

Campanha comunitária de mobilidade urbana da Prefeitura de Santa Cruz do Sul¹

Caren Raquel Brum Moraes²

Daniele Furtado³

Yheveln Guerin⁴

Universidade de Santa Cruz do Sul

RESUMO

O principal objetivo desde *paper*, é apresentar a divulgação e a criação de uma campanha publicitária, desenvolvida para a Prefeitura de Santa Cruz do Sul e comunidade. Esta foi elaborada por duas alunas do sétimo semestre do curso de Publicidade e Propaganda da Universidade de Santa Cruz do Sul. A elaboração da mesma, aconteceu durante um trabalho acadêmico envolvendo a disciplina de Comunicação e Desenvolvimento Regional. Tendo como principal referência a necessidade da criação de espaços para leitura, a campanha busca facilitar e envolver o público de uma maneira direta, no qual todos possam compartilhar suas histórias, havendo assim uma interação cultural. O ColaAí é um projeto que vai além das barreiras territoriais.

PALAVRAS CHAVE: ColaAí, Projeto; Cultura; Leitura; Comunidade.

1 INTRODUÇÃO

O projeto ColaAí, será realizado na cidade de Santa Cruz do Sul. A ideia busca apresentar um projeto de desenvolvimento regional, uma campanha direcionada para que a comunidade possa exercer sua identidade social, mas concretamente fazer com que através da aplicação da campanha será possível a percepção das diferentes realidades presentes em nossa sociedade, assim como um aprofundamento nos costumes

¹ Trabalho submetido ao XXII Prêmio Expocom 2015, na Categoria Publicidade e Propaganda, modalidade Campanha Publicitária.

² Aluno líder do grupo e estudante do 8º. Semestre do Curso de Comunicação Social da Universidade de Santa Cruz do Sul, e-mail: heycaren@hotmail.com.

³ Estudante do 7º. Semestre do Curso de Comunicação Social da Universidade de Santa Cruz do Sul, e-mail: dani.furtadoo@gmail.com

⁴ Orientador do trabalho. Professora Yhevelin Guerin do Curso de Comunicação Social da Universidade de Santa Cruz do Sul e-mail: yhevelin@gmail.com

e problemas sociais que cada parte do município apresenta.

A campanha foi criada para a disciplina de Comunicação e Desenvolvimento Regional, da Universidade de Santa Cruz do Sul, irá resgatar na comunidade local, o valor de compartilhar experiências. Sua veiculação se dará em um período semestral – de agosto até dezembro – com um mote mais social, não perdendo seus aspectos culturais e sociais.

No *briefing* foi estabelecida uma verba de mídia em torno de R\$ 50.000,00, podendo haver alterações conforme a necessidade de materiais.

Sua metodologia visa abordar o desenvolvimento de áreas mais carentes de Santa Cruz do Sul, até as localidades com classes mais elevadas, tudo isso acontecerá em um ambiente educacional, ou seja, as escolas.

2 OBJETIVO

A comunicação tem como principal objetivo:

- Contribuir para que as diferenças sociais existentes em um mesmo território sejam reduzidas, podendo assim haver uma interação cultural através da leitura.

Pois apesar de trabalharmos com uma cidade específica, queremos que esta campanha possa ser entendida para outros municípios, a fim de criar uma maior consciência social, que busque atender as necessidades socioculturais de cada local por onde for aplicada, tudo através da leitura.

3 JUSTIFICATIVA

O tema proposto na campanha é bem apropriado, pois sua aplicação se dá na dimensão social a qual no inserimos, o ColaAí irá contemplar o interesse e a curiosidade de uma comunidade que tem a necessidade de interagir para se conhecer melhor e entender a realidade do próximo, melhorando assim os processos sociais de convivência.

Os espaços de leitura que o projeto irá criar irão proporcionar este tipo de acontecimento, pois será nestes momentos que será aplicado os conhecimentos sociais,

culturais e econômicos de cada um, podendo haver uma participação entre todos que se envolverem com a campanha. A dinâmica do ColaAí, será o instrumento necessário para que seja possível um entendimento da situação em que se encontra cada indivíduo.

Os materiais escolhidos para a execução da campanha serão peças publicitárias e materiais recolhidos pelas escolas onde haverá a aplicação de atividades.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Ao receber o *briefing*, buscamos identificar o problema a ser solucionado, que é a integração entre as pessoas e o desenvolvimento cultural. A partir disso, foi realizado um brainstorm, um processo de ideias, no qual acumulamos ideias e informações deste universo social. Tudo para que nosso município se torne um lugar melhor e com mais educação e facilidades.

A campanha em si, consiste em uma biblioteca móvel, com a finalidade de fazer um “intercâmbio” entre a realidade das comunidades escolares de Santa Cruz do Sul.

Através deste queremos mostrar que a leitura além de agregar intelectualmente, também transporta costumes e diferentes culturas, estejam estes próximos ou não. Através do ambiente escolar buscamos aproximar e interagir com os diferentes públicos da região através da leitura, este acesso irá permitir o conhecimento da realidade de cada indivíduo da sociedade a qual estamos inseridos, podendo assim buscar soluções para os futuros problemas sociais da cidade.

5 DESCRIÇÃO DO PROCESSO OU PRODUTO

Elaborado com base na ideia de criar uma maior interação e consciência cultural na comunidade local de Santa Cruz do Sul, a campanha trouxe um mote, que busca apresentar.

A ideia em si é: os alunos e a comunidade escolar irão disponibilizar livros através de doações, será criado um espaço diferenciado com mobílias recicladas, um espaço aconchegante para que a comunidade escolar possa desfrutar de momentos de leitura. As pessoas poderão escolher o livro de sua preferência, fazer sua leitura e interagir com as demais partes da cidade.

Isso ocorrerá de uma forma diferenciada através de um envelope que irá anexado junto a cada livro, onde o indivíduo colocará algumas visões do projeto em si e do local onde este se encontra. Em cada local todos terão acesso ao “envelope de troca de experiências” e poderão conhecer um pouco mais sobre o funcionamento daquele ambiente onde a biblioteca estava e também de quem utilizou (colocar o nome no envelope é opcional) o livro anteriormente e qual a visão dele (a) sobre aquela leitura.

O foco é a interação e a inserção de todos em uma mesma sociedade, sem diferenças sociais ou geográficas.

O projeto ficará um mês instalado em cada escola, para que a comunidade possa ter acesso e conhecimento da campanha.

5.1 PEÇAS PARA O PÚBLICO

Exemplo de projeção de como do espaço:



(Figura 1: Espaço criado e projetado pela Prefeitura Municipal de Santa Cruz d Sul, tudo para que a comunidade consiga imergir e absorver as práticas que o ColaAí)



LEITURA PARA TODOS

Entre em contato conosco, **inscreva** sua escola e conte com o nosso espaço de incentivo a leitura por **4 semanas** inteirinhas na sua escola!

Apoio:

COOMCAT
COOPERATIVA DE CATADORES E
RECICLADORES DE SANTA CRUZ DO SUL

Realização:

 **MUNICÍPIO DE
SANTA CRUZ DO SUL**

colaai@prefeiturasantacruzdosul.com.br
(51) 3717 - 9064 | (51) 8012 - 9548

(Figura 2:Peça Gráfica 1- Anúncio Jornal)



(Figura 2:Peça Gráfica 1- Bussdor)



(Figura 4: - Envelope: desenvolvido para troca de informações)

Spot: Peça para rádio – Divulgação nas rádios locais (em anexo)

Texto do Spot- duração 27 segundos

Narrador 1: A leitura transforma, transporta você para onde você quiser. O projeto Cola Aí acredita nisso.

Narrador 2: Conheça nossa biblioteca móvel, que passa pelas escolas para que todos tenham acesso a leitura e as diferentes realidades de cada um. Encontre nosso acervo, escolha o livro de sua preferência, aproveite nosso espaço, faça sua leitura e interaja.

Narrador 1: Projeto Cola Aí, leitura para todos.

A campanha além das peças publicitárias irá utilizar os seguintes recursos:

1- Recursos de trabalho: pessoas e equipamentos que irão consumir o tempo de trabalho das tarefas realizadas pelo projeto. Como: Monitores para os espaços (três pessoas), livros, poltronas e pufs (produzidos de material reciclado), tapetes e almofadas, prateleiras, jogos (quebra cabeça, damas, xadrez – todos produzidos com materiais reciclados), luminárias.

2- Recursos materiais: São os itens de consumo utilizados para completar as tarefas do projeto. Como: Livros (quais serão recolhidos em parceria com as escolas e comunidade escolar, transporte (para locomoção do material de uma bairro para o outro), materiais reciclado para criar o ambiente e móveis necessários para criação do espaço, restante dos materiais como luminárias, tapetes e almofadas será recolhidos todos por meio de doações de terceiros.

3 – Recursos financeiros: Através do apoio da prefeitura da Cidade de Santa Cruz do Sul, será disponibilizado o valor de R\$ 50.000,00 para o primeiro mês inicial, para a compra de alguns livros e materiais precisos na montagem do espaço e locomoção do ambiente caso haja necessidade e as estratégias de comunicação e divulgação deste. Já nos demais meses com a organização completa do projeto a verba referente para o projeto ficará em torno desta verba citada anteriormente.

5.2 MARKETING DE GUERRILHA

As ações que a campanha visa desenvolver em sua aplicação para uma maior aproximação e envolvimento com a comunidade em foco:

Objetivo: Criar uma consciência social

Ação: Através da troca de suas experiências através da leitura, os participantes do projeto poderão se envolver a conhecer mais o ambiente no qual as demais pessoas estão inseridas, será uma forma indireta de conhecimento da realidade do próximo. Os livros serão o canal para que isso aconteça através do envelope de troca de experiências e recados que serão disponibilizados para os alunos manterem uma forma de se comunicarem com os demais locais em que passou a biblioteca móvel.

Orçamento: em torno de R\$ 3.000,00 para organização do espaço e impressão do material necessário.

Objetivo: Atender as necessidades socioculturais do município de Santa Cruz do Sul;

Diagnosticar as principais necessidades de cada comunidade/bairro;

Ação: A oferta dos livros para todos que quiserem ter acesso, será um forma de ação que pode vir a atender as necessidades culturais e sociais destas localidades,



sabemos que alguns destes lugares não estão carentes destas duas realidades, porém outro não tem a possibilidade de firmar-se sob nenhuma. Então por isso a biblioteca poderá ter esta mobilidade e a opção de ser móvel, com a finalidade de atender a todos.

Orçamento: em torno de R\$ 10.000,00 para transporte dos materiais e espaço, assim como também a aquisição de algumas obras.

Objetivo: Desenvolver uma consciência social e educacional na comunidade santa-cruzensa através da leitura;

Ação: O conhecimento e o acesso de uma mesma literatura em diferentes lugares por diferentes pessoas é a forma de ação que visa desenvolver e envolver a comunidade escolar em uma mesma esfera cultural e educacional. Pois através da leitura será possível conhecer lugares que muitos destes participantes nunca pensaram em conhecer.

Orçamento: em torno de R\$ 17.000,00 para aquisição de livros e também para organização do espaço e pagamento de monitores para manter a ordem no espaço

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através da criação do ColaAí, é possível visualizar que a sociedade mesmo próxima geograficamente ainda esta distante de conhecer a realidade vivenciada em cada localidade em Santa Cruz do Sul. Pelo motivo de ainda haver algumas coisas com restrições para certas classes.

A campanha busca mostrar que essas diferenças socioculturais podem ser reduzidas através da leitura e que mesmo em realidade diversificadas as pessoas podem interagir em participar do cotidiano uma das outras. Por meio de atividades que envolvessem a leitura, o projeto além de buscar o conhecimento das diferentes dimensões existente em nosso município, buscou também incentivar a leitura, uma atividade que nem todos têm acesso.

Por fim, a campanha descrita neste *paper* buscou enfatizar e reforçar a importância da sociedade estar imersa em um universo cultural que está sendo divulgado. De certa forma, intuito é transformar a sociedade em uma só, unificar as partes distantes, transformando o município em uma área “sem limites”, ou seja, sem



barreiras ou fronteiras para o conhecimento e o viver em sociedade sem diferenças raciais, econômicas, educacionais, etc.

7 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BANDEIRA, Pedro. **Participação, Articulação de Atores Sociais e Desenvolvimento Regional**. 1. ed. Brasília, fevereiro de 1999;

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. 2. ed. Editora Aleph, 2009.