

# O papel da comunicação no Projeto FAE Capacitação Popular Solidária

## Autores

---

Tatiana Prezotto Puertas Ernandes

## Orientador

---

Eneus Trindade Barreto Filho

## Apoio Financeiro

---

Fae

## 1. Introdução

---

A partir das atividades junto ao Projeto FAE, *Capacitação Popular Solidária* (CPS), Coordenado pela Profa. Dra. Mirian Coelho de Souza, do Curso de Nutrição da UNIMEP, referentes ao período 2S/2005 a 1S2006, buscamos resgatar os objetivos da área de publicidade para o projeto, bem como a metodologia de trabalho com a Bolsista FAE – Tatiane Prezotto Puertas Ernandes aluna egressa do Curso de Publicidade e Propaganda. Em seguida, buscamos descrever as ações de comunicação realizadas e avaliar o trabalho feito com a Bolsista e emitimos nossas considerações finais sobre o Projeto. Este trabalho é constituído das síntese do Relatório da Bolsista, participante do Projeto.

## 2. Objetivos

---

A partir de uma intervenção multidisciplinar a ação se caracteriza como uma perspectiva da educação popular, visando socializar o conhecimento de alunos e professores da UNIMEP junto aos moradores interessados em participar das ações propostas para a comunidade *pele Projeto de Capacitação Popular Solidária*, visando uma qualificação profissional para os moradores do Bairro dos Bosques do Lenheiro.

Já os objetivos da faculdade de Comunicação no Projeto consistiram nas seguintes ações:

- Elaborar identidade visual do Projeto, que sugerisse a idéia de "ação para a capacitação";
- Padronizar o material didático do Projeto, a partir de sua identidade visual;
- Elaborar plano de comunicação, elaborando o material de divulgação;
- Criar a partir do material de comunicação, uma identificação com a comunidade;
- Consolidar a imagem positiva de responsabilidade social da UNIMEP, junto ao campo da Extensão

Universitária na cidade de Piracicaba, a partir do trabalho de assessoria de comunicação.

### 3. Desenvolvimento

---

Já no que se refere ao trabalho como Bolsista FAE do Curso de Publicidade, buscou-se desenvolver a capacidade para o exercício das atividades de propaganda orientadas pela perspectiva da responsabilidade social, marketing social, além de desenvolver as competências para a produção e criação de mensagens impressas.

Levantamos a perspectiva de um marketing social para a comunidade, definimos a mídia mais acessível, a linguagem adequada, identificamos o período em que a comunicação deveria acontecer e estudamos possibilidades de identidade visual para o Projeto, selecionando a que permitisse maior identificação do público-alvo com o mesmo. Isso aconteceu na reunião realizada no dia 25/08/2005 no Centro Comunitário do Bairro dos Bosques do Lenheiro, quando se definiu as linhas gerais do projeto, quanto aos tipos de cursos que seriam oferecidos à comunidade.

No segundo semestre, trabalhando com a comunidade, criamos um elo maior entre os bolsistas, docentes e moradores. O que facilitou o trabalho. E eu como Bolsista pude trabalhar melhor a comunicação institucional do projeto, a partir de ações de assessoria de comunicação, criando espaços na mídia local para a divulgação do Projeto, bem como tivemos que auxiliar na confecção do material didático dos cursos.

Com toda a identidade visual já definida e aceita pela comunidade em 2005, houve a definição dos cursos, a partir do número dos interessados inscritos em participar.

Nesse último semestre de participação do *Projeto de Capacitação Popular Solidária*, o projeto teve como foco principal o desenvolvimento dos cursos, ministrados pelos bolsistas e docentes na comunidade alvo.

### 4. Resultados

---

Aqui buscamos dar conta de dois tipos de resultados na nossa atuação no projeto: os resultados instrumentais e os resultados referente ao trabalho de comunicação proposto:

Resultados referentes ao trabalho de comunicação proposto: **Plano de comunicação para o Projeto de Capacitação Popular Solidária** Propiciar condições de emancipação socioeconômica e autonomia social para os moradores do Bosques do Lenheiro, oferecendo cursos de qualificação profissional, a partir das ações do Projeto de Capacitação Popular Solidária, desenvolvido com apoio do Fundo de Apoio à Extensão da UNIMEP.

Objetivo de marketing social:

Desenvolver junto aos alunos e docentes do Projeto a compreensão do exercício profissional preocupado com a responsabilidade social, visando a construção da cidadania como bem coletivo da sociedade.

### *Objetivos de Comunicação*

. Divulgar por ações de assessoria de comunicação do Projeto, reconhecido pela sua importância para a Universidade e para a cidade de Piracicaba;

- Consolidar a imagem positiva de responsabilidade social da UNIMEP, junto ao campo da Extensão Universitária na cidade de Piracicaba.

### *Estratégias de comunicação e descrição dos produtos desenvolvidos:*

- Criação de uma logomarca do Projeto de Capacitação Solidária Popular

Já que a idéia fundamental do Projeto, é incentivar os moradores a participarem dos cursos propostos, a logomarca precisava mostrar algo de atividade, algo que passasse vontade em participar. O desenho da logomarca é simples e de *designer* moderno, fundamentado em elementos minimalista do construtivismo da Bauhaus, o sujeito (a forma circular) e o livro/ ou prancheta, sugeridos nas pinceladas simples, formando um arco que dá apoio ao aprendizado do homem, fundindo esse aspecto minimalista aos aspectos da arte abstrata.

A cor laranja foi escolhida justamente por ser uma cor quente e ativa que também se liga as cores da UNIMEP, instituição comprometida com o desenvolvimento social da comunidade.

A escolha da linguagem artística no visual da identidade do projeto vem justamente ao encontro dessa idéia de fortalecimento da subjetividade pela qualificação profissional, objetivo principal desta ação de extensão.

### *b) Criação do Folder de divulgação dos Cursos*

Uma vez criada e aprovada a identidade do Projeto Foram elaborados e impressos a quantidade de 1000 folderes. A criação deste impresso seguiu as linhas visuais descritas na construção da logomarca e com

todas as informações necessárias para a realização dos cursos com sucesso. Pode-se afirmar que o material foi muito bem aceito pela comunidade.

*c) Criação de apostila*

Essa apostila confeccionada na Agência Escola UNIMEP, do Curso de Publicidade e Propaganda e teve a aplicação da Identidade visual do Projeto. Esse material foi distribuído para os moradores que se inscreveram nos Cursos propostos e que tiveram o maior interesse pela comunidade no dia das inscrições. A apostila traz assuntos sobre Comunicação Oral, Direito do trabalho e Saúde. Para composição gráfica das páginas foram escolhidos pictogramas para dar referências aos assuntos abordados com os alunos dos Cursos.

*d) Criação de uma logomarca para o Projeto CRSANS*

Junto ao *Projeto Capacitação Solidária Popular*, engajei-me com a Profa. Dra . Maria Rita Marques de Oliveira em uma Projeto de Segurança Alimentar, que leva o nome de CRSANS - Comissão Regional de Segurança Alimentar Nutricional Sustentável, uma Comissão que defende o direito de todos ao alimento saudável, buscando também a produção do alimento sem o comprometimento do meio ambiente. Com a orientação do Prof. Dr. Eneus Trindade Barreto Filho, confeccionei o Folder para a Reunião desta Comissão.

*e) Criação de Folder para CRSANS – Apoio às ações paralelas do Projeto*

Foi definido uma logomarca simples que passasse a idéia de uma idéia ligada ao cuidado do Ser Humano, foram escolhidas três cores, verde, vermelho e preto; essas entraram em sintonia com referências ao meio ambiente.

Foram pedidos 1500 folders já com a logomarca definida para a distribuição em lugares estratégicos escolhidos pela a Comissão.

Devido ao êxito da divulgação da CRSANS, foi feito o pedido de uma papelaria estilizada com o novo logo do projeto; Com isso foi realizado:

*f) Criação de um papel timbrado*

*g) Criação de um envelope*

*h) Criação do certificado dos Cursos*

O certificado foi criado seguindo o *layout* do projeto, claro, simples e com o propósito da "ação para a capacitação" realizada. As cores usadas foram o laranja para o logotipo e dois tons de cinza, um claro e outro mais escuro.

Esse foi entregue para os concluintes dos cursos propostos, no dia um de julho de 2006, dia da formatura realizada na Escola José Pousa de Toledo, no Bairro dos Bosques do Lenheiro.

*i) Criação da Matéria para o Acontece Publicado na edição de setembro de 2006.*

## j) Divulgação do Projeto na Rádio Educativa FM

Agendamos um espaço de divulgação das ações do *Projeto Capacitação Popular Solidária* na Rádio Educativa, o contanto prévio foi feito com o Jornalista Silvestre e após seu interesse sobre o Projeto, foi marcada uma entrevista ao vivo com as Profa. Dra. Mirian Coelho (Coordenadora do Projeto), as Bolsistas Maria das Graças e Eu; a Diretora da Escola Estadual José Pousa do Bairro do Bosques do Lenheiro e o Líder comunitário do Bairro, quando se debateu a importância e relevância social do Projeto e o papel da Extensão realizada pela UNIMEP. A entrevista aconteceu em 30 de junho de 2006 e gerou uma repercussão positiva, demandando outras participações na mídia local que no segundo semestre de 2006 ganham continuidade. "Esse material foi realizado na Agência Escola, junto ao meu orientador Professor Dr. Eneus Trindade Barreto Filho. Juntos elaboramos uma matéria de porte grande para a revista *Acontece Unimep*, para o mês de agosto de 2006, divulgando todo o Projeto de Capacitação Popular Solidária, com o intuito de informar aos alunos a grandiosidade do Projeto de Extensão que a Universidade proporciona aos alunos e docentes em participar para o bem de uma comunidade que precisa de ajuda de terceiros, sem fins lucrativos.

- Elaborar identidade visual do projeto que sugerisse a idéia de "ação para a capacitação, aprendizado";
- Padronizar o material didático do Projeto, a partir da identidade visual escolhida;
- Apoiar as ações do Projeto, elaborando o material de divulgação;
- Criar a partir do material de comunicação, uma identificação com a comunidade;

## 5. Considerações Finais

---

A partir do exposto, consideramos que os objetivos propostos para a comunicação, na perspectiva das necessidades do projeto e da experiência na formação da aluna Bolsista, foram atingidos.

Neste momento, cabe ressaltar que o trabalho foi realizado com uma concepção de ação que vincula-se aos pressupostos da responsabilidade e marketing social, como tratam e SANT`ANNA (1998) e Kotler (1998b).

Acho que neste projeto, a coordenação da Profa. Dra. Mirian Coelho de Souza percebeu efetivamente dois lados e demandas da comunicação para as ações do Projeto: a primeira instrumental para a confecção dos materiais e a Segunda, mais ampla, voltada à concepção de ações de comunicação que visam institucionalizar o projeto frente aos seus vários públicos (comunidade do Bosques do Lenheiro, UNIMEP e sociedade piracicabana), o que nos permite trabalhar de maneira plena os princípios da assessoria de comunicação.

A visão instrumental de comunicação, apresentada em outros projetos foi superada, apresentando-se apenas em alguns bolsistas do Projeto. Isso é um fato compreensível, mas não houve uma compreensão instrumental da comunicação entre os docentes, o que valoriza a nossa colaboração nesta ação de Extensão. E isso nos deixa muito gratificados.

O resultado das ações são positivos e conotam a qualidade e a referência que as ações do Projeto de *Capacitação Popular Solidária* possuem no âmbito da Extensão da UNIMEP.

Assim, manifestamos nossa satisfação na participação deste trabalho indicando que ele trouxe ganhos sociais e permitiu o desenvolvimento das habilidades reflexiva e profissionalizantes junto à formação da Bolsista.

## Referências Bibliográficas

---

GREIMAS, A. J. *Semiótica Plástica y figurativa*. **Cráterios**. La Havana. Casa de Las Américas. 2003.

HURLBURT.A. **Layout. O design da página impressa**. 3ed.São Paulo. Nobel. 2002.

KOTLER. P. **Administração em Marketing**. São Paulo. Atlas. 1998<sup>a</sup>

\_\_\_\_\_. **Marketing comercial e marketing para organização sem fins lucrativos**. São Paulo. Atlas. 1998b.

LUPETTI.M. **Planejamento em Comunicação**. São Paulo. Futura. 2002.

SANT`ANNA. A. **Propaganda.Teoria,Técnica e Prática**. 7ed. São Paulo. Pioneira. 1998.

Site: [www.ecosol.org.br](http://www.ecosol.org.br). Acesso em Junho de 2006.