

Área 2: El servicio de comunicación en las universidades: funciones, fuentes, tipología de noticias y de productos informativos. La comunicación interna y su influencia en la integración y el fortalecimiento de la identidad universitaria.

Título: **Comunicar a UA: várias ferramentas, uma só função Communicating the University: various tools, a single function.**

Autora: Ana Bela Martins Dias y Maria Constança Mendonça. Universidade de Aveiro, Portugal

Correo e.: abela@adm.ua.pt

Palabras clave: Comunicação interna, comunicação externa, jornal electrónico, páginas web, revista universitária, públicos estratégicos, Universidade de Aveiro.

Resumo:

O grande aumento de instituições de ensino superior público criadas em Portugal, depois de 1995, com o conseqüente esforço de investimento público, levou o Governo a lançar na década de 90, uma propina anual que tem vindo a ser aumentada substancialmente, criando fortes contestações, principalmente junto da população estudantil e suas famílias. Este facto, aliado ao direito à informação consagrado na Constituição Portuguesa, criaram na população uma exigência de saber como estas instituições gerem o dinheiro dos impostos dos contribuintes: em quê, como e quais são os resultados desse investimento.

Rapidamente, torna-se indispensável para as Universidades, numa atitude de grande abertura e transparência, comunicar à sociedade como contribuem para uma melhor preparação dos jovens, informar e mostrar o vasto conjunto de actividades que desenvolvem e que concorrem para o bem-estar das populações e como criam as suas próprias receitas, através de parcerias e contratos com empresas e organismos governamentais, nacionais e internacionais, contribuindo para a transferência do conhecimento e da tecnologia que produzem.

Consciente destes factos, a Universidade de Aveiro (UA) criou numa única unidade - Serviços de Relações Externas (SRE), um conjunto de diversificadas formas de interacção com a sociedade, numa atitude aberta de comunicar, informar e mostrar a instituição que representa. Assim, através de um conjunto de vários produtos informativos, de actividades de comunicação e de informação, desenvolvidas regularmente, e das sessões de mostras e visitas que se organizam ao longo do ano, os SRE levam a cabo a sua missão, promovendo, quer a nível nacional quer internacional, um maior conhecimento da Universidade, do seu diversificado potencial de formação, da excelência da sua investigação e das pessoas que a constituem.

Nesta comunicação apresentamos, sumariamente, quatro das diversas ferramentas de comunicação que os Serviços de Relações Externas utilizam nesta sua missão de informar e de promover a imagem organizacional, exemplos bem

sucedidos, quer junto da comunidade interna quer dos públicos estratégicos externos, como atestam os resultados alcançados:

- Características e funções do jornal electrónico, na comunicação interna e externa, onde é grande o envolvimento da comunidade académica;
- Páginas web para eventos especiais: uma mais-valia na comunicação com o exterior, que permite uma grande interacção com o público-alvo (professores e alunos candidatos ao ensino superior);
- Da Folha Informativa à Linhas: a evolução/transformação da revista universitária, onde passou a dar-se espaço à colaboração de especialistas da UA.
- A UA nas Escolas: uma forma diferente de comunicar a UA, pondo-nos em contacto directo com um dos públicos-alvo mais importantes para a Universidade.

Abstract:

The increasing number of higher education institutions created in Portugal, after 1995, with the consequent effort of public investment in these institutions, the Government launched an yearly fee in the nineties, which has been considerably raised from that on, creating strong contestations, mainly by the students and their families. These fact together with the right to information, laid down in the Portuguese Constitution, created a population that demands to know in what way the money from the citizens' taxes has been rightly used by higher education institutions: in which initiatives, how and what are the practical results of those investments.

For this reason, it becomes necessary for the universities, in an attitude of opening and transparency, to inform how they contribute to a better preparation of the young people, to show how the large set of activities and research projects can contribute to the population's welfare; to inform what they really do, what they really produce and how they administrate the budget assigned to them. Likewise, it is necessary to inform all the target public and the society in general, how the universities are able to create their own revenues through partnerships and agreements with the industry and various governmental entities, national and international for an efficient transference of knowledge and technology.

Absolutely aware of these facts, the University of Aveiro (UA) soon launched, in a single unity, the External Relations Services (SRE), a set of different ways of interaction with the society, with an open attitude of communication, information and display of the institution they represent. In this way, through a couple of different information products they create, through the various activities of communication and information, and through the shows, fairs and organized visits they develop regularly as part of their mission, they surely contribute effectively for a better and broader knowledge of the UA, as well as of its potential of formation, excellence of its research and its students and staff.

In the present communication we present, briefly, four of the different tools of communication used by these Services in its informative and organizational image promotion mission, as good examples with very good results:

-Characteristics and functions of the e-journal, concerning the internal and external communication. The publication lives from a great involvement of the academic community.

- Web pages for special events: an added value in the external communication, facilitating the interaction with very important target-publics;
- From the Folha Informativa to Linhas: the evolution/ transformation of the university magazine, now with a quite new face, a space for internal experts and for the alumni;
- The UA at schools project: a different way to communicate the University of Aveiro, enabling us to be in direct contact with prospective students, and their teachers and school psychologists.

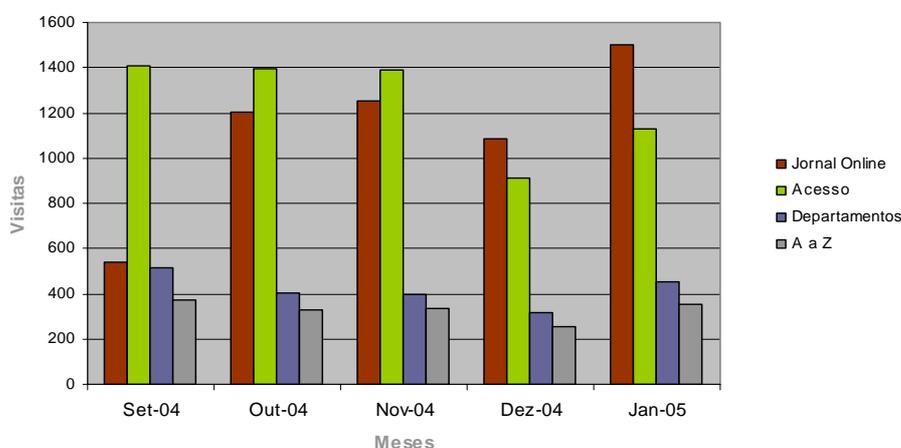
Key-words: Internal and external communication; e-journal; web pages; university magazine; strategic publics; Universidade de Aveiro; Portugal

1 Características e funções do jornal electrónico da Universidade de Aveiro (UA) “@ua_online” para a comunicação interna e externa.



O “@ua_online” <http://www.ua.pt/uaonline> é um produto de comunicação muito recente na UA. É um jornal electrónico de actualização diária criado em Setembro de 2004, pelos Serviços de Relações Externas, tornando-se rapidamente numa das páginas web da UA mais consultadas, como atesta o gráfico seguinte.

Comparação de visitas a várias páginas do site da UA por dia



Na sua origem esteve principalmente a necessidade de suprir a lacuna de informação interna provocada pela interrupção, em Setembro de 2003, da edição mensal do boletim “Folha Informativa”. Durante quase um ano, a falta de informação interna punha em risco a coesão organizacional, criando uma apatia colectiva relativamente a um maior envolvimento da comunidade na vida da organização. Tornava-se, assim, necessário criar um elemento de ligação entre toda a comunidade universitária, em que esta se pudesse rever, capaz de contribuir para o fortalecimento da identidade organizacional. Apostámos, por isso, num instrumento de comunicação apoiada nas NTIC, de fácil acesso à comunidade interna, do seu posto de trabalho ou de estudo, ou ainda de qualquer outro local fora do *campus* Universitário, através da Internet e que garantia facilmente uma actualização diária.

Identificadas as necessidades informativas gerais e específicas dos diversos públicos internos (professores, estudantes dos vários níveis, pessoal técnico e administrativo), foram definidos os principais itens a constar desta publicação electrónica, privilegiando-se as notícias e a informação da actividade científica, pedagógica e cultural desenvolvida pela própria comunidade, no seu dia-a-dia, com a consequente reflexão na sociedade.

Estes itens aparecem na página *web* agrupados em dois conjuntos diferenciados. O primeiro grupo, onde se inclui a primeira página, que todos os dias apresenta uma ou mais notícias novas da Universidade, reúne um conjunto de informação de origem interna e externa para públicos específicos:

- Bolsas e Concursos – este item contém informação de grande interesse quer para os estudantes de graduação como, principalmente, para os estudantes de pós-graduação e investigadores.
- Bolsa de Emprego – aqui são divulgadas as ofertas de emprego que regularmente chegam ao gabinete de comunicação oriundas de diversas empresas e organizações que, de outra forma, dificilmente poderiam chegar a um público tão alargado como os estudantes dos últimos anos, os recém-licenciados e ainda os antigos alunos da universidade.
- Entrevistas – este espaço tem por objectivo dar voz e imagem aos diversos membros da comunidade académica. Para isso, regularmente são entrevistados professores, estudantes, técnicos, e ainda visitantes à Universidade, em certos eventos especiais. Os entrevistados fazem gosto em “aparecer” no *écran* do jornal electrónico da UA e a comunidade tem revelado interesse em conhecer melhor as pessoas entrevistadas.
- Publicações – este item oferece a possibilidade, a qualquer membro da comunidade académica, de ver as suas obras apresentadas com um resumo e imagem da capa, e divulgadas a um público mais alargado, inclusivamente com o respectivo preço e local de aquisição.
- Investigação – item que agrupa notícias do desenvolvimento científico levado a cabo na universidade de Aveiro.

O segundo bloco de itens reúne toda a informação dos eventos culturais, académicos e científicos que se organizam na Universidade de Aveiro, diariamente. Qualquer membro da comunidade académica que tenha interesse em conhecer a

agenda diária dos eventos da UA só o conseguirá através deste jornal electrónico, de forma completa, regular e diariamente actualizada.

Para ajudar o leitor a encontrar informação específica, o jornal oferece ainda o recurso a uma pesquisa selectiva, para quaisquer itens que o integram.



Envolvimento da Comunidade

No sentido de reforçar o envolvimento da comunidade académica na elaboração desta publicação, foi criada uma forma de permitir a todas as unidades (departamentos, serviços, institutos, associações de estudantes, unidades de investigação, de interface e outras) a inserção directa de notícias e informação de eventos, que depois de validadas pelo editor (Gabinete de Comunicação) são disponibilizadas ao público.

Além de promover a pró-actividade da comunidade, no envio de informação sobre as suas próprias unidades, este processo vem facilitar, também, o trabalho do Gabinete de Comunicação, na difícil recolha da vasta informação de interesse para a comunidade, garantindo, desta forma, uma maior cobertura de tudo o que se passa na instituição.

O sistema funciona muito simplesmente através de um elemento que é indicado como *pivot* para a comunicação, em cada unidade, que receberá uma “palavra-passe” dos Serviços de Relações Externas para lhe permitir inserir a informação num formulário electrónico e enviá-la rapidamente com um simples clique. O preenchimento obrigatório de diversos campos permite que o Gabinete de Comunicação obtenha uma notícia, se não completa, pelo menos com os elementos essenciais para a sua edição. Quando isso não é suficiente, solicita-se a esse *pivot* ou directamente aos intervenientes na notícia, os dados complementares e, frequentemente, também, fotografias relacionadas com a notícia.

Função de comunicação externa

- O facto de se tratar de um meio de comunicação com um grande potencial de difusão junto dos mais variados públicos externos, permitida pela própria Internet, tem como consequência que toda a informação apresentada neste jornal funciona, ainda, como excelente forma de divulgação massiva da actividade universitária e de promoção da imagem da instituição juntos desses públicos.

- Apesar da importância que representam para a comunidade interna os itens apresentados, a informação que veiculam também é de potencial interesse para a comunidade externa: as bolsas, os prémios e as ofertas de emprego divulgadas podem ser aproveitadas por diversos público externos. Este facto pode concorrer para a fidelização destes públicos a esta página *web*. Assim, além da consulta à informação de que necessitam, haverá grandes hipóteses de serem atraídos por outras notícias e informações veiculadas pelo jornal, levando-os a interessar-se por aí voltarem regularmente.

- Pelo seu lado, os órgãos de comunicação social encontram aqui uma fonte de informação de notícias de diversa ordem, que posteriormente desenvolvem solicitando ao Gabinete de Comunicação informação suplementar ou a organização de entrevistas com Professores, Investigadores ou com a equipa reitoral, dependendo do teor das notícias. O jornal funciona, assim, de reforço comunicacional relativamente às notas de imprensa regularmente enviadas aos Órgãos de Comunicação, com a grande vantagem de apresentar imagens ilustrativas, que frequentemente nos são solicitadas por estes.

- O “@ua online” tem ainda uma função importante na difusão cultural junto da comunidade externa (cidadãos de uma forma geral e escolas) promovendo a sua participação nos eventos culturais realizados na Universidade. Ao mesmo tempo, tem provocado um número crescente de auto-propostas provenientes de diversos promotores culturais, para a realização, na Universidade, de exposições, teatro e espectáculos musicais, que já têm sido consideradas e aceites pela Comissão Cultural da Universidade.

Novos Desenvolvimentos

Com as sugestões recebidas, principalmente da comunidade interna, nestes 6 meses de existência do jornal electrónico, e com a nossa própria análise a este meio de comunicação, decidimos criar um conjunto de novos desenvolvimentos para introduzir até ao fim de Março de 2005, que vão melhorar substancialmente esta publicação. Desse conjunto destacamos aqui os seguintes:

- Novos itens (1. movimentação de pessoal – com informação da entrada na UA de novos colaboradores, assim como da sua aposentação, incluindo-se as respectivas fotografias; 2. agenda de eventos na cidade (Aveiro) e região – com informação a ser introduzida directamente pelos organizadores dos eventos, utilizando o mesmo sistema de introdução de informação interna).
- Links para notícias publicadas sobre a UA, nos vários órgãos de comunicação social, segundo parcerias que serão negociadas com esses órgãos.
- Possibilidade de o leitor poder aumentar as imagens, com um simples clique.
- Novo formulário de recolha de informação que nos permitirá receber mais detalhes, essenciais para uma edição mais rápida.
- Maiores possibilidades de pesquisa.

Promoção do @ua_online

O jornal electrónico alcançou, em Janeiro, uma média de 1504 visitas diárias, sem contar com as pessoas que já têm esta página *web* como *homepage*. O número não é tão elevado quanto desejamos, considerando que só a população interna é constituída por mais de 13 mil pessoas. Por isso, precisamos de dinamizar a sua promoção, para que atinjamos o nosso objectivo de triplicar a média de visitas diárias até ao fim do ano lectivo (Julho). Para isso, estamos a preparar, entre outras, as seguintes soluções:

- uma pequena newsletter, a partir das notícias da 1ª página, para envio no início da semana, por e-mail interno;
- a organização de workshops com os *pivots* para maior dinamização do seu envolvimento;
- a colocação de anúncios publicitários em outras publicações da UA: revista *Linhas*; Tele-informação; 3810 UA (programa de televisão universitária);
- a colocação de um link de algumas notícias do jornal, em páginas específicas da UA (Ex: ligação de notícias de investigação à página *web* do Instituto de Investigação)
- o aumento do número de links desta página, a colocar em diversas páginas da UA muito consultadas;
- a introdução na homepage da UA de um recurso prático que convide o visitante a fazer da página *web* do jornal electrónico a sua própria *homepage*.

2- Páginas *web* para eventos especiais: uma mais-valia na comunicação com o exterior

Cabe aos Serviços de Relações Externas a realização anual, desde Novembro de 2000, da *Semana Aberta de Ciência e Tecnologia*. Este evento ou festival de ciência, como já é considerado, é aberto a toda a comunidade externa e realiza-se durante uma semana, envolvendo todos os Departamentos, Escolas e as várias unidades que realizam palestras, visitas guiadas aos seus laboratórios e unidades de investigação, exposições, projecção de filmes científicos, exposições temáticas no Museu de Ciência da Universidade, feiras de minerais, espectáculos de teatro e de música.

Esta grande mostra tem como principal público-alvo os estudantes do ensino básico e secundário (entre os 14 e os 18 anos) mas também recebemos muitas visitas de outros mais jovens, para os quais são preparadas actividades científicas especiais. Outros públicos, como os próprios estudantes da Universidade, empresários e pessoas da comunidade também visitam muitas das actividades.

O evento é já bastante conhecido no país, principalmente pelas Escolas, através da sua participação regular e da transmissão da sua importância a outros professores e escolas. Muitos destes acabam por participar, também, no ano seguinte. A própria Comunicação Social, a informação específica que enviamos com antecedência para as Escolas de todo o país (cartas-convite e cartazes) e os anúncios publicitários colocados em publicações mais dirigidas aos jovens ajudam na promoção do evento.

No entanto, para se poder dar uma maior visibilidade e reforçar a promoção do evento, melhorando também a sua organização complexa, decidiu-se criar uma página *web* especial onde o público pode encontrar o programa detalhado das actividades e ficar a saber de que tratam, quais as pessoas responsáveis, as faixas etárias a que se dirigem, assim como os dias, horas e locais da sua realização. Para ajudar os visitantes, principalmente as Escolas básicas e secundárias, foi criada uma forma que permite facilmente as inscrições colectivas e individuais, nas diversas actividades, muitas delas com um número limitado de participantes. A gestão destas inscrições é feita pelos SRE.

Este sistema permite um contacto constante com os visitantes inscritos, prestando-se a todos, aconselhamento e orientação relativamente às actividades a visitar.

Semana Aberta da Ciência e Tecnologia
encontro marcado com a ciência

Universidade de Aveiro : Semana Aberta da Ciência e Tecnologia

PROGRAMA

- 2004
- 2003
- 2002
- 2001
- 2000

CONTACTOS

Universidade de Aveiro
Serv. de Relações Externas
Campus Universitário de Santiago
3810-193 Aveiro

Tel.: 234 370 211
Fax: 234 370 985
email: semanaberta@ua.pt

SEMANA ABERTA DA CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA UNIVERSIDADE DE AVEIRO

Quer ser cientista por um dia?
A página da V edição já se encontra disponível. [Clique aqui.](#)

universidade de aveiro

FABRICA DE CIENCIA WVA

Agência Nacional para a Ciência e Tecnologia

© 2001 - 2004 Universidade de Aveiro
Desenvolvimento: Serviços de Relações Externas - GEMED
Última actualização: sexta-feira, 19 de Novembro de 2004

Para maior visibilidade desta página, o seu endereço <http://event.ua.pt/semct/> é colocado na notícia do evento do jornal electrónico com um *link* para esta página *web* especial, em todos os materiais informativos, anúncios e notícias sobre o evento na comunicação social.

Além disso, os participantes podem ver aí algumas fotografias tiradas durante o evento, assim como ver os conteúdos, fotografias e testemunhos das edições anteriores.

Imagem gráfica

Desde a primeira edição, este evento tem uma imagem gráfica própria, com o seu logótipo, fotografias científicas (que se alteram todos os anos), e as cores habituais (laranja e branco), para uma identificação rápida. Esta imagem é também reproduzida em todos os materiais informativos e de oferta que são produzidos para o evento (*T-shirts*, postais, lápis e outros). A página *web* da Ciência & Tecnologia, que apresenta esta

mesma imagem, possui um histórico de todas as edições anteriores, com as respectivas imagens do evento, as notícias que foram publicadas na imprensa, entrevistas com participantes, os nomes das organizações que patrocinaram o evento e várias informações de ordem prática para ajudar os visitantes a chegar à UA e a usufruírem das estruturas de apoio que disponibilizamos.

A imagem é facilmente identificável pela comunidade e pelo público externo.

3- Da *Folha Informativa* à *Linhas*: a evolução/transformação da revista universitária.



Criada em Fevereiro de 1996, a *Folha Informativa* teve uma edição mensal regular até Setembro de 2003, altura em que foi extinta. Funcionou como principal meio de comunicação interna, com distribuição massiva nos departamentos, bibliotecas, residências de estudantes e cantinas. Havia ainda uma menor distribuição externa para escolas, entidades locais e governamentais, empresas, e outras, num total de mais de 1000 exemplares. O seu conteúdo, a P & B, apresentava um conjunto de rubricas de grande interesse para a comunidade interna (entrevistas, agenda cultural, notícias da actividade cultural e científica interna, apresentação de cursos novos, com testemunhos de professores e alunos e apresentação de artigos de investigação).

Em 2003, aproveitando-se o 30º aniversário da Universidade, decidiu a Instituição adoptar uma nova imagem gráfica e um design moderno que levaria, inevitavelmente, à alteração substancial desta revista. Assim, de uma publicação mensal, marcadamente virada para o interior, pretendia-se agora uma publicação de prestígio, a 4 cores, papel de qualidade e com boas imagens, que teria como público-alvo antigos alunos, empresários, institutos de investigação, muitas das universidades iberoamericanas e as de todos os países de língua portuguesa, entidades locais e governamentais, além dos departamentos, professores e bibliotecas da Universidade. Para todos estes seriam enviados os seus 3 números anuais.

No lugar da *Folha Informativa* surgiu então uma publicação totalmente diferente, que tomou o título de *Linhas*, numa alusão ao *slogan* “Linhas que traçam futuros” que já havíamos utilizado, aproveitando a eventual “ligação” entre a bela arquitectura do *campus* e as linhas do futuro que os estudantes criam durante a sua formação na Universidade. A *Linhas*, apareceu à luz do dia 1 de Junho de 2004, para outros públicos e com outras funções: pretendeu-se levar a um público externo mais vasto e mais diversificado uma nova imagem da UA, agora mais consentânea com a imagem de

inovação, modernidade, actividade e de grande abertura à sociedade, que tanto caracteriza a Universidade de Aveiro.

E foi conseguido! Após a distribuição do 1º número, chegou aos SRE uma chuva de aplausos e de entusiasmo externos e internos, que nos deixaram muito satisfeitos e com vontade de melhorar. Chegaram também algumas sugestões para novas rubricas e ofertas de colaboração diversas, que iremos considerar em próximas edições.

Conteúdo e Colaborações

A redacção da *Linhas* é da responsabilidade dos SRE, à excepção dos vários artigos apresentados pela equipa reitoral e por diversos especialistas da Universidade, assim como de pessoas da comunidade local, especialmente convidadas a colaborar.

Do seu conteúdo faz parte um conjunto de entrevistas a 5 antigos alunos da UA, com carreiras profissionais bem sucedidas. Com estas rubricas temos vindo a receber muitos pedidos de assinatura da publicação de outros antigos alunos, assim como algumas ofertas para depoimentos e entrevistas. Conseguimos, desta forma, uma ligação maior com este público de tanta importância para a Universidade.

Com uma nova parceria que vai ser efectuada com a Associação dos Antigos Alunos e o Gabinete de Estágios e Saídas Profissionais, pensamos poder aumentar substancialmente o número de subscritores desta publicação.

Outra rubrica, que reputamos de grande interesse para o público-alvo da *Linhas*, é a informação detalhada da oferta formativa pós-graduada da universidade, com depoimentos de alunos que efectuaram ou estão a efectuar essa formação.

Desenvolvimentos e Promoção

Brevemente esta publicação vai estar “em linha” de forma a poder ser consultada por um maior número de pessoas.

O que fazemos para promover outras ferramentas de comunicação, fazemos também para apresentar a nova edição da *Linhas*, utilizando o jornal electrónico e um anúncio na primeira página web da Universidade. Enviamos, ainda, uma nota de imprensa para a comunicação social local, com indicação dos principais temas dessa edição. Em muitas situações a Comunicação Social aproveita os artigos para uma notícia mais abrangente com eventual entrevista ao seu autor.

Embora não seja uma publicação muito económica, o impacto da sua distribuição de 3000 exemplares tem-se revelado positiva. Para um conhecimento mais exacto deste impacto, vai ser lançado um questionário a todos os subscritores, de forma a percebermos da pertinência de um aumento de tiragem a partir da próxima edição de Junho.

4- A UA nas Escolas: uma forma diferente de comunicar a UA.

O projecto *A UA nas Escolas* é essencialmente uma excelente ferramenta de comunicação que põe a UA em contacto directo com os seus públicos-alvo mais importantes: os alunos prospectivos e seus professores.

Neste projecto são os profissionais do gabinete de relações públicas que organizam a presença da Universidade em mais de 40 Escolas (2004), com uma stand próprio e palestras de apresentação, que devem ter em conta o nível de alunos participantes e as áreas de estudo desses mesmos alunos, para se preparar uma comunicação mais dirigida e, portanto, com possibilidades de maior sucesso. A informação sobre os níveis dos alunos e áreas de interesse é adquirida antecipadamente, por contactos do gabinete dos SRE com os professores ou orientadores pedagógicos das Escolas.

De uma forma geral, a Universidade é convidada a estar presente nessas Escolas para estas acções, mas há outros casos em que é a própria Universidade que contacta com as Escolas e oferece-lhes a possibilidade de efectuar estas apresentações, que são geralmente bem acolhidas.

Conteúdo

O conteúdo das apresentações, para o que utilizamos um CD-ROM e computador portátil, consiste essencialmente na oferta formativa da UA, apresentada de forma simples e agradável, apropriada aos jovens candidatos, mas também na vida que um qualquer estudante poderá viver na UA, tanto para o estudo como para o lazer.

A acompanhar os técnicos da UA, vão muitas vezes um ou mais estudantes da Universidade que apresentam os seus testemunhos, quer na sessão de apresentação quer aos alunos, individualmente, quando estes lhes fazem questões sobre o assunto. Não nos devemos esquecer que os jovens estudantes e os jovens alunos destas escolas não têm uma grande diferença de idade e, por isso, o contacto entre eles torna-se mais fácil e informal.

Durante estas apresentações, muitas vezes de um dia inteiro, distribuem-se publicações sobre a UA, o Guia do ano, e algumas ofertas, todas com a marca UA.

Para quebrar a eventual monotonia de uma sessão de apresentação, o programa contém um conjunto de imagens dos locais mais utilizados pelos alunos (bibliotecas, casa do estudante, cantinas, alamedas exteriores, salas de estudo com computadores, sessões musicais pelos próprios alunos nas festas escolares, actividades desportivas e culturais). A cidade também não é esquecida, já que muitas das escolas em que efectuamos estas apresentações ficam afastadas de Aveiro; e a cidade, com mar e canais da ria, tem imensas possibilidades para a cultura e para o lazer, em qualquer altura do ano.