

UNIVERSIDADE DE PASSO FUNDO
FACULDADE DE ARTES E COMUNICAÇÃO
CURSO DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Amanda Peres

Felipe Beppler

Joziel Cenci

Juliana Sales

Luciéli Rodrigues

PROJETO EXPERIMENTAL DE
PUBLICIDADE E PROPAGANDA:
ASSOCIAÇÃO DOS DEFICIENTES FÍSICOS E
VISUAIS DE PASSO FUNDO

Passo Fundo

2019

Amanda dos Santos Peres

Felipe Beppler

Joziel Cenci

Juliana Reinehr Salles

Lucieli Rodrigues

PROJETO EXPERIMENTAL DE PUBLICIDADE E
PROPAGANDA:
ASSOCIAÇÃO DOS DEFICIENTES FÍSICOS E
VISUAIS DE PASSO FUNDO

Projeto Experimental apresentado ao curso de Publicidade e Propaganda, da Faculdade de Artes e Comunicação, da Universidade de Passo Fundo, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Publicidade e Propaganda, sob a orientação dos professores Me. Ciro Eduardo Gussati, Ma. Lisiane Caroline Rodrigues Hermes e Me. Olmiro Cristiano Lara Schaeffer.

Passo Fundo

2019

AGRADECIMENTOS

Primeiramente é de grande relevância agradecer aos nossos mentores Ciro, Lisiane e Miro que nos deram apoio e nos auxiliaram nesta caminhada até a reta final que mesmo com todos nós pirando com o trabalho de conclusão de curso e o projeto, entenderam o momento que estávamos passando.

Em segundo lugar é fundamental também agradecermos a instituição ACD por nos ter recebido e nos acolhido dentro da mesma, dando todo suporte necessário para a realização deste projeto e acreditando no nosso potencial para ajuda-los no que eles estavam precisando e obter um bom rendimento durante o semestre. Conseguimos amadurecer como seres humanos e olhar a vida com outros olhos, de amor, esperança e principalmente sempre pensando que podemos ajudar o próximo, os momentos que vivemos lá foi de grande aprendizagem.

Aqueles que estiveram nos apoiando e muitas vezes nos auxiliando para a realização deste projeto e segurando nossas mãos quando tínhamos vontade de fugir, correr e jogar tudo para o alto, com tanta coisa pra fazer e com pouco tempo, que entenderam quando precisávamos deixar algumas coisas de lado para a conseguirmos concluir algumas tarefas.

E por fim agradecemos ao nosso grupo, que ao longo desta jornada, mesmo com alguns que foram se perdendo, sempre nos encontramos no meio do caminho, e nos mantivemos firmes e fortes. Nosso grupo, que quando éramos designados a fazer trabalhos em grupo, um olhar bastava para compreender que nosso grupo estava formado. Agradecer pelo companheirismo, pela compreensão em alguns momentos, pois todo mundo tem uma vida fora da faculdade e nem sempre é fácil, por todas as vezes que queríamos pegar um ou outro e falar mal foi assim que aprendemos lidar com nosso grupo ao longo da faculdade, enfim por todos os momentos que estávamos juntos.

Por fim agradecer o curso por nos proporcionar viver momentos como este de união e dedicação total por um projeto. Nos perguntamos: podíamos ter nos doado mais? Com certeza, mas temos a convicção que estamos concluindo mais uma etapa com o pensamento de missão cumprida.

RESUMO

A ACD (Associação Cristã de Deficientes Físicos e visuais de Passo Fundo) é um centro de reabilitação que tem como objetivo ajudar pessoas que possuem deficiências físicas e visuais, auxiliando seus usuários com apoio físico, psíquico e social. Este Projeto Experimental desenvolvido pelos acadêmicos do oitavo nível do curso de Publicidade e Propaganda tem como objetivo ampliar a visibilidade e conhecimento sobre a instituição na cidade de Passo Fundo – RS, fazendo com que mais pessoas sejam associadas e que as tenham entendimento de todos os serviços que a ACD oferece. Os métodos usados para a realização deste trabalho foram pesquisas para coleta de dados quantitativos e qualitativos através do questionário online para compreender a quantidade de pessoas que conhecem a instituição e o trabalho que ela realiza, planejamento de campanha definindo o que era necessário para que nosso objetivo fosse alcançado e por fim a criação e produção de toda matéria que foi definido como necessário.

Palavras-chave: Publicidade e Propaganda. Campanha Institucional. ACD.

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 - QUADRO DE FUNCIONÁRIOS DA ACD PASSO FUNDO	15
QUADRO 2 - REGIÕES E MUNICÍPIOS ATENDIDOS PELA ACD.....	17
QUADRO 3 - ANÁLISE SWOT APACE	33
QUADRO 4 - ANÁLISE SWOT	35
QUADRO 5 - PERSONA	37
QUADRO 6 - ORÇAMENTO DIA DE AÇÃO.....	43
QUADRO 7 - PLANEJAMENTO DE MÍDIA.....	58
QUADRO 7 - PLANEJAMENTO DE MÍDIA.....	59
QUADRO 8 - CRONOGRAMA DA CAMPANHA	60
QUADRO 9 - ORÇAMENTO DA CAMPANHA.....	60
QUADRO 10 – ROTEIRO VÍDEO INSTITUCIONAL.....	67
QUADRO 11 - ROTEIRO SPOT RÁDIO	69

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 - LINHA DO TEMPO ACD.....	14
FIGURA 2 - LOCALIZAÇÃO DA 6ª E 11ª CRS NO RS.....	17
FIGURA 3 - FACHADA ACD.....	19
FIGURA 4 - VEÍCULOS ACD.....	19
FIGURA 5 - PÁGINA FACEBOOK.....	20
FIGURA 6 - AVATAR FACEBOOK.....	20
FIGURA 7 - CAPA FACEBOOK.....	21
FIGURA 8 - ANÁLISE REAÇÕES, COMPARTILHAMENTOS E COMENTÁRIOS.....	22
FIGURA 9 - PUBLICAÇÃO COM MAIS REAÇÕES.....	22
FIGURA 10 - PUBLICAÇÃO COM COMENTÁRIOS E COMPARTILHAMENTOS.....	23
FIGURA 11 - CATEGORIAS PUBLICAÇÃO FACEBOOK.....	24
FIGURA 12 - HORÁRIOS PUBLICAÇÃO FACEBOOK.....	24
FIGURA 13 - PUBLICAÇÃO FACEBOOK: EVENTO.....	25
FIGURA 14 - PUBLICAÇÃO FACEBOOK: OPORTUNIDADE DE EMPREGO.....	26
FIGURA 15 - SITE ACD.....	27
FIGURA 16 - BUSCA “ACD”.....	28
FIGURA 17 - BUSCA “ACD PASSO FUNDO”.....	29
FIGURA 18 - RESULTADOS BUSCA GOOGLE “APACE”.....	32
FIGURA 19 - HOMEPAGE BLOG APACE.....	32
FIGURA 20 - EXEMPLO PUBLICAÇÃO APACE.....	33
FIGURA 21 - DIA DE AÇÃO (1).....	44
FIGURA 22 - DIA DE AÇÃO (2).....	45
FIGURA 23 - DIA DE AÇÃO (3).....	45
FIGURA 24 - DIA DE AÇÃO (4).....	45
FIGURA 25 - PERGUNTA 1.....	46
FIGURA 26 - PERGUNTA 2.....	47
FIGURA 27 – PERGUNTA 3.....	47
FIGURA 28 - PERGUNTA 4.....	48
FIGURA 29 - PERGUNTA 5.....	48
FIGURA 30 – PERGUNTA 6.....	49
FIGURA 31 - PERGUNTA 8.....	50
FIGURA 32 - PERGUNTA 9.....	51

FIGURA 33 - PERGUNTA 10.....	51
FIGURA 34 - PERGUNTA 11.....	52
FIGURA 35 - PERGUNTA 12.....	52
FIGURA 36 - PERGUNTA 13.....	53
FIGURA 37 - PERGUNTA 14.....	53
FIGURA 38 - PERGUNTA 15.....	54
FIGURA 39 - PERGUNTA 16.....	54
FIGURA 40 - PERGUNTA 17.....	55
FIGURA 41 - AMR.....	62
FIGURA 42 - AACD.....	62
FIGURA 43 - ONG AMOR	63
FIGURA 44 - POST DA ONG AMOR.....	63
FIGURA 45 - CASA VIDA	64
FIGURA 46 - “DÊ UMA AJUDINHA A SI MESMO, REVEJA SEUS CONCEITOS - DEFICIÊNCIA INTELECTUAL LEG”	64
FIGURA 47 - PUBLICAÇÃO NO FACEBOOK DA AACD	65
FIGURA 48 - PEÇA PRÉ-TESTE	66
FIGURA 49 - FOLDER FRENTE	70
FIGURA 50 - FOLDER VERSO	71
FIGURA 51 - PUBLICAÇÃO FACEBOOK 01.....	72
FIGURA 52 - PUBLICAÇÃO FACEBOOK 02.....	72
FIGURA 53 - FANPAGE FACEBOOK.....	73
FIGURA 54 - PUBLICAÇÃO PROTESES.....	74
FIGURA 55 - PUBLICAÇÃO SEMANA FARROUPILHA	75
FIGURA 56 – SITE.....	76
FIGURA 57 – SITE.....	78
FIGURA 58 - JORNAL 01.....	80
FIGURA 59 – CONTINUAÇÃO JORNAL.....	80
FIGURA 59 - CANETA.....	81
FIGURA 60 – CHAVEIRO.....	81
FIGURA 61 – SUPORTE DE CELULAR.....	82
FIGURA 62 – BLOCO DE ANOTAÇÕES	82
FIGURA 63 – CALENDÁRIO 2	83
FIGURA 64 – CANECA.....	83

FIGURA 65 – CARTÃO DE VISITAS	84
FIGURA 66 – RECEITUÁRIO MÉDICO	85
FIGURA 67 - CRACHÁ	85
FIGURA 68 – CARTÃO DE CONSULTAS	86
FIGURA 69 – PLACA BANHEIRO	86
FIGURA 70 – PORTA CONSULTÓRIO	87
FIGURA 71 – CARTÃO FRENTE	87
FIGURA 72 – CARTÃO VERSO	87

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	11
1 CONHECER A ORGANIZAÇÃO	13
1.1 DESCRIÇÃO DA ORGANIZAÇÃO	13
1.1.1 HISTÓRICO	13
1.1.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES	14
1.1.3 ESTRUTURA ORGANIZACIONAL	14
1.1.4 PRODUTO OU SERVIÇO	15
1.1.5 DISTRIBUIÇÃO.....	16
1.1.6 FONTES DE CUSTOS E DESPESAS DA ORGANIZAÇÃO.....	17
1.1.7 FONTES DE RECEITA DA ORGANIZAÇÃO.....	18
1.1.8 COMUNICAÇÃO DA ORGANIZAÇÃO.....	18
1.1.8.1 <i>Comunicação Visual</i>	18
1.1.8.2 <i>Mídia Impressa</i>	19
1.1.8.3 <i>Redes Sociais</i>	20
1.1.8.4 <i>Site</i>	26
1.1.8.5 <i>Encontrabilidade online</i>	28
1.1.9 OBJETIVOS ORGANIZACIONAIS.....	30
1.2 CONTEXTO DA ORGANIZAÇÃO.....	30
1.2.1 PÚBLICOS DA INSTITUIÇÃO.....	30
1.2.2. CONCORRÊNCIA OU ORGANIZAÇÃO SIMILAR.....	31
1.2.2.1 <i>APACE</i>	31
1.2.2.1.1. <i>Finalidades estatutárias</i>	34
1.2.2.1.2. <i>Objetivo geral</i>	34
1.2.2 FORNECEDORES E PARCEIROS	34
1.2.3 ANÁLISE SWOT	35
1.3 DIRETRIZES GERAIS DO PROJETO EXPERIMENTAL.....	35
1.3.1. EXPECTATIVA DA ORGANIZAÇÃO SOBRE O PROJETO EXPERIMENTAL	35
1.3.2 OBJETIVO DO PROJETO DE COMUNICAÇÃO	36
1.3.3 PÚBLICO-ALVO DO PROJETO DE COMUNICAÇÃO	36
1.4 PESQUISA COM ESPECIALISTAS E PÚBLICO PRÓXIMO	37
1.4.1 ENTREVISTA EM PROFUNDIDADE COM ESPECIALISTA.....	37

1.4.2	PESQUISA COM PÚBLICO PRÓXIMO (INTERNO/TOMADORES DE SERVIÇO).....	38
1.5	PROJETO DO DIA DE AÇÃO.....	40
1.5.1	OBJETIVO.....	40
1.5.2	ATIVIDADE.....	40
1.5.3	RECURSOS HUMANOS E MATERIAIS.....	40
1.5.4	ORÇAMENTO.....	41
1.6	IDEIA INICIAL DA CAMPANHA.....	41
2	VIVER A ORGANIZAÇÃO.....	42
2.1	REALIZAR O DIA DE AÇÃO.....	42
2.1.1	OBJETIVO.....	42
2.1.2	ATIVIDADES.....	42
2.1.3	<i>Recursos Humanos e Materiais.....</i>	<i>43</i>
2.1.4	<i>Orçamento.....</i>	<i>43</i>
2.1.5	<i>Avaliação dos resultados.....</i>	<i>44</i>
3.	CONHECER O PÚBLICO-ALVO.....	46
3.1	PESQUISA DE IMAGEM DE ORGANIZAÇÃO JUNTO AO PÚBLICO-ALVO DO PROJETO.....	46
4.	PLANEJAR A CAMPANHA.....	56
4.1	DIAGNÓSTICO INICIAL.....	56
4.2	POSICIONAMENTO ATUAL DE COMUNICAÇÃO.....	56
4.3	POSICIONAMENTO PRETENDIDO DA COMUNICAÇÃO.....	56
4.4	VERBA DE CAMPANHA.....	57
4.5	ESTRATÉGIAS DA CAMPANHA.....	57
4.6	TÁTICAS E PLANO DE MÍDIA DA CAMPANHA.....	57
4.7	CRONOGRAMA DA CAMPANHA.....	59
4.8	ORÇAMENTO DA CAMPANHA.....	60
4.9	ALINHAMENTO DO PÚBLICO-ALVO.....	61
4.10	PESQUISA DE REFERÊNCIAS.....	61
5	CRIAR E PRODUZIR A CAMPANHA.....	66
5.1	MÉTODO E TÉCNICA DE CRIAÇÃO.....	66
5.2	PEÇA CONCEITO FINAL.....	66
5.3	PEÇAS DA CAMPANHA.....	67
5.3.1	CAMPANHA INSTITUCIONAL.....	67
5.3.1.1	<i>Vídeo Institucional.....</i>	<i>67</i>

5.3.1.2	<i>Spot para Rádio</i>	69
5.3.1.3	<i>Folder</i>	69
5.3.2.	PLANEJAMENTO DE COMUNICAÇÃO DIGITAL.....	71
5.3.2.1.	<i>Facebook</i>	71
5.3.2.2.	<i>Instagram</i>	73
5.3.2.3.	<i>Site</i>	76
5.3.3.	ENDOMARKETING	78
5.3.3.1.	<i>Reconhecimento de Funcionários</i>	79
5.3.3.2.	<i>Jornal Informativo Interno</i>	79
5.3.3.3.	<i>Brindes</i>	81
5.3.4.	IDENTIDADE VISUAL	84
6	RELATÓRIO DO PROJETO EXPERIMENTAL	88
	CONSIDERAÇÕES FINAIS	90
	REFERÊNCIAS	91
	APÊNDICES	92
	APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO PARA A ENTREVISTA COM ESPECIALISTA	92
	APÊNDICE B – MODELO ACEITE ORGANIZAÇÃO	93
	APÊNDICE C – MODELO AUTORIZAÇÃO USO DE IMAGEM.....	94

INTRODUÇÃO

A ACD (Associação Cristã de Deficientes Físicos de Passo Fundo) é um centro de reabilitação que tem como objetivo ajudar pessoas que possuem deficiências físicas e visuais, auxiliando seus usuários com apoio físico, psíquico e social. É localizada em Passo Fundo, com duas sedes uma localizada no bairro Santa Marta na Av. Domingos Gomes e outra no centro da cidade na Moron, assim atende mais de 95 municípios das 6ª e 11ª Coordenadorias de Saúde do Rio Grande do Sul, sem fins lucrativos.

A associação oferece suporte completo aos seus pacientes como fisioterapias, assistência social e psicóloga entre outras especialidades. Além de encontros, palestras e projetos para os pacientes e associados. Atualmente ela está em uma situação estável, pois recebe recursos do Sistema Único de Saúde (SUS) e também do município.

Em 2019 a associação tem algumas fraquezas, em relação a sua imagem, pois muitas pessoas desconhecem o local e os seus serviços, ela é conhecida apenas pelas pessoas que são encaminhadas pelo Sistema Único de Saúde ou pela secretária municipal de Saúde. A ACD possui poucas formas de publicidade que ajude na sua divulgação, ela possui um site e uma fanpage no Facebook, o site se encontra estagnado desde 2016 sem nenhuma fonte de informação para dar auxílio, enquanto a fanpage no Facebook ainda se mantém atualizada, divulgando algumas ações que acontecem dentro da instituição, nenhum dos materiais divulgados possui planejamento estratégico e produção gráfica. Além disto, ela também é confundida com a AACD (Associação de Apoio à Criança Deficiente), a qual é reconhecida em diversos estados brasileiros.

A diretoria da ACD busca hoje ser percebida pela sociedade passo-fundense, ser reconhecida pelos seus valores, sendo uma organização que serve a pessoas com deficiências físicas e visuais, da qual se preocupa e contribui com a reabilitação para melhorar a vida destas pessoas, e ser diferenciada da AACD mostrando o seu trabalho como único sem ter qualquer vínculo com esta.

Portanto, através dos problemas encontrados na comunicação da ACD e nos resultados coletados da pesquisa através do briefing sobre como ela quer ser percebida, surgiu o seguinte questionamento para refletir como: as ações de comunicação que devem ser realizadas para tornar a ACD conhecida destacando os seus valores e diferenciando-a de seus concorrentes.

Portanto, o objetivo geral deste projeto é a realização de uma campanha publicitária de forma voluntária, objetivando tal campanha tornar a ACD conhecida como referência na saúde

direcionada a pessoas com deficiências em todo o estado do Rio Grande do Sul através da sua divulgação.

A partir do objetivo geral, surgiram alguns objetivos específicos de campanha sendo eles: reformular os meios de comunicação para entrar em contato com o seu público através de mídia impressa, conteúdo digital e spot para a rádio; criar um planejamento estratégico para a reprodução de conteúdo nas redes sociais; conseguir destaque perante os seus concorrentes; atrair patrocinadores e parceiros; obter ajuda de mais profissionais voluntários; atrair mais frequentadores; adquirir novos projetos de entretenimento.

O desenvolvimento deste projeto justifica-se com a significativa notoriedade que a ACD vem lutando pelos seus direitos de acessibilidade e atendendo com tamanha importância e dedicação cada um de seus frequentadores. Por este fato, ela merece todo o apoio dos acadêmicos do curso de Publicidade e Propaganda para ajudar em sua comunicação e propagação, e que os mesmos consigam contribuir positivamente.

1 CONHECER A ORGANIZAÇÃO

Inicialmente, foi elaborado um briefing com a instituição, a fim de compreender a instituição, seus produtos e serviços, além de uma análise da comunicação já utilizada. Através de informações repassadas pelos diretores e demais funcionários da instituição, foi possível analisar o cenário atual da instituição e compreender quais eram os objetivos comunicacionais da instituição.

1.1 Descrição da organização

Inicialmente, foi elaborado um briefing com a instituição, a fim de compreender a entidade, seus produtos e serviços, além de uma análise da comunicação já utilizada. Através de informações repassadas pelos diretores e demais funcionários da instituição, foi possível analisar o seu cenário atual e compreender quais eram os objetivos comunicacionais da instituição.

1.1.1 Histórico

A Associação Cristã de Deficientes Físicos de Passo Fundo – ACD é uma associação, sem fins lucrativos, de direito privado, com autonomia administrativa. Iniciou suas atividades em 12 de janeiro de 1983, no município de Passo Fundo, onde atua até hoje.

Em 2019, seu objetivo é auxiliar na reabilitação de pessoas com deficiências físicas e visuais, temporárias ou permanentes, progressivas, regressivas ou estáveis, intermitente ou contínua.

A ACD luta pelos direitos, físicos, psíquicos e sociais dos deficientes físicos e visuais e é uma referência no Brasil, sendo que seu modelo utilizado, não é encontrado nenhum outro em todo o país.

Foi elaborada uma linha do tempo (Figura 1), para melhor exemplificar os acontecimentos mais importantes durante sua caminhada desde seu início até hoje 2019.

Figura 1 - Linha do tempo ACD



Fonte: Elaborada pelos autores (2019).

1.1.2 Missão, visão e valores

A instituição ACD de Passo Fundo não possui missão, visão e valores instituídos, e nem se interessam por ter, sendo assim, o grupo sugere à entidade a adoção dos seguintes:

- Missão: Auxiliar na reabilitação de pessoas com deficiências físicas e visuais, para manter a qualidade de vida das pessoas que auxiliamos.
- Visão: Ser uma referência na saúde direcionada a pessoas com deficiências.
- Valores: Colaborar com amor e dedicação àqueles que precisam de suporte, físico, psíquico e social.

1.1.3 Estrutura organizacional

A diretoria da ACD é composta pelo Luiz Otávio da Rocha Gama, que atua como diretor da associação, sob a presidência está o Everaldo da Rosa dos Santos, com o auxílio do vice-presidente Carlo Eduardo da Silva, conta ainda com o Ismael do Assunção, atuando como tesoureiro.

Como seu próprio nome sugere, a ACD é uma associação (organização em que as

peças se reúnem por um propósito em comum sem fins lucrativos), e conta hoje, com aproximadamente 30 associados ativos, que participam das atividades da instituição, e também votam nas propostas do conselho da associação.

A Associação Cristã de Deficientes Físicos e visuais de Passo Fundo conta atualmente com 50 colaboradores, sendo estes profissionais ligados aos atendimentos médicos prestados pela instituição, como também, pelo setor administrativo e manutenção da associação. Os colaboradores estão distribuídos entre a matriz e filial da ACD Passo Fundo conforme o Quadro 1 abaixo:

Quadro 1 - Quadro de Funcionários da ACD Passo Fundo

Função	Número de Funcionários	
	Matriz	Filial
Assistente Administrativo	1	
Assistente de Recursos Humanos	1	
Assistente Social	1	
Auxiliar Administrativo	1	
Auxiliar de Oficina Ortopédica	1	
Cirurgiã Dentista	1	
Cozinheira	2	
Diretor de Serviços de Saúde	1	
Enfermeiro	2	
Fisioterapeuta	6	4
Fonoaudiólogo	2	
Gerente de Produção e Planejamento	1	
Gerente de Saúde	1	
Médica Neurologista	1	
Médico Oftalmologista	1	
Médico Ortopedista	2	
Motorista	1	
Nutricionista	1	
Oficial de Serviços Gerais	1	
Professor de Ed. Física	1	
Psicólogo	3	
Recepcionista	2	1
Serviço de Limpeza	2	1
Supervisora Administrativa	2	
Técnica de Enfermagem	1	
Técnico Ostesista e Protesista	2	
Terapeuta Ocupacional	3	
TOTAL	44	6

Fonte: ACD (2019).

1.1.4 Produto ou serviço

A ACD presta diversos serviços a seus pacientes, como a fisioterapia, auxiliando na

reabilitação e melhoria dos movimentos dos atendidos. A fisioterapia é o principal serviço prestado pela ACD, possuindo um centro exclusivo para atendimento a fisioterapia (localizado na filial), além dos atendimentos realizados na matriz da ACD.

Outro serviço prestado, é o de Terapia Ocupacional, buscando a implementação e melhoria na rotina dos pacientes que possuem alguma limitação física.

A ACD oferece ainda, os serviços de psicóloga, fonoaudióloga e assistente social, realizando atendimentos cognitivos aos pacientes.

ACD conta também com serviços médicos especializados para os pacientes, sendo eles, dentista, neurologista, oftalmologista e ortopedista, além de possuir técnicos capacitados para serviços de ostesista e protesista e meios auxiliares de locomoção.

Paralelo a estas atividades, ocorrem outros dois projetos, o grupo de apoio e o grupo da bocha, auxiliando os pacientes e associados e influenciando, na vida dessas pessoas que precisam de apoio.

O grupo de apoio desenvolve encontros e palestras, que auxiliam o dia-a-dia dos usuários, com os temas diversos como: inserção no mercado de trabalho; acessibilidade urbana; direitos do deficiente físico e visual; e outras diversas discussões que influenciam na vida dessas pessoas que precisam de apoio.

O projeto mais recente da instituição é o grupo da bocha, que além da socialização, visa o incentivo da prática de esportes. O grupo é mantido com o recebimento de patrocínio de empresas privadas, sendo os valores destinados aos custos de estadia, e alimentação dos participantes, pois além da prática nas dependências das instituições, o bochófilos também tem participação em campeonatos de bocha, fora da cidade.

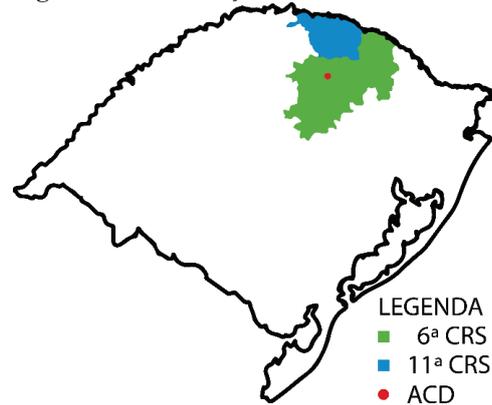
Sendo assim, em 2018 a ACD realizou 123 mil atendimentos na cidade de Passo Fundo e em mais de 95 municípios, pertencentes às 6º e 11º coordenadorias de saúde.

1.1.5 Distribuição

A Associação Cristã de Deficientes Físicos e visuais de Passo Fundo possui sua matriz, localizada na Av. Domingos Gomes, 12 - Santa Marta, onde acontecem grande parte dos atendimentos médicos e das demais áreas, e conta também com uma filial, o Centro de Fisioterapia, localizada na Rua Moron – Boqueirão, onde os pacientes fisioterápicos são encaminhados para acompanhamento e desenvolvimento físico.

A área de atuação da ACD contempla uma população total de aproximadamente 850 mil habitantes e é localizada no mapa do estado do Rio Grande do Sul, nas seguintes áreas:

Figura 2 - Localização da 6ª e 11ª CRS no RS



Fonte: Elaborada pelos autores (2019).

A Associação Cristã de Deficientes Físicos e Visuais de Passo Fundo Passo Fundo atende 95 municípios, das 6ª e 11ª CRS (Coordenadoria Regional de Saúde), possuindo como área de atuação os municípios identificados no Quadro 2:

Quadro 2 - Regiões e Municípios atendidos pela ACD

CRS (Coordenadoria Regional de Saúde)	Municípios Pertencentes
6ª	Água Santa, Almirante Tamandaré do Sul, Alto Alegre, André da Rocha, Arvorezinha, Barracão, Barros Cassal, Cacique Doble, Camargo, Campos Borges, Capão Bonito do Sul, Carazinho, Casca, Caseiros, Ciriaco, Coqueiros do Sul, Coxilha, David Canabarro, Ernestina, Espumoso, Fontoura Xavier, Gentil, Ibiaçá, Ibiraiaras, Ibirapuitã, Itapuca, Lagoa dos Três Cantos, Lagoa Vermelha, Lagoão, Machadinho, Marau, Mato Castelhana, Maximiliano de Almeida, Montauri, Mormaço, Muliterno, Não-Me-Toque, Nicolau Vergueiro, Nova Alvorada, Paim Filho, Passo Fundo, Pontão, Sananduva, Santa Cecília do Sul, Santo Antônio do Palma, Santo Antônio do Planalto, Santo Expedito do Sul, São Domingos do Sul, São João da Urtiga, São José do Ouro, Serafina Corrêa, Sertão, Soledade, Tapejara, Tapera, Tio Hugo, Tunas, Tupanci do Sul, Vanini, Victor Graeff, Vila Lângaro e Vila Maria.
11ª	Aratiba, Áurea, Barão de Cotegipe, Barra do Rio Azul, Benjamin Constant do Sul, Campinas do Sul, Carlos Gomes, Centenário, Charrua, Cruzaltense, Entre Rios do Sul, Erebang, Erechim, Erval Grande, Estação, Faxinalzinho, Floriano Peixoto, Gaurama, Getúlio Vargas, Ipiranga do Sul, Itatiba do Sul, Jacutinga, Marcelino Ramos, Mariano Moro, Nonoi, Paulo Bento, Ponte Preta, Quatro Irmãos, Rio dos Índios, São Valentim, Severiano de Almeida, Três Arroios e Viadutos.

Fonte: Elaborado pelos autores (2019).

1.1.6 Fontes de custos e despesas da organização

A associação encontra-se em uma situação estável, porém, assim como toda empresa ou instituição, são necessários mais investimentos, sendo assim, todo o valor é revertido para custear os serviços oferecidos (pagamento de funcionários e material utilizado), manutenção do

funcionamento da entidade, realização das demais atividades e para investimentos na manutenção da estrutura física da entidade e sua melhoria.

A ACD está em um momento de estagnação, com estabilidade financeira, em plena funcionalidade, atendendo todas as demandas que chegam até ela.

1.1.7 Fontes de receita da organização

Todos os serviços são gratuitos para os usuários, porém a associação recebe investimentos do Governo Federal, através dos atendimentos realizados pelo Sistema Único de Saúde (SUS), contando também com o apoio e investimento do município.

Outra fonte de renda se dá, pela contribuição dos associados ativos, que contribuem mensalmente com o valor simbólico de cinco reais, porém este valor geralmente é revertido em lembranças de final de ano para os mesmos.

No último balanço anual (2018), a soma de todas as receitas recebidas foi de aproximadamente R\$ 4 milhões, sendo estes destinados as fontes já identificadas no item 1.1.6 (fontes de custos e despesas da organização).

1.1.8 Comunicação da organização

Foi realizada uma análise das formas de comunicação adotadas pela associação e como está e veiculada e distribuída ao público. Foram analisadas: comunicação visual, mídia impressa, redes sociais, site, encontrabilidade online. Partindo da análise destas, foram definidos os objetivos organizacionais, a fim de compreender as necessidades da instituição e melhor definir quais serão as campanhas adotadas.

1.1.8.1 Comunicação Visual

A organização utiliza a Comunicação Visual como principal meio de comunicação em meios físicos, está presente na fachada da sede (Figura 3), nos veículos, de forma simples, contendo apenas o logotipo (Figura 4), em algumas placas internas e no uniforme dos funcionários.

Vale ressaltar que as cores do prédio onde está sediada a instituição, seguem o padrão de cores da identidade visual, gerando uma sensação de continuidade, uniformidade e harmonia.

Figura 3 - Fachada ACD



Fonte: Amanda Peres autoria (2019).

Figura 4 - Veículos ACD



Fonte: Amanda Peres autoria (2019).

1.1.8.2 Mídia Impressa

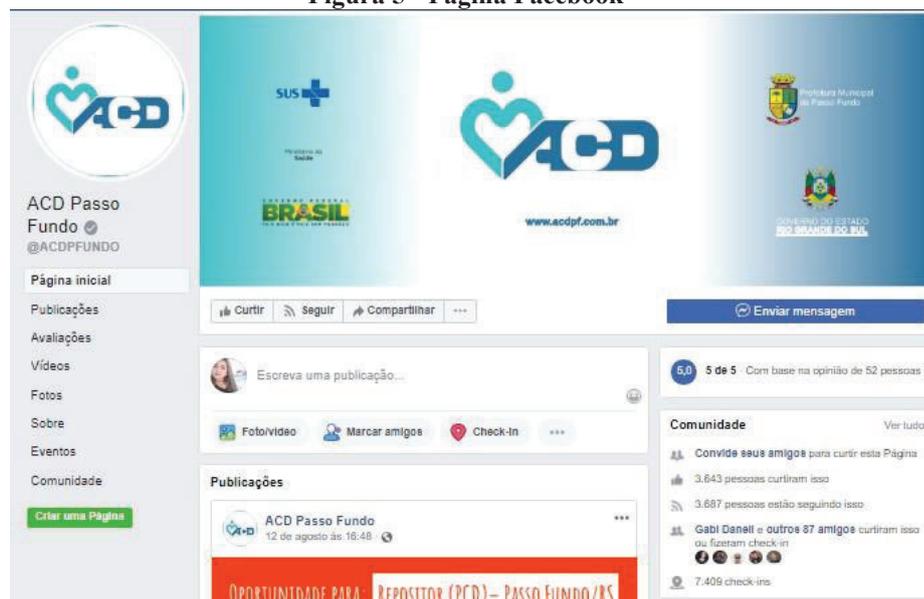
A instituição não utiliza nenhuma forma de comunicação nos meios impressos, sejam eles veículos de comunicação ou mídias como folders, cartazes, entre outros.

A única forma utilizada esporadicamente, é a inserção do logotipo em ingressos de jantas, almoços e outros eventos promovidos pela instituição.

1.1.8.3 Redes Sociais

A comunicação nas redes sociais se dá a partir de uma fanpage no Facebook (Figuras 5, 6 e 7), a qual possui mais de 3.600 seguidores. Os *posts* são referentes às atividades que acontecem dentro da associação, além do compartilhamento de vagas de empregos e material desenvolvido por veículos locais, como rádios e jornais.

Figura 5 - Página Facebook



Fonte: Facebook (2019).

Figura 6 - Avatar Facebook



Fonte: Facebook (2019).

Figura 7 - Capa Facebook

Fonte: Facebook (2019).

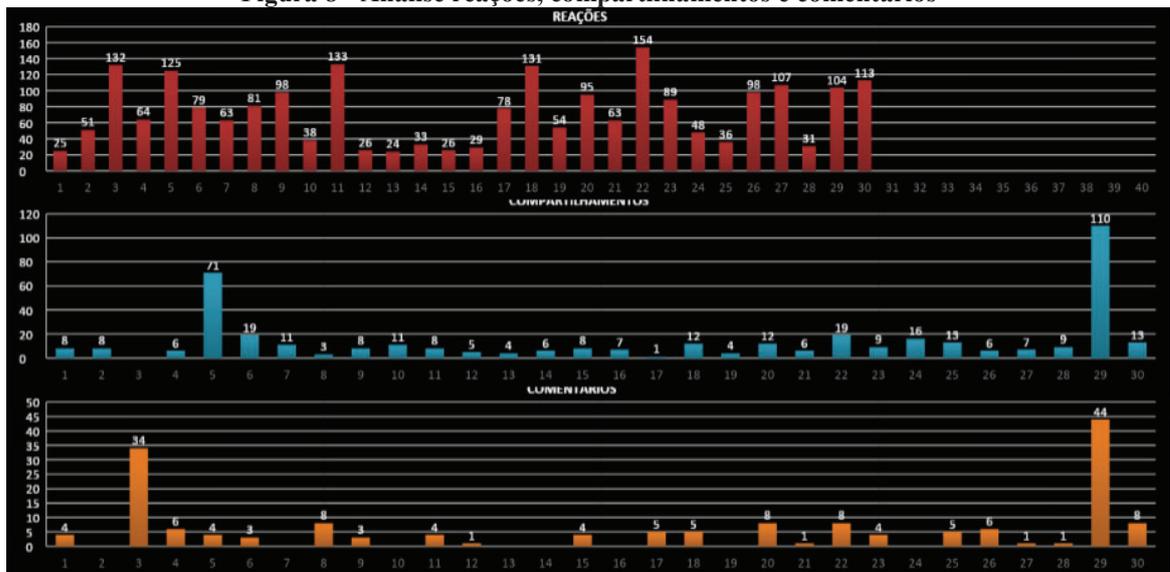
As avaliações dos serviços na fanpage são positivos de todos que ali deixam seu feedback. Uma das curiosidades importantes é que essa plataforma possui mais de sete mil *check-in*¹ no local, sendo esta, uma das interações disponível na página.

Sendo o Facebook a principal forma de comunicação com o público, foi elaborada uma análise das publicações na plataforma no período de 08/04/2019 a 12/08/2019, com o objetivo de identificar as a utilização e as possíveis estratégias de comunicação presente no Facebook da instituição.

No período acima identificado, foram encontradas e analisadas 30 publicações da página, as quais tiveram os números de reações, compartilhamentos e comentários, identificados na figura abaixo (Figura 8).

¹ Check-in é uma palavra em inglês, que remete ao ato de dar entrada, abrir uma conta, confirmar presença em um local, registrar-se ou pedir o início de algum tipo de processo.

Figura 8 - Análise reações, compartilhamentos e comentários



Fonte: Elaborada pelos autores (2019).

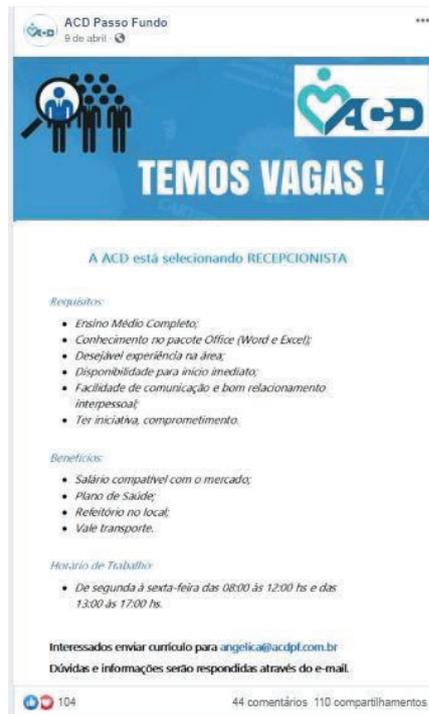
Foram analisadas as publicações com mais reações, comentários e compartilhamentos, para verificar se as mesmas possuíam semelhanças, ou ligação. A publicação com mais reações, é representada pela figura 9 e refere-se ao Campeonato de Bocha em Cadeira Rodas, realizado pelo Projeto Grupo da Bocha da ACD. A publicação (figura 10) com mais comentários, também é a que foi mais compartilhada, e refere-se a uma vaga de emprego na ACD, grande parte dos comentários são de pessoas marcando amigos para a oportunidade de emprego.

Figura 9 - Publicação com mais reações



Fonte: Facebook (2019).

Figura 10 - Publicação com comentários e compartilhamentos

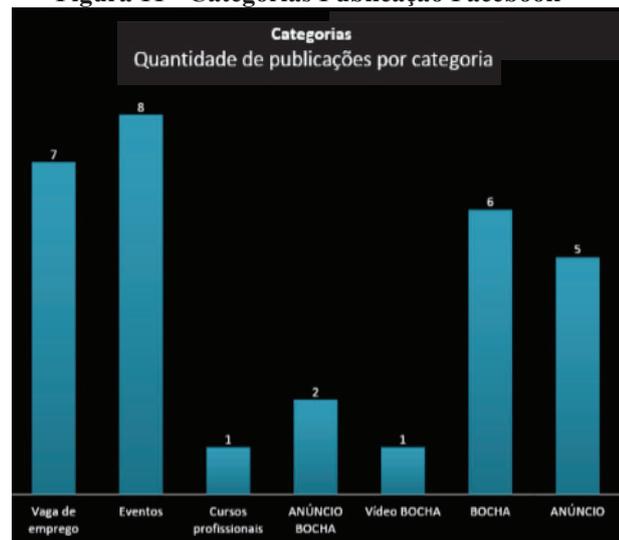


Fonte: Facebook (2019).

Sendo assim, aparentemente não existem relações entre as duas publicações, mas é evidente que o fato de a publicação ter sido mais compartilhada, gerou um aumento no número de comentários.

Todas as publicações analisadas foram categorizadas segundo seu conteúdo. As categorias, e as quantidades de publicações por categoria, estão identificadas na Figura 11. A falta de similaridade, regularidade na quantidade e a não formação de padrão, sugerem a falta de planejamento das publicações.

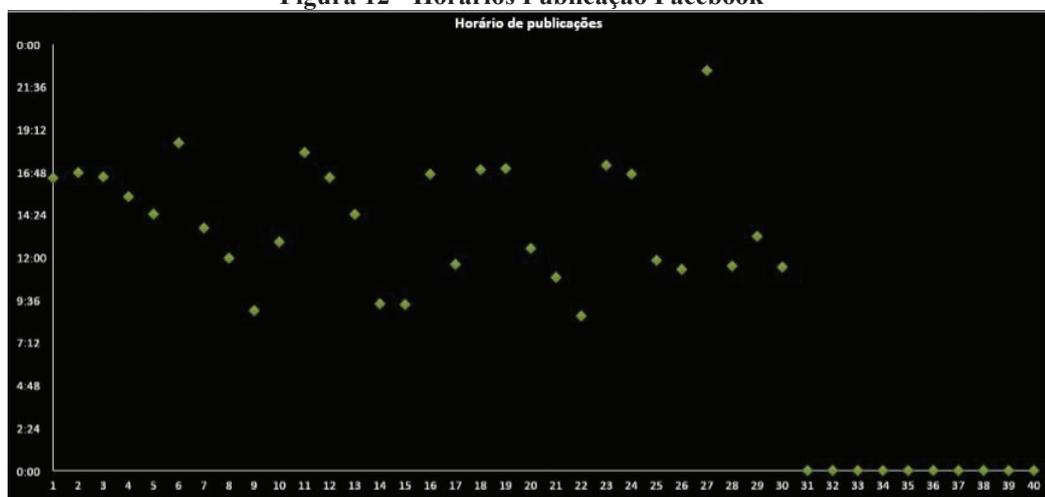
Figura 11 - Categorias Publicação Facebook



Fonte: Elaborada pelos autores (2019).

Foram analisados também, os horários de publicação, para identificação de padrão, ou planejamento de postagens, porém não foram encontrados semelhanças e padrões entre os horários de publicação (Figura 12).

Figura 12 - Horários Publicação Facebook



Fonte: Elaborada pelos autores (2019).

A partir da análise das publicações, pode-se concluir que a fanpage não possui nenhum tipo de planejamento estratégico, ou produção. Em conversa com a instituição, confirmou-se a falta de planejamento e a informação de que atualmente a responsável pelas publicações, pertence ao setor administrativo da associação, possui formação em direito, e pouco ou nenhum conhecimento sobre planejamento de comunicação e produção de conteúdo.

Foi analisado ainda, que a fanpage não utiliza nenhuma ferramenta que permita a interação do público com a instituição. A instituição também não interage com o público, respondendo ou curtindo comentários.

A linguagem utilizada nas publicações é formal, não são utilizadas outras ferramentas como *hashtags*² ou outros conteúdos, além de não possuírem padrão de design, como podem ser observados nas publicações reproduzidas abaixo (Figuras 13 e 14).

Figura 13 - Publicação Facebook: evento



Fonte: Facebook (2019).

² *Hashtags* são ferramentas disponíveis nas redes sociais que funcionam como palavras-chave ou termos associados a uma informação ou determinado assunto e facilitam o acesso a outros conteúdos de um determinado assunto.

Figura 14 - Publicação Facebook: oportunidade de emprego



Fonte: Facebook (2019).

A partir da análise elaborada, identifica-se que o Facebook é o principal meio de comunicação da instituição com o público, porém não são exploradas as possibilidades de interação e geração de engajamentos permitidos pelas redes sociais, em especial o Facebook, sendo necessária, assim, a elaboração de um planejamento e cronograma de postagens, com conteúdo de interesse do público e informações relevantes que engrandecem a fanpage.

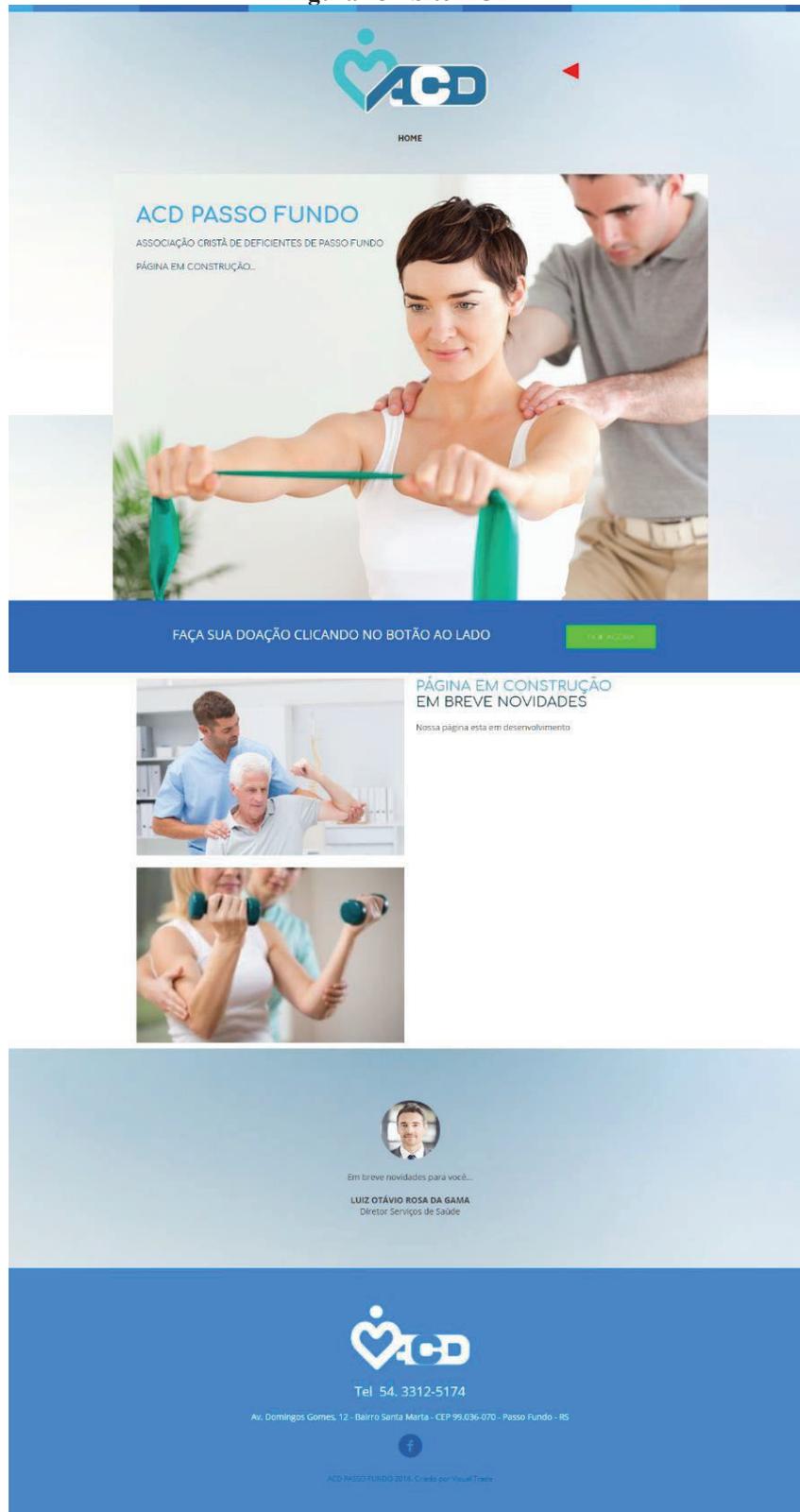
1.1.8.4 Site

A instituição possui um site (Figura 15), porém, este se encontra abandonado. O projeto do site da ACD foi iniciado no ano de 2016, porém apenas um protótipo do mesmo foi postado, e com o abandono do projeto do site, o mesmo encontra-se ainda “em construção” quando acessado, possuindo algumas poucas informações e as mesmas encontram-se desatualizadas. O domínio “www.acdpof.com.br” ainda pertence a instituição e o site se mantém online, porém sem qualquer informação, conteúdo ou funcionalidade para o mesmo.

Os únicos botões e links disponíveis no site atualmente são os que direcionam para a fanpage no Facebook e outro botão para doações. Foram realizados testes nos mesmos, no qual o botão que leva até a fanpage do Facebook está funcionando corretamente, porém o destinado as doações, está com um link inválido e, o visitante, é destinado a um site de

hospedagem de sites, sendo assim é inutilizável.

Figura 15 - Site ACD



Fonte: Site ACD (2019).

1.1.8.5 Encontrabilidade online

Foi testada também a encontrabilidade da ACD e suas informações através da plataforma de buscas Google, a fim de verificar, se a as informações eram facilmente encontradas, ou se eram necessários mais termos para encontrar a ACD Passo Fundo.

Todas as buscas foram realizadas através do navegador Chrome, em modo anônimo, a fim de garantir, que não houvesse qualquer direcionamento a pesquisa, por já termos acessado as páginas do Facebook e site da ACD.

A primeira busca realizada foi utilizando os termos “ACD”. Os resultados podem ser observados na figura abaixo (Figura 16).

Figura 16 - Busca “ACD”

The image shows a Google search interface for the term "ACD". On the left, there are search results for "AACD | Vida é movimento" and several articles and blog posts related to "Curso de ACD ou ASB", "funções e características do profissional ACD ou ASB", and "Auxiliar de Consultório Dentário". On the right, there is a map showing the location of "Hospital no Passo Fundo, Rio Grande do Sul" with an address: "Endereço: Av. Domingos Gomes, 416 - Santa Marta, Passo Fundo - RS, 99036-070". Below the map, there are details about the location, including a phone number and options to add information or comment. At the bottom of the map area, there are suggestions for other nearby locations like "Articular Clínica de Fisioterapia" and "Consultório de Fisioterapia".

Fonte: Google (2019).

Os resultados obtidos fizeram menção a instituição somente no 7º resultado, proveniente de um site de endereços e telefones, e os resultados que levaram a página da instituição, foram apresentados somente no 10º resultado. Entretanto, na aba lateral esquerda a ACD já foi localizada, porém somente com o título “ACD” e possuindo informações superficiais, sem direcionamento para suas redes sociais ou site.

Realizada nova pesquisa, utilizando-se os termos “ACD Passo Fundo” foram obtidos os seguintes resultados (Figura 17):

Figura 17 - Busca “ACD Passo Fundo”

The image shows a Google search results page for the query "ACD Passo Fundo". The search bar at the top indicates approximately 82,500 results in 0.61 seconds. The left column contains a list of search results, including Facebook pages, a GuiaMais entry, and various websites. The right column features a detailed information panel for the "Associação Cristã de Deficientes Físicos de Passo Fundo". This panel includes a map, a 4.6-star rating from Google, the address "Av. Domingos Gomes, 12 - Santa Marta, Passo Fundo - RS, 99036-070", and contact information. Below the main information, there are sections for "Perguntas e respostas", "Avaliações da Web" (5/5 from Facebook), "Comentários" (with user feedback like "Trabalho neste ótimo ambiente"), and "Itens também pesquisados" (listing related organizations like CDL, Residência, etc.).

Fonte: Google (2019).

Nesta pesquisa, todos os resultados obtidos referem-se a ACD Passo Fundo, sendo o primeiro resultado, a página no Facebook. A aba lateral, já possui informações mais completas, porém ainda sem nenhum direcionamento.

1.1.9 Objetivos organizacionais

A organização está estagnada, porém deseja aumentar seu conhecimento pela população passo-fundense, diferencia-se em ser reconhecida pelos atendimentos que presta e ser prestigiada pela população, pelo trabalho social que exerce.

1.2 Contexto da organização

1.2.1 Públicos da instituição

A ACD possui diversos e distintos públicos, que participam, direta e indiretamente, da instituição:

Diretos:

- Pacientes: pessoas que recebem os atendimentos, e são os clientes da organização.
- Sócios: pacientes que são associados a Instituição, e além de serem pacientes, possuem voz ativa nas decisões importantes da ACD.
- Diretoria: compreende todos os profissionais que trabalham na instituição em cargos ligados a chefia e conselho.
- Profissionais da Saúde: funcionários que realizam os atendimentos médicos e clínicos diretamente com os pacientes.
- Profissionais Administrativos: funcionários do setor administrativo, que organizam e mantem a instituição em pleno funcionamento.
- Profissionais de Manutenção: funcionários, contratados ou terceirizados, responsáveis pela manutenção das estruturas físicas da ACD, como limpeza, jardinagem, pintura, etc.
- Fornecedores: todas as empresas, que entregam produtos ou prestam serviços a instituição e auxiliam em seu funcionamento.

Indiretos:

- Famílias: famílias dos pacientes que recebem os atendimentos da instituição, e em muitos casos, acompanham os pacientes até a ACD, devido a dificuldade dos mesmos se locomoverem.

- Apoiadores e Mantenedores: instituições públicas e privadas que auxiliam monetariamente a instituição.
- População externa: pessoas que não possuem vínculo com a instituição, mas conhecem os serviços que a mesma presta.

1.2.2. Concorrência ou organização similar

A instituição, não possui concorrentes diretos, por se tratar de uma instituição sem fins lucrativos, mas conta com alguns concorrentes indiretos, como os profissionais de fisioterapia que atendem em consultórios particulares e algumas outras instituições sem fins lucrativos que prestam serviços semelhantes ao da ACD.

Uma análise mais detalhada de uma instituição com serviços semelhantes a ACD foi realizada, a fim de identificar potencialidades e fraquezas da concorrência, mesmo que esta seja indireta.

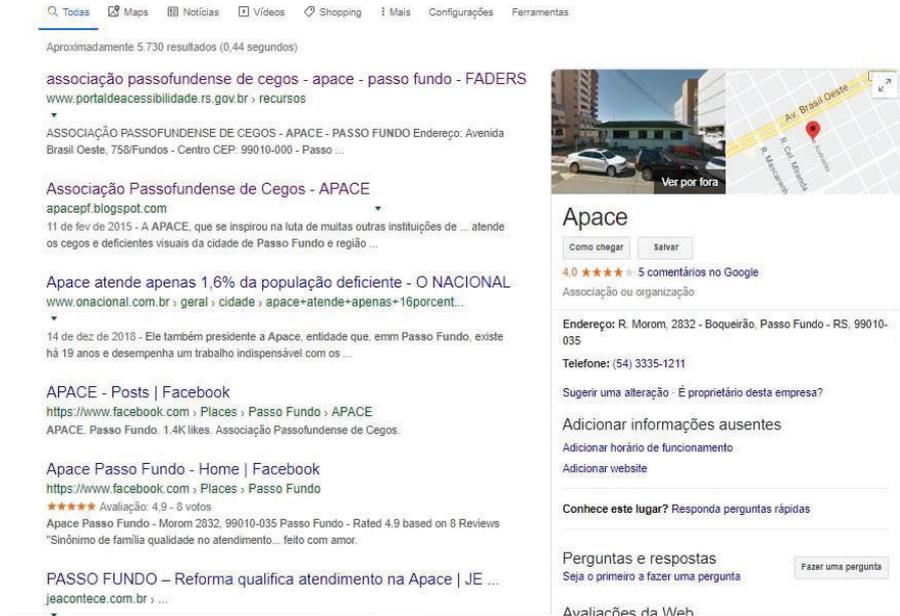
1.2.2.1 APACE

Uma das concorrentes indiretas da ACD é APACE (Associação Passo Fundense de Cegos), fundada no dia 23 de julho de 1999, por um grupo de pessoas preocupadas com a questão da inclusão social, situa-se na Rua Moron, 2832 – Esq. Rua dos Andradas – Passo Fundo/RS, tem como objetivo principal “congregar os cegos e os deficientes visuais na luta pela sua inclusão social”.

A APACE, que se inspirou na luta de muitas outras instituições de deficientes visuais, atende os cegos e deficientes visuais da cidade de Passo Fundo e região objetivando a habilitação, reabilitação, educação, profissionalização e, sobretudo, promove a independência e a garantia dos direitos civis, políticos e sociais, garantidas pela Constituição Federal através dos serviços oferecidos a comunidade de deficientes visuais da cidade de Passo Fundo.

A instituição APACE possui uma comunicação através de site, pagina no Facebook, encontra-se também nos resultados de busca no Google, como seguem a baixo nas figuras 18,19 e 20.

Figura 18 - Resultados Busca Google “APACE”



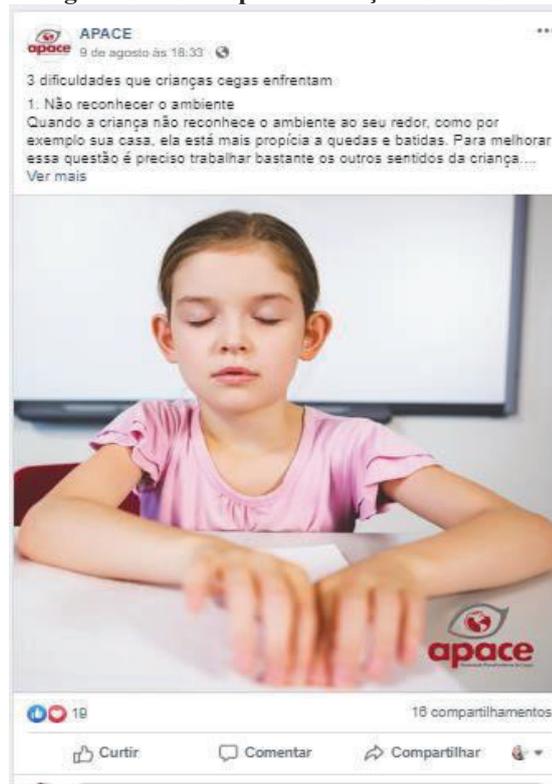
Fonte: Google (2019).

Figura 19 - Homepage Blog APACE



Fonte: Blog APACE (2019).

Figura 20 - Exemplo Publicação APACE



Fonte: Blog APACE (2019).

Foi elaborada também uma análise SWOT (Quadro 3) da APACE a fim de identificar suas potencialidades e fragilidades.

Quadro 3 - Análise SWOT APACE

<p>Pontos Fortes</p> <p>Bem estruturada; Tem grande impacto na sociedade de Passo Fundo; Não tem custo para seus usuários. Bem centralizada; Conhecida no município; APACE possui um aplicativo para deficientes visuais.</p>	<p>Oportunidade</p> <p>Crescimento, ou seja, atender pessoas que não conhece a associação; Ter novos projetos sociais; Receber ajuda financeira de pessoas físicas ou jurídicas; Crescimento nos serviços.</p>
<p>Pontos Fracos</p> <p>Não comunicar para o público; Site pouco dinâmico para o público; Atende apenas deficientes visuais.</p>	<p>Ameaças</p> <p>Falta de acessibilidade para seus usuários.</p>

Fonte: Elaborado pelos autores (2019).

Nos itens 1.2.2.1.1 e 1.2.2.1.2 é possível observar algumas informações disponibilizadas no site da APACE.

1.2.2.1.1. Finalidades estatutárias

I Promover e defender os direitos civis, políticos, econômicos, sociais e culturais, a cidadania, a democracia, a liberdade, a ética, bem como quaisquer outros interesses e direitos difusos, coletivos ou universais das pessoas portadoras de deficiência.

II Desenvolver a prevenção, habilitação e reabilitação das pessoas portadoras de deficiência visual e a promoção de sua integração à vida comunitária, implicando em acessar estes e outros instrumentos necessários à participação nos processos de socialização e constituição da cidadania.

III Buscar desenvolver ações que garantam a igualdade de oportunidades, plena participação, vida independente e autossuficiência econômica dos portadores de deficiência visual, para que estes passem a serem cidadãos produtivos e inseridos na vida social.

IV Promover a Assistência Social e o voluntariado.

1.2.2.1.2. Objetivo geral

Desenvolver um processo que contribua para a construção da cidadania das pessoas com deficiência visual, objetivando o atendimento educacional apoiando a inclusão escolar de alunos inseridos na rede regular de ensino do município de Passo Fundo bem como a participação na sociedade civil por meio de uma prática voltada para educação, compreensão da realidade social, dos direitos e deveres das pessoas com deficiência visual, e das responsabilidades em relação à vida pessoal e em comunidade.

1.2.2 Fornecedores e parceiros

A ACD possui diversos fornecedores que lhes entregam produtos ou prestam serviços, que são necessários para a manutenção do funcionamento da instituição, sejam eles água, luz e alimentos para cozinha, ou materiais ambulatoriais específicos utilizados nos atendimentos, como também quando da compra de novos equipamentos.

Um dos parceiros da ACD é o SUS (Sistema Único de Saúde), que encaminha e remunera a instituição pelos atendimentos prestados aos pacientes, tornando os atendimentos gratuitos.

Além do SUS, a ACD conta com a parceria da Secretaria de Saúde da Prefeitura Municipal de Passo Fundo, que encaminha pacientes do município para atendimento; também conta com o apoio das 6ª e 11ª Coordenadorias Regionais de Saúde do Estado do Rio Grande do Sul, que encaminham pacientes provenientes de outros municípios abrangidos pela instituição.

1.2.3 Análise SWOT

Foi elaborada uma análise baseada na matriz SWOT³, a qual é apresentada no Quadro 4 abaixo:

Quadro 4 - Análise SWOT

<p>Pontos Fortes</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bem estruturada • Recebe ajuda financeira do governo pelo SUS e do município. • Tem grande impacto na sociedade de Passo Fundo e mais 95 municípios. • Considerada única unidade no Brasil que presta serviço completo aos deficientes físicos e visuais. • Não tem custo para seus usuários. 	<p>Oportunidade</p> <ul style="list-style-type: none"> • Crescimento, ou seja, atender pessoas que não conhece a associação. • Atender outros tipos de deficiências. • Ter novos projetos sociais • Receber ajuda financeira de pessoas físicas ou jurídicas.
<p>Pontos Fracos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Não possui nenhum tipo de comunicação. • Possui alguns problemas de acessibilidade na estrutura ou nos arredores da ACD. • Não possui uma localização centralizada. • População passo-fundense não conhece. 	<p>Ameaças</p> <ul style="list-style-type: none"> • É confundida com a AACD- qual é reconhecida em todo o Brasil por receber diversos tipos de doações nos mais diferentes ramos.

Fonte: Elaborado pelos autores (2019).

1.3 Diretrizes gerais do projeto experimental

1.3.1. Expectativa da organização sobre o projeto experimental

Hoje a ACD é uma associação, de grande valor para os deficientes físicos e visuais passo-fundenses e para os moradores das demais cidades. Mas ela não é conhecida pela sociedade, pois além de não ter uma boa comunicação, ela ainda tem como dificuldade ser confundida com a AACD (Associação de Apoio à Criança Deficiente), essa entidade que possui

³ Análise SWOT ou Análise FOFA (Forças, Oportunidades, Fraquezas e Ameaças) (em português) é uma ferramenta utilizada pelo Marketing para fazer análise de cenário, sendo usada como base para gestão e planejamento estratégico de uma corporação ou empresa.

em diversos estados brasileiros.

Já a ACD (Associação Cristã de Deficiente Físicos e Visuais) que localizada apenas em Passo Fundo, é conhecida 1 pelas pessoas que são encaminhadas pelos Sistema Único de Saúde ou pela secretária municipal de Saúde. A sociedade no todo não sabe que se tem uma unidade especializada para pessoas com deficiências físicas e visuais.

A ACD quer ser percebida como uma organização, que serve pessoas com deficiências físicas e visuais, que se preocupa e contribui para a reabilitação e a vida dessas pessoas, ser conhecida como ACD um trabalho único e sem qualquer vínculo ou associação com a AACD. A associação é vista pelos seus usuários como o recurso mais próximo e gratuito.

1.3.2 Objetivo do projeto de comunicação

Foi definido como objetivo deste projeto de comunicação: “Proporcionar o acesso a informações sobre a instituição pela população, a fim de torná-la uma referência de instituição sem fim lucrativo dentro do município e na região, fazendo com que a marca seja reconhecida pelo seu trabalho”.

1.3.3 Público-alvo do projeto de comunicação

O público da instituição é dividido em dois grupos, um externo e o outro interno. O primeiro refere-se a toda população passo-fundense que desconhece a entidade e não possui conhecimento sobre os serviços prestados, e sua importância para as pessoas atendidas. O grupo interno é composto por pessoas pertencentes as cidades que fazem parte da 6º e 11º Coordenadorias de Saúde do RS, que nasceram ou adquiriram alguma deficiência física ou visual, de ambos os sexos e de todas as faixas etárias, que busque por reabilitação e/ou auxílio porém não possuem condições financeiras para arcar com atendimentos particulares.

Foi elaborada uma persona, a fim de melhor identificar o público interno da instituição:

Quadro 5 - Persona

Este é Augusto, tem 18 anos, é solteiro, estagiário em uma metalúrgica em Espumoso. Adora sair com os amigos e jogar futebol, sempre com um super astral e de bem com a vida.

Há três meses sofreu um acidente de carro e ficou paraplégico, Augusto, não aceita seu diagnóstico, porém com o apoio da família e dos amigos está em busca de evolução, tanto física como psicológica, para retomar sua vida ao máximo.

Por não ter condições financeiras, para realizar o tratamento em clínicas particulares, buscou ajuda na coordenadoria de saúde, qual lhe encaminhou para ACD em Passo Fundo.

Fonte: Elaborado pelos autores (2019).

1.4 Pesquisa com especialistas e público próximo

A pesquisa de caráter qualitativo aconteceu de forma semiestruturada, na qual foi guiada por alguns pontos de interesse, e aberta onde outros pontos foram levantados no decorrer da pesquisa. Os questionamentos realizados na pesquisa encontram-se no Apêndice A.

1.4.1 Entrevista em profundidade com especialista

A entrevista com especialista foi realizada com Cintia Zonta da Silveira, que atua a mais de quatro anos na Associação Cristã de Deficientes Físicos e Visuais. Formada em psicologia pela UPF há 19 anos. Cita que trabalhando na ACD ela se sente realizada, por estar contribuindo para vida das pessoas que realmente precisam de sua ajuda.

Hoje ela vê a ACD como um porto seguro, pois é um lugar que as pessoas com deficiência encontram todos os suportes necessários para o momento de transição, que é quando a pessoa precisa tanto de ajuda física e psíquica. Esse momento de transição, é definido como um momento de se reorganizar se adaptar e mudar seu olhar pra vida. Para Cintia sua profissão hoje além de aplicar seu conhecimento, é se doar, por amor, fazer por amor. Pois as pessoas que estão ali, precisam desse suporte para continuar a viver, e ter uma qualidade de vida melhor.

A relação inicial com esses pacientes é trabalhada dia após dia, pois são dificuldades que eles superam ou encontram no seu dia-a-dia. No começo a aceitação é momento mais difícil, mas essencial para vida dessas pessoas.

A psicóloga fala que a estrutura que ACD tem hoje, pode atender muitos pacientes com qualidade, mais que ela vê essa associação com algo muito maior, a possibilidade de atender outros tipos de deficiências, e também ser uma referência tecnológica para deficientes. Desde sua fundação até hoje a estrutura teve uma grande evolução, mais o futuro da associação ainda vai ser algo muito maior.

Para concluir a psicóloga afirmou que seus pacientes não aceitam outra definição a eles do que “DEFICIENTE”.

1.4.2 Pesquisa com público próximo (interno/tomadores de serviço)

Foram realizadas duas pesquisas com público próximo, a fim de ampliar a percepção do público próximo.

A primeira foi realizada com Eliana Pavin Escobar, que trabalha no setor administrativo da ACD, a mais de 7 anos, e sua formação é em direito. Considera a ACD sua 2º casa, tendo em vista que passa maior parte do seu tempo dentro da associação. Por trabalhar num setor interno, ela não tem contato diretamente com os pacientes e usuários, mais Eliana afirma que melhoria na Instituição sempre seria bem-vinda, ela cita a acessibilidade dentro da ACD, que inclusive citou as melhorias que estão previstas para o final de 2019 ainda na associação, que é o elevador mais moderno e acessível aos deficientes, hoje se tem um, o qual ainda é pequeno e pouco adaptado para esse público.

A ACD é a primeira experiência de Eliana dentro de uma instituição, que ajuda pessoas com deficiências, ela fala ser gratificante trabalhar lá. Que além de um espaço de ajuda ao próximo é de crescimento pessoal, pois ao ver os tantos casos de superação que passam por ali, ela diz que agradece a Deus pela vida dela, e os problemas pessoais ser tão pequenos diante dos pacientes que passam por ali.

A administradora, fala que a ACD é uma referência para o município, mais sente muito pelas pessoas só terem conhecimento sobre a associação, quando precisam dos seus serviços. Durante os sete anos que trabalha lá, fora dali poucas pessoas conhece a ACD, quando ela cita onde trabalha. Outro fato é que muitas vezes as pessoas associam a Associação Cristã de Deficientes Físicos e Visuais (ACD) com a Associação de Assistência à Criança Deficiente (AACD), que é conhecida nacionalmente, que acaba interferindo na imagem da associação, pois as pessoas acham que é uma instituição que recebe muitos recursos privados.

Eliana diz que se hoje pudesse mudar algo, mudaria a acessibilidade das vias públicas,

que é uma dificuldade de todo deficiente, sejam físicos ou visuais até mesmo outros tipos de portadores de deficiência.

Hoje além de atuar na administração da associação, é Eliana quem cuida do fanpage da ACD, relata não ter conhecimento na área, mais faz o seu melhor para contribuir aos usuários e até mesmo a comunidade em geral.

Em um segundo momento, foi entrevistado o paciente da instituição Iago Fernandes Dias que um tiro na saída de uma boate, quando ele possuía 15 anos, atingiu a medula óssea, deixando Iago tetraplégico.

Ainda muito jovem Iago e a família tiveram que enfrentar muito mais que a perda dos movimentos teve que encarar um trauma psicológico. Foi um processo de aceitação e adaptação. Logo após o acontecido Iago foi encaminhado através da secretaria da saúde para a ACD, uma instituição com especializada em pessoas com deficiência. No primeiro momento a família estava em desespero, para fazer com que Iago não se abalasse, pois ele era um menino jovem que havia perdido toda a sua autonomia.

Para superar esta etapa a família recebeu ajuda dos familiares e amigos, além do suporte da ACD onde ganhou equipamentos de locomoção, e materiais necessários para sua adaptação. Muito além desses atos de solidariedade, a ACD contribui no tratamento psicológico e físico de Iago. Através da ACD ele teve a oportunidade de realizar procedimentos diferenciados e altamente tecnológicos. Tais procedimentos contribuíram para que Iago evolui-se e hoje aos 19 anos, conseguisse recuperar parcialmente o movimento de um dos braços. Hoje a família leva uma vida, com dificuldade e limitações, mas com aceitação e recursos próximos.

Até precisarem dos serviços da ACD, Iago e a família, não conheciam a associação e tiveram sua primeira experiência ao buscar ajudar.

Quando foram questionados sobre o que a ACD significa para eles ele responderam com lágrimas nos olhos e dizem “A ADC e todos os colaboradores nos acolheram e se tornaram grandes amigos”.

Mesmo recebendo ajuda da ACD eles não sabiam que a Associação Cristã de Deficientes Físicos e Visuais não é a mesma instituição que a AACD.

Eles dizem que se pudessem mudar algo na associação seria mais atividade de iteratividade, e aumento nos atendimentos, pois, sabem que muitos outros precisam de uma atenção especial, da mesma forma que eles receberam.

Não foram capazes de identificar e não sabem ver um lado negativo na instituição, pois eles só se beneficiaram dos serviços dela.

Eles afirmaram que poucas pessoas conhecem a ACD, e dizem que muitos outros deficientes, não tem o conhecimento desta instituição.

1.5 Projeto do Dia de Ação

O projeto pensado para o Dia de Ação consiste em realizar uma atividade alusiva a Semana Farroupilha, nas dependências da ACD.

1.5.1 Objetivo

O evento terá por objetivo envolver o público da ACD e proporcionar momentos de alegria e descontração aos associados da ACD.

1.5.2 Atividade

O evento será realizado no dia 19 de setembro, quinta-feira nas dependências da ACD, o evento proposto é um café de chaleira que terá início às 14 horas.

Com o tema da semana farroupilha o evento abordará a temática da inclusão da pessoa com deficiência nos festejos farroupilhas.

Para que esse dia seja encantador o espaço em que será realizado o evento contará com uma linda decoração típica dos festejos farroupilhas. Um cantinho para fotos será construído para um momento de descontração, onde contará com algumas vestimentas tradicionalistas para as fotos. E claro terá o toque dos publicitários.

Como estratégia de comunicação e divulgação da instituição, serão convidadas algumas pessoas influentes da comunidade passo-fundense. Como representantes do poder executivo e legislativo, e além dos secretários da assistência social e saúde. Também serão enviados releases para a imprensa local.

1.5.3 Recursos humanos e materiais

O evento será organizado pelos realizados deste projeto, em parceria com a ACD e contará com o apoio de várias pessoas, desde funcionários, convidados, empresas parceiras, entre outros.

1.5.4 Orçamento

Os custos para a realização do dia do evento serão custeados pelos alunos autores deste trabalho.

1.6 Ideia inicial da campanha

A campanha deverá ser baseada no planejamento estratégica do conteúdo produzido para as redes sociais, juntamente com a conclusão do site. Poderão ser pensados também, alguns materiais impressos e de caráter informativo, principalmente no que diz respeito aos serviços prestados.

Outro tema que deverá ser abordado na campanha será a relação da instituição junto à população do município, e as instituição de saúde, buscando promover a reconhecimento da instituição e seus serviços. Nesta fase, poderão ser utilizadas ações de guerrilha, gerando mais impacto, principalmente sobre a população.

Deverá ser incrementada também, uma campanha com o público interno, a fim de informar e despertar ainda mais a paixão de tal público pela instituição.

2 VIVER A ORGANIZAÇÃO

O dia de ação faz parte da proposta do Projeto Experimental, foi preciso pensar em satisfazer o nosso público para este dia, realização deste dia cumpriu a missão de interagir e proporcionar uma nova experiência aos associados, colaboradores e alunos, cada um dando o seu melhor e fazendo com que esse dia tenha sido especial.

2.1 Realizar o Dia de Ação

2.1.1 Objetivo

Proporcionar a valorização da cultura gaúcha, promover interação e inclusão dos deficientes físicos nos festejos Farroupilha.

2.1.2 Atividades

A temática do evento foi escolhida a partir de uma estratégia de marketing de oportunidade. Compreendendo o mês de setembro como um mês alusivo aos festejos farroupilha e considerando que o tradicionalismo é uma cultura adota por todos sem exceções do Rio Grande do Sul. O grupo então empenhou se em desenvolver uma atividade que além propor um momento de interação e descontração aos usuários eles também se sentissem abraçados pelo tradicionalismo.

Para que isso fosse possível, partimos da organização e decoração do ambiente, criando um cantinho para fotos, mesa decorada, deixando tudo organizado ainda na segunda-feira (16). Planejamos um café de chaleira e a mateada, pensado em acomodá-los da melhor maneira.

Então na tarde da terça-feira (17), um dia de chuva intensa, foi realizada na Associação Cristã de Deficientes Físicos de Passo Fundo (ACD) o dia de ação, proporcionando inclusão aos deficientes físicos nos festejos Farroupilha. Os participantes foram convidados a irem caracterizados conforme a data.

Os itens para o café de chaleira foram produzidos pelos integrantes do grupo e outros comprados com antecedência e preparados ainda na parte da manhã, ao meio dia tivemos o prazer em poder almoçar junto a todos, e poder conhecer um pouquinho mais do dia-a-dia deles.

Então a tarde iniciou-se com a mateada e uma roda de conversa, mesmo com as limitações de cada um dos associados, o dia de ação foi de adesão de todos, pois todos participaram nas diferentes atividades. Inclusive do momento da dança, qual teve a participação dos alunos e também com os próprios colaboradores da instituição, para dançar com estes portadores de deficiências. Contamos também com a participação de forma voluntária do Carlão o qual animou à tarde com músicas tradicionalistas. E para finalizar o dia do evento então foi realizada uma grande confraternização entre associados e colaboradores.

2.1.3 Recursos Humanos e Materiais

Na terça-feira (10) de setembro, foi realizada uma reunião com os membros da ACD, diretoria e assistente social para apresentar e planejar o dia de ação. Neste dia então estabelecemos materiais que seriam necessários. A associação se disponibilizou a contribuir com dois bolos para a confraternização e o restante foi providenciado pelos integrantes do grupo do projeto.

Este dia foi fundamental analisar as atividades planejadas e avaliadas pelos profissionais, aquilo que era ou não viável, devida as limitações e particularidades de cada um dos deficientes, para não promover exclusão dos participantes.

A aluna Amanda integrante do grupo conseguiu uma parceria com uma decoradora, para disponibilizar os itens para decorar os espaços. Além da busca pela atração da tarde.

2.1.4 Orçamento

O dia de ação não teve verba alguma, foi uma iniciativa custeada pelo grupo do projeto e é demonstrada através do Quadro 6.

Quadro 6 - Orçamento dia de Ação

ITENS	VALORES
Alimentação	285,00
Material descartável	35,00
Bebidas	16,00
Decoração (Combustível)	20,00
Material Impresso	16,00
Combustível	60,00
Almoço	00,00
	Valor total: 432,00

Fonte: Elaborado pelos autores (2019).

2.1.5 Avaliação dos resultados

A experiência foi marcante, tanto para o grupo quanto para os associados e colaboradores, além de um dia de diversão e muitos abraços e dança, de muitos agradecimentos de todas as partes, os participantes nos agradeceram inúmeras vezes pelas atividades e nos relataram o quanto foi importante para eles saber que existem pessoas que pensam no próximo, e o quanto é importante a eles poderem se sentir vivos e desenvolver este tipo de atividades. O nosso convidado Carlão também agradeceu a oportunidade em poder estar contribuindo com esse dia, e sentiu-se honrado em estar vivenciando este momento, que com toda certeza levará por toda sua vida.

O grupo finalizou as atividades totalmente satisfeitos, e com um sentimento de missão cumprida, por ter tido a oportunidade de ter vivenciado cada momento deste dia com maior alegria e aprendizado, contribuindo tanto na vida pessoal quanto na vida profissional de cada integrante do grupo.

E no final todos os alimentos que sobraram do café de chaleira foram doados à instituição para as próximas refeições.

As Figuras 21, 22, 23 e 24 mostram como ocorreu o dia de ação, algumas fotos dos momentos e a experiência que este dia nos proporcionou e mostrando como foi realizado, algumas atividades como a dança e a música que se realizaram no decorrer da tarde.

Foi elaborado também um vídeo demonstrando as atividades realizadas no Dia de Ação, o qual se encontra anexo ao brinde Pencil, que se encontra na caixa deste projeto (ANEXO PENCIL 01).

Figura 21 - Dia de Ação (1)



Fonte: Amanda Peres autoria (2019).

Figura 22 - Dia de Ação (2)



Fonte: Amanda Peres autoria (2019).

Figura 23 - Dia de Ação (3)



Fonte: Amanda Peres autoria (2019).

Figura 24 - Dia de Ação (4)



Fonte: Amanda Peres autoria (2019).

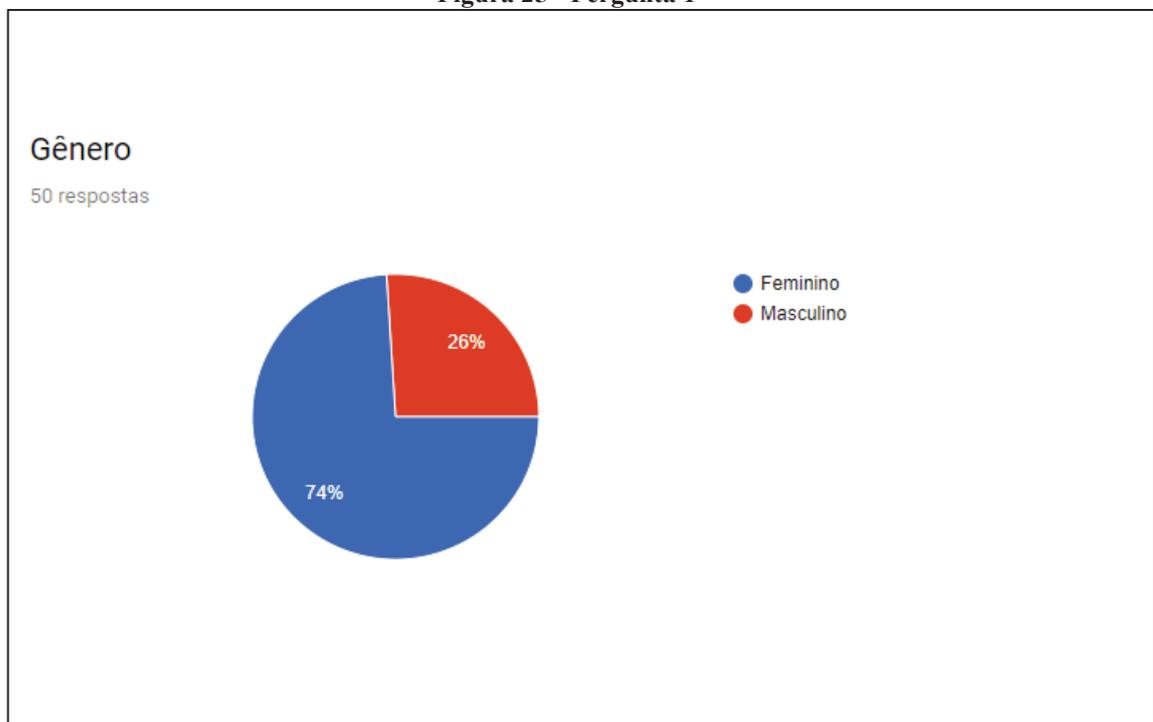
3. CONHECER O PÚBLICO-ALVO

3.1 Pesquisa de imagem de organização junto ao público-alvo do projeto

Foi realizado um questionário através do Google Forms, para identificar a relação entre as pessoas e ONGS, o número atingindo foram de cinquenta pessoas.

Dos 50 respondentes do questionário (Figura 25), 74% dos entrevistados são mulheres e apenas 26% dos entrevistados são homens.

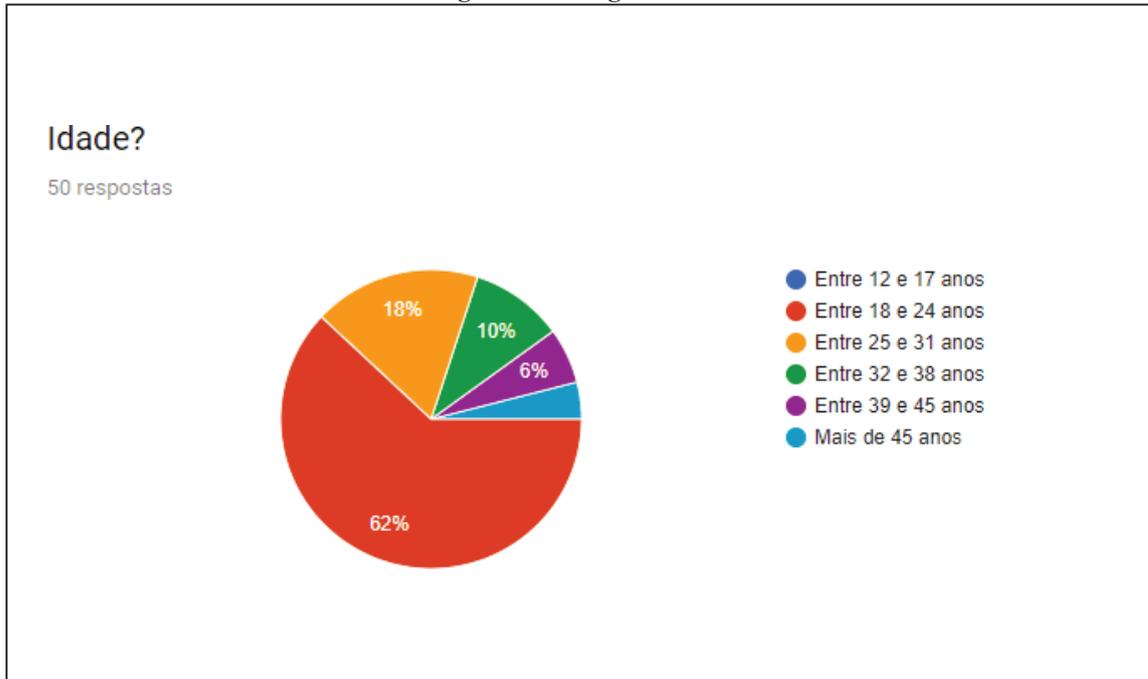
Figura 25 - Pergunta 1



Fonte: Elaborada pelos autores (2019).

Das 50 pessoas (Figura 26), 62% dos entrevistados tem a idade entre 18 e 24 anos, 18% dos entrevistados tem a idade entre 25 e 31 anos, 10% dos entrevistados tem a idade entre 32 e 38 anos, 6% dos entrevistados tem a idade entre 39 e 45 anos.

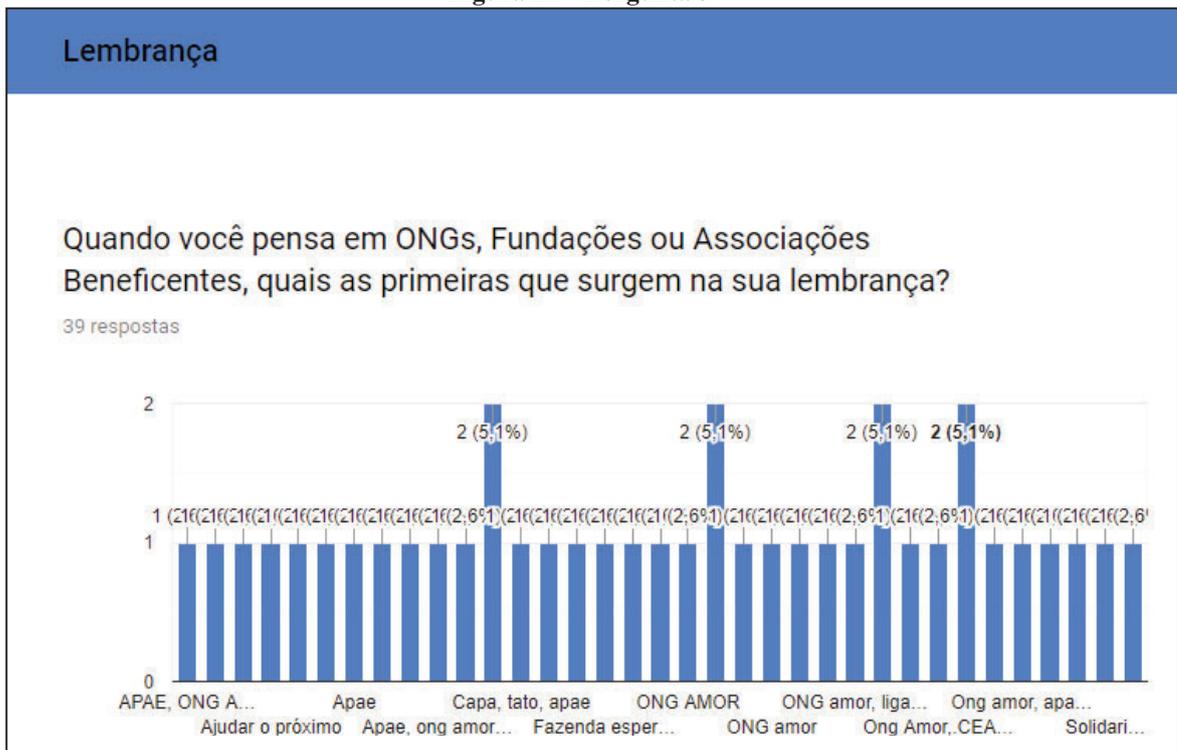
Figura 26 - Pergunta 2



Fonte: Elaborada pelos autores (2019).

Na Figura 27 foi perguntado quando você pensa em ONGs, Fundações ou Associações Beneficentes, quais as primeiras que surgem na sua lembrança, das 50 respostas teve 19 pessoas colocaram a ONG Amor, nove pessoas colocaram APAE.

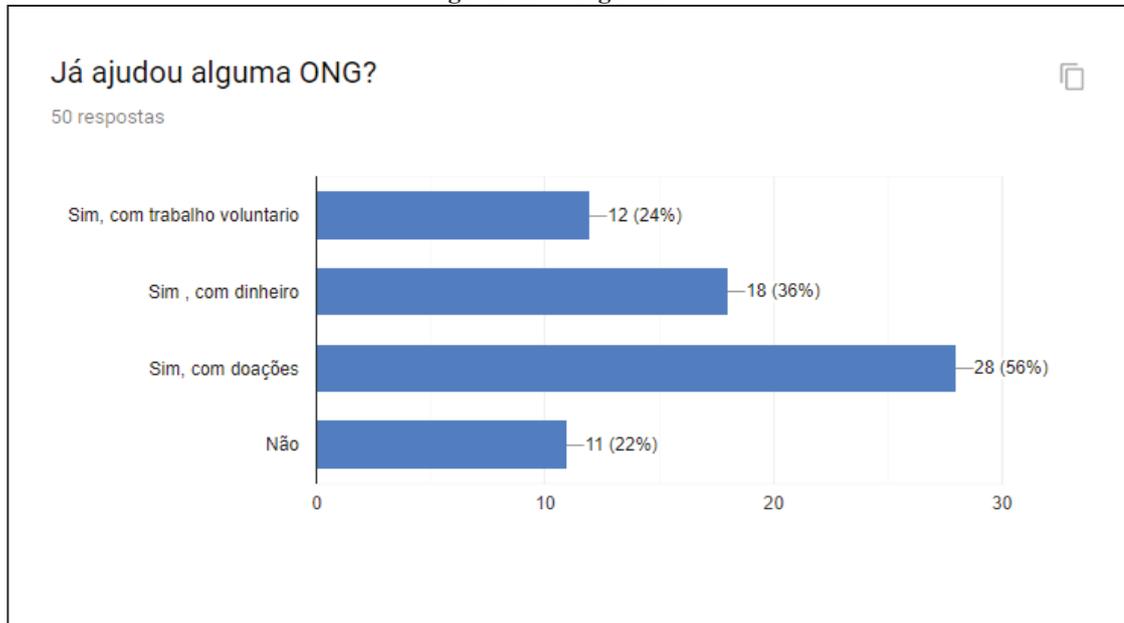
Figura 27 – Pergunta 3



Fonte: Elaborada pelos autores (2019).

Quanto à questão que se refere a ajudar uma ONG (Figura 28), 56% das pessoas ajudam com doações, 36% das pessoas ajudam com dinheiro, 24% das pessoas ajudam com trabalho voluntário e 22% das pessoas não ajudam.

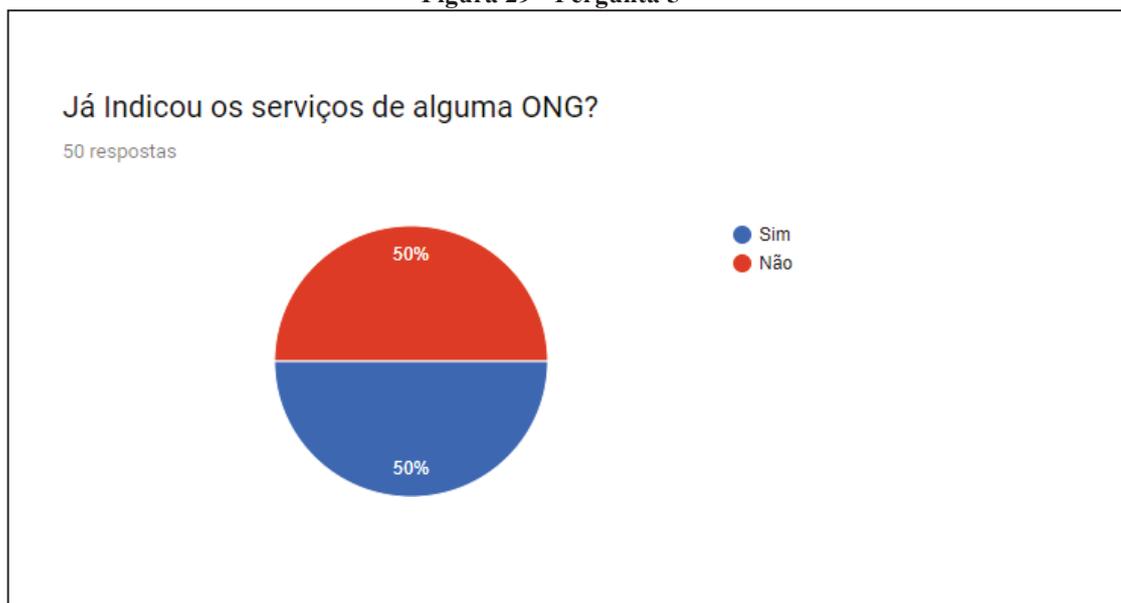
Figura 28 - Pergunta 4



Fonte: Elaborada pelos autores (2019).

Das 50 respostas (Figura 29), a metade respondeu que nunca indicou uma ONG e a outra metade diz que já indicou uma ONG.

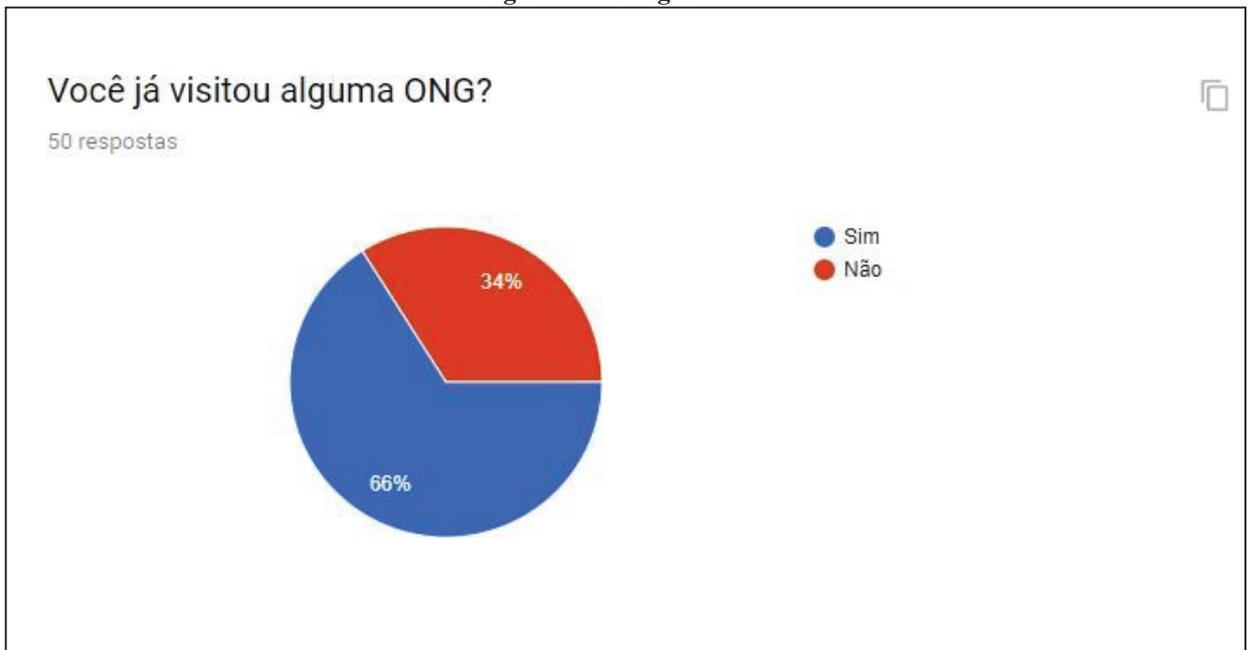
Figura 29 - Pergunta 5



Fonte: Elaborada pelos autores (2019).

Na Figura 30, percebemos que 66% das pessoas já visitaram alguma ONG e 34% das pessoas nunca visitaram alguma ONG.

Figura 30 – Pergunta 6



Fonte: Elaborada pelos autores (2019).

Já na Figura 31, foram observadas quais ONGs as pessoas pensam, 4 pessoas pensam na ONG AACD, 7 pessoas pensam na ONG APACE, 6 pessoas pensam na ONG APAE, 3 pessoas pensam na Associação ACD, 1 pessoa pensa na ONG Igualdade e Respeito, 1 pessoa pensa na ONG Criança Esperança, 3 pessoas pensam na ONG APAS, 1 pessoa pensa na IBDD, 1 pessoa pensa na ACADEV, 1 pessoa pensa na Associação de Cegos.

Figura 31 - Pergunta 8

Quando você pensa em alguma ONG ou Associação que presta serviço para deficientes físicos ou visuais, qual você lembra?

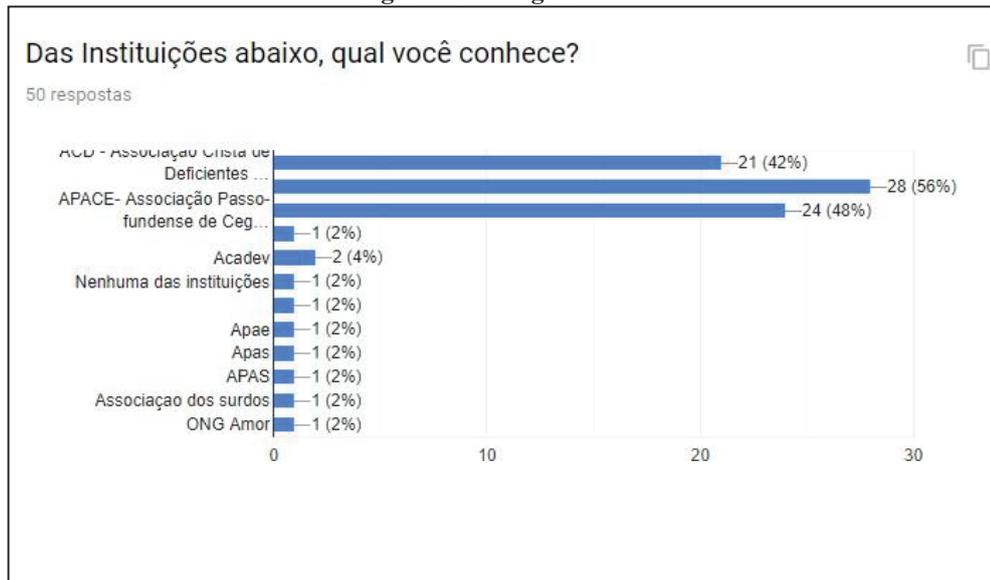
30 respostas



Fonte: Elaborada pelos autores (2019).

Na Figura 32, vimos abaixo que 28 pessoas conhecem AACD - Associação de Assistência à Criança Deficiente, 21 pessoas conhecem ACD - Associação Cristã de Deficientes Físicos de Passo Fundo, 24 pessoas conhecem APACE- Associação Passo- fundense de Cegos, 2 pessoas conhecem Acaddev, 1 pessoa não conhece nenhuma das instituições, 1 pessoa conhece APAE, 2 pessoa conhece APAS, 1 pessoa conhece Associação dos Surdos, 1 pessoa conhece a ONG Amor.

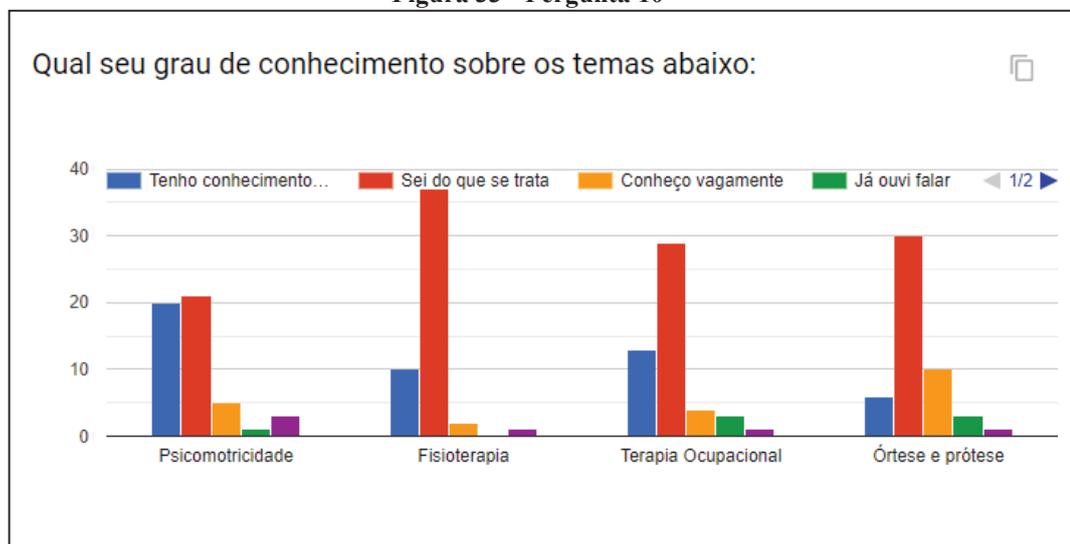
Figura 32 - Pergunta 9



Fonte: Elaborada pelos autores (2019).

Na Figura 33 foi perguntado qual é o grau de conhecimento sobre psicomotricidade, 20 pessoas tem o conhecimento técnico, 21 pessoas sabem do que se trata, 5 pessoas conhecem vagamente, 1 pessoa já ouviu falar, 3 nunca ouviu falar. Fisioterapia, 10 pessoas têm conhecimento técnico, 37 pessoas sabem do que se trata, 2 pessoas conhecem vagamente, 1 pessoa nunca ouviu falar. Terapia Ocupacional, 13 pessoas tem o conhecimento técnico, 29 pessoas sabem do que se trata, 4 pessoas conhecem vagamente, 3 pessoas já ouviram falar, 1 pessoa nunca ouviu falar. Órtese e prótese, 6 pessoas têm conhecimento técnico, 30 pessoas sabem do que se trata, 10 pessoas conhecem vagamente, 3 pessoas já ouviram falar, 1 pessoa nunca ouviu falar.

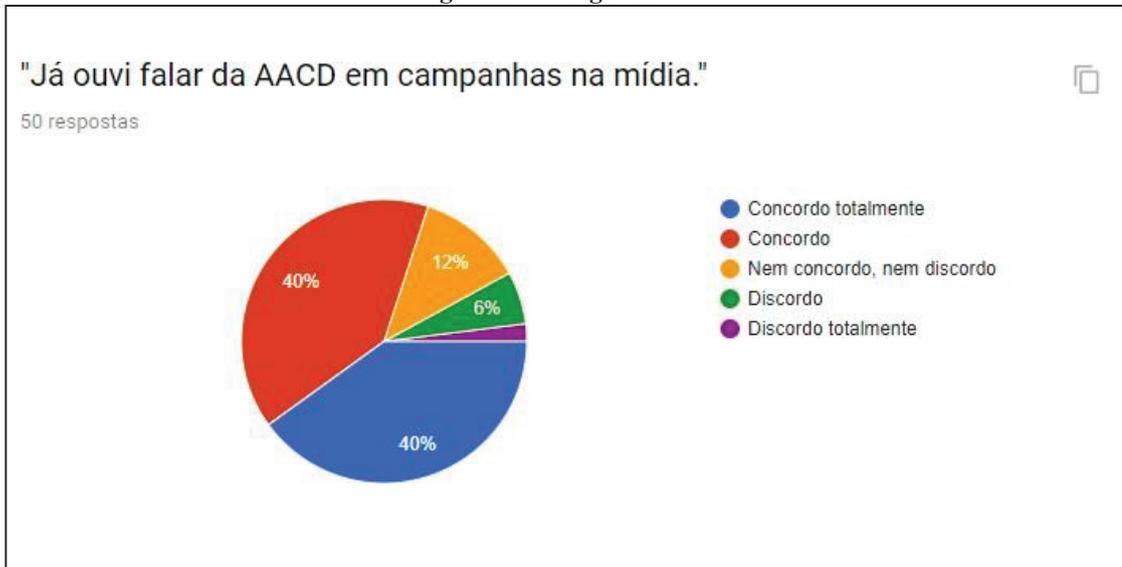
Figura 33 - Pergunta 10



Fonte: Elaborada pelos autores (2019).

Na Figura 34 percebemos que 40% das pessoas concordam totalmente, 40% das pessoas concordam, 12% das pessoas nem concordam, nem discordam e 6% das pessoas discordam que já ouviram falar na AACD em campanhas na mídia.

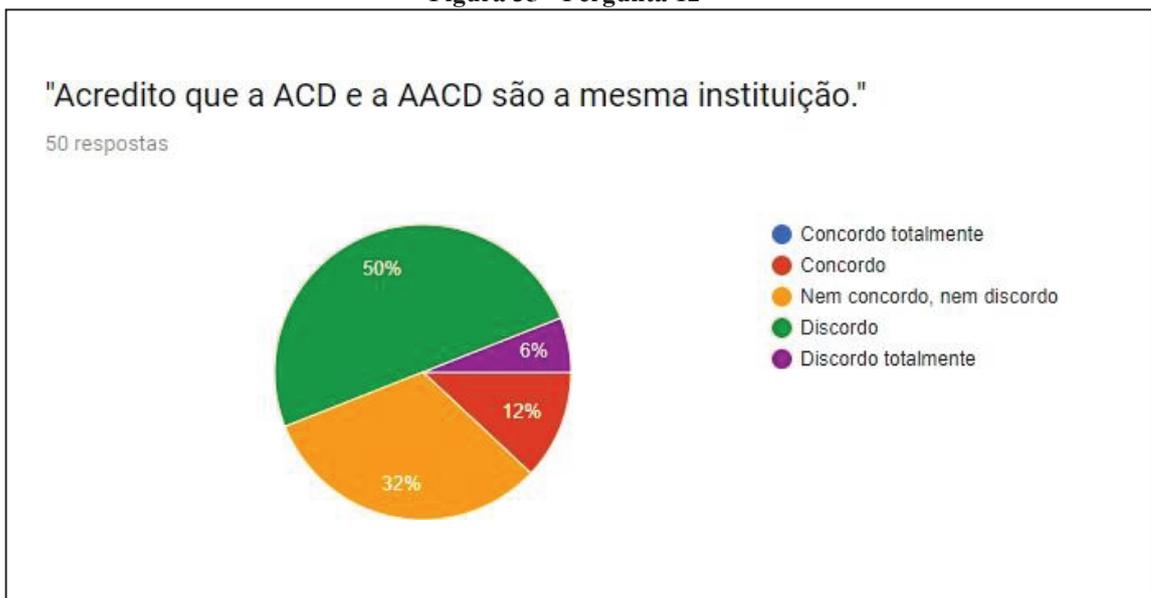
Figura 34 - Pergunta 11



Fonte: Elaborada pelos autores (2019).

Na Figura 35, 50% das pessoas discordam que ACD e AACD são as mesmas instituições, 32% das pessoas nem concordam e nem discordam, 12% das pessoas concordam e 6% das pessoas discordam totalmente.

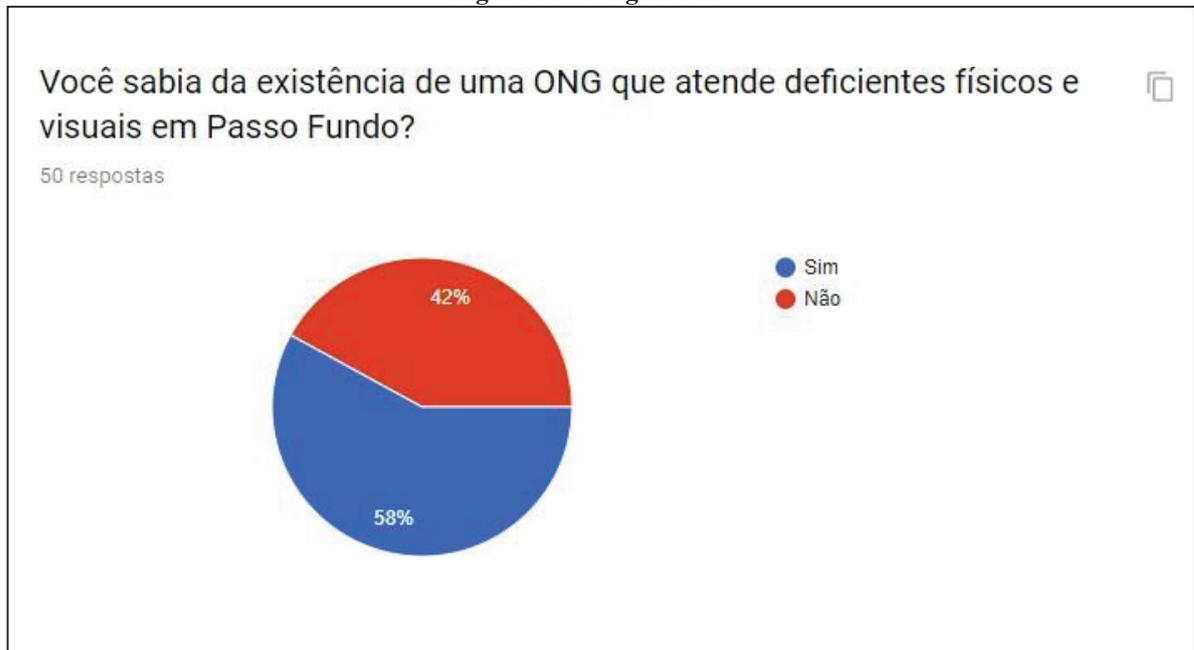
Figura 35 - Pergunta 12



Fonte: Elaborada pelos autores (2019).

Na Figura 36, percebemos que 58% das pessoas sabem da existência de uma ONG e 42% das pessoas não sabem da existência das mesmas.

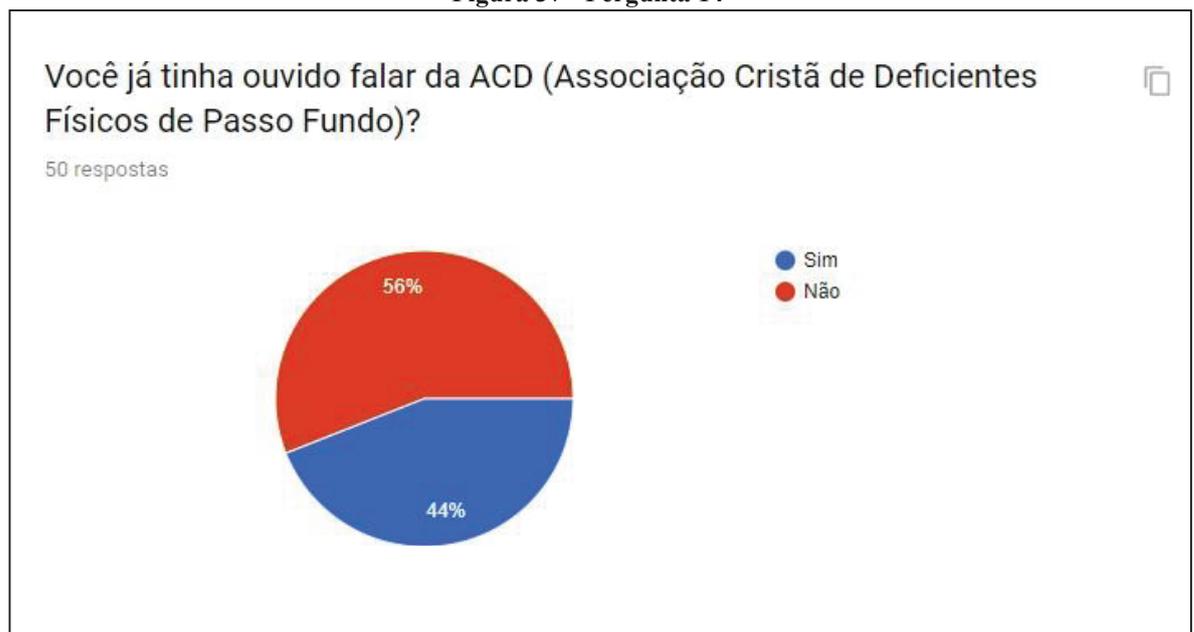
Figura 36 - Pergunta 13



Fonte: Elaborada pelos autores (2019).

Através da Figura 37, percebemos que 56% das pessoas já tinham ouvido falar na ACD e 44% das pessoas não tinham ouvido falar.

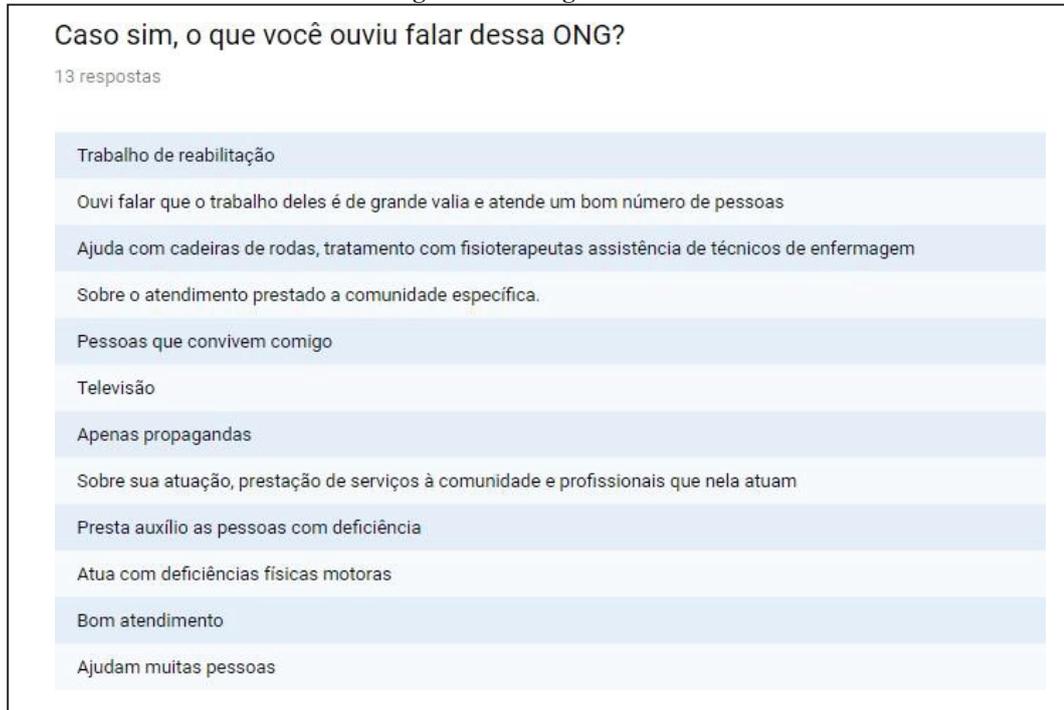
Figura 37 - Pergunta 14



Fonte: Elaborada pelos autores (2019).

Na Figura 38, percebemos que das 13 respostas.

Figura 38 - Pergunta 15



Fonte: Elaborada pelos autores (2019).

Na Figura 39, 48% das pessoas apoiam com trabalho voluntário, 12% das pessoas apoiam com dinheiro, 62% das pessoas apoiam com doações e 4% das pessoas não apoiam.

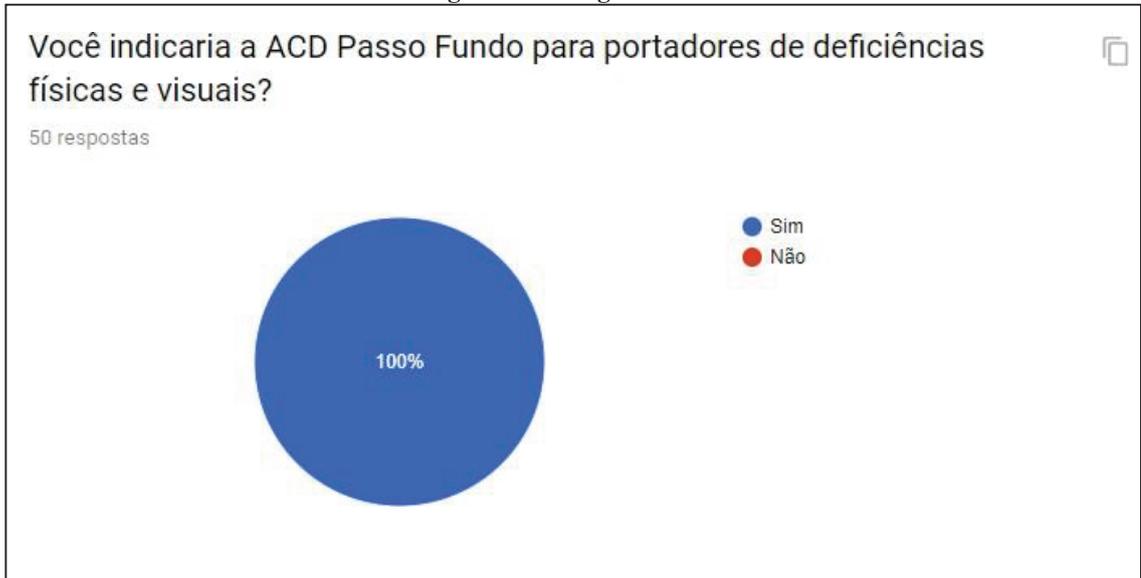
Figura 39 - Pergunta 16



Fonte: Elaborada pelos autores (2019).

De acordo com a Figura 40, 100% das pessoas indicariam ACD.

Figura 40 - Pergunta 17



Fonte: Elaborada pelos autores (2019).

4. PLANEJAR A CAMPANHA

4.1 Diagnóstico Inicial

A ACD Passo Fundo (Associação Crista de Deficientes Físicos e Visuais), é uma associação presta serviços de fisioterapia, para reabilitação física, psíquica e social para seus usuários. Além da fisioterapia, que é o principal serviço prestado, a associação oferece outros serviços e especialidades médicas, além de serviços de prótese e órtese, terapia ocupacional e grupos de apoio.

A instituição está bem estruturada em suas instalações físicas, presta um serviço completo para os usuários e é de grande impacto na sociedade, de forma totalmente gratuita, atendendo mais de 95 municípios, recebendo recursos financeiros do SUS (Sistema Único de Saúde) e da prefeitura de Passo Fundo.

Em contrapartida, a instituição não possui nenhuma comunicação, e está localizada em uma região não centralizada, fazendo com que a população passo-fundense não conheça a ACD. Outro problema detectado foi referente a alguns problemas de acessibilidade na estrutura física da instituição, que acaba dificultando o acesso dos deficientes físicos.

4.2 Posicionamento atual de comunicação

A associação possui uma ótima reputação perante seus pacientes e seus familiares, quanto a seus serviços e atendimento, porém sua imagem está vinculada a outra instituição, a AACD (Associação de Assistência à Criança Deficiente), instituição reconhecida nacionalmente e que possui aval de artistas e famosos.

4.3 Posicionamento pretendido da comunicação

Em resumo, a instituição deseja ser reconhecida como: uma instituição que auxilia na reabilitação de pessoas com deficiências, de forma gratuita, a fim de melhorar a qualidade de vida dessas pessoas.

4.4 Verba de campanha

A ACD Passo Fundo está estabilizada financeiramente e não possui dificuldade nestas questões, mesmo assim o grupo do projeto experimental do curso de Publicidade e Propaganda se disponibiliza a ir atrás e produzir ao que está ao alcance do mesmo e a conceder o material desenvolvido para a campanha de comunicação da instituição, sem cobrar custos nenhum. A instituição só terá custos com o que achar que deve realizar e o que não estiver ao alcance do grupo como anunciar nas rádios.

4.5 Estratégias da campanha

Com a campanha, a associação visa: aumentar o número de atendimentos em 5%; aumentar em 50% o número de associados; aumentar o engajamento com o público interno e com os beneficiários; tornar-se uma marca lembrada pelos serviços que presta; e tornar-se referência no atendimento a deficientes físicos atingindo o nível de excelência nos serviços prestados.

Foram adotadas como estratégias para a campanha: a realização de uma campanha institucional, a fim de direcionar a todos os públicos da campanha, assim propagar conhecimento sobre a marca e os seus serviços. Além de um planejamento estratégico para a comunicação digital que levará conhecimento sobre a marca, essa etapa irá interagir e levar informações e acontecimentos para o público alvo.

Além do website que será um recurso para diferentes públicos, que terão a possibilidade de busca informações, sobre essa instituição.

Já as ações de endo marketing, buscam melhorar o relacionamento do público interno da instituição e gerar uma sensação de pertencimento à instituição; e novas aplicações da identidade da marca, a fim de padronizar aplicações da mesma.

4.6 Táticas e plano de mídia da campanha

Foram definidas táticas para as estratégias anteriormente apresentadas, e estão apresentadas no Quadro 7:

Quadro 7 - Planejamento de Mídia

(continua)

<p>4.3.1</p> <p>institucional</p>	<p>Campanha</p>	<p>PLANEJAMENTO DE MÍDIA</p>
<p>Audiovisual</p> <p>Vídeo Institucional</p> <p>O vídeo institucional será uma pequena apresentação do trabalho da ACD, onde contará a história de uma instituição que propõem auxílio e reabilitação a deficientes físicos e visuais em passo fundo.</p>		
<p>4.3.1.1 Mídia Sonora</p> <p>Spot para Rádio</p> <p>O spot para a rádio é uma comunicação institucional, com o objetivo de propagar e divulgar a instituição e os serviços que a mesma presta.</p>		
<p>4.3.1.1.1 Radio Uirapuru</p> <p>4.3.1.1.2 Mais Nova FM</p> <p>4.3.1.1.3 Atlântida</p> <p>4.3.1.1.4 Diário FM</p>		
<p>4.3.1.2 Mídia Impressa</p> <p>Folder</p> <p>O folder terá o intuito de informar aos usuários dos serviços e interessados, sobre os tipos de atendimento e horários de funcionamento.</p>		
<p>4.3.2 Planejamento Comunicação Digital</p> <p>4.3.2.1 Redes Sociais</p> <p>Facebook</p> <p>Neste meio será realizada uma comunicação institucional da marca, além de uma comunicação informativa aos usuários da instituição e as pessoas que têm interesse nos serviços,</p>		
<p>Instagram</p> <p>Será um novo meio de comunicação da Instituição tendo em vista que não existe um Instagram da instituição, então neste será realizado uma comunicação institucional de lembrança de marca e também informativa e de interação com o público.</p>		
<p>4.3.2.2 Site</p> <p>O site é a principal ferramenta da comunicação institucional, e com isso será um meio de informar o público sobre o seu serviço, além de apresentar a instituição ao público geral.</p>		

Quadro 7 - Planejamento de Mídia

(conclusão)

<p>4.3.3 Endomarket ing</p> <p>4.3.3.1 Reconhecimento de funcionários Postagens nas páginas das redes sociais e no jornal interno sobre os funcionários, suas formações e novas conquistas, novas formações, entre outros.</p> <p>4.3.3.2 Jornal interno Veiculação de Jornal Interno bimestral com informações sobre os acontecimentos da ACD, eventos, entre outras informações que sejam necessárias de comunicar aos funcionários e associados.</p> <p>4.3.3.3 Brindes Confeção de botons para celular para funcionários e associados, e outros brindes e material de escritório para utilização e sorteio, distribuição. Sugestão de brindes: caneta, régua, bloco de notas, chaveiro, calendário de mesa e mousepad.</p> <p>4.3.4 Identidade Visual Todo material de identidade visual, é uma maneira de reforçar a identidade da marca, seja para os usuários quanto para terceiros, tendo em vista a circulação dos materiais através dos usuários.</p> <p>4.3.4.1 Material Impresso Cartão de visitas Prontuário atendimento Receituário</p> <p>4.3.4.2 Cartão fidelidade O cartão Fidelidade da ACD será destinado aos associados, que com esse cartão além de se identificarem serão participantes de atividades diferenciadas, cedidas pela ACD. Os materiais impressos são para identidade da marca, para propagação da marca.</p>

Fonte: Elaborado pelos autores (2019).

4.7 Cronograma da campanha

Foi elaborado um cronograma (Quadro 8) para realização das táticas propostas, contemplando um período de 12 meses, pensado para realização no ano de 2020.

As atividades que contemplam todos os meses do ano, necessitam de um detalhamento e cronograma específicos, e dependem também do andamento da atividade ao longo do ano.

Quadro 8 - Cronograma da Campanha

LEGENDA		OUT	NOV	DEZ	JAN	FEV
C	Criação					
P	Produção					
V	Veiculação					
Campanha Institucional						
Vídeo Manifesto		C	P	V	V	V
Vídeo Institucional		C	P	V	V	V
Spot Rádio		C	P	V	V	V
Folder		C/P	V	V	V	V
Planejamento de Comunicação Digital						
Facebook		C/P	V	V	V	V
Instagram		C/P	V	V	V	V
Site		C	P	V	V	V
Endomarketing						
Reconhecimento		C/P	V	V	V	V
Jornal Interno		C	P	V	V	V
Identidade Visual						
Material Impresso		C	P	V	V	V
Sinalização Interna		C	P	V	V	V

Fonte: Elaborado pelos autores (2019).

4.8 Orçamento da campanha

O orçamento abaixo apresentado (Quadro 9), foi elaborado com base nas atividades de todo o período compreendido pelo cronograma. Os custos de criação, que em grande parte dos itens está com valor zerado, referem-se ao serviço prestado pelo presente grupo, porém, se fosse mensurado, seu valor seria em torno de R\$ 7.000,00, compreendendo todas as atividades que já foram e ainda serão desenvolvidas até a conclusão deste.

Quadro 9 - Orçamento da Campanha

Item	Custo Criação	Custo Produção	Custo Veiculação	Custo Total
Campanha Institucional				
Vídeo Manifesto	R\$ 0,00	R\$ 5.000,00	R\$ 0,00	R\$ 5.000,00
Vídeo Institucional	R\$ 0,00	R\$ 5.000,00	R\$ 0,00	R\$ 5.000,00
Spot Rádio	R\$ 0,00	R\$ 500,00	R\$ 10.000,00	R\$ 10.500,00
Folder (8.000 um)	R\$ 0,00	R\$ 1.800,00	R\$ 0,00	R\$ 1.800,00
Outdoor (3 un)	R\$ 0,00	R\$ 1.350,00	R\$ 4.000,00	R\$ 5.350,00
Planejamento de Comunicação Digital				
Facebook	-	-	-	R\$ 6.000,00
Instagram	-	-	-	R\$ 6.000,00
Site	R\$ 0,00	R\$ 1.600,00	R\$ 1.000,00	R\$ 2.600,00
Endomarketing				
Pesquisa Satisfação	R\$ 0,00	R\$ 500,00	-	R\$ 500,00
Reconhecimento	R\$ 0,00	R\$ 1.200,00	-	R\$ 1.200,00
Jornal Interno	R\$ 1200,00	R\$ 2.400,00	-	R\$ 3.600,00
Brindes	R\$ 0,00	R\$ 5.000,00	-	R\$ 5.000,00
Identidade Visual				
Material Impresso	R\$ 0,00	R\$ 6.000,00	-	R\$ 6.000,00
Sinalização Interna	R\$ 0,00	R\$ 3.000,00	-	R\$ 3.000,00
Envelopamento	R\$ 0,00	R\$ 1.500,00	-	R\$ 1.500,00
Total				R\$ 63.050,00

Fonte: Elaborado pelos autores (2019).

4.9 Alinhamento do Público-alvo

Inicialmente, para definição do posicionamento pretendido, foram definidos os públicos- alvo da campanha, ficando definidos três públicos principais que se desejam atingir.

O público primário, é composto pelos propagadores da instituição, que não necessitam os serviços, mas podem conhece-los e indica-los caso saibam de alguém que necessite, e é composto por adultos de ambos os sexos, com idades entre 25 e 50 anos, moradores de Passo Fundo, e são pessoas que se sensibilizam e são engajadas em causas sociais.

Foram definidos somente os moradores de Passo Fundo para o público primário, mesmo a ACD atendendo mais de 95 municípios, pois o objetivo principal da campanha é gerar o conhecido da instituição e seus serviços para os passo-fundenses, e os atendimentos provenientes de outros municípios, em sua maioria são encaminhados pelas Secretarias de Saúde de tais municípios.

O público secundário, por sua vez, é composto pelo público interno da instituição, ou que possui potencial pra se tornar beneficiado pelos serviços. Este público abrange adultos de 18 a 45 anos, moradores de Passo Fundo e da 6ª e 11ª CRS (Coordenadoria Regional de Saúde), pertencentes a classe média baixa e são pessoas que necessitam ou já usam os serviços prestados pela ACD.

O terceiro público é composto pelos funcionários e associados da instituição, compreendendo adultos de ambos os sexos de 20 a 40 anos, e é variado e possui diversos perfis, abrangendo desde profissões braçais a profissões ligadas a intelectualidade, dos mais diferentes níveis de escolaridade.

A instituição busca atingir 50 mil pessoas com a campanha, levando a conhecimento destes, os serviços prestados e a qualidade e satisfação dos beneficiados.

4.10 Pesquisa de referências

É preciso inspiração na etapa da criação e produção da campanha, por tanto usamos à pesquisa de referência de outras instituições, analisando os aspectos referidos às cores, estruturas, sites, textos e imagens. Assim facilitando e dando impulso maior para parte de criação, e conseguindo acertar na mensagem que queremos repassar ao nosso público.

Tendo em vista que a instituição já possui um logotipo e cores (azul e branco) que já estão bem definidas pela mesma e que não se pretende alterar, dando grande relevância na parte de criação a essa questão, semelhante à da AMR (Associação Mineira de Reabilitação).

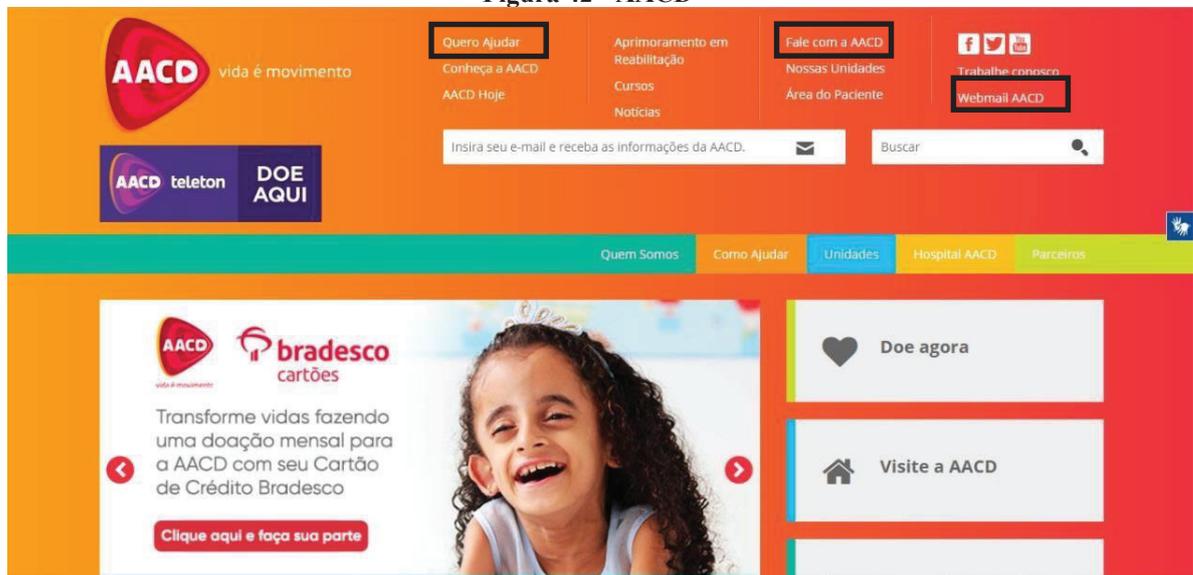
Figura 41 - AMR



Fonte: Site AMR (2019).

Outra parte da comunicação é a forma das organizações se relacionarem e se comunicarem com seus clientes no modo on-line, forma em que se situa nos sites, por exemplo, e como são oferecidos estes serviços, como é possível perceber no topo site da AACD (Associação de Assistência à Criança Deficiente).

Figura 42 - AACD



Fonte: Site AACD (2019).

Figura 43 - ONG Amor



Fonte: Site ONG Amor (2019).

A ONG amor na sua comunicação utiliza no topo do seu site as opções de como ser voluntario e doações, e é um diferencial no que se diz respeito a esta instituição. No site há opções da pessoa se tornar um voluntario ou um doador. Um aspecto que pode ser pensando a vir trabalhar com esta comunicação no que se diz respeito a pessoas voluntaria.

Logo segue um post da ONG Amor que serviria também como, por exemplo, capa de Facebook, divulgando a instituição, e olhando as imagens já é possível perceber do que se trata.

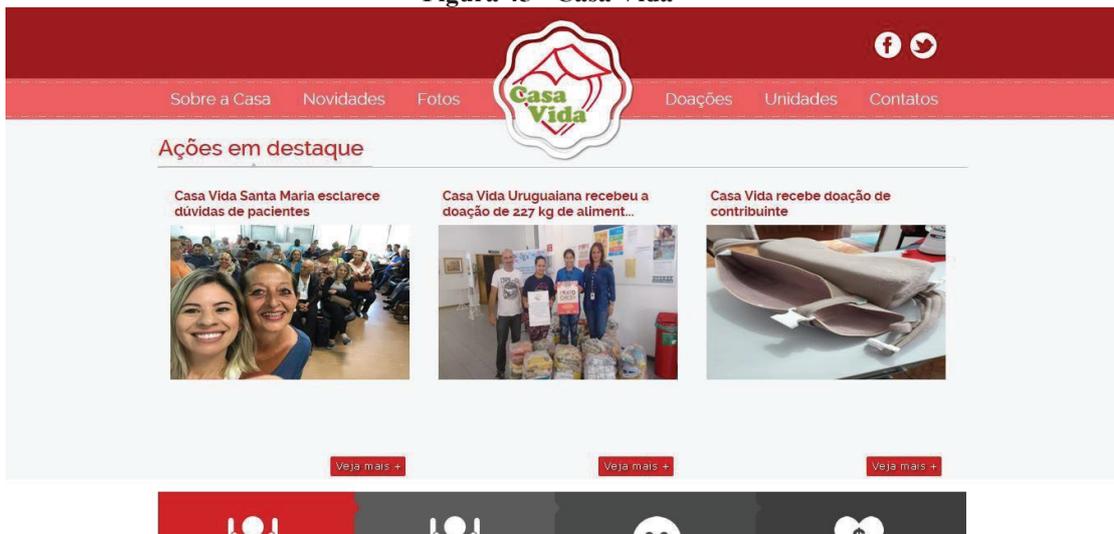
Figura 44 - Post da ONG Amor



Fonte: Site ONG Amor (2019).

Outra questão de grande relevância é o quesito quem somos que na maior parte dos sites aparece logo em cima, uma forma do público conhecer e se inteirar da empresa/instituição exemplo da ONG Amor que utiliza esta forma assim informando que ONG é essa e que trabalho a mesma realiza. Assim como a Casa Vida, como mostra a Figura 45, e utilizando uma forma fácil de interação com a mesma, divulgando também suas redes sociais.

Figura 45 - Casa Vida



Fonte: Site Casa Vida (2019).

Em seguida segue um print de um vídeo (Figura 46) que chama atenção para os diversos tipos de deficiências e as situações “cômicas” que essas pessoas passam, mas que para elas não são assim. O título do vídeo é “Dê uma ajudinha a si mesmo, reveja seus conceitos - Deficiência Intelectual LEG” e está disponível no YouTube através do seguinte link: <https://www.youtube.com/watch?v=vfGBuSeP8a0>.

Figura 46 - “Dê uma ajudinha a si mesmo, reveja seus conceitos - Deficiência Intelectual LEG”



Fonte: Reprodução YouTube (2019).

Abaixo segue, na Figura 47, uma publicação no Facebook da AACD, um vídeo que mostra relato da pessoa que utiliza dos serviços da instituição, ela conta como foi mudar sua vida e como foi impactante, relata um pouco da sua história.

Figura 47 - Publicação no Facebook da AACD



AACD
24 de novembro às 10:30 · 🌐

O Adriano viu a realidade mudar depois que sofreu complicações de uma cirurgia bariátrica, mas nunca abandonou sua paixão pela música. Saiba como o caminho dele cruzou o da AACD na série "Histórias de Vida".

Assista junto com amigos ou com um grupo [Iniciar watch party](#)

👍❤️😭 210 15 comentários 36 compartilhamentos

Fonte: Facebook AACD (2019).

5 CRIAR E PRODUZIR A CAMPANHA

5.1 Método e técnica de criação

Foi utilizada a técnica de *brainstorming*, onde o grupo se reuniu, e cada participante pode sugerir suas ideias para a campanha. Após a exposição das ideias, o grupo definiu as ideias que melhor se adaptavam a necessidade da instituição, e as viáveis para produção.

5.2 Peça conceito final

A peça conceito foi elaborada pensando na integração do real com a fantasia, para assim demonstrar que ACD pode fazer com que o paciente conquiste o que parece inicialmente impossível.

A Figura 48 representa um card para Facebook que contaria com o seguinte texto de apoio: “Já pensou que a vida muitas vezes dá uma pausa? Comece acreditando que é possível com ACD. Saiba mais sobre os serviços em www.acdpassofundo.com.br”.

Figura 48 - Peça pré-teste



Fonte: Elaborada pelos autores (2019).

5.3 Peças da campanha

O conceito da campanha se constitui na composição de algumas peças que remetem tanto a imaginação quanto o conceito de suporte e poder, ou seja, a função da ACD prestar suporte assistência e reabilitação.

O *slogan* “Comece acreditando, que é possível” é com o objetivo de fazer com o começo de um tratamento, faça parte de um processo de reabilitação, onde a autoestima e empoderamento de si sejam fundamentais para um começo ou um recomeço na vida de um usuário, além da assistência da ACD. Ou até mesmo podendo fazer relação do material gráfico com as próteses e órtese e equipamento de auxílio que ACD produz e disponibiliza aos usuários. Foram desenvolvidas quatro campanhas, a fim de atender as necessidades comunicacionais da ACD, sendo elas: campanha institucional, planejamento de comunicação digital, Endomarketing e identidade visual.

5.3.1 Campanha Institucional

A campanha institucional é composta por um vídeo institucional, um spot para rádio e um folder, através do quais, deseja-se ampliar o reconhecimento da marca, a essência da marca e os serviços prestados a comunidade

5.3.1.1 Vídeo Institucional

Através do vídeo institucional deseja-se demonstrar um pouco dos serviços prestados pela instituição, que contará com a história de uma instituição que propõe o auxílio e reabilitação a deficientes físicos e visuais de Passo Fundo.

No quadro 10, encontra-se o roteiro estruturado deste vídeo, e no Pencilcard anexo a este trabalho, encontra-se o vídeo na íntegra (ANEXO PENCARD 02).

Quadro 10 – Roteiro Vídeo Institucional

VIDEO	AUDIO
O vídeo inicia mostrando a faixada da ACD, e uma van entra no local	Off: Desde da década de 80, a ACD, Associação Cristã de deficientes Físicos e visuais vem desenvolvendo um trabalho de reabilitação, em passo fundo. Atendendo mais de 95 municípios.
Em seguida é mostrada então pernas de uma mulher empurrando um cadeirante em direção a porta	

<p>Na sequência então é mostrado uma funcionaria ao computador, em desfoque. Onde um close é dado até um quadro ao fundo com uma frase motivacional.</p>	<p>Proporcionando um recomeço na vida de seus usuários, através de um atendimento multiprofissional. Hoje a ACD conta com mais de 50 colaboradores, que prestam atendimento nas mais diversas áreas como: Psicólogo, Fisioterapeuta, fonoaudiólogo, neurologista, ortopedista e nutricionista além de oftalmologista, dentista e assistente social. Um centro especializado que conta com técnicos capacitados para produção de órteses, próteses e meios auxiliares de locomoção.</p> <p>A ACD sente-se honrada em ter feito parte da vida de mais de 123 mil usuários, no último ano, crianças, jovens e adultos. Auxiliando na reabilitação física e na qualidade de vida. Atendendo à pessoas com deficiências físicas e visuais, sendo elas temporárias ou permanentes.</p> <p>ACD, comece acreditando que é possível</p> <p>ASSINATURA:</p> <p>Associação Cristã de Deficientes físicos e visuais de Passo Fundo</p>
<p>Um menino pequeno, com óculos azuis, em atendimento com uma médica, eles brincam com círculos coloridos.</p>	
<p>Em seguida um senhor mais de idade fazendo fisioterapia com equipamentos, com auxílio de dois profissionais</p>	
<p>Em seguida mãos massageando ombros.</p>	
<p>Profissional em atendimento, sorrindo e mostrando alegria ao atender, em seguida ela brinca com menino pequeno.</p>	
<p>Sequência de profissionais, em atendimento.</p>	
<p>Imagens da produção de órteses e prótese e os meios auxiliares expostos no local.</p>	
<p>Cena em que volta para a recepção, plano geral, plano fechado na atendente.</p>	
<p>Então homem de cadeira de rodas passa, em seguida plano fechado nas suas mãos conduzindo a cadeira.</p>	
<p>Nova sequência de 2 atendimentos</p>	
<p>Finaliza com imagem de menino sorrindo, então se dissolve a logo marca da instituição.</p>	

Fonte: Elaborado pelos autores (2019).

5.3.1.2 Spot para Rádio

Foi elaborado um spot para veiculação no rádio, com o objetivo de propagar e divulgar a instituição e os serviços que a mesma presta. Foram definidas as emissoras para veiculação do spot, sendo elas: Radio Uirapuru, Mais Nova FM, Atlântida e Diário FM.

Abaixo (Quadro 11) encontra-se o texto do spot e no Pencilcard anexo a este trabalho, encontra-se o arquivo em áudio (ANEXO PENCARD 03).

Quadro 11 - Roteiro spot rádio

Locução	Técnica
<p>Loc. (voz masculina): Desde da década de 80, a ACD, Associação Cristã de deficientes Físicos e visuais vem desenvolvendo um trabalho de reabilitação, em passo fundo. Atendendo mais de 95 municípios, proporcionando um recomeço na vida dos seus usuários. Um centro especializado, que oferece atendimento multiprofissional. ACD, comece acreditando que é possível</p>	<p>Trilha emotiva ao fundo</p>

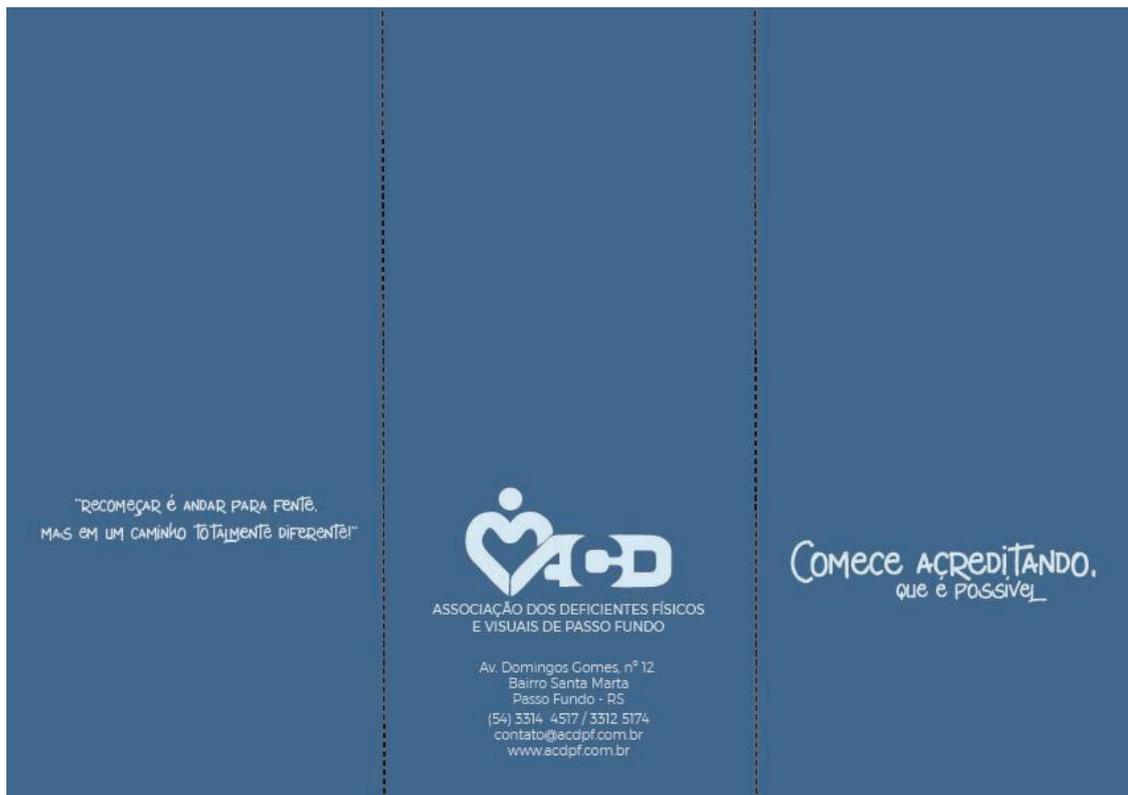
Fonte: Elaborado pelos autores (2019).

5.3.1.3 Folder

O folder, tem o intuito de informar os usuários sobre dos serviços, interessados e potenciais clientes, sobre os tipos de atendimentos realizados e algumas informações sobre a instituição.

O layout do folder encontra-se apresentado nas figuras abaixo (Figuras 49 e 50) e o modelo impresso do mesmo encontra-se na caixa entregue juntamente com o presente projeto.

FIGURA 49 - FOLDER FRENTE



Fonte: Elaborado pelos autores (2019).

FIGURA 50 - FOLDER VERSO

A ACD

ACD desde 1983 está empenhada em desenvolver um trabalho de reabilitação a deficientes físicos e visuais, proporcionando um começo no desempenho físico, psicológico e social.

Atendemos crianças, jovens e adultos com deficiência física e qualquer tipo de necessidade. Visamos em oferecer atendimento completo, desde consultas, terapias para reabilitação tecnológicas e avançadas e terapias especializadas são diferenciais que contribuem para a evolução dos tratamentos. Além de desenvolver órteses e próteses com alta tecnologia.

A ACD é um recomeço na vida de mais de 1200 pessoas da região macro do Rio Grande do Sul, com os mais variados atendimentos. Nossos pacientes e associados espalham sorrisos pela ACD, trabalhamos para que eles continuem superando cada vez mais desafios.



Nossos Serviços

A fisioterapia é o principal serviço prestado pela ACD, possuindo um centro exclusivo para atendimento a fisioterapia (localizado na filial), além dos atendimentos realizados na matriz da ACD.



Outro serviço prestado, é o de Terapia Ocupacional, buscando a implementação e melhoria na rotina dos pacientes que possuem alguma limitação física.




A ACD conta também com serviços médicos especializados para os pacientes, sendo eles, dentista, neurologista, oftalmologista e ortopedista, além de possuir técnicos capacitados para serviços de osteosista e protesista e meios auxiliares de locomoção.



A ACD oferece ainda, os serviços de psicóloga, fonoaudióloga e assistente social, realizando atendimentos cognitivos aos pacientes.

Fonte: Elaborado pelos autores (2019).

5.3.2. Planejamento de Comunicação Digital

Para a comunicação digital foram definidas como Redes Sociais o Facebook e Instagram. O Facebook foi escolhido devido a se tratar da rede social mais utilizada no Brasil, e a instituição já possuir uma *fanpage*, já o Instagram, devido a ser umas das redes que apresentou um alto crescimento em sua utilização. Além das Redes Sociais, será dado andamento ao site, que hoje encontra-se parado e desatualizado.

5.3.2.1. Facebook

No Facebook serão postados conteúdo referentes a comunicação institucional, como o vídeo institucional anteriormente apresentado (item 5.4.1.1), além de postagens informativas aos usuários da instituição e público de interesse.

Nas figuras abaixo é possível observar alguns modelos de publicação (Figuras 51 e 52), como também uma visão geral da fanpage (Figura 53), criados para a instituição.

FIGURA 51 - PUBLICAÇÃO FACEBOOK 01



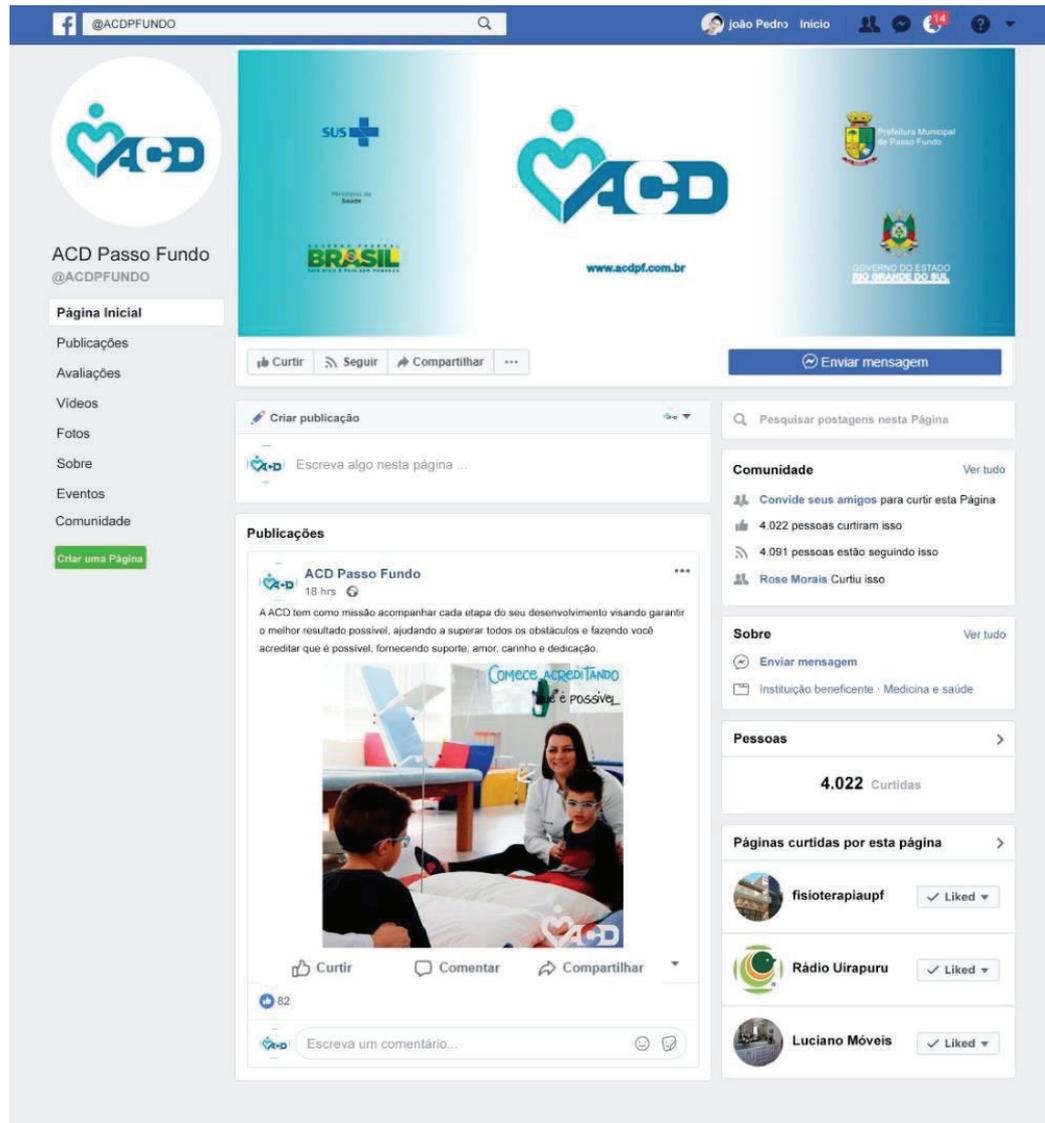
Fonte: Elaborado pelos autores (2019).

FIGURA 52 - PUBLICAÇÃO FACEBOOK 02



Fonte: Elaborado pelos autores (2019).

FIGURA 53 - FANPAGE FACEBOOK



Fonte: Elaborado pelos autores (2019).

Foram desenvolvidas outras publicações, porém devido a inviabilidade de reproduzir toda neste trabalho impresso, as mesmas encontram-se anexas ao Pocard (ANEXO PENCARD 04).

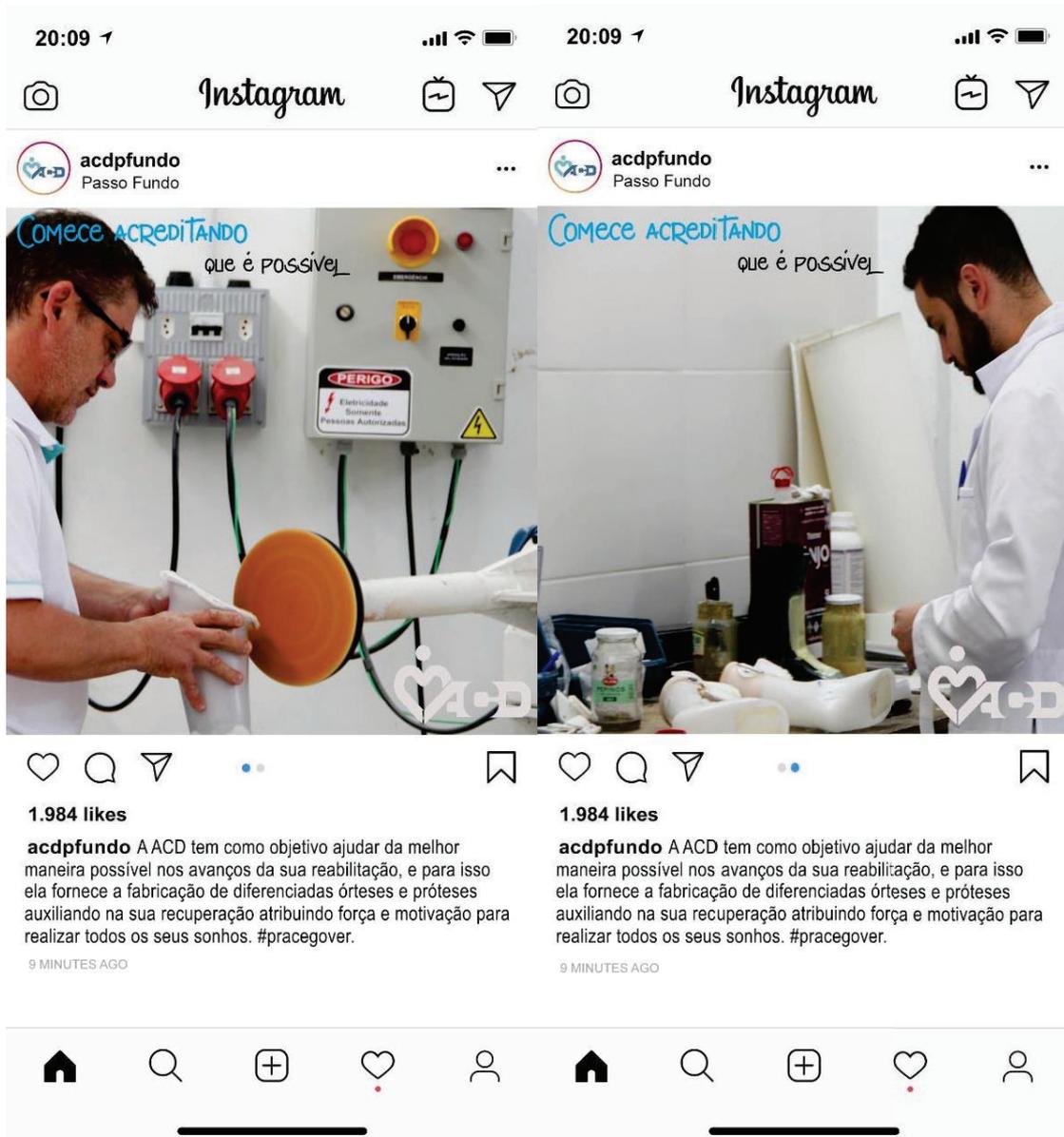
5.3.2.2. Instagram

Será um novo meio de comunicação da Instituição tendo em vista que não existe um Instagram da instituição, então neste será realizado uma comunicação institucional de lembrança de marca e também informativa e de interação com o público.

Nas figuras abaixo (Figuras 54, 55) é possível observar alguns modelos criados para a instituição, nesta parte impressa, não foram expostas todas as publicações produzidas, devido a inviabilidade do tamanho do material, porém, estas se encontram disponíveis no Pencil – Anexo 4.

Juntamente no anexo 4 do Pencil, encontram-se stories em formato de vídeo, e um exemplo do perfil do Instagram.

FIGURA 54 - PUBLICAÇÃO PROTESES



Fonte: Elaborado pelos autores (2019).

FIGURA 55 - PUBLICAÇÃO SEMANA FARROUPILHA



Fonte: Elaborado pelos autores (2019).

A figura 55 acima apresentada, por se tratar de um carrossel de imagens, não é possível ser reproduzida neste documento, porém as demais imagens de *mockup*, encontram-se no Pencilcard

- Anexo Pencilcard 05.

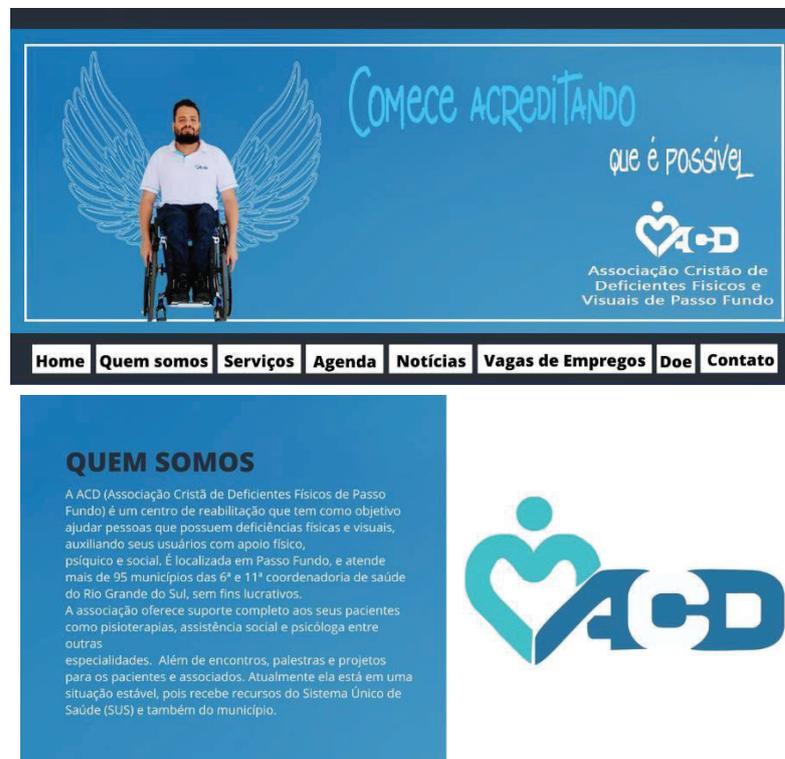
5.3.2.3. Site

O site é uma das principais ferramentas da comunicação institucional, e com isso será um meio de informar o público sobre o seu serviço, além de apresentar a instituição ao público geral.

Na figura 56 é demonstrado uma sugestão de modelo de layout para o site da instituição.

FIGURA 56 – SITE

(continua)



SERVIÇOS



AGENDAMENTO DE CONSULTA

Nome Completo:

Idade:

Telefone:

Endereço:

Cidade:

Área:

ENVIAR

NOTÍCIAS



FIGURA 57 – SITE

(conclusão)

VAGAS DE EMPREGOS

- Analista de sistemas sênior - desenvolvimento foxpro visual linx- PCD;
- Auxiliar administrativo- PCD;
- Assistente administrativo em vendas- PCD.

Mande um e- mail para acd@gmail.com, que divulgamos a vaga de emprego nas nossas redes sociais e site.



DOE

Você pode fazer doações mensais à A ACD por meio de cartão de crédito, cartão de débito, depósito em conta ou boleto bancário. Contribua com o valor que desejar e ajude a A ACD a garantir atendimento de excelência a milhares de pacientes!

CLIQUE AQUI E FAÇA A SUA DOAÇÃO.

Se preferir fazer um depósito em conta bancária, é preciso que seja utilizada a opção de Depósito Identificado (DI).

ACD- Associação Cristã de Deficientes Físicos de Passo Fundo
CNPJ: 000.000.000.0

SEJA UM ASOCIADO



ACESSE

 [acdpfundo](#)

 [acdpfundo](#)

 acd@gmail.com

 (54) 3312. 5174

Avenida Domingos Gomes, 12- Bairro Santa Marta- Passo Fundo- RS

Fonte: Elaborado pelos autores (2019).

5.3.3. Endomarketing

São sugeridas algumas ações de endomarketing, com a finalidade de integrar mais o público interno com a instituição e dar-lhes um ar de pertencimento a mesma. Foram definidas como ações de endomarketing: postagens de reconhecimento de funcionários, jornal

informativo interno e brindes.

5.3.3.1. Reconhecimento de Funcionários

Postagens nas páginas das redes sociais e no jornal interno sobre os funcionários, suas formações e novas conquistas, novas formações, entre outros.

Para exemplo neste trabalho, foi criado um vídeo com funcionários contando um pouco de sua trajetória na instituição, o mesmo, está disponível em arquivo de vídeo no Pencard (ANEXO PENCARD 06).

5.3.3.2. Jornal Informativo Interno

Veiculação de Jornal Interno bimestral com informações sobre os acontecimentos da ACD, eventos, entre outras informações que sejam necessárias de comunicar aos funcionários e associados.

Dentro do Jornal, será utilizada também, outra ferramenta para aumentar a integração dos funcionários com a empresa através do endomarketing, a publicação de datas de aniversários de funcionários e associados.

Foram criadas apenas algumas notícias, pois a confecção total do jornal, demanda um relatório da instituição, o que não pode ser obtido, devido à falta de tempo hábil, porém, foi utilizado um gerador de texto, a fim de melhor visualizar a diagramação do texto no mesmo.

A representação do jornal é demonstrada nas figuras abaixo (Figuras 57 e 58), e sua versão impressa encontra-se na caixa entregue juntamente com este projeto.

5.3.3.3. Brindes

Confecção de botons para celular para funcionários e associados, e outros brindes e material de escritório para utilização e sorteio, distribuição. Como sugestão de brindes foram adotados: caneta (Fígura 59), bloco de notas (Fígura 62), chaveiro (Fígura 60), calendário de mesa (Fígura 63), caneca (Fígura 64), suporte para celular (Figura 61) e pencard.

Para uma melhor visualização, foram criados *mockups* para demonstrar melhor o layout desenvolvido para os brindes, as quais estão disponíveis abaixo (Figuras 59 a 64). Alguns destes brindes (pencard, bloco de notas, suporte para celular), encontra-se em sua versão finalizada, dentro da caixa entregue juntamente com este projeto.

Figura 59 - Caneta



Fonte: Elaborada pelos autores (2019).

Figura 60 – Chaveiro



Fonte: Elaborada pelos autores (2019).

Figura 61 – Suporte de Celular



Fonte: Elaborada pelos autores (2019).

Figura 62 – Bloco de Anotações



Fonte: Elaborada pelos autores (2019).

Figura 63 – Calendário 2

Fonte: Elaborada pelos autores (2019).

Figura 64 – Caneca

Fonte: Elaborada pelos autores (2019).

5.3.4. Identidade Visual

Todo material de identidade visual, é uma maneira de reforçar a identidade da marca, seja para os usuários quanto para terceiros, tendo em vista a circulação dos materiais através dos usuários.

Foram confeccionados para Identidade Visual: cartão de visitas (Figura 65); receituário para médicos (Figura 66) e crachá (Figura 67), além de um cartão para que os pacientes saibam seus próximos dias de consulta (Figura 68). Todos estes materiais encontram-se impressos e disponíveis na caixa entregue junto com este projeto.

Figura 65 – Cartão de visitas



Fonte: Elaborada pelos autores (2019).

Figura 60 – Receituário Médico



Fonte: Elaborada pelos autores (2019).

Figura 617 - Crachá



Fonte: Elaborada pelos autores (2019).

Figura 68 – Cartão de consultas



Fonte: Elaborada pelos autores (2019).

Foram elaboradas também placas para sinalização interna (Figuras 69 e 70), as quais deverão ser estruturadas de acordo com as necessidades. Inicialmente foram desenvolvidas as placas para banheiros (Figura 69) e sinalização para portas (Figura 70).

Figura 69 – Placa banheiro



Fonte: Elaborada pelos autores (2019).

Figura 70 – Porta Consultório

Fonte: Elaborada pelos autores (2019).

A seguir segue o cartão Fidelidade da ACD será destinado aos associados, que com esse cartão além de se identificarem serão participantes de atividades diferenciadas, cedidas pela ACD.

Figura 71 – Cartão frente

Fonte: Elaborada pelos autores (2019).

Figura 72 – Cartão verso

Fonte: Elaborada pelos autores (2019).

6 RELATÓRIO DO PROJETO EXPERIMENTAL

É válido citar que o projeto experimental do curso de publicidade do último semestre já é temido, quando chega na hora que os alunos devem escolher os grupos todo mundo se olha e pensa, com que será que vai dar certo, e que vai ajudar e não só estar presente, ai já começa a tensão pré-projeto e conosco não foi diferente.

O grupo que fizemos parte não começou do nada, já faz alguns semestres que estamos juntos, então se tornou um pouco mais tranquilo. Chegamos à parte que deveríamos escolher uma instituição, mas não queríamos qualquer uma e nem que já tivesse feito parte de algum projeto experimental, queríamos algo que nos desafiasse. Tivemos algumas, mas não muitas opções, até surgir a ACD, até por que um dos integrantes do grupo já frequentou a instituição, logo ficou um pouco mais fácil.

Após a escolha, começamos os trabalhos de forma bem organizada dividindo nosso grupo como se fosse uma agência. Amanda e Felipe com a parte de atendimento, Joziel e Luciele com a parte de criação e a Juliana com a parte de formatação, redação, até então nosso grupo conseguiu se manter focado e unido sem nenhuma discussão. Mas foi até o momento que começou o desespero da fazer o trabalho de conclusão de curso e o projeto experimental ao mesmo tempo, e ter tempo pra tudo que precisamos fazer. Então acabou que a divisão de tarefas teve que ser reorganizada.

Os dias iam se passando e cada vez tínhamos mais coisas pra serem feitas. Algumas etapas do trabalho deixamos um pouco a desejar, pois sabemos que poderíamos ter dado um pouco mais de nós, mas depois que passava a correria um pouco, corríamos atrás do que deixamos e fazíamos tudo que era necessário.

Ao chegar na parte do dia de ação e relatar um pouco sobre o mesmo, é relevante citar que foi o dia que tínhamos bastante para que tudo ocorresse bem e tudo desse certo, considerando como a parte do projeto que o grupo mais se uniu para conseguir que nosso objetivo fosse alcançado. Até o momento de realmente acontecer havia muito nervosismo, não havíamos conseguido ninguém para tocar e na última hora surgiu um que salvou nosso dia e foi maravilhoso. Para concluir, o dia de ação nos fez mudar a mentalidade que tínhamos, pensar no próximo e ver que ajudar não dói, as pessoas que estavam lá naquele dia, apenas no elogiavam e agradeciam pelo dia em proporcionamos a eles e isso foi gratificante, missão cumprida.

Não podemos dizer que foi tranquilo, alguns de nós perdemos algumas noites de sono,

algumas vezes deixávamos pra fazer a apresentação ou o que faltava um dia antes de entregar, mas nunca pensamos em desistir. Nosso grupo se manteve unido desde o início até o final. Com o passar da entrega do TCC, todos do grupo chegaram a comentar “agora estamos mais livres para fazer o que é preciso”. E assim, foi concluído nosso projeto experimental, com muita determinação por ambas as partes, e com muita força de vontade.

Conseguimos evoluir como seres humanos durante este período e agora estamos concluindo mais um etapa, que não foi fácil, mas que temos orgulho de dizer que demos o melhor que podíamos, durante as horas que nos dedicávamos a realizar este projeto e ir atrás do que era necessário.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A ACD (Associação Cristã de Deficientes Físicos e Visuais de Passo Fundo) é um centro de reabilitação que tem como objetivo ajudar pessoas que possuem deficiências físicas e visuais, auxiliando seus usuários com apoio físico, psíquico e social, desde 1983, com auxílio financeiro do sistema único de saúde e das prefeituras.

Após os alunos do Projeto Experimental do curso de Publicidade e Propaganda da Universidade de Passo Fundo procurarem mais informações e conhecimento sobre a instituição, realizadores deste trabalho, ações foram tomadas para entender como funcionava a ACD, quais as falhas que ela tinha e no que seria possível o projeto ajudá-la.

O trabalho foi dividido em partes, como entendimento e conhecimento da instituição, verificar as necessidades, planejamento, criação e também contou com o dia de ação realizado na própria instituição e com suporte dos funcionários.

Ao concluir este trabalho é possível perceber que foi alcançado seu objetivo inicial que era trazer visibilidade da instituição através das estratégias de criação e divulgação dos materiais desenvolvidos. Mesmo com muita angústia os integrantes deste grupo do projeto experimental realizaram o dia de ação executando seus objetivos, proporcionando uma experiência inexplicável e inesquecível aos envolvidos e assim motivando os associados e deixando a instituição visível.

O desenvolvimento do Projeto Experimental nesta instituição é justificável pelo quão é importante à visibilidade da mesma perante a sociedade passo-fundense. Trazendo também crescimento pessoal e profissionalmente para os realizadores e para os envolvidos.

É importante deixar claro que o que o grupo do projeto experimental encerrou até aqui não é o fim é apenas o começo de uma nova etapa para instituição e uma maneira de a mesma continuar motivada para continuar tornando a ACD visível e reconhecida por mais pessoas em outras campanhas, pois o grupo se deixa a disposição para a efetivação das estratégias usadas neste trabalho total ou parcial.

Conclui-se que a publicidade tem uma capacidade imensa de chegar e atingir as pessoas, e o quanto ela é importante e auxilia as instituições como a ACD. Através do conhecimento da instituição e realização das partes como planejamento, criação e produção da campanha, o projeto realizado na ACD concluiu seu objetivo, e se posiciona claramente sendo mais fácil o público de interesse ter maior visibilidade e para que seja possível a manutenção deste projeto dentro da instituição.

REFERÊNCIAS

- Associação Passofundense de Cegos – APACE. Disponível em: <http://apacepf.blogspot.com/>. Acesso em: 15/08/2019.
- Associação de Assistência à Criança Deficiente – AACD. Disponível em: <https://aacd.org.br/>. Acesso em: 23/08/2019.
- Associação Cristã de Deficientes de Passo Fundo – ACD Passo Fundo. Disponível em: <https://www.facebook.com/ACDPFUNDO/>. Acesso em: 23/08/2019.
- Associação de Assistência à Criança Deficiente – AACD – Ajude AACD. Disponível em: https://www.facebook.com/ajudeaacd/?tn=%2Cd%2CP-R&eid=ARAZnEdd1cC1JCpcc0y04ncrIScvRDTQ1iRc05nGMuPVETkmYyLI_V_y6sF-pQ9Btr7m2FI16UHWu0J. Acesso em: 02/09/2019.
- CASA VIDA - Amparo assistencial a pessoas em tratamento de saúde. Disponível em: <http://www.casavida.org.br/>. Acesso em: 10/09/2019.
- ONG AMOR (Razão Social Agentes do Amor Divino). Disponível em: <https://app.leadlovers.com/435a3ee/ong-amor/ong-amor>. Acesso em: 25/09/2019.
- A.M.R. Assistência Médica Regional. Disponível em: <https://www.amr.adm.br/>. Acesso em: 05/10/2019.

APÊNDICES

APÊNDICE A - Questionário para a entrevista com especialista

1. Nome/ Idade/ formação/ e área de atuação.
2. Qual principal atividade desenvolvida?
3. Quanto tempo está atuando na associação?
4. Relação com os pacientes.
5. Como se refere a eles?
6. O que está errado dentro da ACD?
7. Se pudesse melhorar, o que seria?
8. Como as pessoas próximas de você veem a ACD?
9. Como você queria que ela fosse vista?

APÊNDICE B – Modelo Aceite Organização



UNIVERSIDADE DE PASSO FUNDO
FACULDADE DE ARTES E
COMUNICAÇÃO CURSO DE
PUBLICIDADE E PROPAGANDA

TERMO DE ACEITE DO PROJETO EXPERIMENTAL

A instituição ACD Passo Fundo (Associação Cristã de Deficientes Físicos e visuais de Passo Fundo), manifesta interesse e aceita participar do Projeto Experimental de Comunicação, a ser desenvolvido pelos acadêmicos Amanda Peres, Felipe Beppler, Joziel Cenci, Juliana Sales e Luciéli Rodrigues, do curso de Publicidade e Propaganda da Universidade de Passo Fundo, sob a supervisão dos professores Ciro Eduardo Gusati, Lisiane Caroline Rodrigues Hermes e Olmiro Cristiano Lara Schaeffer.

A instituição firma seu compromisso com os acadêmicos, bem como se colocam a disposição para o fornecimento das informações necessárias para a realização do projeto ao longo da realização do mesmo (agosto a dezembro de 2019).

Passo Fundo, 15 de agosto de 2019.

Responsável pela ACD Passo

Fundo Nome:

CPF:

APÊNDICE C – Modelo Autorização Uso de Imagem



TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE USO DE IMAGEM

Neste ato, _____, nacionalidade _____, estado civil _____, portador da Cédula de identidade RG n°. _____, inscrito no CPF/MF sob n° _____, residente à Av/Rua _____, n°. _____, município de _____/Rio Grande do Sul. AUTORIZO o uso de minha imagem em todo e qualquer material entre fotos e documentos, para ser utilizada em campanhas promocionais e institucional do projeto experimental do Curso de Publicidade e Propaganda da Faculdade de Artes e Comunicação da Universidade de Passo Fundo, qual é desenvolvida na instituição da Associação Cristã de Deficientes Físicos e visuais de Passo Fundo, sejam essas destinadas à divulgação ao público em geral. A presente autorização é concedida a título gratuito, abrangendo o uso da imagem acima mencionada em todo território nacional e no exterior, das seguintes formas: (I) out-door; (II) busdoor; folhetos em geral (encartes, mala direta, catálogo, etc.); (III) folder de apresentação; (IV) anúncios em revistas e jornais em geral; (V) home page; (VI) cartazes; (VII) back-light; (VIII) mídia eletrônica (painéis, vídeo-tapes, televisão, cinema, programa para rádio, entre outros). Por esta ser a expressão da minha vontade declaro que autorizo o uso acima descrito sem que nada haja a ser reclamado a título de direitos conexos à minha imagem ou a qualquer outro, e assino a presente autorização em 02 vias de igual teor e forma.

_____, dia ____ de _____ de _____.

(assinatura)

Nome:

Telefone p/ contato: