

## “Abraça a Cidadania”<sup>1</sup>

Carolina Cunegatto REBELLATO<sup>2</sup>

Andressa Jaqueline FICANHA<sup>3</sup>

Angélica KERN<sup>4</sup>

Liana Kossmann FERLA<sup>5</sup>

Magda Maytê BLATT<sup>6</sup>

Rafael Abreu FONTANELLI<sup>7</sup>

Tamiris da Rosa LORETO<sup>8</sup>

Thays WOLFART<sup>9</sup>

Aline BENSO<sup>10</sup>

Universidade Federal de Santa Maria, Frederico Westphalen, RS

### RESUMO

Este *paper* refere-se à elaboração e execução de uma campanha comunitária desenvolvida na disciplina de *Planejamento de Campanhas Institucionais e Programas Comunitários*, e teve como tema o acesso à cidadania para a população que vive em uma área vulnerável na cidade de Frederico Westphalen no Rio Grande do Sul. A campanha “Abraça a Cidadania” teve por finalidade facilitar o acesso a documentos básicos como CPF, Carteira de Identidade e Carteira de trabalho aos moradores do Bairro Primavera. Além disso, objetivou incentivar a cultura, o esporte e o lazer às crianças e adolescentes que lá vivem, promovendo a inclusão social. A campanha foi executada em conjunto com a Central Única das Favelas (CUFA) e teve o apoio de uma empresa patrocinadora que aliou o nome da marca à campanha e dos meios de comunicação social.

**PALAVRAS-CHAVE:** Terceiro setor; comunicação comunitária; cidadania; Frederico Westphalen.

### 1 INTRODUÇÃO

Este trabalho de assessoria de comunicação no terceiro setor foi desenvolvido no segundo semestre de 2014, na disciplina de *Planejamento de Programas Comunitários e Campanhas Institucionais* do Curso de Comunicação Social – Habilitação Relações

<sup>1</sup>Trabalho submetido ao XXII Prêmio Expocom 2015, na Categoria Relações Públicas e Comunicação Organizacional, modalidade Projeto de assessoria de comunicação para o Terceiro Setor (avulso).

<sup>2</sup>Aluno líder do grupo e estudante do 6º Semestre do Curso Relações Públicas ênfase Multimídia, email: [carolinarebellato@hotmail.com](mailto:carolinarebellato@hotmail.com).

<sup>3</sup>Estudante do 6º Semestre do Curso Relações Públicas ênfase Multimídia email: [andressa\\_casari@hotmail.com](mailto:andressa_casari@hotmail.com).

<sup>4</sup>Estudante do 6º Semestre do Curso Relações Públicas ênfase Multimídia email: [gehh\\_18@hotmail.com](mailto:gehh_18@hotmail.com).

<sup>5</sup>Estudante do 6. Semestre do Curso Relações Públicas ênfase Multimídia email: [liana\\_ferla@hotmail.com](mailto:liana_ferla@hotmail.com).

<sup>6</sup>Estudante do 6º Semestre do Curso Relações Públicas ênfase Multimídia email: [magdablatt@hotmail.com](mailto:magdablatt@hotmail.com).

<sup>7</sup>Estudante do 7º Semestre do Curso Relações Públicas ênfase Multimídia email: [fontanelli\\_rp@gmail.com](mailto:fontanelli_rp@gmail.com).

<sup>8</sup>Estudante do 6º Semestre do Curso Relações Públicas ênfase Multimídia email: [tami.loreto@outlook.com](mailto:tami.loreto@outlook.com).

<sup>9</sup>Estudante do 6º Semestre do Curso Relações Públicas ênfase Multimídia, email: [thays\\_wolfart@hotmail.com](mailto:thays_wolfart@hotmail.com).

<sup>10</sup>Orientador do trabalho Professor do Curso Relações Públicas ênfase Multimídia, email: [aline.benso@gmail.com](mailto:aline.benso@gmail.com).

Públicas – Ênfase em Multimídia (RPM). Assim os acadêmicos<sup>11</sup> da disciplina tiveram como finalidade criar e implementar planos de comunicação comunitária, elaborar e avaliar mensagens e estratégias de comunicação na promoção de mudanças comportamentais dos públicos de uma comunidade.

Em análise do cenário brasileiro identificou-se como problemática a necessidade de viabilizar condições básicas de acesso à cidadania às populações que vivem em áreas consideradas vulneráveis no âmbito dos municípios. Deste modo o diagnóstico foi realizado em conjunto com a Central Única das Favelas (CUFA)<sup>12</sup> de Frederico Westphalen- RS, e identificou-se que um dos empecilhos para que os moradores do bairro Primavera participassem de diversas ações comunitárias era a ausência de documentos básicos.

Neste sentido o planejamento da campanha “*Abrace a Cidadania*” visou facilitar o acesso daquela população a documentos básicos como Cadastro Pessoa Física (CPF), Carteira de Identidade (CI) e Carteira de Trabalho (CT). Além disso, buscou mostrar a importância de cuidar da saúde e fazer exames básicos. Por fim, a campanha visou desenvolver diversas atividades recreativas e evidenciar a cidadania, pois esta pode favorecer o desenvolvimento ou ainda a expansão das vontades de um povo, valores essenciais para a consolidação da democracia.

## 2 OBJETIVO

O principal objetivo da campanha foi facilitar o acesso da população de Frederico Westphalen - RS aos direitos básicos de cidadania. Então, através do planejamento, proporcionou-se o acesso à emissão de documentos, à cultura e ao lazer. Ademais visou mobilizar os órgãos públicos em prol da oferta de serviços para o cidadão.

Além disso, a campanha propôs-se a engajar todos os moradores de Frederico Westphalen, promovendo a conscientização da população. Por isso o nome da campanha, “*Abrace a Cidadania*” (Figura 1). O intuito foi fazer com que os habitantes de Frederico Westphalen realmente abraçassem essa causa, apoiando e patrocinando.

---

<sup>11</sup> Além do aluno líder e dos coautores deste *paper*, outros acadêmicos, da mesma graduação e instituição já mencionados, também auxiliaram no desenvolvimento do plano de comunicação comunitária, sendo eles: Alisson Bonotto e Bárbara Turri.

<sup>12</sup> Outras ações realizadas pela entidade e seu histórico estão disponíveis em: <http://cufafredericowestphalen.blogspot.com.br/> Acesso em: 16 de abril de 2015.



Figura 1- Marca da campanha

### 3 JUSTIFICATIVA

Frederico Westphalen é uma cidade localizada no norte do Rio Grande do Sul com uma população de 28.843 habitantes, conforme dados do censo demográfico do ano de 2010. Uma das problemáticas deste município é a separação socioeconômica que gera aglomerações e divisões geográficas. O bairro Jardim Primavera é conhecido por localizar-se do “outro lado” da BR 386, ou seja, longe do centro da cidade onde se localizam os órgãos públicos. Outro aspecto importante é que não existe transporte público que dê acesso a estes cidadãos ao centro de Frederico Westphalen.

Assim o tema cidadania é de grande relevância, pois expressa um conjunto de direitos e deveres de todos os cidadãos, possibilitando os mesmos a participar ativamente das decisões em sociedade. Para Peruzzo (1998) os movimentos populares brasileiros que, historicamente, estão ligados a diferentes esferas, como aos bens de consumo coletivos; às questões da terra; relacionados às condições gerais de vida; motivados por desigualdades culturais; sobre questões trabalhistas; direitos humanos; ou vinculados a outros problemas específicos; possuem uma trajetória de organização, onde os integrantes propõem, debatem, têm voz ativa nas decisões de trabalho. No seio destes movimentos revelou-se a insatisfação com as restrições à liberdade de expressão dos meios massivos, e criaram-se meios alternativos dos setores populares, não sujeitos ao controle governamental ou empresarial.

Desta forma, a comunicação e a cidadania se entrelaçam para que ocorra a socialização de informações, a conscientização e a mobilização de determinadas populações em torno dos problemas vivenciados em comum, e principalmente para que as aspirações dos moradores em áreas vulneráveis possam ascender, levando às mudanças necessárias ao desenvolvimento humano. Nesse contexto, a mídia digital aumenta e favorece a disseminação de informações referentes a diversos assuntos, colaborando para a mobilização da comunidade. Sendo assim, verificou-se a importância da utilização das mídias como objeto de interação e democracia entre os públicos. Compreendeu-se a necessidade de um meio pelo qual seriam repassadas as informações referentes à campanha “*Abrace a Cidadania*”, neste caso a *fanpage*<sup>13</sup> no *facebook*.

A comunicação de valores e a mobilização em torno do sentido são fundamentais. Os movimentos culturais (entendidos como movimentos que têm como objetivo defender ou propor modos próprios de vida e sentido) constroem-se em torno de sistemas de comunicação – essencialmente a Internet e os meios de comunicação – porque esta é a principal via que estes movimentos encontram para chegar àquelas pessoas que podem eventualmente partilhar os seus valores, e a partir daqui atuar na consciência da sociedade no seu conjunto. (CASTELLS, 2004, p. 170).

O uso da Internet pelos movimentos sociais representa novas formas de comunicação, pois proporciona mais visibilidade a determinadas causas sociais. Os movimentos sociais encontraram na internet uma maneira de interagir com pessoas de qualquer lugar do mundo, ou seja, que lutam pelos mesmos ideais.

A mídia possui um papel relevante como fonte de interpretação da realidade, modificando e expandindo áreas de experiência individual, intervindo na formação da opinião pública e contribuindo para a definição de identidades individuais e coletivas. (PORTA E DIANI, 1999, p. 40 apud PEREIRA, 2011, p. 3).

Através dessas diferentes mídias, a campanha “*Abrace a Cidadania*” buscou incentivar a busca pela cidadania plena, como também informar e conscientizar a comunidade de Frederico Westphalen – RS, especialmente os moradores do bairro Primavera, dos seus direitos e deveres e da importância de ter documentos para ter acesso às políticas públicas e programas sociais. O projeto buscou mobilizar toda a população do município, gerando a inclusão social de diferentes esferas da sociedade.

---

<sup>13</sup> Disponível em: <https://www.facebook.com/abraceacidadania> Acesso em: 16 de abril de 2015.

## 4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Atualmente nota-se um aumento expressivo do número de usuários da internet, consequentemente das redes sociais. Nesse contexto essas ferramentas passaram de meros *sites* de relacionamentos a instrumentos de comunicação para as organizações. Assim, inicialmente as estratégias de ações possuíam como finalidade principal informar o público sobre a importância da realização do evento na cidade Frederico Westphalen, aumentando a visibilidade da campanha na comunidade.

Deste modo, a divulgação da campanha “*Abrace a Cidadania*” deu-se através dos meios tradicionais e digitais: jornais da cidade de Frederico Westphalen, rádios locais e através de uma *fanpage* (Figura 2) no *facebook*. Tais estratégias foram fundamentais para o engajamento da população na campanha.



Figura 2 - *Fanpage* da campanha com mais de 400 curtidas

Além disso, utilizou-se como forma de divulgação a comunicação face a face. Durante duas semanas, integrantes do projeto foram às escolas do município para convidar os alunos e professores a participar da campanha, ressaltando a importância da participação destes no “*Abrace a Cidadania*”. Ademais, foram distribuídos materiais gráficos como cartazes (Figura 3), *flyers* e adesivos, contendo informações sobre o evento.

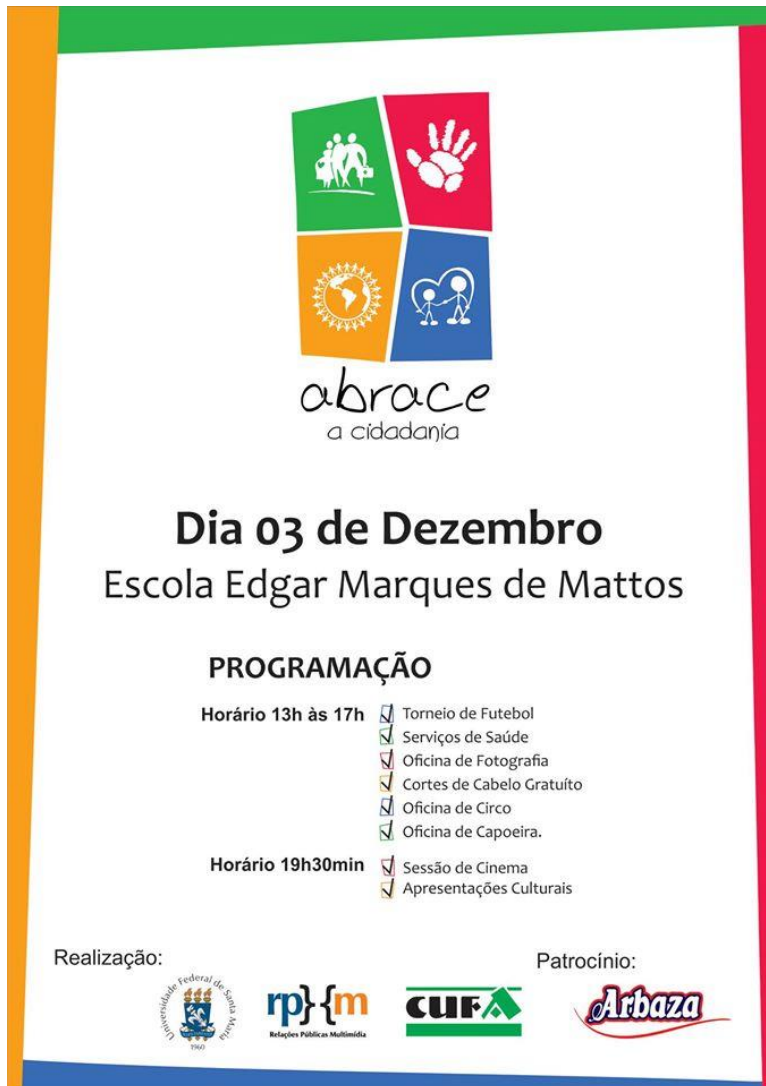


Figura 3 - Cartaz da Campanha como demonstrativo de serviços prestados

No lançamento da campanha foi realizada uma coletiva de imprensa para todos os meios de comunicação da cidade de Frederico Westphalen e região. Nesta ocasião apresentou-se a identidade visual e o objetivo da campanha, além da entrega de um *press kit* aos jornalistas, contendo o release inicial sobre a criação do projeto.

Como forma de atrair a atenção da população desenvolveu-se ainda um vídeo institucional, o qual transmitia a essência da campanha e informava o público sobre a importância de tais ações na cidade. O vídeo contou com a participação da população de Frederico Westphalen, os quais eram interrogados sobre a seguinte questão: “O que é cidadania?”. Esse vídeo foi dividido em quatro episódios, buscando uma divulgação mais dinâmica. Também foi desenvolvido outro vídeo, este de animação, que buscava conscientizar a população sobre seus direitos quanto cidadãos, principalmente sobre a

emissão de documentos. Todos foram veiculados na página do *facebook* da campanha. Os quatro vídeos da série “O que é cidadania?” somaram 3.297 pessoas alcançadas, 600 visualizações, 57 curtidas e 3 compartilhamentos. Já a animação obteve um total de 3.110 pessoas alcançadas, 674 visualizações, 25 curtidas, 19 compartilhamentos e 2 comentários.

## 5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Primeiramente escolheu-se um tema para a campanha. O tema cidadania surgiu devido à sua relevância, não ressalta apenas assuntos jurídicos, mas também questões de colaborar com a comunidade. A partir disso, buscou-se uma parceria com a Central Única das Favelas (CUFA) da cidade de Frederico Westphalen, a qual possui experiência em elaborar e concretizar projetos sociais, tais como a escolinha de futebol, oficina de capoeira, oficina de circo, oficina de música, entre outros trabalhos.

Através da *Matriz SWOT*<sup>14</sup> pôde-se diagnosticar as principais necessidades a serem supridas por meio da campanha “*Abrace a Cidadania*”, de tal maneira criaram-se algumas estratégias a fim de solucionar os problemas detectados e minimizar as ameaças e pontos fracos envolvendo a temática do projeto.

A partir desse diagnóstico também foi possível delimitar um público-alvo, que de acordo com França (2003, p.1) “os públicos são a razão de ser da relação; determinam os diferentes modos da interação empresas-público”. Através desta proposta foi possível realizar um planejamento para que a comunicação pudesse ocorrer de maneira apropriada e de acordo com os públicos de interesse, facilitando o planejamento das mensagens, permitindo ainda definir ações de comunicação a serem dirigidas a cada público. Deste modo, detectou-se como público-alvo da campanha “*Abrace a Cidadania*” crianças e adolescentes moradores do bairro Jardim Primavera de Frederico Westphalen - RS.

Após esta etapa de diagnóstico, iniciou-se a etapa do planejamento de ações a serem realizadas ao longo da campanha. Então foram desenvolvidas três ações: o lançamento da campanha “*Abrace a Cidadania*”, o cadastro dos dados do público para a emissão dos documentos e o evento da campanha.

A primeira ação referente à campanha foi o lançamento no dia 07 de novembro de 2014, na Escola Estadual Conselheiro Edgar Marques de Mattos, bairro Jardim Primavera em Frederico Westphalen. Na ocasião estavam presentes autoridades locais representantes

---

<sup>14</sup> Instrumento utilizado para analisar o ambiente em que a organização está inserida, sendo à base da gestão e do planejamento estratégico.

do Correio, do Instituto Geral de Perícias (IGP), além de alunos e educadores da rede pública de ensino da cidade. Neste momento, os acadêmicos ficaram responsáveis por apresentar o projeto para a comunidade, além de distribuírem os *flyers* e cartazes pela escola.

O objetivo principal do lançamento foi apresentar a campanha e mostrar à população presente que todos podem ter seus direitos de cidadãos e cidadãs, e ser portador de RG, CPF, Certidão de Nascimento e Carteira de Trabalho é condição para que tais direitos se efetivem. Outro aspecto foi a oferta de serviços básicos de saúde como exames de colesterol, triglicérideo, glicose, tipo sanguíneo, vacinação e a emissão da carteira do SUS. Os serviços foram oferecidos de forma gratuita através de parcerias no dia do evento.

Durante o dia 21 de novembro de 2014 ocorreu na escola Edgar Marques de Mattos o cadastro dos alunos interessados em solicitar documentos, ou seja, a segunda ação do projeto. Na ocasião, cadastraram-se os dados dos participantes e após isso, o encaminhamento da documentação solicitada para os meios responsáveis pela realização dos mesmos. Neste dia a equipe da campanha “*Abrace a Cidadania*” dividiu-se em dois turnos diurnos, manhã e tarde, para a classificação e preenchimento dos dados necessários para o encaminhamento aos órgãos responsáveis pela emissão da documentação.

Assim verificou-se a quantidade de alunos que gostariam de adquirir seu RG, CPF, Carteira de Trabalho e carteira do SUS. Ao total foram entregues mais de 40 Cadastros de Pessoas Físicas (CPF) e, a partir disso, os demais documentos poderiam ser solicitados aos órgãos responsáveis sem custo algum.

Então, a terceira ação concluiu a campanha com um evento que aconteceu no dia 5 de dezembro de 2014 na Escola Estadual Conselheiro Edgar Marques de Mattos. A equipe do projeto dividiu-se em dois grupos, a fim de contemplar os turnos da tarde e noite. O evento iniciou-se às 13h 30min e pela parte da tarde foram aplicadas as atividades recreativas e cortes de cabelo. Em um espaço localizado atrás da escola, foram instalados dois brinquedos infláveis e uma cama elástica, enquanto em frente à escola realizava-se o torneio de futebol. O encerramento do evento aconteceu à noite, os alunos retiraram seus documentos e assistiram à sessão de cinema realizada em conjunto com a CUFA.

Além da parceria com a CUFA, o patrocínio foi essencial para a realização da campanha. A empresa que patrocinou todos os materiais necessários para o desenvolvimento e divulgação da “*Abrace a Cidadania*” foi a Arbaza Alimentos, empresa do setor cerealista com unidade em Frederico Westphalen – RS. O orçamento total da



campanha ficou com o valor final de R\$ 12.836,95. Inclui-se nesse valor camisetas, *flyers*, cartazes, *banner*, *spot* de rádio, brinquedos infláveis, cama elástica, equipamentos de som, medalhas, árbitro, carro de som, fita adesiva, pastas de escritório, impressões de convites e *releases*, ingredientes para cachorro quente e a estrutura do cinema.

A avaliação da campanha foi realizada a partir da quantidade de documentos que foram entregues no dia do evento, assim pode-se concluir o número de pessoas que foram auxiliadas pela campanha desenvolvida. Além disso, utilizou-se ainda o *clipping* dos principais veículos de comunicação da região como mensuração de resultados, para avaliar a repercussão da campanha na cidade de Frederico Westphalen, sendo eles: O jornal “O Alto Uruguai”, “Folha do Noroeste” e o jornal “Frederiquense”. No total saíram seis notícias em meios digitais (*site* Institucional da UFSM, *site* da rádio Comunitária de Frederico Westphalen, *site* do jornal O Alto Uruguai) e quatro nos jornais impressos citados a cima.

## 6 CONSIDERAÇÕES

Ao analisar a campanha e as ações desenvolvidas pode-se concluir que a mesma foi importante para a cidade de Frederico Westphalen, pois tratou de um assunto que abrange toda a população e a conscientiza sobre seus direitos como cidadão perante a sociedade. Por isso, a participação do público foi ativa, atingindo vários dos objetivos estabelecidos.

Desde a primeira ação percebeu-se que o engajamento do público foi satisfatório. Tanto o público do bairro Jardim Primavera de Frederico Westphalen, onde seriam realizadas as ações, quanto também os moradores de outras localidades. A *fanpage* obteve mais de 400 curtidas e contou com a participação dos internautas em todas as ações divulgadas nela através de curtidas, compartilhamentos e comentários.

Na segunda ação, quando foram encaminhados os documentos, observou-se a grande procura por este tipo de serviço. Grande parte da população não tem acesso às informações necessárias para a emissão de documentos básicos ou apenas desconhecem a importância de ter essa documentação em dia. Através da campanha, essas pessoas tiveram a possibilidade de conhecer o porquê da necessidade de ter documentos e também adquiri-los. Foram mais de 40 CPFs e então as famílias encaminharam seus RGs no órgão responsável sem custo algum.

No evento da campanha, que corresponde à terceira ação, ocorreram alguns imprevistos, mas nada que impossibilitou seu sucesso. Primeiramente o evento havia sido

marcado para uma data, mas devido às condições climáticas ele teve que ser transferido. Por isso, órgãos públicos, como os agentes municipais de saúde e os responsáveis pela emissão dos RGs, não puderam comparecer. Estiveram presentes os representantes do Banco do Brasil para a entrega dos CPFs, os professores da CUFA e os alunos responsáveis pela campanha. Ao final do dia, após as atividades, o público aumentou ainda mais para a sessão de cinema.

Por fim, apesar das dificuldades, a campanha “*Abrace a Cidadania*” cumpriu com os principais objetivos propostos, que eram sensibilizar e conscientizar a população de Frederico Westphalen sobre seus direitos como cidadãos e também proporcionar a inclusão social através de um evento que disponibilizasse o acesso à cidadania, cultura e lazer.

## REFERÊNCIAS

BRASIL. IBGE. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios**. 2011. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/trabalhoerendimento/pnad2011/>. Acesso em: 15 de outubro de 2014.

FRANÇA, F. Conceituação lógica de públicos em Relações Públicas. **Revista de Estudos de Jornalismo e Relações Públicas**, São Bernardo do Campo: UMESP, n.1, 2003.

CASTELLS, Manuel. **A Galáxia da Internet**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

MONDIN, Battista. **Introdução à Filosofia**. 16ª ed. Amp, São Paulo: Paulus 1981.

PEREIRA, M. A. **Internet e mobilização política – os movimentos sociais na era digital**. In: *Cosmopolítica*–Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política IV Encontro da *Cosmopolítica*– RJ– 13 a 15abr 2011. Disponível em: <http://www.compolitica.org/home/wp-content/uploads/2011/03/Marcus-Abilio>. Acesso em: 14 de abril de 2015.

PERUZZO, C. M. K. **Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.