

## **Projeto Desenvolver: Projeto Comunitário Para a Conscientização do Autismo<sup>1</sup>**

Ana Júlia Della Mea LOTUFO<sup>2</sup>

Bianca Rubin DURLO<sup>3</sup>

Cristina Munarski Jobim HOLLERBACH<sup>4</sup>

Nathalia Miolo ALVES<sup>5</sup>

Centro Universitário Franciscano, Santa Maria - RS

### **RESUMO**

Este trabalho é resultado de uma campanha publicitária promovida na disciplina de Comunicação Comunitária I e II do Centro Universitário Franciscano, Santa Maria/RS. O objetivo foi evidenciar na mídias os sinais do Transtorno do Espectro Autista, de forma que esses sinais passem a ser conhecidos pela população de Santa Maria. Para isso, planejou-se uma campanha publicitária que divulgou os sinais para os habitantes da cidade. Como resultado, o Projeto Desenvolver realizou o objetivo com peças publicitárias no jornal, peças na internet através de *webcards* no Facebook e ação no Monet Plaza Shopping.

**PALAVRA-CHAVE:** Transtorno do Espectro Autista; campanha publicitária; comunicação comunitária; planejamento; mídia.

### **Introdução**

O Projeto Desenvolver surgiu na matéria Projeto em Comunicação Comunitária I, do curso de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Franciscano em Santa Maria no Rio Grande do Sul. Recebeu esse nome pois trata-se de uma campanha direcionada a conscientização da causa do autismo, do qual pertence ao grupo dos Transtornos Globais de Desenvolvimento (TGD). Assim, foi unido o nome do transtorno com a relação do projeto com a comunidade Santa-Mariense: Desenvolver consciência sobre o autismo.

O autismo, foi nomeado pela primeira vez pelo psiquiatra Leo Kanner, em 1943, quando percebeu comportamentos incomuns em alguns de seus pacientes. É conhecido atualmente como Transtorno do Espectro Autista (TEA) ou Transtorno de Desenvolvimento. O TEA “trata-se de uma síndrome comportamental complexa caracterizada pelo comprometimento nas áreas da interação social e da linguagem/comunicação” (ZANON, 2012), porém não se sabe a causa nas pessoas e que também não tem cura.

Com isso, o TEA foi representado com o símbolo de um laço (figura 1), do qual,

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 02 – Publicidade e Propaganda do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul realizado de 26 a 28 de maio de 2016.

<sup>2</sup> Aluna do 7º de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Franciscano.

<sup>3</sup> Aluna do 7º de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Franciscano.

<sup>4</sup> Professora Mestre orientadora do Projeto em Comunicação Comunitária I e II.

<sup>5</sup> Aluna do 7º de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Franciscano.

“além de trazer o quebra cabeça, suas peças, são em cores diferentes isso representa a diversidade de pessoas e famílias que convivem com o transtorno. As cores fortes representam a esperança em relação aos tratamentos e à conscientização da sociedade em geral”<sup>6</sup>



(Figura 1)<sup>7</sup>

Outro símbolo do Transtorno do Espectro Autista é a cor azul, pois, segundo a OMS, e citado pela Revista Alternativa, a cada cinco crianças diagnosticadas com o TEA, quatro são meninos. Desta forma, a cor azul representa essa desproporção de gênero 4:1.

O TEA não é um transtorno com características físicas, porém, existem sinais de comportamento que podem levar ao diagnóstico. Esses sinais são comprometimentos em “três áreas: (1) habilidades de interação social recíproca; (2) qualidades de comunicação/linguagem; (3) presença de comportamentos estereotipados e de repertório restrito de interesses e atividades” (Associação Psiquiátrica Americana [APA], 2002 *apud* ZANON, 2011, p. 41). Esses comprometimentos podem ser: atraso na fala, atraso na comunicação gestual, não responder pelo nome, não aceitar mudança de rotina, interesses circunscritos, brincadeira repetitiva, falta de noção de perigos e entre outros.

A fim de buscar informações confiáveis sobre o Transtorno do Espectro Autista para a realização da campanha, o Projeto Desenvolver uniu-se com a Mundo Novo Educação Especial. A Mundo Novo Educação Especial, também conhecida como Centro de Atendimento Transdisciplinar Mundo Novo, surgiu em Santa Maria no Rio Grande do Sul em 2011. É uma empresa privada criada pela Cristiane Kubaski, formada em Educação Especial na Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). O objetivo da Mundo Novo

<sup>6</sup> Disponível em: <https://autismoeoterapeuta.com.br/significado-dos-simbolos-que-representam-o-autismo/>. Acessado em > 10/04/2016

<sup>7</sup> Disponível em: <https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/3/37/Autismo-fita3.jpg> Acessado em > 10/04/2016

Educação Especial é o tratamento transdisciplinar para que crianças e adultos com déficit e autismo consigam desenvolver suas potencialidades de comportamento.

A Mundo Novo orienta não só a criança, mas como os familiares, a escola, o ambiente em casa, os fonoaudiólogos, vai as primeiras consultas com os médicos neurologistas e toda outra orientação que for necessária. No espaço da Mundo Novo também há avaliações específicas de grau de autismo, avaliações de idade de desenvolvimento comportamental, realização de palestras, cursos sobre o TEA e terapia em conjunto para pais de crianças autistas com grupo de educadores.

A Mundo Novo atendia, em 2015, quarenta e quatro crianças diagnosticadas com TEA. Sabe-se através da Revista Saúde que o curso de Educação Especial da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) atendia, também em 2015, de forma comunitária, cerca de cem crianças com o Transtorno do Espectro Autista. Atualmente, segundo o OMS, existem 70 milhões de pessoas com Transtorno do Espectro Autista no mundo, 2 milhões somente no Brasil, o que dá uma proporção de uma pessoa com TEA a cada 68 pessoas que nascem. A Cidade de Santa Maria em 2015, segundo o IBGE, encontrava-se com uma população estimada de 276 mil pessoas. Desta forma, fazendo o cálculo com o resultado da pesquisa da OMS, foi estimado pelo Projeto Desenvolver que quatro mil pessoas na cidade poderiam portar o Transtorno do Espectro Autista, porém, apenas cerca de 144 pessoas recebiam tratamento na cidade e conseqüentemente teriam o diagnóstico. Com esses resultados, foi realizado o projeto da campanha.

## **2 PROJETO DA CAMPANHA**

A falta de conhecimento por parte dos moradores de Santa Maria, é o problema que foi resolvido na campanha de comunitária do Projeto Desenvolver, e o que direcionou o Projeto os objetivos, tanto o de comunicação como o de mídia. O objetivo de comunicação “diz a respeito à divulgação” (LUPETTI, 2000, p. 72), ou seja, o que direcionou as peças publicitárias com isso o objetivo de comunicação escolhido foi: mostrar os sinais de TEA para torná-lo conhecimento público em Santa Maria. Já o objetivo de mídia, segundo Veronezzi (2009), é caracterizado como um condutor do planejamento em relação a audiência ou frequência, nesse caso, o objetivo de mídia da campanha foi: alcançar 50% dos familiares de autistas não diagnosticados concentrando os esforços de mídia no período de setembro e outubro de 2015.

O público-alvo escolhido pelo Projeto Desenvolver foi homens e mulheres entre trinta e quarenta anos, que tem filhos recém-nascidos a dez anos de idade, sendo essas pessoas possíveis pais ou parentes de crianças que possam apresentar sinais do Transtorno do Espectro Autista ainda não diagnosticado. A estratégia da campanha, segundo Lupetti (2001), é o caminho que será percorrido para atingir o objetivo. Existe vários tipos de estratégias, mas a escolhida pelo Projeto foi a estratégia de informação, ou seja, informar o que é o Transtorno do Espectro Autista.

No planejamento da campanha, foi criado um personagem (Figura 3) com TEA para guiar toda a execução. Unindo todas as informações sobre o Transtorno do Espectro Autista, o Projeto Desenvolver junto com o Mundo Novo, desenvolveu o personagem para ser do sexo masculino, por ser o gênero com mais casos de TEA e ser uma criança, pois é a melhor fase da vida para uma pessoa ser diagnosticada e começar o tratamento. Após essas definições, as características físicas escolhidas foram: cabelo ondulado castanho, com olhos castanhos escuros e pele morena, nem gordo nem magro. E também as características psicológicas: Gosta de brincar do seu jeito, mesmo sendo diferente que as outras crianças da sua escola. Prefere fazer todos os dias as mesmas coisas, sem nunca sair da rotina. Raramente olha no olho de seus pais ou colegas de aula na hora de responder alguma pergunta, ou as vezes, nem responde, só repetindo a pergunta.



(Figura 2)

Para a criação do personagem e a aplicação dele nas peças publicitárias o Projeto Desenvolver entrou em parceria com um ilustrador estudante de Artes Visuais residente em São Paulo – SP, chamado Gabriel Dossa. Gabriel realizou todas as artes de forma voluntária com a fim de colaborar com a causa.

Era necessário também, antes de planejar as peças publicitárias, a criação de uma marca para ser utilizada em toda a execução como assinatura do Projeto Desenvolver. Essa criação (figura 3), utiliza os símbolos do Transtorno do Espectro Autista, para maior lembrança da causa institucional do Projeto Comunitário. Sendo eles, quebra-cabeça e a cor azul. A marca é constituída também pelas letras iniciais do Projeto Desenvolver, “p” e “d”, de uma forma que se encaixem como um quebra-cabeça.



(Figura 3)

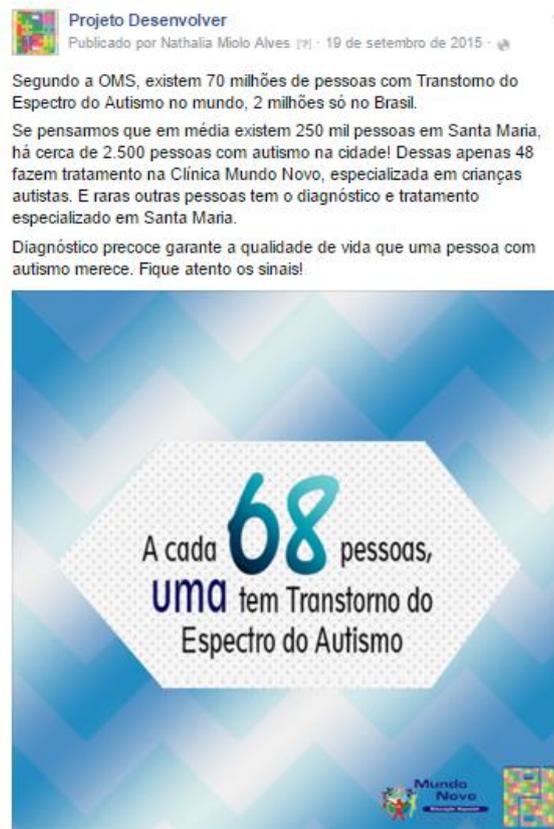
Desta forma, foram planejadas pelo Projeto Desenvolver, as seguintes peças publicitárias: criação de uma página do Facebook para divulgação de *webcards* sobre os sinais do TEA e outras curiosidades; tirinhas com o personagem Pedrinho para serem divulgadas em jornais no formato rodapé alto; ação para ser realizada em um shopping da cidade e ser divulgada em forma de VT na página do Facebook.

#### 4 RESULTADOS

A criação da página do Facebook do Projeto Desenvolver ocorreu no dia treze de setembro de 2015, obtendo em poucos dias 342 curtidas. A primeira postagem referente a campanha (figura 4) no dia 18 de setembro, que obteve um alcance orgânico de duas mil e duzentas e dez pessoas. O ápice de alcance orgânico da página foi no dia 19 de setembro, na postagem que mostra a proporção de pessoas com TEA no mundo (figura 5), que obteve 9 mil e 27 pessoas de alcance orgânico e 126 compartilhamentos. Também, só nesse dia, houve um acréscimo de 171 curtidas na página. Até o final da campanha, houve uma média de 5 mil pessoas em alcance orgânico.



(Figura 4)



(Figura 5)

O Projeto Desenvolver conseguiu parceria com o Jornal A Razão que é o jornal local da cidade de Santa Maria e possui cerca de 12 mil de tiragem. Foram divulgadas no jornal,

duas tirinhas do personagem Pedrinho, das quais foram divulgadas no mínimo três vezes cada tirinha em cadernos diferentes do jornal. O destaque das publicações foi a estreia da primeira tirinha, (figura 6) que foi realizada da capa do Segundo Caderno do jornal. Além da publicação das tirinhas, o Jornal A Razão realizou duas reportagens sobre o Projeto, uma contando as peças publicitárias que seriam desenvolvidas e outra sobre a repercussão da ação realizada.



(Figura 6)

Para a realização da ação, que ocorreu do dia 7 de outubro, o Projeto Desenvolver conseguiu parceria com o Monet Plaza Shopping, do qual emprestou uma sala bem localizada com intenso fluxo de pessoas, uma mesa redonda e uma mesa de maquiagem. A ação com o nome “Você Sabia” teve como objetivo levar duas Educadoras Especiais do Mundo Novo Educação Especial, especializadas em Transtorno do Espectro Autista, para conversarem com pais que estavam passeando com seus filhos sobre os sinais do TEA. Para chamar atenção das crianças, foi criado um quebra cabeça do personagem Pedrinho de 80 centímetros quadrado (Figura 7).



(Figura 7)

Também foi realizado pinturas nas crianças com a artista Bianca Durlo, participante do Projeto Desenvolver. Essas suas interações levavam as crianças ao local e assim, era possível conversar com os pais. Para a memorização dos sinais por parte dos pais, foram realizados 16 flyers diferentes (exemplos na Figura 8), cada um evidenciando um sinal do TEA, que era entregue junto com uma bala para as crianças.



(Figura 8)

Para a sinalização do local, foram feitos um banner do Projeto Desenvolver e colocado um banner do Mundo Novo. Para a confecção do banner e do quebra cabeça, o Projeto conseguiu parceria com a gráfica Inovah, que confecciono o banner em lona e o quebra cabeça em PVC com adesivo. Para a realização da repercussão da ação, foi realizado um VT (<https://www.youtube.com/watch?v=T9rBDJAxWiw&feature=youtu.be&a>) que foi postado no Youtube e compartilhado na página. Esse VT teve, em menos de 24h, 150 visualizações

e 22 curtidas no Youtube. No Facebook houve 44 curtidas, 18 compartilhamentos e 2 mil 511 pessoas alcançadas.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os sinais do Transtorno do Espectro Autista foram evidenciados através de peças publicitárias na rede social Facebook no formatado de *webcard*, no jornal A Razão no formato de rodapé alto e em forma de ação interativa. Concluiu-se o retorno de cada peça realizada levou os objetivos de comunicação e mídia ao êxito pois a média de alcance obteve uma média de 6 mil pessoas, sendo que a estima é que exista 8 mil pais e mães de pessoas com TEA em Santa Maria.

Também, o Projeto Desenvolver, teve como objetivo pessoal de cada membro, a gratificação de levar o conhecimento dos sinais do Transtorno do Espectro Autista para os moradores da cidade de Santa Maria. Concluindo assim, que será propagado o conhecimento adquirido sobre a causa para a realização dessa campanha, em momentos posteriores ao final da mesma.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

IBGE: Populações. Disponível em:  
<http://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?codmun=431690>. Acessado em> 10/04/2015

LUPETTI, Marcélia. **Planejamento de Comunicação**, 2000.

Revista **Saúde Alternativa**, 2013. Ed: 74.

VERONEZZI, José Carlos. **Mídia de A a Z: conceitos, critérios e fórmulas dos 60 principais termos de mídia**, 2009. Ed: 3.