Engenharia Florestal da UFRRJ, pretende-se estimular e demonstrar as diversas áreas de atuação do Engenheiro Florestal. Trata-se de uma ferramenta dinâmica capaz de ativar a curiosidade, o interesse, aumentar o nível de interação entre os ouvintes e a equipe do projeto, propiciando um diálogo informal depois da apresentação da palestra.

4.4. Visita *in loco*

Por meio de uma seleção prévia e em função da logística foram programadas visitas às instituições de ensino técnico com os cursos relacionados com a Engenharia Florestal e áreas afins. Foram realizados contatos com as instituições listadas na Tabela 7 para ver a disponibilidade de receber a visita. Nessas visitas serão aplicadas todas as ações descritas anteriormente.

Tabela 7 – Possíveis instituições de ensino médio sediadas no Estado do Rio de Janeiro para visita *in loco*

INST.	CAMPUS/ ESCOLA	LOCALIZAÇÃO	CURSO TÉCNICO	VAGAS	COORDENADOR/E-MAIL	CONTATOS
CEFET/RJ	Campus Maracanã	Av. Maracanã, 229 - Maracanã/RJ	Estradas	32/anual	José Maurício de Azevedo E-mail: Jose.cardoso@cefet-rj.br	Coord.: 25663138 Campus: 25663022
CEFET/RJ	Campus Maracanã	Av. Maracanã, 229 - Maracanã/RJ	Meteorologia	64/anual	Leanderson Marcos da Silva E-mail: leanderson.paiva@cefet-rj.br	Coord.: 25663163 Campus: 25663022
CTUR	Campus UFRRJ	Estrada Rio-São Paulo km 47 - Seropédica/RJ	Agrimensura	35/semestral	Francisco Alves da Cruz E-mail: chicozurc@zipmail.com.br	Secretaria: 26821004 / 26822134
CTUR	Campus UFRRJ	Estrada Rio-São Paulo km 47 - Seropédica/RJ	Agroecologia	95/anual	Valdemir Lúcio Durigon E-mail: valdemirdurigon@yahoo.com.br	Secretaria: 26821004 / 26822134
CTUR	Campus UFRRJ	Estrada Rio-São Paulo km 47 - Seropédica/RJ	Meio Ambiente	65/anual	Alex Braz Lacone E-mail: cturambiental@gmail.com	Secretaria: 26821004 / 26822134
FAETEC	ETE Agricola Antonio Sarlo	Av. Wison Batista , SN - Parque Aldeia - Campos dos Goytacazes/RJ	Agropecuária			
FAETEC	ETE Agricola Antonio Sarlo	Av. Wison Batista , SN - Parque Aldeia - Campos dos Goytacazes/RJ	Florestas			
FAETEC	ETE Imbariê	Rua Almirante Cochran, SN - Santa Lucia- Duque de Caxias/RJ	Qualidade	65/anual	Rondinelli O. Gomes	Secretaria: 27783554
FAETEC	ETE Helber Vingoli Muniz Bacaxá	Rua Capitão Nunes, 0 - Bacaxá - Saquarema/RJ	Meio Ambiente	100/anual	E-mail: diony881.faetec@yahoo.com.br	Secretaria: (022) 981241969
IFRJ	Campus Nilo Peçanha – Pinheiral	Rua José Breves, 550 Centro - Pinheiral/RJ	Agroindústria		Eliezer Menezes Pereira E-mail: coctai.cpin@ifrj.edu.br	Coord.: (024) 33568220 Geral: (024) 33568200

Tabela 7. – Cont...

INST.	CAMPUS/ ESCOLA	LOCALIZAÇÃO	CURSO TÉCNICO	VAGAS	COORDENADOR/E-MAIL	CONTATOS
IFRJ	Campus Nilo Peçanha - Pinheiral	Rua José Breves, 550 Centro - Pinheiral/RJ	Paisagismo	35/semestral	Daniela Augusto Chaves E-mail: daniela.chaves@ifrj.edu.br	Coord.: (024) 33568220 Geral: (024) 33568200
IFRJ	Campus Nilo Peçanha – Pinheiral	Rua José Breves, 550 Centro - Pinheiral/RJ	Meio Ambiente		Sebastiana da Silva M.Carvalho E-mail: coctma@ifrj.edu.br	Coord.: (024) 33568220 Geral: (024) 33568200
IFRJ	Campus Rio de Janeiro	Rua Senador Furtado ,121/125 - Maracanã/RJ	Alimentos		Janaína dos Santos Nascimento E-mail: janaina.nascimento@ifrj.edu.br	Coord.: 25667734 ramal 224
IFRJ	Campus Nilópolis	Rua Cel. Delio Menezes Porto,1045- Centro, Nilópolis/RJ	Controle Ambiental			Coord.: 32361822 Secretaria: 32361847
IFRJ	Campus Arraial do Cabo	Rua José Pinto de Macedo, SN- Prainha-Arrail do Cabo/RJ	Meio Ambiente		Sebastiana da Silva M. Carvalho E-mail: coctma.cpin@ifrj.edu.br	Coo Coord.: 26229202 Campus: 26229207
IFF	Campus Bom Jesus do Itabapoana	Avenida Dario Vieira Borges, 235 - Parque do Trevo - Bom Jesus do Itabapoana/RJ	Meio Ambiente	105/anual		Coordenação: (022) 38334209 Geral:(022) 38339850
IFF	Campus Bom Jesus do Itabapoana	Avenida Dario Vieira Borges, 235 - Parque do Trevo - Bom Jesus do Itabapoana/RJ	Alimentos	105/anual		Coord.: (022) 38334220 Geral:(022) 38339850
IFF	Campus Cambuci	Estrada Cambuci - Três Irmãos, Km 05 – Cambuci/RJ	Agroecologia	35/anual	E-mail: direcao.cambuci@iff.edu.br	Geral: (022) 27375607 / (022) 988378848
IFF	Campus Cambuci	Estrada Cambuci - Três Irmãos, Km 05 – Cambuci/RJ	Agropecuária	35/anual	E-mail: direcao.cambuci@iff.edu.br	Geral: (022) 27375607 / (022) 988378848

Tabela 7. - Cont...

INST.	CAMPUS/ ESCOLA	LOCALIZAÇÃO	CURSO TÉCNICO	VAGAS	COORDENADOR/E-MAIL	CONTATOS
IFF	Campus Campos – Guarus	Av. Souza Mota, 350 - Parque Fundão - Campos dos Goytacazes/RJ	Meio Ambiente	60/anual	E-mail: campusguarus@iff.edu.br	Coord.: (022) 27372427 Geral:(022) 27372400
IFF	Campus Macaé	Rodovia Amaral Peixoto, km 164 - Imboassica - Macaé/RJ	Meio Ambiente	70/anual	E-mail: gabinete.macaee@iff.edu.br	Geral: (022) 33991500
IFF	Polo de Inovação	BR 356, km 158 - Martins Lages - Campos dos Goytacazes/RJ	Meio Ambiente		E-mail: picg@iff.edu.br	Geral: (022) 2737- 5691 PMO: (022) 2737- 5692

4.5. Questionários e feedback

Para dar sequência aos estudos nesta área, durante as visitas serão aplicadas dois questionários pré-estabelecidos. O Questionário 1. deverá ser preenchido pelo público alvo, que se constitui pelos ouvintes e o Questionário 2. deverá ser preenchido pelos palestrantes. Ambos devem ser recolhidos respondidos ao final de cada apresentação. Para os ouvintes foram elaborados questões específicas a serem avaliadas entre uma visita e outra, verificando quais as necessidades e expectativas dos alunos, em busca da total satisfação do público alvo. Já para os palestrantes foram elaboradas perguntas que demonstram as dificuldades de comunicação com o público alvo de cada curso, permitindo também a análise também, de modo geral de cada instituição.

Os questionários serão utilizados como feedback, que é uma ferramenta que pode estabelecer um canal de diálogo e também permitirá a identificação de supostas falhas bem como pontos principais que não foram esclarecidos afim de melhorá-los, caracterizando-se assim no ponto chave para a garantia de sucesso.

QUESTIONÁRIO 1 - Questionário a ser preenchido pelos emissores após cada apresentação.

- **Distribuição do conteúdo e sequência dos assuntos abordados durante a apresentação**

()Ótimo ()Bom ()Regular
()Ruim ()Péssimo ()Não se aplica

- **Qual foi seu nível de conhecimento durante os assuntos questionados ?**

()Ótimo ()Bom ()Regular
()Ruim ()Péssimo ()Não se aplica

- **Em relação as dúvidas apresentadas pelos alunos, qual destes assuntos não foram esclarecidos?**

()Nenhum dúvida
()Disciplinas ()Estrutura da UFRRJ ()Trabalhos apresentados
()Diferenças entre as profissões ()Mercado de trabalho
()Vida acadêmica ()Outros, qual? _____

- **De modo geral, os alunos fizeram mais questionamentos em relação à qual assunto ?**

()Nenhum dúvida
()Disciplinas ()Estrutura da UFRRJ ()Trabalhos apresentados
()Diferenças entre as profissões ()Mercado de trabalho
()Vida acadêmica ()Outros, qual? _____

- **Capacidade de manter a atenção dos alunos durante a apresentação ?**

()Ótimo ()Bom ()Regular
()Ruim ()Péssimo ()Não se aplica

- **Qual sua percepção em relação a carga horário desta apresentação ?**

()Ótimo ()Bom ()Regular
()Ruim ()Péssimo ()Não se aplica

- **De modo geral, numa escala de 0 a 10, como você classifica esta apresentação ?**

QUESTIONÁRIO 2 - Questionário a ser preenchido pelos alunos do terceiro ano do ensino médio/técnico após o evento.

- **Qual era o nível do seu conhecimento do Curso Superior de Engenharia Florestal ?**

() Muito alto () Alto () Médio
() Baixo () Muito baixo () Nunca tinha ouvido falar

- **Quais estruturas disponíveis para os alunos da UFRRJ você considera indispensáveis para os seus estudos na universidade?**

() Alojamento () Restaurante universitário () Bolsas
() Esportes () Todos () Nenhum
() Outros

- **Quais as chances deste evento influenciar a sua escolha pelo curso de Engenharia Florestal da UFRRJ durante o Sisu?**

() Muita () Média () Pouca
() Nenhuma () Já tenho meu Curso Superior definido
() Não pretendo fazer curso superior

- **Qual ou quais atividades do evento que você mais gostou?**

() Palestra () Dinâmica () Conversa
() Todos () Nenhum

- **De modo geral, numa escala de 0 a 10, como você classifica este evento ?**

- **Numa escala de 0 à 10,(sendo 0 para o assunto que te chamou menos atenção e 10 para o assunto que despertou em você maior interesse) como classifica cada assunto abordado durante esta apresentação?**

() Disciplinas () Estrutura da UFRRJ () Trabalhos apresentados
() Vida acadêmica () Mercado de trabalho
() Diferenças entre as profissões () Outros, qual?_____

- **Qual nota de 0 a 10 você daria pra equipe que apresentou este evento?**

Nota:_____

- **Você gostaria de receber mais informações sobre o curso de Engenharia Florestal da UFRRJ ?**

() Sim () Não

Se sim, sobre o que ?_____

- **Qual o curso superior você pretende fazer ?**

() Não pretende () Não sei () Medicina
() Agronomia () Engenharia Florestal () Veterinária
() Engenharia Ambiental () Outros

- **Em qual assunto você permaneceu com dúvidas?**

() Disciplinas () Estrutura da UFRRJ () Trabalhos apresentados
() Diferenças entre as profissões () Mercado de trabalho
() Vida acadêmica () Nenhum dúvida
() Outros, qual?_____

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nota-se que muitos alunos sentem necessidade de antes da escolha do curso, durante os últimos anos do ensino médio, na preparação para o Enem ou até mesmo na escolha no Sisu, de estarem mais por dentro de assuntos relacionados aos cursos disponibilizados pelas universidades, bem como as diferenças entre eles e as habilidades dos profissionais formados. Dessa maneira, este projeto é importante para incentivar os novos alunos nas primeiras fases do curso, principalmente durante os dois primeiros semestres.

Foram encontradas algumas dificuldades para a realização completa deste trabalho em relação à comunicação com as instituições. Diante do fato da desatualização de alguns sites foi impossível o agendamento para realizar as visitas. Em outras, a comunicação via email e telefone foi inviável. Também ocorreu os cortes financeiros realizados pelo Governo Federal durante esse ano que impactaram diretamente no decorrer do trabalho, inviabilizando os deslocamentos e demais operações previamente planejadas.

O desenvolvimento deste trabalho de divulgação do curso possibilitará o compartilhamento, de ensinamentos e considerações prioritárias ao qual o aluno interessado em ingressar no curso de Engenharia Florestal, deve estar informado. Também contribuirá com a redução dos níveis de evasão durante os primeiros períodos do curso, além de auxiliar possíveis pesquisas relacionadas aos índices de evasão durante o curso. Destaca-se que se aplica as conjunções verbais no tempo futuro devido ao fato da impossibilidade de aplicação na íntegra do projeto durante a vigência do trabalho.

Por isso, espera-se que essa iniciativa de divulgação e promoção do curso de Engenharia Florestal da UFRRJ possa atrair estudantes interessados, com perfil de afinidade e que, ao ingressarem na instituição, já tenham um conhecimento básico da área e da profissão, podendo então reduzir efetivamente o índice de evasão e que esse plano de divulgação do curso de Engenharia Florestal possa ser utilizado para outros cursos da UFRRJ afim de esclarecer aos candidatos dúvidas recorrentes durante o processo do Sisu e em relação a área de atuação de cada profissional.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AKSENEN, E. Z. **Os exames de admissão ao ginásio, seu significado e função na educação paranaense: análise dos conteúdos matemáticos (1930 a 1971)**. Dissertação (mestrado). Pontifícia Universidade Católica do Paraná. Curitiba, 2013. 145 f.
- ARROTEIA, J. C. **Análise Social e Acção Educativa**. 2ª ed. Aveiro: Universidade de Aveiro, 1998.
- BARTELS, R. **The history of marketing thought**. Columbus: Publ. Horizons, 1988.
- BINGHAM, F., **An Enrolment Marketing Plan for Institutions of Higher Learning: An Update**. Journal of Marketing for Higher Education, 1996, 7 (2). Pp. 43-56.
- BRONNEMANN, M. R; SILVEIRA, A. **Marketing em instituições de ensino superior: a promoção do processo seletivo**. 2003. 13 f. III Colóquio Internacional sobre Gestão Universitária na América do Sul. Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/xmlui/handle/123456789/35622>. Acessado em 25/05/2019.
- BUENO, J. L. O. **A evasão de alunos. Paidéia, FFCLRP – USP**, Ribeirão Preto, n. 5, p. 9-16, ago. 1993.
- CASTRO, C. de M. **Educação brasileira: consertos e remendos**. Rio de Janeiro: Rocco, 2007.
- COELHO, H; COSTA, E. **Educação e Sociedade da Informação**. In Estudos Ensino Superior e Competitividade. 1 ed. Lisboa: Conselho Nacional de Avaliação do Ensino Superior, 2001.
- COSTA, A. R. C. **Impactos da adoção do SiSU como instrumento de acesso aos cursos de graduação: análise preliminar nos cursos de Engenharia do CEFET/RJ UnED NI**. XXXIV Congresso Nacional de Matemática Aplicada e Computacional, 2012. Águas de Lindóia, São Paulo.
- COSTA, A.Q. et al. **O rompimento do paradigma emissor-receptor e a concepção de prosumer na era da comunicação digital em rede**. 2013. 47 f. Primeira versão do texto coletivo apresentado como parte dos requisitos para obtenção de créditos na disciplina “Novas Lógicas e Literacias Emergentes no Contexto da Educação em Rede: Práticas, Leituras e Reflexões” Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação. Universidade De São Paulo. São Paulo.
- COSTA, J. V. **A Universidade no Quadro da Sociedade do Conhecimento e da Globalização**. 2002.
- CUNHA, L. A. **Ensino superior e a universidade no Brasil**. In: VEIGA, C. G. (Orgs.). 500 anos de educação no Brasil. Belo Horizonte: Autêntica, 2000.

EISENHAUER, G. **Comparación y análisis de la formación forestal superior en diferentes países de América Latina.** In Simpósio Sobre Educação em Engenharia Florestal na América Latina. Curitiba, UFPR, 1982. p.35-52.

FERNANDES, A. M. **Avaliação de programa social de acesso à educação superior: o novo enem na universidade federal de lavras.** Dissertação (Programa de Pós-Graduação em Administração Pública). Universidade Federal de Lavras, Minas Gerais, 2013.

FERREIRA, A. B. de H. **Mini Aurélio: o dicionário da Língua Portuguesa/Aurélio Buarque de Holanda;** coordenação Marina Baird Ferreira. 8 ed. rev. Atual. Curitiba: Positivo, 2010. 960 p.

FRANCO, A. de P. Ensino Superior no Brasil: cenário, avanços e contradições. **Jornal De Políticas Educacionais**, n. 4. 2008, p. 53–63.

FRITSCH, Rosângela. A problemática da evasão em cursos de graduação em uma universidade privada. In: **REUNIÃO NACIONAL DA ANPEd**, 37 ed, 2015, Florianópolis: UFSC.

GILIOLI, R. de S. P. **Evasão em instituições federais de ensino superior no Brasil: expansão da rede, sisu e desafios.** Consultoria Legislativa. Câmara dos Deputados. 2016.

GILL, D; ADAMS, B. **ABC of Communication Studies. Second edition.** Walton-on-Thames: Thomas Nelson e Sons. 1998.

Guia de Profissões – Disponível em: <https://www.guiadacarreira.com.br/guia-das-profissoes/engenharia-florestal/>. Acessado em 25/08/2019.

IP - INSTITUTO DE PROSPECTIVA. **Prospectiva do Ensino Superior em Portugal.** 1ª ed., Lisboa: ME/DPGF e Instituto de Prospectiva, 1994.

INEP - INSTITUTO NACIONAL DE ESTUDOS E PESQUISAS EDUCACIONAIS. **Levantamento estatístico sobre o Ensino Médio e Educação Superior.** Brasília: Ministério da Educação, 2006.

KOTLER, P. **Marketing 3.0: as forças que estão definindo o novo marketing centrado no ser humano.** Tradução de Ana Beatriz Rodrigues. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

LAMB, C. W. Jr.; HAIR, J. F. Jr.; MCDANIEL, C. **Principles of marketing.** Cincinnati, Ohio: South-Western Publ., 1994.

LASSWELL, H. **The Structure and Function of Communication in Society in: BRYSON, Lyman. The Communication of ideas.** Nova Iorque: Institute for Religious and Social Studies, 1948.

LIMA, F. S. de; ZAGO, N. Desafios conceituais e tendências da evasão no ensino superior: a realidade de uma universidade comunitária. **Revista Internacional de Educação Superior**, v.4, n.2, p.366-386, Campinas, São Paulo, 2018.

LIMA, S. M. **Evolução da criação dos cursos de engenharia florestal no Brasil**. 2008.37 f. Monografia (Graduação em Engenharia Florestal). Universidade Federal Rural Do Rio de Janeiro, Seropédica

MACEDO, J. H. P.; MACHADO. **A Engenharia Florestal da UFPR: história e evolução da primeira do Brasil**. Curitiba, 2003

MANES, J. M. **Marketing para instituições educativas**. Barcelona: Granica, 1997

MARTINS DE SÁ, V. I. As “**novas oportunidades**” e a “**democratização segregativa**”. A página da Educação, ano 16, n. 171, 2007.

MARTINS, C. B. O ensino superior brasileiro nos anos 90. In: **Revista São Paulo em Perspectiva**. São Paulo: 2000.

MARTINS, C. B.; VIEIRA, M. M. **Educação superior e os desafios no novo século: contextos e diálogos Brasil-Portugal**. Brasília: Editora da UnB, 2014.

MATTERLART, A. MATTERLART, M. **História das teorias da comunicação**. 5 ed. São Paulo: Loyola, 2002

MORAES, D. Comunicação alternativa, redes virtuais e ativismo: avanços e dilemas. **Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación (EPTIC)**, v. 4, n. 2, p. 1-20. 2007.

MOSCOVICI, F. **Desenvolvimento interpessoal: Treinamento em grupo**. 9.Ed Rio De Janeiro: Jose Olympio, 2002.

PES BACKES, D.A. Análise sobre a influência do Sistema de Seleção Unificada (SiSU) na evasão do curso de Administração da Universidade Federal de Mato Grosso. **Revista de Administração do Sul do Pará (REASP)–FESAR, Redenção/PA**, v.2, n. 01, p 79-105, 2015. **primeira do Brasil**. Curitiba, 2003.

RABELO, M. C.; BATALHA, P. O novo Enem e o sistema de seleção unificado. **ComCiência**, Campinas, n. 111, 2009.

RIBAS BISNETO, J. G. **Comunicação interpessoal com foco nas organizações**. 2008.37 f. Monografia (Graduação em Administração). Centro Universitário de Brasília, Distrito Federal.

RISTOFF, D. **Vinte e um anos de educação superior: expansão e democratização**. Rio de Janeiro: Flacso/Brasil, 2013.

ROBBINS, S. P. **Comportamento Organizacional**. Tradução: Reynaldo Cavalheiro Marcondes. 9. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2002. p. 637.

ROBBINS, S. P. **Fundamentos do comportamento organizacional**. 7 ed. São Paulo: Prentice Hall, 2004. 318p.

SHANNON, C. E. **Teoria matemática da comunicação**. São Paulo, SP: Difel, 1948.

SILVEIRA, F. L.; et al. **Exame Nacional do Ensino Médio (ENEM): Uma análise crítica.** Revista Brasileira de Ensino de Física, vol.37, no.1. São Paulo, 2015.

SISU –Sistema de Seleção Unificada. Disponível em: <http://sisu.mec.gov.br/sisu>. Acessado em 23/06/2018.

SODRÉ, R. M. **Antropolgia do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede.** Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

SOUZA, P.F. de. **Escola Nacional de Florestas: Necessidade de sua Criação.** Rio de Janeiro, Ministério da Agricultura, Serviço de Informação Agrícola, Estudos e Ensaio, número 19,

TORRES, M. J. M. S. **Função do marketing em instituições de ensino superior. 2004. 120 f.** Dissertação (Mestrado em Design e Marketing). Universidade do Minho, Guimarães.

VANOYE, F. **Usos da linguagem: problemas e técnicas na produção oral e escrita.** Trad. Sabóia, C. M. et al. 11ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 1988. 327p.