

EXPOCOM - RELATÓRIO DE PRODUÇÃO DO TRABALHO

INSCRIÇÃO	00716
INSTITUIÇÃO	Centro Universitário 7 de Setembro
CAMPUS	Campus Sul
CIDADE	Fortaleza
UF	CE
CATEGORIA	PT
MODALIDADE	PT11
TÍTULO	Histórias da Praça do Ferreira.
ESTUDANTE-LÍDER	Ana Menires Paulino da Silva
CURSO ESTUDANTE-LÍDER	Publicidade e Propaganda
COAUTOR(ES)/ ORIENTADOR(ES) CURSOS:	Milena Alves dos Santos (Centro Universitário 7 de Setembro); Thyago Caetano Nóbrega Cabral (Centro Universitário 7 de Setembro)

DESCRIÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO:

O projeto nasceu de um desafio proposto pelo professor Thyago Cabral na cadeira de Projeto Integrado em Mídia Impressa no Centro Universitário 7 de Setembro, Universidade localizada em Fortaleza-CE. O desafio era desenvolver um projeto usando recursos impressos e que fossem além dos muros da instituição de ensino. Histórias da Praça do Ferreira se desenvolveu do anseio em usar a comunicação para dar voz às pessoas que dificilmente são ouvidas. Partimos do desejo em ouvir histórias e contar essas histórias posteriormente. A origem da busca por tais narrativas progrediram quando definimos quem ouviríamos a princípio; pessoas em situação de rua. Segundo o censo de 2014, mil setecentos e dezoito (1.718) pessoas moravam nas ruas de Fortaleza. Escolhemos a Praça do Ferreira como palco do relato que encontramos. A Praça do Ferreira é conhecida em Fortaleza por acolher dezenas de moradores em situação de rua. Foi nesse desafio que encontramos a história do seu Aluísio, morador de rua que desejava voltar para seu lar. Usamos nossos esforços para conseguir o dinheiro da passagem de volta para Aluísio. Conversamos com outros moradores e todos falavam do medo que as pessoas têm de passar ao lado, ou dividir um espaço com os mesmos. A invisibilidade que os afeta diariamente. Sabendo disso nosso projeto visava não apenas ajudar na volta do Aluísio para sua casa, queríamos que ele fosse visto, ouvido, lido. Utilizamos as mídias online (Instagram, landing page) e offline (revista, cartaz, folheto) para dar voz ao relato do Aluísio. A criação da revista contou com recursos visuais referentes a páginas e folhas, buscando retratar aquela história como algo que deveria ser lido. Usamos falas do próprio Aluísio para compor a estrutura textual, dando destaque a frases com maior impacto para o leitor. A criação do cartaz contou com uma foto em preto e branco de Aluísio e uma frase em vermelho "Às vezes tudo que precisamos é um lugar para voltar", com um QR code no lado inferior direito do cartaz, direcionando o leitor à landing page "De volta para casa" A estruturação da Landing Page se concentrou em contar a história de Aluísio e um convite para que o leitor ajudasse, por doação ou compartilhando o conteúdo.

DESCRIÇÃO DAS PESQUISAS REALIZADAS:

A base e inspiração da nossa ideia inicial foi em referência a obra "A Vida Que Ninguém Vê", livro publicado em 2006 pela editora Arquipélago, escrito pela jornalista Eliane Brum. Páginas nas quais ela deu voz às pessoas que normalmente ninguém parava para ouvir. Após a proposta introdutória, articulamos locais que seriam visitados, tendo em vista, espaços que agrupavam pessoa que viviam em situação de rua. Em outubro de 2019 foram visitados a Praça da estação e a Praça do Ferreira, locais situados no centro de Fortaleza. A equipe esteve dois sábados seguidos em contato com os moradores da Praça do Ferreira entendendo a rotina e vivência dos mesmos. Por meio dessas visitas encontramos o senhor Aluísio. Morador novo da Praça do Ferreira, entendemos sua situação e decidimos contar a história dele objetivando arrecadar recursos para conseguir mandá-lo de volta para casa, em Capistrano-CE. Nosso projeto teve como alicerce a missão em compartilhar uma necessidade básica e por meio do apelo emocional ajudar alguém através da comunicação.

DESCRIÇÃO DA PRODUÇÃO:

As necessidades de Aluísio eram bem definidas; ele queria voltar para casa. Estabelecemos uma comunicação voltada em contar a história dele e através do apelo emotivo arrecadar meios financeiros para custear seu retorno. Nossa estratégia foi traçada elaborando o mínimo investimento. A impressão dos cartazes foi doada por uma gráfica, criamos uma página de arrecadação em uma plataforma gratuita e toda a campanha online foi feita de forma orgânica nas redes sociais dos integrantes do projeto. O único custo foi na impressão de alguns dos folhetos. A campanha de arrecadação teve uma duração de 48 horas, após toda conclusão do planejamento, estabelecemos o recolhimento dos recursos como última etapa estratégica. Distribuímos cartazes no Centro Universitário 7 de Setembro e também a entrega do folheto nas imediações da mesma. Os folhetos contavam a história de Aluísio e continham o chamado enternecedor para ajudar alguém voltar para a família. Na página de arrecadação tinha todo o progresso do projeto, incluindo os detalhes do plano e também contas bancárias. Em menos de 48 horas o propósito da proposta foi cumprida com sucesso, além da passagem, conseguimos arrecadar pouco mais de 100 reais que foram convertidos em cesta básica. No dia 30 de outubro de 2019 Aluísio Silva retornou para seu lar.