

Campanha para uso consciente do espaço comum do CECA ¹

Angélica SANCHES²

Bruno de Almeida SILVA³

Lilian Danila TROVÃO⁴

Natalia Ferreira ALMEIDA⁵

Patrícia Kreling Vezozzo⁶

Daniel de Oliveira FIGUEIREDO⁷

Universidade Estadual de Londrina (UEL), Londrina, PR

RESUMO

Este paper propõe apresentar o projeto de assessoria de comunicação governamental desenvolvido pelos alunos do 2º ano do curso de Comunicação Social - Habilitação em Relações Públicas, da Universidade Estadual de Londrina, na disciplina 6NIC099 - Comunicação popular e Comunitária que objetivou auxiliar os gestores do CECA – Centro de Educação, Comunicação e Artes – da UEL na conscientização da população sobre o uso do espaço comum.

PALAVRAS-CHAVE: campanha; assessoria; população; CECA; elevador.

1 INTRODUÇÃO

O projeto de assessoria de comunicação governamental desenvolveu uma campanha no Centro de Educação, Comunicação e Artes (CECA) da Universidade Estadual de Londrina (UEL) aplicando os conceitos relatados em aula e objetivou auxiliar a comunidade na sua necessidade principal. O projeto estava vinculado à disciplina 6NIC099 - Comunicação popular e Comunitária. Potencialmente educativo, o projeto trabalhou em prol da emancipação da comunidade na qual estava inserido.

O projeto norteou-se por três diretrizes básicas, sendo elas: participação opinativa e o envolvimento dos gestores do CECA a fim de identificar as necessidades da

¹ Trabalho submetido ao XX Prêmio Expocom 2013, na Categoria Relações Públicas e Comunicação Organizacional, modalidade Projeto de assessoria de comunicação governamental.

² Angélica Sanches, estudante do 5º. Semestre do Curso Comunicação Social – Relações Públicas, email: angelicasanches2010@gmail.com.

³ Bruno de Almeida Silva, estudante do 5º. Semestre do Curso Comunicação Social – Relações Públicas, email: bruno.silva@pitagoras.com.br.

⁴ Lilian Danila Trovão, estudante do 5º. Semestre do Curso Comunicação Social – Relações Públicas, email: liliantrovao@hotmail.com.

⁵ Natalia Ferreira de Almeida, estudante do 5º. Semestre do Curso Comunicação Social – Relações Públicas, email: nataliarplondrina@hotmail.com.

⁶ Patrícia Kreling Vezozzo, estudante do 5º. Semestre do Curso Comunicação Social – Relações Públicas, email: nataliarplondrina@hotmail.com.

⁷ Daniel de Oliveira Figueiredo. Professor do Curso Comunicação Social – Relações Públicas, email: daniel.of.uel@gmail.com

comunidade; a dimensão técnica – ensino e acompanhamento do processo de aprendizagem das atividades do projeto; e por fim a autogestão – continuidade do projeto pela própria comunidade do CECA.

2 OBJETIVO

O principal objetivo foi auxiliar a comunidade do CECA em sua necessidade principal – uso consciente do espaço comum; envolvendo-a no processo de construção, desenvolvimento e execução do projeto de modo que, no futuro, a comunidade pudesse realizar a autogestão das suas necessidades utilizando-se de estratégias de comunicação.

3 JUSTIFICATIVA

O desenvolvimento do projeto justificou-se pelo fato de que havia alguns problemas com a utilização do espaço comum do CECA da UEL; espaço público utilizado principalmente pelos estudantes dos cursos ofertados pelo centro, mas também pelos demais estudantes da universidade. A opção de direcionar a campanha inicialmente para um único item objetivou inteirar as pessoas com o tema “uso consciente do bem/espaço comum”. Esse projeto contemplou os elevadores; o intuito posterior era que a própria comunidade pudesse criar outras campanhas nos mesmos moldes para os demais itens que precisassem de atenção. Com isso foi possível atingir a terceira diretriz que é o aprendizado das técnicas de utilização e manutenção do projeto, pois a própria comunidade poderia desenvolver as campanhas posteriores.

A opção de trabalhar apenas com os elevadores deveu-se ao fato de que este gerava gastos extras e impactava diretamente a rotina dos utilizadores. Pois, caso houvesse problemas com o elevador, posterior ao uso, ou seja, sem que houvesse pessoas dentro, o tempo para concerto ficava sob disponibilidade da empresa de manutenção. Sendo assim, era preciso readequar diversas atividades que havia no centro em prol disto. Além disso, havia pessoas com necessidades especiais que dependiam deste bem público para desenvolverem seus projetos nos locais que eram inicialmente definidos, no caso, no piso superior do centro, dessa forma, eles também tinham suas atividades remanejadas.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

O projeto consistiu em uma campanha de conscientização da utilização do bem/espaco comum. Para tal campanha foi utilizado meios de comunicação impresso (Cartazes), mídia - TV (TV UEL) e intervenção artística.

Por trabalhar inicialmente com um único item do espaço comum – o elevador, todas as mídias foram voltadas a ele.

Inicialmente foram feitas várias reuniões com os gestores do CECA a fim de identificar a real necessidade da comunidade e poder desenvolver ações/ intervenções que estivessem de acordo com o que era preciso e com as políticas da instituição. Sendo assim, concluiu-se que o item que precisava de maior atenção, naquele momento, era o elevador, que por vezes era utilizado de maneira inadequada gerando gastos extras com manutenção e remanejamento de atividades no centro, o que impactava diretamente a vida de todos da comunidade.

Em seguida foram levantados dados da utilização inadequada daquele item. Identificou-se, então, que em alguns casos os utilizadores colocavam mais peso do que o elevador suportava, como: mais pessoas ou equipamentos muito pesados.

Então, a campanha voltou-se principalmente para a conscientização da capacidade máxima do elevador propondo inteirar a população do assunto em prol do aprendizado de que caberia no máximo 600 Kg (seiscentos quilos).

Tendo, então, os dados levantados, bem como o objetivo e a principal necessidade, foi desenvolvido um projeto escrito que, posteriormente, foi avaliado pelo professor orientador e pelos gestores do CECA. Sendo aprovado, deu-se inicio ao processo criativo da campanha; criou-se o nome e o slogan que refletiram o objetivo do projeto (utilização consciente do espaço comum); o slogan para o item trabalho, as peças de campanha (cartazes) e a proposta de intervenção artística que objetivava atrair a atenção do público de maneira criativa.

Para acompanhamento e avaliação da atividade foram estabelecidas duas ferramentas: um cronograma e um *check-list* de atividades – que nortearam todas as ações do grupo de alunos até a finalização do trabalho. No decorrer do projeto foi desenvolvido um relatório e apresentado ao professor orientador. Ao final, desenvolvido um relatório de conclusão.

Durante todo o projeto os gestores do CECA estiveram presentes com sugestões e pontuações de suma importância para o desenvolvimento da campanha.

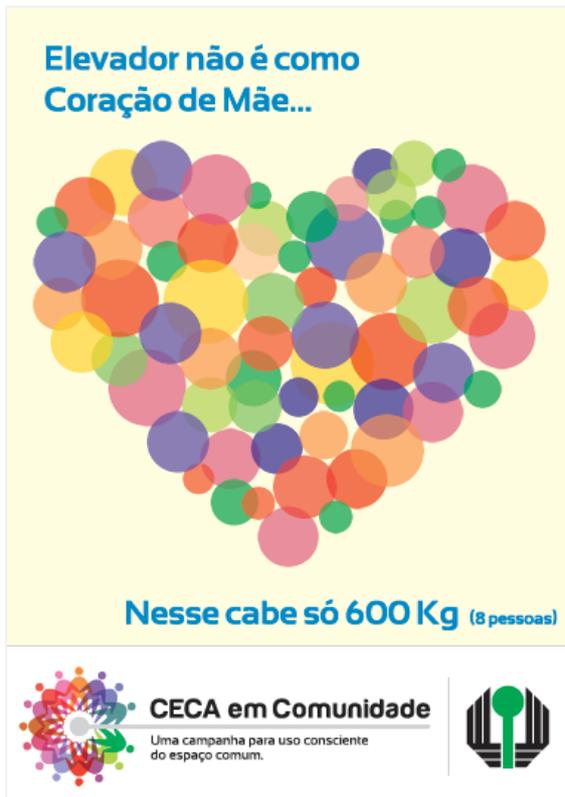
5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Nome da campanha: Espaço CECA

Slogan: Uma campanha para uso consciente do espaço comum!

Slogan para o tema elevador: Elevador não é como coração de mãe... Nesse cabe só 600 Kg/8 pessoas!

Artes



Cartaz – Coração de mãe



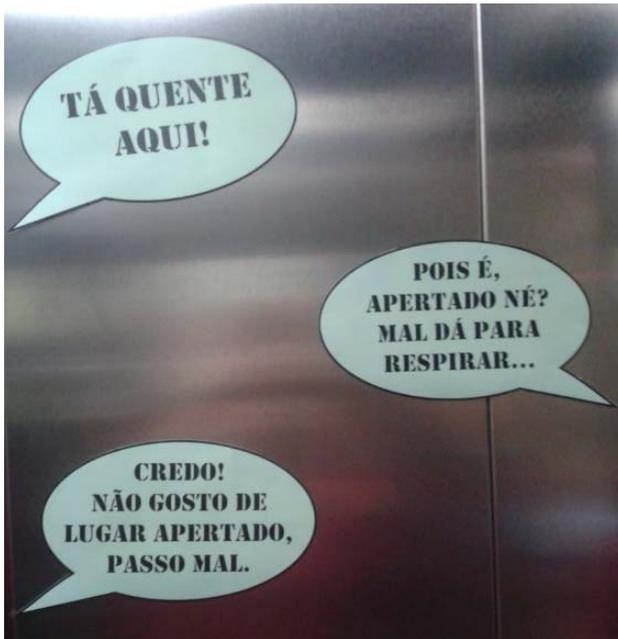
Cartaz – Frase de conscientização

Logo do projeto

Intervenção artística:

Um cenário foi criado dentro do elevador: algumas balões de dialogo foram colados nas paredes com frases que remetiam ao tema central “uso consciente do elevador levando em consideração a capacidade máxima dele”.

No chão havia vários pares de pés, e um X que indicava que não cabiam muitos lá, apenas até a capacidade máxima.



Texto:

*Tá quente aqui!
Pois é, apertado né? Mal dá para respirar...
Credo! Não gosto de lugar apertado, passo mal...*



Texto:

*Minha mãe sempre fala que elevador cheio pode cair...
Também! Quantas pessoas têm aqui?! Só podem 8 e tem umas 15.*



6 CONSIDERAÇÕES

Todo o projeto aconteceu dentro da proposta da disciplina 6NIC099 – Comunicação popular e Comunitária, do curso de graduação Comunicação Social – Habilitação em Relações Públicas e permitiu que fosse aplicada na prática a teoria exposta em sala de aula.

A realização da campanha ocorreu da maneira prevista, todas as ações realizadas objetivavam conscientizar a comunidade do CECA a cerca do uso consciente do espaço/bem comum. O tema foi tratado de maneira interativa e dinâmica para que a mensagem fosse mais facilmente assimilada pelo público.

A escolha do nome “Espaço Comum” teve a intenção de disseminar a ideia da campanha de modo que os demais centros ao tomarem conhecimento da mesma poderiam tê-la como exemplo e aplicar em sua comunidade.

As diretrizes iniciais foram todas alcançadas: a comunidade, principalmente os gestores do centro, esteve presente em todo o processo de criação e execução; as técnicas foram acompanhadas e ensinadas e pode-se observar uma maturidade maior do CECA para a gestão futura de novas ações.

O projeto atingiu as expectativas dos alunos e recebeu *feedback* positivo da comunidade no qual foi aplicado. Dentre os pontos principais do resultado do projeto, destacam-se: intervenção artística – a ação foi encarada de maneira criativa e transmitiu a mensagem de maneira divertida e dinâmica; participação dos alunos – os alunos participaram ativamente de todo o projeto; apoio da comunidade e da universidade – o projeto teve total apoio do CECA e da universidade, que se dispuseram a auxiliar os alunos em informações e espaços para a realização do projeto.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

PERUZZO, Cícilia M.K. (org.). **Comunicação e Culturas Populares**. São Paulo: Intercom, 1995.