

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

PROJETO EXPERIMENTAL DE PUBLICIDADE E  
PROPAGANDA:  
ASSOCIAÇÃO BENEFICENTE LAR DA CRIANÇA

Amauri Imbraim Martins Júnior  
Bruna Dill Pagliarini  
Carlos Matheus Baptista Xarão  
Jaqueline Aparecida Alves de Anhaya  
Júlia Elisabete Carraro  
Tailine Vial  
Vitória Dezorzi Gerevini

Passo Fundo

2019

Amauri Imbraim Martins Júnior  
Bruna Dill Pagliarini  
Carlos Matheus Baptista Xarão  
Jaqueline Aparecida Alves de Anhaya  
Júlia Elisabete Carraro  
Tailine Vial  
Vitória Dezorzi Gerevini

PROJETO EXPERIMENTAL DE PUBLICIDADE E  
PROPAGANDA:  
ASSOCIAÇÃO BENEFICENTE LAR DA CRIANÇA

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 Comunicação Social: Publicidade e Propaganda, sob orientação dos Prof. Ms. Ciro Eduardo Gusatti, Prof. Ms. Lisiane Caroline Rodrigues Hermes e Prof. Ms. Olmiro Cristiano Lara Schaeffer.

Passo Fundo

2019

Ajudar o próximo é uma atitude de amor que engrandece a alma de quem a pratica. Esse projeto é dedicado ao Lar da Criança de Erechim e à todas que as pessoas que doam um pouco de si para ajudar as crianças e adolescentes acolhidos pela instituição.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradecemos aos professores pelo desafio proposto, pois todos os obstáculos enfrentados servirão de experiência e lição no momento de encararmos o mercado de trabalho.

Ao Lar da Criança de Erechim, em especial a dona Edir e o seu Adoliran, que sempre receberam o grupo com muito carinho e atenção, permitindo que pudéssemos conhecer melhor a instituição e trabalhar com sua comunicação.

As empresas e pessoas que colaboraram com o projeto quando procurados, em destaque o Supermercado Triângulo que cedeu seu espaço para a realização do Dia de Ação e as pessoas que neste dia não hesitaram em ajudar o Lar, por menor que fosse a sua doação.

Enfim, agradecemos uns aos outros do grupo pelo comprometimento em darmos o melhor de nós para que esse projeto tomasse forma e por todos os momentos compartilhados neste final de jornada acadêmica.

*“Comece fazendo o que é necessário, depois o que é possível, e de repente você estará fazendo o impossível.” (São Francisco de Assis)*

## RESUMO

Transformar os obstáculos da vida em oportunidades para escrever um novo e feliz capítulo, faz parte do importante serviço que o Lar da Criança de Erechim presta a sua comunidade. Atuante desde 1980, o principal objetivo da organização é acolher crianças e adolescentes em situação de risco e vulnerabilidade social, mediante ordem de abrigo do Conselho Tutelar e Juizado da Infância e da Adolescência. Mais do que isso, é oferecer aos acolhidos um ambiente alegre e saído, cheio de afeto e amor, até o momento em que sua família estiver apta para recebê-lo de volta. O objetivo do presente projeto é criar um plano de comunicação para o Lar da Criança, visando esclarecer o seu funcionamento e aumentar as arrecadações de materiais para o sustento da instituição. Para tal duas campanhas foram planejadas, uma delas voltada para a arrecadação e captação de empresas parceiras do Lar e a outra uma campanha institucional, com o intuito de mostrar de forma mais alegre a importância da ONG.

**Palavras-chave:** Publicidade; Comunicação; Arrecadação; Lar.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1	Visualização da estrutura do Lar da Criança .....	18
Figura 2	Organograma do Lar da Criança .....	20
Figura 3	Mapa de localização do Lar da Criança .....	22
Figura 4	Mapa dos municípios jurisdicados à Comarca de Erechim .....	22
Figura 5	Visualização da fanpage do Lar da Criança no Facebook .....	24
Figura 6	Visualização da tela inicial do site do Lar da Criança .....	24
Figura 7	Matriz SWOT .....	26
Figura 8	Camiseta, crachá e listinha produzida para o Dia de Ação .....	43
Figura 9	Abordagem das pessoas .....	44
Figura 10	Registro de uma das doações .....	45
Figura 11	Registro de mais uma doação .....	45
Figura 12	Grupo reunido e doações arrecadadas no Dia de Ação .....	46
Figura 13	Integrantes do grupo fazendo a entrega das arrecadações .....	48
Figura 14	Trabalho desempenhado pela organização .....	58
Figura 15	Presença de ONGs nas redes sociais .....	59
Figura 16	Nível de lembrança do Lar da Criança de Erechim .....	60
Figura 17	Redes de contato da ONG .....	60
Figura 18	Referência de layout .....	72
Figura 19	Referência de cores .....	72
Figura 20	Referência de conceito .....	73
Figura 21	Referência de fontes cursivas .....	73
Figura 22	Referência de conteúdo .....	74
Figura 23	Referência de fontes .....	74
Figura 24	Ideia inicial da peça conceito .....	75
Figura 25	Mapa mental – Subgrupo um .....	76
Figura 26	Mapa mental – Subgrupo dois .....	77
Figura 27	Peça conceito inicial – público em geral .....	78
Figura 28	Peça conceito inicial – empresários .....	79
Figura 29	Peça conceito final – público em geral .....	81
Figura 30	Categoria I .....	83
Figura 31	Stories adaptados – Categoria I .....	84
Figura 32	Categoria II .....	85

Figura 33	Stories adaptados – Categoria II .....	85
Figura 34	Categoria III .....	86
Figura 35	Stories adaptados – Categoria III .....	87
Figura 36	Apresentação para as empresas .....	88
Figura 37	Press-kit .....	89
Figura 38	Selo empresa parceira .....	90
Figura 39	Peças da história de Júlia .....	91
Figura 40	Outdoor .....	92
Figura 41	Anúncio rodapé jornal .....	93

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1	Primeira etapa do Dia de Ação – dia das arrecadações .....	31
Quadro 2	Segunda etapa do Dia de Ação – dia da festa e entrega .....	32
Quadro 3	Avatar da página - Dia de Ação .....	36
Quadro 4	Capa da página - Dia de Ação .....	36
Quadro 5	Card 1 - Dia de Ação .....	37
Quadro 6	Carrossel - Dia de Ação .....	37
Quadro 7	Card 2 - Dia de Ação .....	39
Quadro 8	Card 3 - Dia de Ação .....	39
Quadro 9	Storie 1 - Dia de Ação .....	41
Quadro 10	Storie 2 - Dia de Ação .....	41
Quadro 11	Vídeo storie - Dia de Ação .....	42
Quadro 12	Quantidade de alimentos arrecadados .....	46
Quadro 13	Quantidade de produtos de higiene arrecadados .....	47
Quadro 14	Quantidade de produtos de limpeza arrecadados .....	47
Quadro 15	Estratégias elaboradas para a campanha .....	62
Quadro 16	Campanha de arrecadação e captação de empresas .....	62
Quadro 17	Captação de empresa .....	63
Quadro 18	Campanha institucional .....	64
Quadro 19	Dia de Ação .....	69
Quadro 20	Cronograma das campanhas .....	70
Quadro 21	Palavras base da criação .....	77

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1	ONGs mais lembradas .....	54
Gráfico 2	Trabalho que a Associação Beneficente Lar da Criança desempenha .....	55
Gráfico 3	Conteúdos que gostaria de ver nas redes sociais .....	56

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>14</b>
<b>I – CONHECER A ORGANIZAÇÃO .....</b>	<b>17</b>
<b>1.1 Descrição da organização .....</b>	<b>17</b>
1.1.1 Histórico .....	17
1.1.2 Missão, visão e valores .....	19
1.1.3 Estrutura organizacional .....	19
1.1.4 Produto ou serviço .....	20
1.1.5 Distribuição .....	21
1.1.6 Fontes de curso e despesas da organização .....	23
1.1.7 Fontes de receita da organização .....	23
1.1.8 Comunicação da organização .....	23
1.1.9 Objetivos organizacionais .....	25
<b>1.2 Contexto da organização .....</b>	<b>25</b>
1.2.1 Públicos da instituição .....	25
1.2.2 Concorrência ou organizações similares .....	26
1.2.3 Fornecedores e parceiros .....	26
1.2.4 Análise SWOT .....	26
<b>1.3 Diretrizes gerais do projeto experimental .....</b>	<b>27</b>
1.3.1 Expectativa da organização sobre o projeto experimental .....	27
1.3.2 Objetivo do projeto de comunicação .....	27
1.3.3 Público-alvo do projeto de comunicação .....	28
<b>1.4 Pesquisa com especialistas e público próximo .....</b>	<b>28</b>
1.4.1 Entrevista em profundidade .....	28
1.4.2 Pesquisa com público próximo .....	29
<b>1.5 Projeto de Dia de Ação .....</b>	<b>30</b>
1.5.1 Objetivo .....	30
1.5.2 Atividade .....	30
1.5.3 Recursos humanos e materiais .....	31
1.5.4 Orçamento .....	31
1.5.5 Avaliação e resultados .....	31
1.5.6 Matriz 5W2H .....	31
<b>1.6 Ideia inicial da campanha .....</b>	<b>33</b>

<b>II – VIVER A ORGANIZAÇÃO .....</b>	<b>35</b>
<b>2.1 Registro de realização da experiência .....</b>	<b>35</b>
<b>2.2 Relato da vivência .....</b>	<b>42</b>
<b>2.3 Avaliação da ação .....</b>	<b>48</b>
<b>III – CONHECER O PÚBLICO-ALVO .....</b>	<b>50</b>
<b>3.1 Definição do método de pesquisa .....</b>	<b>50</b>
<b>3.2 Instrumento de coleta de dados .....</b>	<b>50</b>
<b>3.3 Coleta de dados .....</b>	<b>52</b>
<b>3.4 Apresentação dos resultados .....</b>	<b>53</b>
<b>IV – PLANEJAR A CAMPANHA .....</b>	<b>57</b>
<b>4.1 Diagnóstico inicial .....</b>	<b>57</b>
<b>4.2 Imagem atual de comunicação .....</b>	<b>58</b>
<b>4.3 Posicionamento pretendido .....</b>	<b>61</b>
<b>4.4 Verba de campanha .....</b>	<b>61</b>
<b>4.5 Estratégias da campanha .....</b>	<b>61</b>
<b>4.6 Táticas de comunicação e plano de mídia da campanha .....</b>	<b>62</b>
<b>4.7 Cronograma da campanha .....</b>	<b>70</b>
<b>4.8 Orçamento da campanha .....</b>	<b>71</b>
<b>4.9 Pesquisa de referências para criação .....</b>	<b>72</b>
<b>4.10 Tema da campanha e linha criativa .....</b>	<b>75</b>
<b>4.11 Ideia inicial de peça conceito .....</b>	<b>75</b>
<b>V – CRIAR E PRODUZIR A CAMPANHA .....</b>	<b>76</b>
<b>5.1 Métodos e técnicas de criação .....</b>	<b>76</b>
<b>5.2 O percurso criativo .....</b>	<b>76</b>
<b>5.3 Peça conceito inicial e justificativa .....</b>	<b>78</b>
<b>5.4 Pré-teste das campanhas .....</b>	<b>79</b>
<b>5.5 Peça conceito final e justificativa .....</b>	<b>80</b>
<b>5.6 Peças das campanhas .....</b>	<b>82</b>
<b>5.6.1 Campanha de arrecadação e captação de empresas .....</b>	<b>82</b>
<b>5.6.1.1 Rede social – Facebook .....</b>	<b>82</b>
<b>5.6.2 Captação de empresas .....</b>	<b>87</b>
<b>5.6.2.1 Digital - apresentação Power Point .....</b>	<b>87</b>
<b>5.6.2.2 Press-kit .....</b>	<b>88</b>
<b>5.6.2.3 Impresso – placa (selo) .....</b>	<b>89</b>

5.6.3 Campanha institucional .....	90
5.6.3.1 Rede social – Facebook .....	90
5.6.3.2 Rádio – spot .....	92
5.6.3.3 Mídia externa – outdoor .....	92
5.6.3.4 Jornal – anúncio rodapé .....	93
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>97</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>99</b>
<b>ANEXO .....</b>	<b>100</b>
<b>APÊNDICES .....</b>	<b>101</b>

## INTRODUÇÃO

Conforme Carmo e Guizardi (2019), a Política Nacional de Assistência Social (PNAS), quando constituída no ano de 2004 esclareceu que, a vulnerabilidade social, relaciona-se com “diferentes situações que podem acometer os sujeitos em seus contextos de vida”. Sendo que, o conceito de vulnerabilidade explora múltiplos significados, além de estar ligado “à ausência ou precariedade no acesso à renda”, ele inclui “também às fragilidades de vínculos afetivo-relacionais e desigualdade de acesso a bens e serviços públicos” (CARMO; GUIZARDI, 2019). As autoras esclarecem ainda que, o ser humano quando vulnerável torna-se mais suscetível a sofrer algum tipo de dano, por conta das desvantagens em que está exposto, mas não que ele inevitavelmente sofrerá.

Dentro desse contexto do risco e vulnerabilidade social, encontra-se como um dos públicos protagonistas as crianças. Lencioni (2019), conta que, de acordo com o Conselho Nacional de Justiça (CNJ), em 2018, existiam 47 mil crianças e adolescentes vivendo em abrigos no Brasil, sendo os três estados com maior número São Paulo, Minas Gerais e Rio Grande do Sul, respectivamente. Contudo, apenas 8.420 crianças e adolescentes estavam no Cadastro Nacional de Adoção (CNA), isso significa que somente 17,8% do total estavam “legalmente aptos a encontrar uma nova família” (LENCIONI, 2019).

Segundo Paula (2019), em 2011, havia somente 1.876 abrigos para crianças e adolescentes cadastrados no CNJ, porém o site também cita uma pesquisa realizada pela Fundação Oswaldo Cruz em 2010, a qual identifica 2.624 abrigos no país. Sendo que, o acolhimento é uma forma de proteção “provisória e excepcional” determinada pelo Estatuto da Criança e do Adolescente e destinada “a crianças e adolescentes cujos direitos foram desatendidos ou violados, seja por abandono, seja pelo risco pessoal a que foram expostos pela negligência dos responsáveis” (PAULA, 2019).

Quanto às responsabilidades legais desses abrigos, Paula (2019), menciona que elas vão além das necessidades básicas dos abrigados, uma vez que, as instituições devem também incentivar a relação das crianças e adolescentes com a comunidade e com seus familiares, exceto em situações determinadas pela justiça, “e apoiar essas famílias para que possam receber os filhos de volta, além de relatar a situação de cada criança, semestralmente, ao juiz competente” (PAULA, 2019).

Para muitas famílias, o nascimento de um filho é um dos momentos mais importantes que pode vir acontecer na vida, porém nem sempre esse momento é planejado, e em vários casos esse amor do momento é trocado pela rejeição. Nessa situação o ser humano se torna

vulnerável, no entanto, ele pode “ser apoiado para criar as capacidades necessárias para a mudança de sua condição” (CARMO; GUIZARDI, 2019), e um destes lugares de apoio é a Associação Beneficente Lar da Criança.

Conforme o histórico apresentado no site da Associação Beneficente Lar da Criança, a mesma está presente na cidade de Erechim - RS desde o ano de 1980, e é uma entidade destinada ao atendimento de crianças e adolescentes em situação de risco e vulnerabilidade social, que recebem a medida de proteção de abrigo do Conselho Tutelar e Juizado da Infância e da Adolescência.

Através dos serviços prestados pelos seus colaboradores, busca-se minimizar os traumas a que foram expostas às crianças e os adolescentes pela Lar acolhido, buscando oferecer-lhes um ambiente alegre e sadio, cheio de afeto e amor, mesmo sabendo que nada substitui a família.

A manutenção da instituição é proveniente essencialmente de doações da comunidade e da realização de atividades de arrecadação, as quais variam entre valores financeiros, alimentos, roupas, dentre outros. Além disso, a Prefeitura Municipal de Erechim também colabora destinando ao lar um determinado valor para cada criança e adolescente acolhido. No entanto, essas doações e o repasse feito pela Prefeitura nem sempre são suficientes para quitar todas as despesas que o funcionamento do Lar gera.

Quanto a comunicação, a Associação Beneficente Lar da Criança, não possui nenhum responsável específico para fazer a sua manutenção, e isso reflete em redes de comunicação pouco atualizadas e sem um planejamento de conteúdo.

Levando em conta o quadro apresentado, identificou-se como necessidade alinhar a comunicação do Lar da Criança de modo a aumentar as suas arrecadações de alimentos, de produtos de higiene e de produtos de limpeza, e fazer com que essa atitude de doar torne-se contínua na sociedade.

A escolha por esta instituição foi baseada no trabalho desenvolvido por ela, tal qual o fácil acesso a mesma, a boa aceitação dos membros responsáveis e a oportunidade de auxiliar em sua comunicação.

Objetiva-se com o presente projeto, criar um plano de comunicação para o Lar da Criança, buscando esclarecer o seu funcionamento e aumentar a arrecadação de mantimentos para o sustento da instituição, tais como alimentos, produtos de higiene e produtos de limpeza, além mostrar para a sociedade a importância de tornar essa ação de doar algo contínuo. Visando que, felizmente, a comunidade de Erechim acolhe, respeita e valoriza as atividades desenvolvidas pelo Lar da Criança.

O projeto está segmentado em três etapas. A primeira etapa destina-se a apresentar o contexto do projeto, ela envolve a apresentação, a contextualização da situação e o público-alvo da entidade, com dados adquiridos por meio da aplicação do *briefing* e de entrevistas em profundidade. A segunda etapa volta-se para o planejamento do projeto, incluído nela a realização de um Dia de Ação, que tem como objetivo se aproximar e entender melhor o funcionamento da organização, integra ainda uma pesquisa de imagem da organização junto ao público-alvo, um teste da ideia inicial da campanha e após o planejamento por completo da campanha. E por fim, a terceira etapa remete-se a parte de criação e produção da campanha anteriormente planejada.

Quanto aos apêndices do presente projeto, eles apresentam informações mais completas a respeito de determinados itens mencionados ao longo dos capítulos. No apêndice A, é possível tomarmos conhecimento do *briefing* completo feito sobre o Lar da Criança. Nos apêndices B e C, apresenta-se as entrevistas feitas com especialistas, sendo eles assistente social e psicóloga, respectivamente. No apêndice D, podemos acompanhar a entrevista feita com o público próximo ao Lar. No apêndice E, é transcrita a pesquisa realizada com o público-alvo das campanhas planejadas. No apêndice F, pode-se conhecer mais detalhes o pré-teste aplicado a partir da peça conceito das duas campanhas elaboradas. E por fim, no apêndice G, é possível conhecermos de forma completa as peças elaboradas para a campanha de arrecadação e captação de empresas e para a campanha institucional.

## **I – CONHECER A ORGANIZAÇÃO**

### **1.1 Descrição da organização**

#### **1.1.1 Histórico**

Segundo o histórico disponível no site da Associação Beneficente Lar da Criança, ela foi fundada em 18 de outubro de 1980, ligada ao Patronato Agrícola e Profissional São José, liderado pelo Padre Atalibo Lise, vigário da Catedral São José. Na ocasião, foram inauguradas duas unidades de atendimento.

Em 1986 construiu-se a unidade destinada ao refeitório.

Em 1990 um convenio realizado entre o Lar da Criança e a Entidade Hand an Hand ASBL Kanner, possibilitou a construção da terceira unidade destinada ao atendimento das crianças, especificamente para construção da unidade destinada a atender as crianças de até três anos, sendo está concluída em 1992. Na Figura 1 é possível visualizar como é a estrutura do Lar.

A entidade se destina ao atendimento de crianças e adolescentes em situação de risco e vulnerabilidade social, que recebem a medida de proteção de abrigo pelo Conselho Tutelar e Juizado da Infância e da Adolescência, de acordo com o Art. 98 do Estatuto da Criança e do Adolescente.

Após o abrigo, a instituição busca proporcionar o atendimento a suas necessidades básicas, garantindo a aplicação dos princípios e diretrizes preconizadas pelo Estatuto da Criança e do Adolescente, através da promoção de ações que garantam a preservação dos vínculos familiares e comunitários.

São proporcionadas práticas de reforço ao ensino escolar, através de atividades extraclasse, visando valorizar a autoestima, o desenvolvimento do juízo crítico, de sua realidade e do meio que o cerca. Através dos programas de Atenção Psicossocial e de Atenção à Saúde, é oportunizada a proteção das crianças e sua recuperação física e psicológica.

Após o abrigo, o setor técnico, busca identificar familiares que possam vir a assumir a responsabilidade pelas crianças e adolescentes, mobilizando todos os esforços na reconstrução dos vínculos familiares.

As famílias são atendidas através do programa de Orientação e Apoio Sócio Familiar, onde participam de encontros com a equipe técnica, ocasião em que são discutidos temas referentes à educação, limites, sexualidade, afeto, comportamento, relacionamento, alcoolismo

e drogas, deficiência física e mental, violência doméstica e convivência familiar. Aquelas que apresentam dificuldades de subsistência são contempladas com auxílio alimentação, por até seis meses, ou a critério técnico.

Semanalmente as famílias recebem visitas da psicóloga e da assistente social, ocasião em que recebem orientações e podem relatar seus progressos e suas dificuldades.

O Lar da Criança, através de seus funcionários, voluntários, equipe técnica e direção, busca minimizar os traumas a que foram expostas às crianças e adolescentes aqui acolhidos, procurando oferecer-lhes um ambiente alegre e sadio, permeado de afeto e amor, mesmo sabendo que nada substituí a família.

De acordo com os dados levantados através da aplicação do *briefing* e realização das entrevistas em profundidade, atualmente o Lar da Criança possui 46 acolhidos entre crianças e adolescentes, estando apenas 4 desses disponíveis para adoção. Por meio desses dados, também tomou-se conhecimento de que os adolescentes, a partir dos seus 16 anos, são inseridos no mercado de trabalho por meio do programa Jovem Aprendiz e o dinheiro recebido por eles é destinado à uma conta bancária no nome dos mesmos, os quais só passam a ter acesso a esse dinheiro quando completam seus 18 anos.

Figura 1: Visualização da estrutura do Lar da Criança



Fonte: Google Maps (2019)

### 1.1.2 Missão, visão e valores

O Lar da Criança possui como missão a seguinte: Acolher, proteger e garantir os direitos de crianças e adolescentes, possibilitando o desenvolvimento de potencialidades de crianças e adolescentes que tenham seus direitos ameaçados ou violados, visando assegurar sua cidadania, sua reinserção na sociedade, através do retorno a sua família de origem ou a colocação em família substituta.

Quanto a visão e aos valores, ele não possui algo estabelecido. No entanto, analisando a missão acima, nota-se que ela inclui a possível visão que a instituição teria. Por conta disso, recomenda-se dividir a ideia em missão e visão da seguinte forma:

- a) Missão: Acolher, proteger e garantir os direitos de crianças e adolescentes, possibilitando o desenvolvimento de potencialidades de crianças e adolescentes que tenham seus direitos ameaçados ou violados.
- b) Visão: Assegurar a cidadania e a reinserção na sociedade, das crianças e adolescentes, através do retorno a sua família de origem ou a colocação em família substituta.

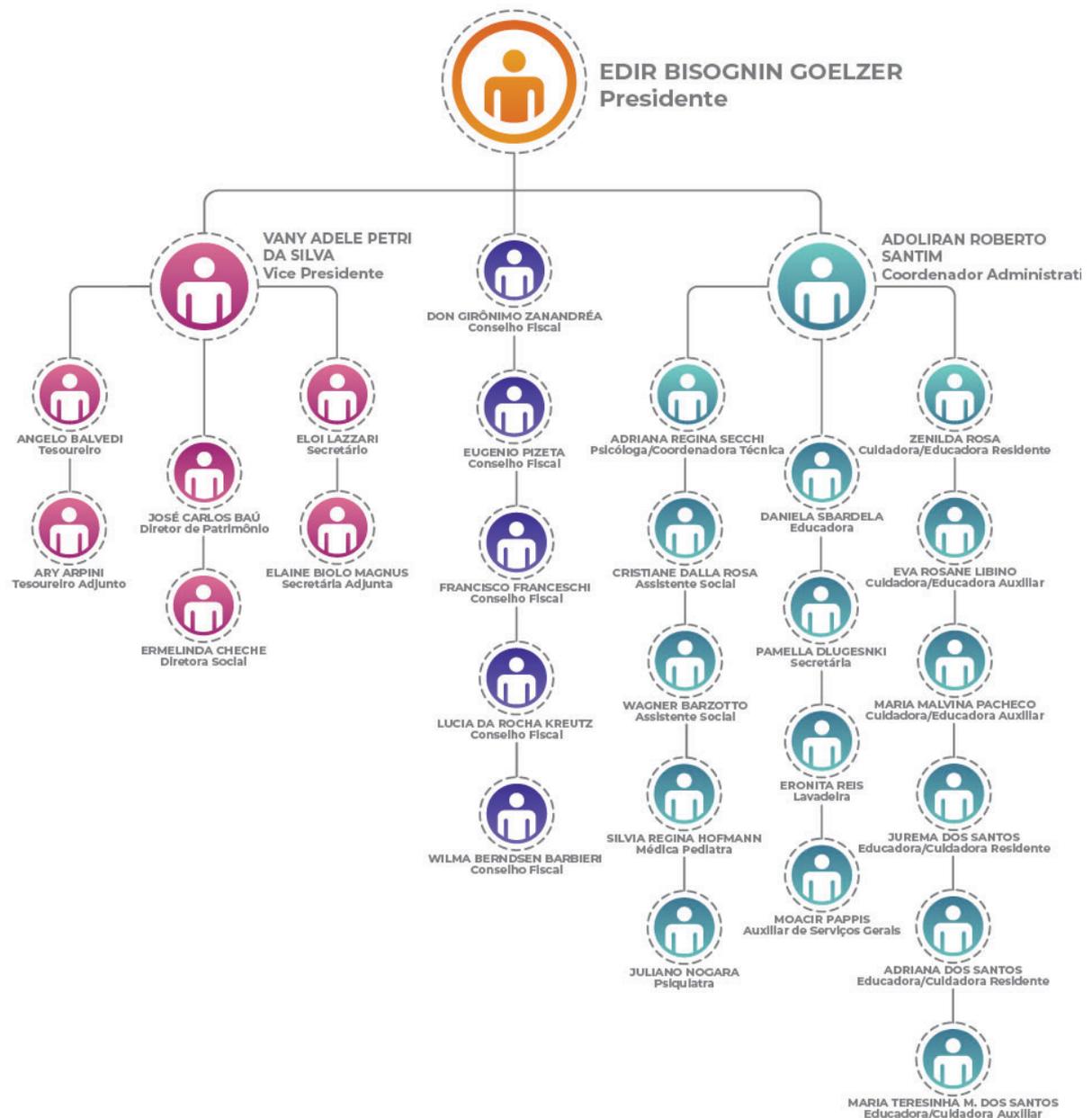
E, complementando esta ideia, sugere-se então:

- c) Valores: Acolhimento, proteção, garantia de direitos, afeto e amor.

### 1.1.3 Estrutura organizacional

A estrutura do Lar da Criança está dividida em três grandes grupos, são eles: diretoria executiva, conselho fiscal e equipe, conforme observa-se na Figura 2.

Figura 2: Organograma do Lar da Criança



Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

#### 1.1.4 Produto ou serviço

A Associação Beneficente Lar da Criança é uma prestadora de serviço, sendo este voltado para o acolhimento de crianças e adolescentes que, por algum motivo familiar, tiveram a sua guarda tomada mediante ordem judicial. Este acolhimento envolve todos os subsídios necessários para que as crianças e os adolescentes não se sintam desamparados, e isso vai além do abrigo e da alimentação. O Lar da Criança oferece também reforço ao ensino escolar, atividades que valorizem a autoestima, o desenvolvimento do juízo crítico, de sua realidade e

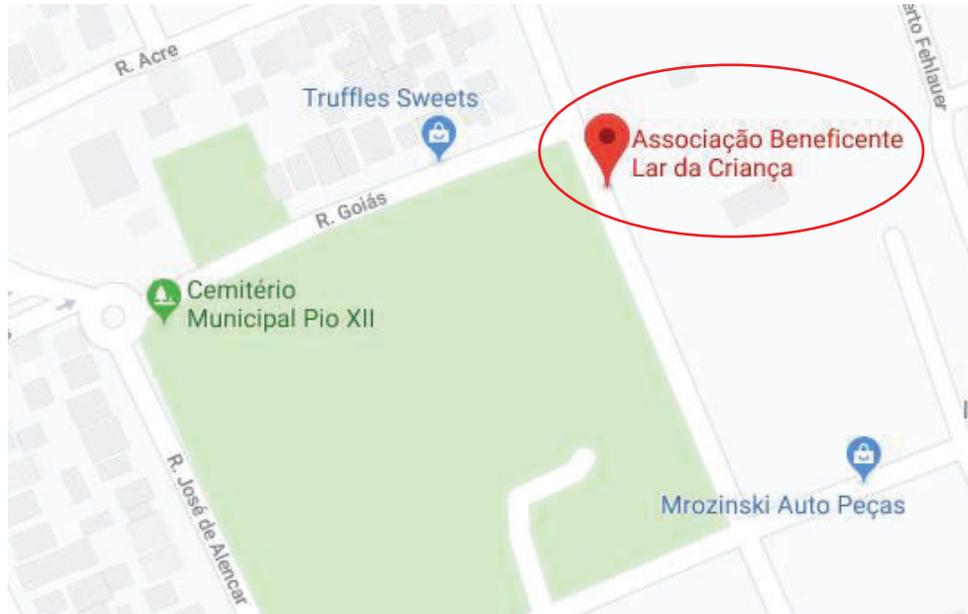
do meio que o cerca, programas de Atenção Psicossocial e de Atenção à Saúde, proteção, recuperação física e mental, além de um ambiente afetivo e amoroso para que as crianças e adolescentes se sintam, literalmente, em casa. Assim que a criança e o adolescente ingressam no Lar, também é feita toda a sua documentação, tais como RG, CPF e outros, caso ainda não possuam.

Cada criança e cada adolescente em situação de acolhimento recebe um valor financeiro (não informado) da Prefeitura Municipal de Erechim, sendo que, não existe um cálculo base para determinar o custo que cada menor traz para o Lar. Quando os acolhidos voltam para o círculo familiar, o Lar segue recebendo, de forma reduzida, este auxílio para assim poder disponibilizar a família do menor o mínimo necessário para que este retorne a sua família. As crianças e adolescentes assim que completam seus 16 anos, passam a ter seu próprio trabalho, e o dinheiro que eles ganham é depositado em uma conta bancária, em seus nomes, e apenas aos 18 anos é permitido que eles retirem a quantia guardada.

#### 1.1.5 Distribuição

O Lar da Criança está situado na Rua Anita Garibaldi, número 870, bairro centro, na cidade de Erechim – RS, conforme mostra a Figura 2. A entidade prioriza o atendimento de crianças da cidade de Erechim, mas em alguns casos, por decisão judicial e/ou dependendo da capacidade, acolhem crianças e adolescentes das outras 14 cidades da Comarca de Erechim, são elas: Aratiba, Barão de Cotegipe, Barra do Rio Azul, Campinas do Sul, Cruzaltense, Itatiba do Sul, Jacutinga, Mariano Moro, Paulo Bento, Ponte Preta, Quatro Irmãos, Severiano de Almeida e Três Arroios.

Figura 3: Mapa de localização do Lar da Criança



Fonte: Google Maps (2019)

Figura 4: Mapa dos municípios jurisdicados à Comarca de Erechim



Fonte: Google Maps (2019)

### 1.1.6 Fontes de custos e despesas da organização

O Lar da Criança, se torna a casa temporária de todas as crianças e adolescentes acolhidos, todas as despesas que envolvem o seu dia a dia passam a ser custeadas pelo Lar. Essas despesas envolvem alimentação, produtos de higiene, produtos de limpeza e vestuário, mais focadas em cada acolhido, e a manutenção de todos os cômodos do Lar, o que inclui contas de água, luz, telefone, internet, entre outras, e ainda o pagamento dos funcionários. A organização possui controle das suas entradas e saídas, no entanto, não tivemos acesso a esses dados em forma de valores.

### 1.1.7 Fontes de receita da organização

O Lar da Criança é uma organização sem fins lucrativos e todos os serviços que ele oferece para os seus acolhidos são custeados por meio de ajudas voluntárias.

A principal fonte de receita da entidade são as doações da comunidade, sejam elas na forma de valores financeiros, doação de alimentos, roupas, calçados, móveis e utensílios, entre outros. A realização de atividades sociais como jantares, bailes, pedágios e outras, também visam levantar fundos para o custeio dos serviços prestados.

A participação do poder público, municipal, estadual e federal se dá através de convênios e projetos encaminhados a estes órgãos.

A iniciativa privada participa da manutenção da instituição através de doações financeiras e realização de serviços de manutenção.

### 1.1.8 Comunicação da organização

A Associação Beneficente Lar da Criança, não possui nenhum responsável específico para fazer a manutenção da sua comunicação. A fanpage do Lar no Facebook (Figura 5) é administrada e alimentada pelos funcionários da instituição, mas sem uma rotina de publicações e um planejamento de conteúdo. A instituição também possui um site (Figura 6), que se encontra na mesma situação, sem muito planejamento de seu conteúdo, com erros de ortografia e com um layout ultrapassado.

Quando o Lar sente a necessidade de comunicar-se com a comunidade, visando buscar ajuda por meio doações, ele recorre aos meios de comunicação como as rádios da cidade de Erechim e a RBS TV Erechim, onde encontram espaço facilmente. A principal rádio parceira

do Lar da Criança é a Rádio Difusão de Erechim, e a divulgação feita por ela se resume em comentários em meio a programação da rádio pedindo doações para o Lar, quanto a divulgação na RBS TV Erechim, sabe-se que também não é algo elaborado.

Vale ressaltar que, essas divulgações são casos bem pontuais, pois a presidente do Lar não gosta de “pedir ajuda” por meio das redes sociais/mídia, então essa atitude acaba partindo do coordenador administrativo, quando ele sente que há a necessidade de pedir ajuda à comunidade.

Figura 5: Visualização da fanpage do Lar da Criança no Facebook



Fonte: Facebook (2019)

Figura 6: Visualização a tela inicial do site do Lar da Criança



Fonte: Site (2019)

### 1.1.9 Objetivos organizacionais

De acordo com as informações levantadas no *briefing* (Apêndice A), a Associação Beneficente Lar da Criança, tem como objetivo fixo manter as boas condições oferecidas as crianças e adolescentes acolhidos.

Como objetivos de marketing, o Lar visa aumentar as suas arrecadações de alimentos, materiais de higiene e limpeza.

## 1.2 Contexto da organização

### 1.2.1 Públicos da instituição

A instituição possui quatro públicos:

- a) Crianças e adolescentes acolhidos: público feminino ou masculino, de zero a 18 anos, pertencentes de qualquer classe social, que por algum motivo tiveram as suas guardas tomadas mediante ordem judicial. Hoje em dia, o Lar abriga 46 acolhidos, distribuídos entre crianças e adolescentes.
- b) Famílias e responsáveis legais: quando as crianças e os adolescentes são retirados da família, ela passa a receber toda a assistência e apoio necessário para que possam reassumir os acolhidos e para que seus vínculos familiares sejam reconstruídos.
- c) Voluntários: geralmente são mulheres, de idades variadas, pertencentes de qualquer classe social, que possuem tempo disponível para ajudar em afazeres do Lar, mas sem fazer contato com os acolhidos. Exceto a Presidente Edir, a qual também é voluntária, mas desempenha um dos papéis mais importantes dentro da instituição.
- d) Colaboradores: são pessoas físicas e empresas privadas, pertencentes de qualquer classe social, que reconhecem o importante trabalho realizado pela organização e oferecem a sua ajuda por meio de doações e participação em eventos realizados pelo Lar.
- e) Profissionais contratados: inclui os membros da diretoria administrativa, exceto a Presidente, os membros do conselho fiscal e todos os profissionais que fazem parte da equipe. Sendo estes, todos contratados pela Lar da Criança, com exceção do Coordenador Administrativo, o qual é funcionário do estado.

### 1.2.2 Concorrência ou organizações similares

O Lar da Criança não considera nenhuma instituição que realize o mesmo serviço, tão pouco ONGs como concorrentes. O intuito do Lar é desenvolver um bom trabalho para com os acolhidos e sempre que possível ajuda as demais instituições e ONGs da cidade de Erechim. Eles retratam que o Lar da Criança é diferente de outras em que a criança apenas passa o dia com atividades, pois ali eles realmente abrigam as crianças e os adolescentes.

### 1.2.3 Fornecedores e parceiros

Felizmente, a Associação Beneficente Lar da Criança, possui vários parceiros firmados que o ajudam sempre que possível. Esses parceiros são: o Conselho Municipal dos Direitos da Criança e do Adolescente de Erechim (COMDICAIE), o Hospital de Caridade de Erechim, o Insieme si Puó, o Lions Clube Cinquentenário, a Olfar, a Prefeitura Municipal de Erechim, as Sementes Estrela, a Transvidal Transportes e a Unimed de Erechim.

### 1.2.4 Análise SWOT

Figura 7: Matriz SWOT



Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

Identificou-se por meio do *briefing* e das entrevistas quais são os pontos positivos e os pontos negativos dos ambientes interno e externo do Lar da Criança.

No ambiente interno, nota-se como pontos fortes o bom atendimento, a credibilidade, a boa relação com a comunidade, o funcionamento sempre correto do Lar, a serenidade do serviço prestado e a estrutura ampla e de qualidade. Como pontos fracos percebe-se a dificuldade para entender que as redes sociais podem ser uma excelente aliada na arrecadação de doações, e por sua vez a falta de um responsável na área de comunicação que possa realizar este trabalho.

Já no ambiente externo, existem como oportunidade a utilização das redes sociais como um canal de comunicação direto com a comunidade, fazendo com que a comunidade saiba o que está sendo realizado dentro da instituição, e assim “abra as portas” não apenas no offline, mas também no online. Como ameaça identifica-se a possibilidade de alguma parcela da comunidade, por não entender a dimensão de coisas que a entidade precisa diariamente para se manter “em pé”, vir a julgar de forma negativa o fato de utilizar as redes sociais como canal de arrecadação de doações.

### **1.3 Diretrizes gerais do projeto experimental**

#### **1.3.1 Expectativa da organização sobre o projeto experimental**

De acordo com as conversas realizadas com os responsáveis pela organização, a expectativa sobre o projeto é a melhor possível. Eles comentaram que não entendem com clareza o que a área da comunicação abrange, mas consideram importante o fato de o grupo estar buscando mais informações sobre o funcionamento do Lar, de modo a repassá-las para a comunidade corretamente.

#### **1.3.2 Objetivo do projeto de comunicação**

O projeto de comunicação que será desenvolvido terá como objetivo aumentar as arrecadações de alimentos, produtos de higiene e produtos de limpeza. Para tal, deseja-se mostrar a importância do Lar para a sociedade e esclarecer o seu funcionamento.

### 1.3.3 Público-alvo do projeto de comunicação

O projeto tem como público-alvo a comunidade de Erechim e de cidades próximas, de qualquer classe social, a partir de 18 anos e de ambos os sexos.

## 1.4 Pesquisa com especialistas e público próximo

### 1.4.1 Entrevista em profundidade

A coleta de dados primários se deu através de duas entrevistas em profundidade semiestruturadas. O objetivo dessas entrevistas foi compreender a percepção de profissionais sobre assuntos relacionados ao serviço que a organização oferece.

A primeira entrevista em profundidade (Apêndice B), foi realizada na manhã do dia 20 de agosto de 2019, com a Assistente social, Cristiane Dalla Rosa, de 36 anos e funcionária do Lar da Criança, sendo ela atuante também como profissional em outras organizações da cidade de Erechim.

Ao ser questionada sobre a visão profissional que tem da ONG, a Assistente Social, afirma que ela tem grande relevância por ser o único serviço de acolhimento da região e por atender toda comarca de Erechim, que inclui 14 municípios e eventualmente a comarca de Getúlio Vargas. Na visão pessoal, Cristiane conta que trabalha no Lar há 11 anos, e assim ama o que faz, ressaltando que há coisas boas e ruins como qualquer trabalho, mas que as boas superam e por isso não deixaria de trabalhar no Lar.

Ao ser indagada sobre as coisas que deveriam melhorar no Lar, a Assistente Social Cristiane, informa que são necessárias mais pessoas na equipe técnica, como no setor administrativo. E com relação a sociedade em geral, afirma que ela deveria procurar entender um pouco mais sobre o funcionamento do Lar, por acreditar que todas as crianças abrigadas no Lar estão disponíveis para adoção, o que não é o caso. Cristiane conta que, no momento, só há 4 adolescentes disponíveis para o processo de adoção.

A segunda entrevista em profundidade (Apêndice C), foi realizada na manhã do dia 27 de agosto de 2019, com a Psicóloga e Coordenadora Técnica, Adriana Regina Secchi, de 46 anos e funcionária da ONG.

Quando questionada sobre a forma que ela vê a organização, Adriana relata que é um trabalho como qualquer outro, que exige dedicação, constante atualização e responsabilidade.

Em termos de estrutura física e técnica da organização, ela traz que é uma das melhores do município.

Ao perguntar o que as pessoas precisam saber sobre o Lar da Criança, a Psicóloga e Coordenadora Técnica responde que o conceito de proteção é diferente do apresentado em anos anteriores, que doação não é brincadeira e que o serviço de acolhimento é tratado de forma profissional e com alta complexidade, desmistificando a visão ultrapassada do cotidiano.

A entrevistada quando questionada sobre como esse trabalho acadêmico pode ajudar o Lar da Criança, enfatiza que é necessário ampliar a visão no sentido de qualificar as doações e a visão geral da comunidade em relação ao trabalho que vem sendo realizado.

Adriana vê o processo de adoção do Brasil como um dos mais responsáveis do mundo, porém, há falta de conhecimento por parte dos adotantes. Ela traz que a cultura caritativa (caridade) e não uma cultura de “maternagem” e “paternagem”, acabam por fazer com que a adoção seja vista como uma forma de arrumar filhos para quem não pode tê-los, quando o foco do nosso trabalho é “encontrar pais para quem não os tem”.

#### 1.4.2 Pesquisa com público próximo

A coleta de dados primários, com o público interno, se deu através de uma entrevista em profundidade (Apêndice D), realizada na tarde do dia 15 de agosto de 2019. Tratando-se de público interno, entrevistou-se a Presidente do Lar da Criança, Edir Bizognin Goelzer, de 84 anos e o Coordenador Administrativo, Adoliran Roberto Santin, de 58 anos. O objetivo destas entrevistas foi compreender a percepção deles sobre a organização.

Quando perguntado como conheceram a instituição, Edir relatou uma história de total doação e esforços diários e, por conhecer a capacidade administrativa de Adoliran, o convidou para fazer parte do Lar da Criança.

Ambos afirmaram que a maior dificuldade hoje é manter as portas abertas da organização, para assim, acolher todas crianças que são encaminhadas pela justiça. Ao serem questionados se eles recebiam algum apoio psicológico, eles relataram que não, mas que quando precisam de algum auxílio, podem recorrer a psicóloga do Lar. Em questão de apoio financeiro, apenas Adoliran recebe auxílio, pois é contratado pelo estado.

Os entrevistados relataram que o motivo pelo qual as pessoas e empresas ajudam o Lar é pelo próprio termo “crianças”. O Lions Club (grupo de jovens em que Edir já veio a participar) realiza um jantar dançante beneficente para arrecadar fundos para a organização, enquanto empresas maiores colaboram com a organização a partir do abatimento do imposto de renda.

Ao serem questionados sobre o processo de entrada e saída das crianças e adolescentes, tanto Edir quanto Adoliran demonstraram saber todos os métodos, e ainda confirmam a existência de registros desde a primeira criança/adolescente acolhida no Lar até a última que já passou por ele.

Não há projetos abertos para receber incentivo Estadual e Federal, entretanto, recebem auxílio Municipal, através de concelhos. Ressaltam que existe um contrato com a Prefeitura Municipal de Erechim, a qual repassa um valor X por cada criança e adolescente acolhido no Lar.

Quando perguntado se existe algum tipo de preconceito da comunidade com o Lar, eles falaram que não, que a comunidade está “dentro do Lar”. Mas, existe preconceito sim, na hora da adoção. A maior dificuldade no processo de adoção é em relação a demora do processo do Juiz, pois demanda sempre tem.

A relação de Edir e Adoliram com as crianças é muito boa, tanto que eles podem fazer passeios e atividades fora da organização com eles. Claro que, sempre dentro de uma normalidade.

A Presidente e o Coordenador Administrativo explicam que, a comunidade pode realizar atividades dentro do Lar, mais isso mediante reunião e agendamento com a gestão da organização, e no dia combinado, ela acompanha toda a atividade realizada.

## **1.5 Projeto do Dia de Ação**

### **1.5.1 Objetivo**

Constatou-se após as pesquisas e entrevistas que as maiores necessidades do Lar da Criança são de alimentos, de produtos de higiene e de produtos de limpeza. A partir disso, o principal objetivo do Dia de Ação é a arrecadação de expressiva quantidade de alimentos não perecíveis e demais materiais.

### **1.5.2 Atividade**

No primeiro momento, o grupo irá atrás de doações em entradas de mercados da cidade de Erechim, além de deixar pontos de coleta em estabelecimentos estratégicos no município. Em sequência, será realizada uma festa no Lar para todas as crianças e adolescentes acolhidos, junto dessa ocorrerá a entrega dos alimentos e materiais arrecadados na primeira etapa do Dia

de Ação. Após estes momentos, serão usadas as redes de comunicação para manter a frequência das doações.

### 1.5.3 Recursos humanos e materiais

Para os dois Dias de Ação, serão necessários cerca de 10 voluntários, além de todos os integrantes do grupo.

Os principais materiais utilizados serão: brinquedos infláveis, cama elástica, projetor, notebook, alimentos, bebidas, caixa de som, tintas faciais, câmera fotográfica e camisetas personalizadas da campanha para o grupo.

### 1.5.4 Orçamento

Deslocamento do grupo	60,00/ cada por dia
Camisetas	25,00/cada
Material gráfico	50,00

Demais materiais para a realização do Dia de Ação, serão recorrentes de doações e empréstimos.

### 1.5.5 Avaliação e resultados

No primeiro momento, procura-se obter quantidades significativas de alimentos, produtos de higiene e produtos de limpeza.

Em seguida, no dia da festa que será realizada no Lar, deseja-se levar felicidade e bons momentos para aqueles que no Lar passam seus dias, por meio da entrega das arrecadações e das atividades realizadas.

### 1.5.6 Matriz 5W2H

Quadro 1: Primeira etapa do Dia de Ação - dia das arrecadações

Quem	Quando	Onde	O que	Como	Por que	Quanto custa
Amauri	05/10	Mercado 1	Recolhimento de materiais	Abordando pessoas	Para arrecadar	Nada

					os materiais necessários	
Jaqueline	05/10	Mercado 1	Recolhimento alimentos	Abordando pessoas	Para arrecadar alimentos necessários	Nada
Júlia	05/10	Mercado 2	Recolhimento materiais	Abordando pessoas	Para arrecadar materiais necessários	Deslocamento
Vitória	05/10	Mercado 2	Recolhimento alimentos	Abordando pessoas	Para arrecadar alimentos	Deslocamento
Carlos Matheus	05/10	Mercado 3	Recolhimento materiais higiene	Abordando pessoas	Para arrecadar materiais de higiene	Deslocamento
Tailine	05/10	Mercado 3	Recolhimento materiais limpeza	Abordando pessoas	Para arrecadar materiais de limpeza	Deslocamento
Bruna	05/10	Mercado 3	Recolhimento alimentos	Abordando pessoas	Para arrecadar alimentos	Deslocamento

Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

Quadro 2: Segunda etapa do Dia de Ação - dia da festa e entrega

<b>Quem</b>	<b>Quando</b>	<b>Onde</b>	<b>O que</b>	<b>Como</b>	<b>Por que</b>	<b>Quanto custa</b>
Amauri	12/10	Lar da criança	Coreografo oficial	Auxiliando no Just Dance	Abranger adolescentes do Lar	Nada

Jaqueline	12/10	Lar da criança	Fotógrafa	Fotografando a festa	Registrar momentos especiais	Nada
Júlia	12/10	Lar da criança	Artista oficial	Cantando e tocando violão	Para fazer todo mundo interagir e cantar	Deslocamento
Vitória	12/10	Lar da criança	Cuidadora	Auxiliando na cama elástica	Manter a ordem e segurança	Deslocamento
Carlos Matheus	12/10	Lar da criança	Mastercheff	Cuidando dos alimentos do dia	Para trazer sabor a festa	Deslocamento
Tailine	12/10	Lar da criança	Cuidadora	Auxiliando crianças nos brinquedos infláveis	Para trazer segurança	Deslocamento
Bruna	12/10	Lar da criança	Animadora	Não deixando ninguém ficar parado	Deixa todo mundo feliz e participando das atividades	Deslocamento

Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

## 1.6 Ideia inicial da campanha

A campanha que será desenvolvida terá como nome “Arrecadando Sorrisos”, sendo que a comunicação desta terá como desafio abordar, de forma criativa, a temática: arrecadação de alimentos, produtos de higiene e limpeza. Pensando também além de uma simples campanha, visando incentivar a sociedade Erechinense a adotar o ato de doar como parte de seu cotidiano.

Através do conceito “Arrecadando Sorrisos”, buscaremos enfatizar em cores, tipografias e elementos tudo o que a doação pode fazer na vida das crianças e adolescentes, de maneira

positiva. Mas, mais do que isso, ter a certeza de que esta ação irá marcar a vida dessas crianças e adolescentes em sua passagem pelo lar, deixando histórias, marcas e sorrisos em suas memórias.

Queremos arrecadar sorrisos e tocar a cada doar. Para que isso aconteça, a campanha será realizada nos meios de comunicação do Lar e de seus voluntários, contando com a participação do ator/humorista Badim – O colono. Nas plataformas Facebook e Instagram, serão publicados cards e stories, para a divulgação de temas como: doação, o funcionamento do Lar da Criança, pré dia de ação e pós dia de ação, entre outros conteúdos que ainda serão planejados.

Além disso, objetiva-se deixar um planejamento de postagens posteriores a execução da presente campanha/projeto, para que os membros do Lar possam dar continuidade a comunicação iniciada nesta ocasião.

No capítulo a seguir, será apresentado todo o processo de realização do Dia de Ação, desde o seu planejamento até o seu encerramento.

## II – VIVER A ORGANIZAÇÃO

### 2.1 Registro de realização da experiência

O Dia de Ação aconteceu no sábado, dia 05 de outubro de 2019, no período da manhã. A organização do local iniciou por volta das 8h30min e a ação começou efetivamente por volta das 9h, quando as primeiras pessoas foram abordadas, seguindo assim até as 12h.

O local utilizado para a realização da ação foi a entrada do Supermercado Triângulo, da cidade de Erechim - RS, visto que, ele fica próximo ao Lar da Criança e foi identificado como a melhor opção de local para atingir o público e estimulá-lo a ação.

Nesse dia, todos os integrantes do grupo estavam presentes, dividindo-se entre as funções de identificar visualmente o local da ação, abordar o público explicando sobre a ação, receber as doações, registrar o momento e armazenar as doações recebidas.

A organização do Dia de Ação também contou com a colaboração de todo o grupo, sendo que, cada integrante ficou responsável por algum dos itens necessários para que a ação acontecesse, tais como: confecção das camisetas; elaboração e impressão dos crachás; criação e impressão das “listinhas” de materiais para doação; compra, criação e impressão de materiais para identificar o local da ação; criação de peças para as redes sociais; deslocamento do grupo até o local; contato com a empresa escolhida para sediar a ação e aprovação junto ao Lar da Criança.

Quanto as peças e legendas criadas para as redes sociais, com o intuito de divulgar o Dia de Ação, foram as seguintes:

Quadro 3: Avatar da página – Dia de Ação

Peça	Legenda
	<p>Sejam bem-vindos ao Projeto Arrecadando Sorrisos! 😊❤️</p> <p>Este projeto foi idealizado por acadêmicos, do oitavo semestre, do curso de Publicidade e Propaganda da Universidade de Passo Fundo.</p> <p>Nosso objetivo é transformar doações em sorrisos.</p> <p>Contamos com seu apoio, sua doação fará toda diferença! 😊</p>

Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

Quadro 4: Capa da página – Dia de Ação

Peça	Legenda
	(sem legenda)

Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

Quadro 5: Card 1 – Dia de Ação

Peça	Legenda
	<p>É HORA DA AÇÃO, de transformar doações em forma de sorrisos. 😊</p> <p>CAMPANHA LAR DA CRIANÇA - Arrecadando Sorrisos 📅 Dia 05 de outubro 🕒 A partir das 8h30min 📍 SUPERMERCADO TRIÂNGULO - Av. 15 de novembro, Centro, Erechim (ponto de arrecadação)</p> <p>Chama a todos e vamos juntos fazer uma campanha de muito sucesso. 🎉</p> <p>#lardacriança #acao #campanha #arrecadando #orrisos #erechim #compartilhar #doar #doacao</p>

Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

Quadro 6: Carrossel – Dia de Ação

Peça	Legenda
	<p>Que estamos arrecadando sorrisos você já sabe, né?</p> <p>Mas em forma de que?</p> <p>Veja acima uma lista com sugestões dos materiais que você pode doar.</p> <p>Estamos esperando você!</p> <p>📅 Dia 5 de outubro, esse sábado, 📍 No Supermercado Triângulo, Av. 15 de novembro, Centro, Erechim.</p> <p>Chama todo mundo e vamos juntos arrecadar muitos sorrisos. 😊</p> <p>. . .</p> <p>#erechim #lardacriança #doar #doação #crianças #ong #doe</p>

**E ISSO TAMBÉM...**

- ESCOVA DE DENTE
- SHAMPOO
- SABÃO EM PÓ
- DETERGENTE
- ÁLCOOL
- AMACIANTE
- ÁGUA SANITÁRIA
- FRALDAS

**CONFIRA A LISTA DE  
MATERIAIS PARA DOAÇÃO**

- MASSAS
- ARROZ
- FEIJÃO
- AÇÚCAR
- FARINHA
- LEITE
- PAPEL HIGIÊNICO
- SABONETE
- CREME DENTAL

**DIA DE AÇÃO****05 DE OUT****PONTO DE ARRECADAÇÃO  
SUPERMERCADO TRIÂNGULO**AV. 15 DE NOVOBRO  
CENTRO - ERECHIM

Quadro 7: Card 2 – Dia de ação

Peça	Legenda
	<p>"Dar é melhor que receber"</p> <p>Você já ouviu essa frase? E o que será que as pessoas querem dizer?</p> <p>Doação faz bem ao coração!</p> <p>Doar é se dedicar a uma causa ou a alguém, e não importa se esse alguém for uma ou várias pessoas, ou até mesmo um animal. Quando se fala em doação, estamos falando em ajudar o próximo, em fazer o bem sem olhar a quem, falamos em oferecer aquilo que não nos fará falta, e também em entregar e ceder aquilo será exatamente tudo para o outro.</p> <p>Com base em alguns estudos, foi possível comprovar aquilo que muitas pessoas suspeitavam: ajudar o próximo ou praticar uma doação, deixa as pessoas ainda mais felizes.</p> <p>E você? Já se sentiu bem por doar algo?</p> <p>Veja nos ajudar a arrecadar sorrisos no dia 5 de outubro, nos encontramos no supermercado triângulo: Av. 15 de novembro - Centro</p>

Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

Quadro 8: Card 3 – Dia de ação

Peça	Legenda
	<p>Você conhece o Lar da Criança de Erechim? 🏠</p> <p>Ele foi fundado em 18 de outubro de 1980 e se destina aos atendimentos de crianças e adolescentes em situação de risco e vulnerabilidade social.</p> <p>Após o acolhimento, a instituição busca proporcionar o atendimento a suas necessidades básicas, garantindo a aplicação dos princípios e diretrizes preconizadas pelo Estatuto da Criança e do Adolescente, através da promoção de ações que garantam a preservação dos vínculos familiares e comunitários.</p> <p>São proporcionadas atividades de reforço ao ensino escolar através de atividades extra-classe visando valorizar a auto-estima, o desenvolvimento do juízo crítico, de sua realidade e do meio que o cerca.</p> <p>Através dos programas de Atenção Psicossocial e de Atenção a Saúde, é oportunizada a proteção das crianças e sua recuperação física e psicológica.</p>

	<p>Mas não para por aí. As famílias são também recebem atendimentos, onde participam de encontros com a equipe técnica, ocasião em que são discutidos temas como educação, limites, sexualidade, afeto, comportamento, violência doméstica, entre outros.</p> <p>A participação do poder público, municipal, estadual e federal se dá através de convênios e projetos encaminhados a estes órgãos. Já iniciativa privada participa da manutenção da Instituição através de doações financeiras e realização de serviços de manutenção.</p> <p>Entretanto, a maior fatia do orçamento da Instituição é custeada através de doações de pessoas físicas e atividades sociais como jantares, bailes, pedágios e outras atividades que visam angariar fundos para o custeio dos serviços.</p> <p>Por isso, é extremamente importante a união da comunidade.</p> <p>No dia 05 nosso projeto estará arrecadando donativos no Supermercado Triângulo, na Av. 15 de novembro, centro de Erechim, que posteriormente serão doados ao Lar da Criança. Esta é a primeira entidade atendida pelo Arrecadando Sorrisos e nós esperamos por você! Com pouco se faz muito, doe.</p> <p>#lardacriança #acao #campanha #arrecadando #sorrisos #erechim #compartilhar</p>
--	--

Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

Quadro 9: Storie 1 – Dia de Ação

Peça	Legenda
	(sem legenda)

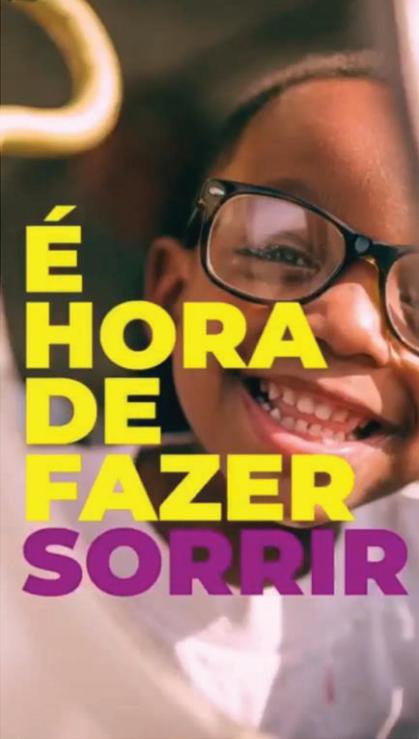
Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

Quadro 10: Storie 2 – Dia de ação

Peça	Legenda
	(sem legenda)

Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

Quadro 11: Vídeo storie – Dia de Ação

Peça (vídeo para storie)	Legenda
	(sem legenda)

Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

## 2.2 Relato da vivência

A organização do Dia de Ação iniciou, aproximadamente, duas semanas antes do dia da sua realização. Nesse período começou-se a produzir os materiais que seriam necessários para a ação, tais como: camiseta, crachá, “listinha” com os produtos que poderiam ser doados, cartazes de identificação da ação e peças para serem publicadas nas redes sociais do Lar e dos membros do grupo. Buscou-se também pelos melhores orçamentos para a confecção das camisetas, para a impressão dos crachás e das “listinhas” e para o deslocamento dos integrantes do grupo de suas cidades até a cidade de Erechim - RS. Quando a ação já estava estruturada, escolheu-se o local da ação e assim que ele foi definido, a ação foi apresentada para os responsáveis pela organização e aprovada por eles, nesse momento também foi feita uma solicitação para a liberação do uso da fanpage do Lar pelos integrantes do grupo.

Figura 8: Camiseta, crachá e “listinha” produzida para o Dia de ação



Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

Durante essa fase de organização, houve dois momentos de dificuldade. O primeiro foi na busca pelo local de ação, pois o primeiro supermercado contatado demorou para retornar e quando o fez, esse retorno foi negativo, então, se fez necessária a busca por outro local. O outro supermercado contatado foi o Supermercado Triângulo, localizado na Avenida 15 de Novembro – Centro, Erechim - RS, que felizmente acolheu o grupo e permitiu que a ação fosse realizada em suas dependências. A segunda dificuldade se deu ao tentar o acesso à fanpage do Lar, onde ele não foi permitido ao grupo, entretanto um dos responsáveis se dispôs a fazer a movimentação da página com o conteúdo enviado pelo grupo, porém essa movimentação não ocorreu da forma adequada, impedindo que a campanha seguisse com o cronograma estipulado. Para solucionar esse problema, o grupo optou por criar redes sociais próprias da campanha, colocando a Associação Beneficente Lar da Criança como beneficiada pela ação, onde pode-se seguir o cronograma das postagens de forma eficiente.

No dia anterior ao Dia de Ação, dia 04 de outubro de 2019, os membros do grupo, residentes das cidades de Sarandi - RS, Marau - RS, Passo Fundo - RS e Barão de Cotegipe - RS, efetuaram o seu descolamento para a cidade de Erechim-RS. À noite, quando todo o grupo estava reunido, aproveitou-se para acertar e organizar os últimos detalhes para o dia seguinte, o Dia de Ação.

A previsão marcava muita chuva para a cidade de Erechim - RS no dia 05 de outubro, fazendo com que o grupo ficasse pouco animado e com suas expectativas baixas. Entretanto,

tudo foi organizado da melhor forma possível, para que o Dia de Ação fosse realizado no dia marcado e fosse um sucesso. Contrariando as expectativas do grupo, a previsão de chuva não foi tão assertiva e o dia amanheceu apenas com uma chuva calma, fazendo com que o grupo se sentisse mais motivado para a ação.

Próximo ao horário das 8h30min o grupo se deslocou para local da ação devidamente uniformizado, usando a camiseta da campanha e o crachá com seus nomes. Ao chegar no supermercado, o grupo ficou posicionado na sua entrada e iniciou a identificação do local do seu Dia de Ação, sendo colocados balões amarelos e roxos, cores da campanha “Arrecadando Sorrisos” e alguns cartazes. Nesses era possível identificar a ação que estava ocorrendo por meio do nome e do slogan da campanha, sendo feita também uma chamada para a ação com cartazes que diziam “faça sua doação aqui” e um agradecimento pelas doações com cartazes dizendo “muito obrigado pela sua doação”.

Aos poucos as pessoas foram chegando e começaram as abordagens. Ao abordar as pessoas o grupo se apresentava como voluntário do Lar da Criança de Erechim - RS, explicava resumidamente o objetivo da campanha, o qual é voltado para a arrecadação de alimentos, produtos de higiene e limpeza, e lhe entregava a “listinha” com opções de produtos para doação, ressaltando ao final que o Lar recebe esse tipo de doação o ano todo, podendo ser entregue diretamente em suas dependências.

Figura 9: Abordagem das pessoas



Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

Com o passar da manhã, o movimento do supermercado foi aumentando e as doações começaram a ser feitas com mais frequência. Felizmente, maioria das pessoas que passaram pelo local abraçaram a ação, ouviram o grupo com atenção e não hesitaram em doar algo.

Figura 10: Registro de uma das doações



Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

Figura 11: Registro de mais uma doação



Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

Ao findar da manhã, os carrinhos utilizados para depositar as doações estavam cheios, além das várias caixas que também foram utilizadas para esse fim. Próximo ao horário das 12h, o grupo começou organizar o local para encerrar a ação, guardar as doações recebidas para posteriormente fazer a entrega no Lar e os integrantes moradores das outras cidades iniciaram o seu retorno para casa.

Figura 12: Grupo reunido e doações arrecadadas no Dia da Ação



Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

Após contabilizar as doações, chegou-se a números satisfatórios, são eles:

Quadro 12: Quantidade de alimentos arrecadados

<b>Óleo de cozinha</b>	<b>Chocolate em pó</b>	<b>Farinha de trigo</b>	<b>Farinha de milho</b>
4 litros	1 quilo	11 quilos	9 quilos
<b>Açúcar</b>	<b>Doces</b>	<b>Ovos</b>	<b>Pipoca</b>
23 quilos	2,130 quilos	2,5 dúzias	500 gramas
<b>Leite</b>	<b>Massa</b>	<b>Sal</b>	<b>Arroz</b>
33 litros	38 quilos	1 quilo	53 quilos
<b>Feijão</b>			
5 quilos			

Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

Quadro 13: Quantidade de produtos de higiene arrecadados

<b>Papel higiênico</b>	<b>Sabonete</b>	<b>Creme dental</b>	<b>Fralda</b>
3.200 metros	3,630 quilos	3,100 quilos	18 unidades
<b>Shampoo</b>	<b>Escovas de dentes</b>		
2,645 litros	19 unidades		

Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

Quadro 14: Quantidade de produtos de limpeza arrecadados

<b>Álcool</b>	<b>Detergente</b>	<b>Sabão em pó</b>	<b>Amaciante</b>
2 litros	7,5 litros	9 quilos	16 litros
<b>Água sanitária</b>			
15 litros			

Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

O Dia de Ação estava programado para acontecer em duas etapas, a primeira seria o dia das arrecadações, o qual foi descrito acima e a segunda etapa seria uma festa, a qual seria promovida pelo grupo às crianças e adolescentes do Lar da Criança, com intuito de entregar as doações recebidas e ter um momento de convívio com os acolhidos. No entanto, o grupo deparou com algumas dificuldades no agendamento dessa festa, tais como uma data disponível no calendário de programação do Lar e a falta de interesse vinda de um dos responsáveis pela organização.

Frente a essa situação, o grupo chegou à conclusão que, seria uma excelente experiência poder promover uma atividade diferente para as crianças e adolescentes, mas que fazer a entrega das arrecadações era o que realmente importava para poder finalizar o Dia de Ação com sucesso. Deste modo, no dia 10 de outubro de 2019, alguns dos integrantes do grupo foram até o Lar da Criança de Erechim fazer a entrega das arrecadações, concluindo assim principal objetivo do Dia de Ação: arrecadação de alimentos, produtos de higiene e produtos de limpeza.



para que fossem até o estabelecimento escolhido e deixassem a sua doação, quando nas publicações que apresentavam à comunidade o trabalho desenvolvido pelo Lar da Criança de Erechim.

Apesar de não ser a ideia inicial, tão pouco o objetivo dos integrantes do grupo, de aparecerem como as pessoas que planejaram e arrecadaram as doações, mas sim fazer com que a sociedade Erechinense entendesse que esta seria uma ação da própria organização, o resultado do Dia de Ação como um todo pode ser considerado satisfatório.

Após a superação dessa e das outras dificuldades citadas no item 2.2, considera-se um fator de extrema importância a união do grupo em estruturar um Dia de Ação que atendesse o objetivo deste projeto, que é conscientizar as pessoas de que o Lar da Criança recebe todos os tipos de doações e em todos os dias do ano, não apenas quando campanhas são realizadas por ele ou por voluntários.

Uma questão interessante a ser destacada, é o fato de que muitas pessoas se mostravam surpresas ao serem informadas, pelos participantes do grupo, que o Lar da Criança precisa muito que as doações sejam constantes e que não sejam apenas de roupas, mas especialmente de alimentos, materiais de higiene e limpeza, para que a manutenção dos serviços prestados pela ONG não sejam ameaçados.

Assim, o Dia de Ação foi considerado de suma importância, já que, além da grande quantidade de alimentos e materiais de higiene e limpeza arrecadados, os voluntários puderam conversar com muitas pessoas e lembrar que, assim como todas as casas, a entidade também precisa de mantimentos o ano inteiro, para que esse incrível trabalho prestado para a sociedade não corra nenhum risco de acabar.

No capítulo a seguir, iremos conhecer o público-alvo da instituição, tal como a sua relação com o Lar e suas opiniões sobre ele.

### III – CONHECER O PÚBLICO-ALVO

#### 3.1 Definição do método de pesquisa

A pesquisa foi realizada com o intuito de conhecer a relação do público-alvo com a organização, visando desenvolver uma campanha de comunicação eficaz e assertiva. A pesquisa em questão tem objetivo descritivo, uma vez que, busca-se familiarizar-se com o público-alvo que se pretende atingir, por meio do levantamento e análise de dados.

A abordagem utilizada foi a quantitativa, através da aplicação de um questionário, o qual foi elaborado por meio da plataforma Google Forms e disparado no final do mês de setembro e início do mês de outubro. Definiu-se como amostra, pessoas que possuem alguma posição de influência na cidade de Erechim, visando que esse público pudesse disseminar a importância do Lar da Criança para a sociedade.

#### 3.2 Instrumento de coleta de dados

O roteiro de perguntas foi estruturado com o intuito de compreender o público-alvo da campanha, integrado esse por influenciadores tais como: funcionário público ou privado, professor, representante de empresa/instituição ou membro de algum grupo (escoteiros, clubes, influencers digitais). A partir desses, buscou-se entender qual é o nível de conhecimento sobre o Lar da Criança e se há alguma ligação entre eles.

No primeiro instante, foram feitas perguntas sobre a ligação do público-alvo com organizações não governamentais, sendo elas:

- Quanto você acha importante a existência de ONGs? (Obtendo respostas em escala de 1 a 5)
- Quando fala-se de ONGs em Erechim, quais vem a sua cabeça? (Pergunta aberta)
- Você já ajudou alguma ONG? (Sim ou não)

Em sequência, instigou-se o envolvimento do público-alvo com o ato de doar, sendo que, se a resposta da terceira pergunta fosse afirmativa, dava-se sequência a perguntas como:

- Se sim, como você tem o hábito de colaborar? (Alternativas em formato de caixa de seleção, como: trabalho voluntário, doação de dinheiro, doação de alimentos, materiais de higiene e limpeza ou suporte técnico)

- Qual a frequência que costuma colaborar com as ONGs? (Diariamente, semanalmente, mensalmente, trimestralmente, semestralmente, atualmente, indefinido)

Caso a resposta da terceira pergunta fosse negativa, dava-se sequência a seguinte pergunta:

- Se não colabora, o que te impede? (Alternativas em formato de caixa de seleção, como: falta de campanhas, de tempo, de interesse ou de dinheiro)

Feitos esses questionamentos, direcionou-se para perguntas específicas sobre a organização, com o intuito de compreender a relação do público-alvo com o Lar da Criança.

As perguntas foram:

- Você conhece a Associação Beneficente Lar da Criança de Erechim? (Sim, não ou talvez)
- Qual trabalho você acha que ela desempenha? (Alternativas em formato de caixa de seleção, como: acolhimento de crianças e adolescentes até retornarem para suas famílias ou para adoção, acolhimento de qualquer criança ou adolescente, lugar para frequentar no turno inverso da escola ou outros)

Para introduzir a próxima seção, apresentou-se brevemente o Lar da Criança, as atividades desempenhadas por ele e seguiu-se os questionamentos da seguinte forma:

- O quão importante é uma ONG que realize esse trabalho no município e região? (Obtendo respostas em escala de 1 a 5)
- Você conhece alguém que já foi beneficiado pelo Lar? (Sim ou não)
- Você conhece alguma ONG que presta o mesmo trabalho que o Lar da Criança? (Sim ou não)

Ainda com foco na organização, a seção seguinte tem como objetivo avaliar as plataformas de comunicação do Lar junto ao público-alvo, utilizando-se de perguntas como:

- Você já teve acesso as redes de contato da ONG? (Facebook, site) (Sim ou não)
- Você acha que uma ONG precisa estar presente ativamente nas redes sociais como de contato? (Alternativas no formato de múltipla escolha, como: sim, acredito ser muito importante; não, não vejo necessidade ou talvez)
- Quais os conteúdos que gostaria de ver nestes meios? (Alternativas no formato de caixa de seleção, como: campanhas de arrecadação, aonde fazer doações, como ser colaborador(a), atividades realizadas ou outros)

E na última etapa do questionário, as perguntas ficaram voltadas especificadamente para o público-alvo, de modo a conhecê-lo e segmentá-lo melhor, questionando-o da seguinte forma:

- Idade (Alternativas que variavam de 15 a 65 anos)
- Gênero (Feminino, masculino ou outro)
- Ocupação (Alternativas que podiam ser somente trabalho ou estudo, ou ainda os dois)
- Você pertence a qual das seguintes ocupações? (Alternativas no formato de múltipla escolha, como: funcionário público ou privado, professor, representante de empresa/instituição ou membro de algum grupo)
- Renda familiar (Alternativas que variavam de um salário mínimo a nove salários mínimos)

### **3.3 Coleta de dados**

Como exposto, o questionário tinha como objetivo entender relação do público-alvo com a instituição, e obter subsídio para desenvolver estratégias mais assertivas para a campanha de comunicação. Para isso, fez-se uso da ferramenta Google Forms, um método de questionário online, com perguntas de abordagem qualitativa.

O questionário foi enviado para um público específico, sendo esse, propagadores de opinião residentes da cidade de Erechim – RS, tais como: funcionários públicos, professores, representantes de empresas/instituições ou membros de grupos sociais. A amostra definida foi não probabilística, com uma quantidade aleatória de 100 pessoas, no entanto, ao encontrar dificuldades na coleta de dados, diminuiu-se essa amostra para 50 pessoas. No entanto, mesmo assim a amostra não foi atingida e a pesquisa foi finalizada com 45 respostas. Pode-se explicar o ocorrido através das variáveis que permeiam o disparo de um questionário online, tais como o não retorno do público e a existência de um prazo para a coleta dos dados. O disparo da pesquisa teve início em meados do dia 20 de setembro, sendo finalizado no dia 21 de outubro, totalizando aproximadamente um mês de coleta de dados.

Os objetivos específicos da pesquisa eram: mapear algumas informações como a predisposição para serviços voluntários e engajamento com organizações não governamentais; se a Associação Beneficente Lar da Criança era comumente lembrada; qual a imagem dela em meio a sociedade; e se já tiveram acesso a mesma em algum meio de comunicação.

### 3.4 Apresentação dos resultados

A coleta de dados primários (Apêndice E), obteve respostas de 45 pessoas, sendo 28 mulheres e 17 homens, com idade predominante em 46,7% dos entrevistados de 25 a 40 anos e 42,2% tendo entre 15 e 25 anos. Sendo que, 21 dos entrevistados foram funcionários de empresas privadas, 4 membros de grupos sociais, como escoteiros, Lions Clube e Rotary, 3 professores, 2 funcionários públicos, e os demais empresários e ou diretores de empresa.

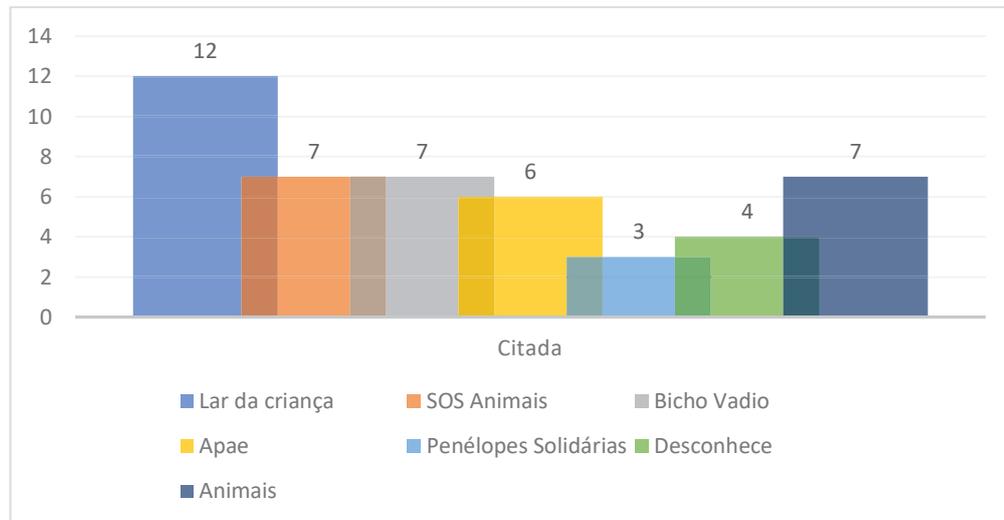
Dentro do perfil dos respondentes, 35% têm renda de 3 a 6 salários mínimos, 31% de 1 a 3 salários mínimos, e 22% possui renda de 6 a 9 salários mínimos. Quando questionados sobre a importância da existência de ONGs, grande maioria respondeu ser muito importante e ninguém afirmou ter pouca importância. Sendo que, 31 pessoas afirmam já ter ajudado algum tipo de ONG e 14 pessoas afirmam não ter ajudado.

O questionamento seguinte, foi a respeito de como essas pessoas costumam ajudar. Grande maioria, totalizando 64%, diz colaborar por meio de doações de alimentos, materiais de higiene e limpeza. Em seguida, os respondentes dizem colaborar por meio de trabalho voluntário e doação de dinheiro. Somente uma pessoa afirmou colaborar com suporte técnico. Com relação a frequência em que os colaboradores costumam ajudar, a maioria diz ser indefinida, 8 pessoas dizem ser anualmente, e em sequência semestralmente (3), trimestralmente (2), mensalmente (3), e semanalmente (1).

Dentre os que não costumam colaborar, a maioria expressiva diz ser por motivo de poucas campanhas de arrecadação e falta de oportunidade, duas pessoas afirmam ser por renda indisponível, e somente uma pessoa diz não ter interesse em colaborar.

Dada a questão de lembrança, a ONG mais citada foi a Associação Beneficente Lar da Criança, com 12 menções, em sequência ONGs voltadas a animais, 7 pessoas afirmam lembrar de organizações de cuidado animal, mas não souberam dizer quais. Apae foi citada 6 vezes, e Penélopes Solidárias 3 vezes. Quatro pessoas desconhece a existência de ONGs na cidade de Erechim - RS. Como pode-se analisar com maior clareza no Gráfico 1:

Gráfico 1: ONGs mais lembradas

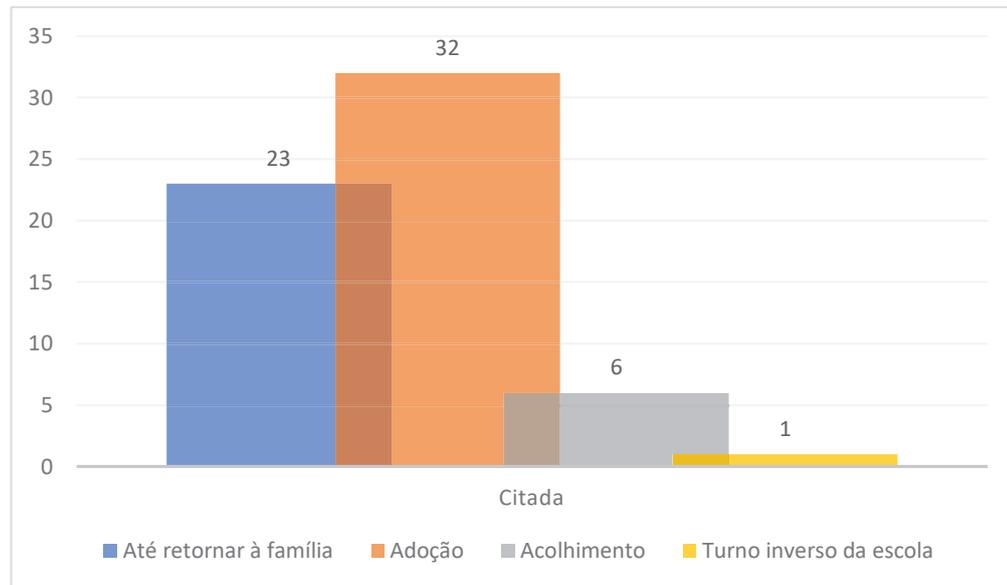


Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Com essa análise, nota-se que a Associação Beneficente Lar da Criança é lembrada entre os propagadores da cidade de Erechim - RS. Na sequência do questionário, perguntou-se diretamente, se os respondentes conhecem a associação, e dos 45 respondentes, 40 confirmam conhecer, somente 5 pessoas não conhecem o Lar. Ou seja, desses 40 que conhecem, somente 12 lembram da associação quando pensam em ONGs.

Na sequência, questionou-se a respeito das funções desempenhadas pela associação, e confirma-se a dificuldade levantada pela especialista em entrevistas iniciais, de que há uma crença popular de que o Lar da Criança acolhe crianças somente para adoção. Como pode ser analisado no Gráfico 2 a seguir, 32 dos propagadores acreditam que o Lar presta serviço de acolhimento de crianças e adolescentes para adoção, ou então acolhimento de crianças e adolescentes somente até retornarem para suas famílias. Mas somente a minoria acredita que o Lar acolhe crianças e adolescentes.

Gráfico 2: Trabalho que a Associação Beneficente Lar da Criança desempenha



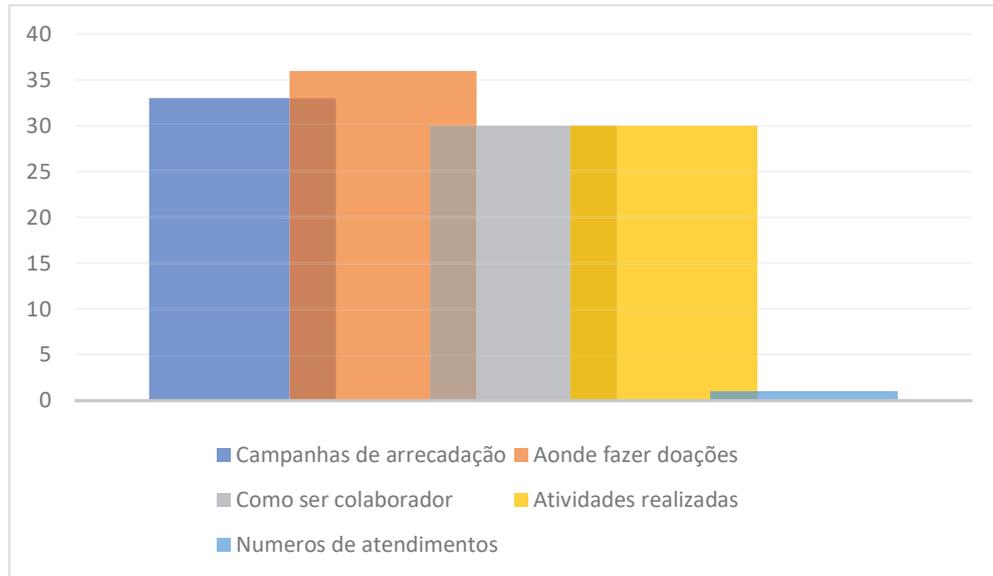
Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Em seguida apresenta-se a Associação Beneficente Lar da Criança, como uma entidade destinada ao atendimento de crianças e adolescentes em situações de risco e vulnerabilidade social. E contextualiza-se sobre o atendimento exercido, como o atendimento de suas necessidades básicas, para garantir a aplicação das diretrizes determinadas pelo Estatuto da Criança e do Adolescente, e promoções das ações que garantam a preservação dos vínculos familiares e comunitários.

Dito isso, deu-se sequência a um questionamento a respeito da importância do trabalho que a associação desenvolve para a cidade de Erechim e sua região, 100% dos respondentes notam a importância do trabalho desempenhado, afirmando ser muito importante. Então questionamos se os respondentes conhecem alguém já beneficiado pela associação, 64% diz conhecer e 35% diz não conhecer ninguém beneficiado. Já com relação a outras ONGs que desempenhem o mesmo trabalho, 80% das pessoas afirmam não conhecer, e somente 20% diz conhecer.

Seguindo o questionário, agora, indagou-se a respeito do contato dos indivíduos com o lar. Inicialmente, procurando saber se já tiveram acesso a alguma rede, como Facebook ou site, e 82% admite não conhecer, somente 17% alega ter tido acesso. Então, questionamos a respeito da presença digital, se os respondentes consideram importante o Lar estar ativo nas redes sociais, então 91% acredita ser muito importante, e os outros 9% não vê necessidade.

Gráfico 3: Conteúdos que gostaria de ver nas redes sociais



Fonte: Dados da pesquisa (2019)

No capítulo a seguir, serão explorados os dados levantados na pesquisa com o público-alvo e será apresentado o planejamento das campanhas para o Lar da Criança.

## IV – PLANEJAR A CAMPANHA

### 4.1 Diagnóstico inicial

O plano de comunicação designado para o seguinte trabalho foi discutido junto ao grupo, visando saber quais seriam as melhores ferramentas de comunicação para transmitir a mensagem pretendida referente ao Lar da Criança. Com isso, as ferramentas escolhidas foram as seguintes: Facebook, como mídia principal de comunicação; rádios da cidade de Erechim, como Rádio Difusão, parceira da organização, e esporadicamente jornais locais.

Estas ferramentas foram escolhidas por já serem utilizadas, mas agora, de forma mais precisa e coerente. A ideia de utilizar o Instagram foi cogitada, mas, frisou-se em manter as redes mais conhecidas, por conta do nível de conhecimento dos responsáveis pelas redes sociais do Lar.

Ao analisar as fragilidades existentes, destacou-se como a maior delas o fato de acontecerem poucas doações durante o ano, tratando-se de alimentos, produtos de higiene e limpeza. Notou-se também que, o Lar não é conhecido da maneira correta, sendo que as pessoas enxergam o Lar apenas como um local de adoção de crianças, não sabendo de todo o trabalho de acolhimento que é feito a crianças e adolescentes que estão em situação de risco e vulnerabilidade social e o suporte que oferecem para estas famílias. Outra fragilidade encontrada é a comunicação, não existindo um responsável para tal encargo, além da resistência de membros da administração do local, em comunicar alguma ação que tenha sido realizada, ou algum material com conteúdo que informe sobre o trabalho e funcionamento da organização.

Após analisar as fragilidades, foi discutido suas potencialidades. O Lar da Criança é a ONG mais lembrada da cidade de Erechim – RS e a sua localização é boa (Figura 3). Dois pontos muito fortes apresentados é a sua credibilidade com a população e empresas apoiadoras, que ajudam o Lar com doações.

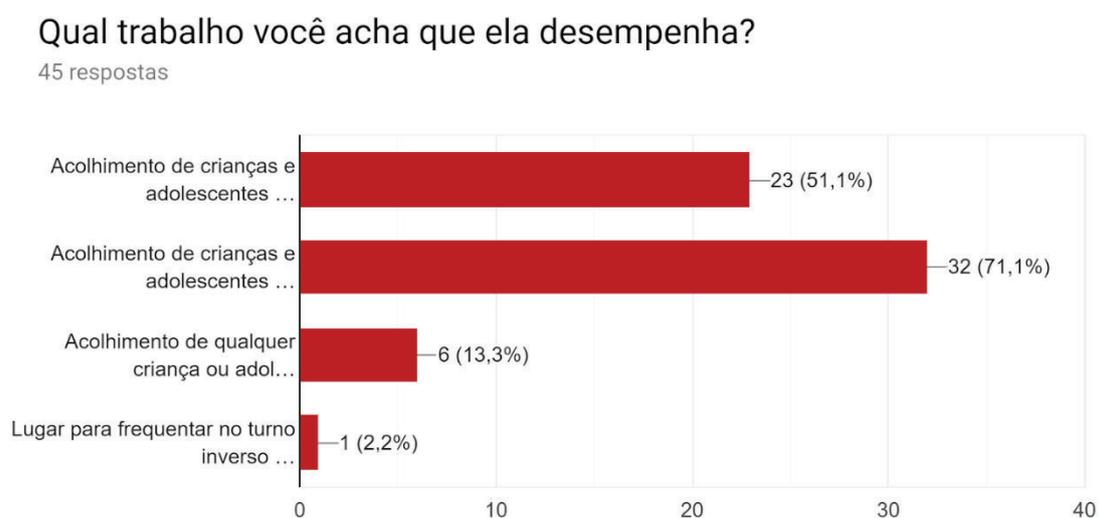
O objetivo de comunicação para este projeto foi estabelecido da seguinte forma: primeiramente, será explicado para a população da cidade de Erechim – RS e região a função e o trabalho prestado pelo Lar e como ocorre, para que não haja enganos sobre o serviço oferecido pela organização. Mostrar que o Lar é um local que está sempre de portas abertas para receber o público que deseja ajudá-lo, e ajudar as famílias que precisem do seu apoio. E por fim e mais importante, sensibilizar a população de que o Lar da Criança aceita doações o ano inteiro, não apenas quando é realizada uma campanha de arrecadação.

Como já explicado anteriormente, para o plano de comunicação será criado um planejamento para a fanpage do Lar no Facebook, utilizando-se de cards e vídeos de conteúdo, com objetivo de estimular as pessoas a doarem, ressaltando que as doações podem ser feitas durante o ano inteiro, além de apresentar mais a ONG e os serviços que esta presta. Também será feito um conteúdo exclusivo de apresentação do Lar da Criança para empresas, captando assim mais apoiadores para o projeto. Serão apresentados também cards com conteúdo explicativo sobre como uma empresa pode cooperar com a ONG, e como pode fazer para entrar em contato com ela.

#### 4.2 Imagem atual de comunicação

Por meio do questionário online, elaborado através da ferramenta Google Forms e disparado para propagadores de opinião da cidade de Erechim – RS, os quais já foram mencionados no item 3.3, com amostra não probabilística e quantidade aleatória de 45 pessoas, o confirmou-se, com 71,1% das respostas (Figura 14), que o Lar é visto como um local apenas para a adoção de crianças. Ou seja, a maioria das pessoas desconhece sua outra função, a de acolhimento de crianças e adolescentes, os quais permanecem no Lar por um período, enquanto sua família recebe acompanhamento e suporte necessário para recebê-los de volta.

Figura 14: Trabalho desempenhado pela organização



Fonte: Dados da pesquisa (2019)

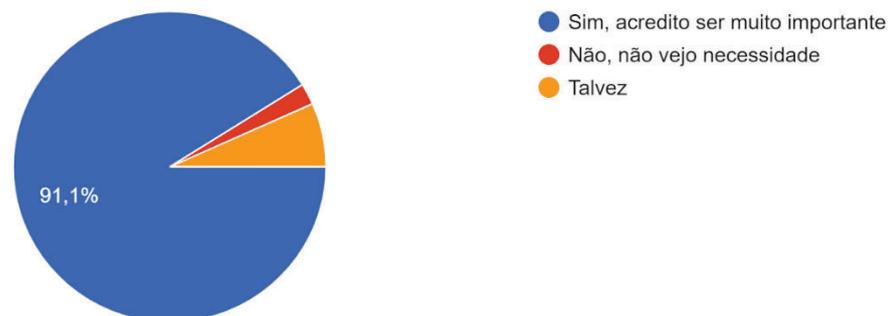
Além disso, a ONG está pouco presente em redes sociais, possui duas páginas no Facebook, as duas com o mesmo intuito, deixando assim suas publicações divididas entre as páginas. Suas publicações são na grande maioria das vezes apenas fotos do Lar e de algumas doações.

Conforme analisado no questionário, uma ONG estar presente ativamente nas redes sociais é de extrema importância (Figura 15), pois permite ao público ter uma maior proximidade com a mesma, além de ter acesso à informações importantes como, por exemplo, onde podem ser feitas as doações, as campanhas de arrecadação, como ser um colaborador e ainda atividades realizadas pela mesma.

Figura 15: Presença de ONGs nas redes sociais

Você acha que uma ONG precisa estar presente ativamente nas redes sociais como de contato?

45 respostas



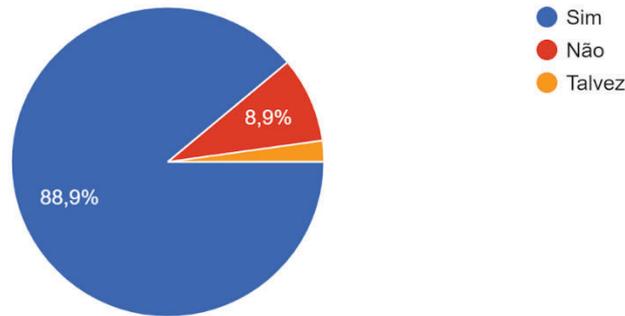
Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Entretanto, o Lar possui como elemento positivo a lembrança pelo público onde, dos 45 entrevistados, 12 citam o Lar ao serem perguntados sobre quais as ONGs de Erechim que vem a sua cabeça, representando cerca de 26,66%. Além disso, 88,9% dos entrevistados conhece o Lar da criança (Figura 16).

Figura 16: Nível de lembrança do Lar da Criança de Erechim

### Você conhece a Associação beneficente Lar da Criança de Erechim?

45 respostas



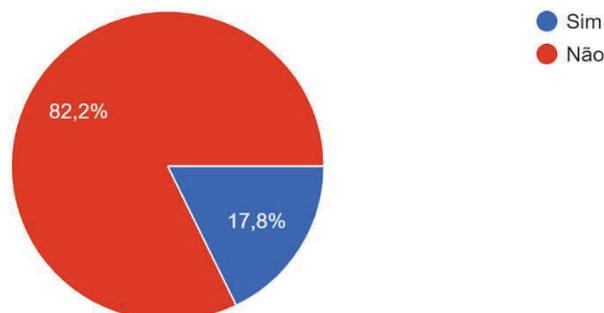
Fonte: Dados da pesquisa (2019)

O grande desafio da campanha será mostrar que as doações fazem a diferença e são necessárias, não apenas em épocas específicas, mas sim o ano inteiro. Criando assim, o desejo de doar, mostrando que doações podem mudar histórias. Além disso, como segundo desafio apresenta-se a necessidade de as pessoas conhecerem as redes de contato do Lar, pois segundo o questionário, grande maioria dos entrevistados não as conhecem (Figura 17).

Figura 17: Redes de contato da ONG

### Você já teve acesso as redes de contato da ONG? (Facebook, site)

45 respostas



Fonte: Dados da pesquisa (2019)

### **4.3 Posicionamento pretendido**

O Lar da Criança deve ser percebido pelo público-alvo após a campanha, como uma organização comprometida com o amanhã. Visto que, na pesquisa realizada com 45 pessoas, todas elas concordaram que o trabalho desempenhado pelo Lar é muito importante.

Com o amanhã das crianças e adolescentes que lá estão e necessitam de todo o suporte que o Lar está apto a dar, como uma boa alimentação que supra com qualidade a necessidade humana e como um abrigo aconchegante e seguro, além de todo carinho, amor e proteção necessária para o bom desenvolvimento de todas as crianças e adolescentes.

E com o amanhã das famílias, as quais o Lar presta ajuda, oferece suporte e realiza o acompanhamento necessário.

### **4.4 Verba de campanha**

A organização não possui recursos para a realização da campanha e não haverá a captação por parte do grupo. Entretanto, a campanha será viabilizada a partir da publicação dos materiais em redes sociais, materiais digitais e calhau com jornais locais. Entretanto, para a realização do Dia de Ação os integrantes do grupo disponibilizaram valores em real para a execução das táticas, como a confecção das camisetas e a impressão de crachás e de mais materiais impressos.

### **4.5 Estratégias da campanha**

As estratégias foram traçadas a partir dos três objetivos da campanha. O primeiro objetivo visa explicar para a população de Erechim – RS e região a função e o trabalho prestado pelo Lar. O segundo objetivo busca mostrar que o Lar é um local que está de portas abertas para receber o público que deseja doar. E o terceiro objetivo é conscientizar a população de que o Lar aceita doações o ano inteiro. A partir disso, foram elaboradas estratégias que visam alcançar os dois públicos da campanha, são eles: público em geral e empresas.

Quadro 15: Estratégias elaboradas para as campanhas

<b>1 - Campanha de arrecadação e captação de empresas</b>	Consiste em uma sequência de conteúdos sobre o Lar da Criança, de modo que as pessoas conheçam a ONG e a ajudem com doações. Além de convidar as empresas a se tornarem parceiras do Lar.
<b>2 - Captação de empresas</b>	Tem-se como objetivo captar novas empresas parceiras que possam contribuir através de colaborações mensais para as atividades desenvolvidas pelo Lar.
<b>3 - Campanha institucional</b>	Visa contar uma história, fazendo com que o público perceba a importância que o Lar da Criança possui na vida de quem passa por ele, estimulando assim a colaboração das pessoas.
<b>4 – Dia de Ação</b>	Teve como objetivo a arrecadação de alimentos e materiais de limpeza. Além de aproximar o Lar da Criança à comunidade de Erechim/RS.

Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

#### 4.6 Táticas de comunicação e plano de mídia da campanha

O Quadro 16 apresenta o planejamento feito para a rede social Facebook, abordando a quantidade de publicações dentro do período pré-definido, os formatos utilizados e os conteúdos que serão trabalhados, isso tudo com o intuito de conseguir arrecadações e captar empresas parceiras para o Lar.

Quadro 16: Campanha de arrecadação e captação de empresas

<b>Meio/período</b>	<b>Formato</b>	<b>Conteúdo</b>
- Facebook - Janeiro à junho de 2020 (2 cards por mês) - 6 cards serão adaptados para os stories	Card (1000px X 1000px) Storie (1080px X 1920px)	-Você conhece o Lar da Criança? - Adoção é doação, um ato de amor - Você sabe onde é o Lar da Criança? - Doações - Dar é melhor que receber

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Somos também um Lar de acolhimento</li> <li>- Empresas, sejam nossas parceiras</li> <li>- Serviços oferecidos</li> <li>- Prestamos assistência a famílias</li> <li>- Posso visitar o Lar quando quiser?</li> <li>- Crescemos todos juntos</li> <li>- O lar acolhe qualquer criança?</li> </ul>
--	--	---

Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

O Quadro 17 apresenta o planejamento feito para a captação de empresas apoiadoras para o Lar da Criança, abordando os meios que serão utilizados, o período de cada tática, os formatos e o conteúdo de cada material que será produzido.

Quadro 17: Captação de empresas

Meio/período	Formato	Conteúdo
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Digital</li> <li>- Permanente</li> </ul>	Apresentação Power Point (1920px X 1080px)	Como sua empresa pode apoiar a ONG Lar da Criança
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Press-kit</li> <li>- Enquanto houver interesse em captar parceiros</li> </ul>	Caixa - chaveiro (princesa), fanzine (conteúdo sobre o Lar) e selo.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Histórico do Lar</li> <li>- Atividades desenvolvidas pelas crianças</li> <li>- Mercado de trabalho</li> <li>- Serviços oferecidos pelo Lar</li> <li>- Selo: selo doador oficial</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Impresso</li> <li>- Permanente</li> </ul>	Placa (70cm X 70cm)	Selo empresa parceira

Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

O Quadro 18 apresenta o planejamento feito para a campanha institucional do Lar da Criança, nele podemos tomar conhecimento sobre o meio que será utilizado, o período em que a campanha irá circular, o formato da peça e conteúdo que será explorado em cada uma delas.

Quadro 18: Campanha institucional

Meio/período	Formato	Conteúdo
<p>- Facebook</p> <p>- Janeiro e Fevereiro de 2020 (1 card por semana)</p>	<p>Card (1000px X 1000px)</p>	<p>- Card 1</p> <p>Introdução da história.</p> <p>- Card 2</p> <p>Era uma vez uma princesinha chamada Júlia, ela era dona de um coração enorme e de um lindo e encantador sorriso. Amava a natureza e todos os animais. Seu amor era tanto que todos os dias no início da manhã, caminhava pelo mesmo caminho em direção a uma linda floresta. Certo dia, Júlia resolveu fazer um caminho diferente para ver o que encontrava.</p> <p>Quer saber o que Júlia encontrou e o restante da história? Então fique de olho em nossas publicações :)</p> <p>- Card 3</p> <p>A princesinha Júlia encontrou um caminho muito, muito escuro. As árvores daquele lugar eram secas e sem vida. Pássaros não cantavam e a luz do sol parecia não existir. Assustada com o local, percebeu que estava longe do seu reino e se deu por conta que estava perdida. Sem saber o que fazer e com muito medo, Júlia resolver sentar-se embaixo de uma das árvores secas e esperar que algo bom acontecesse ou que alguém aparecesse para salvá-la.</p>

		<p>Será que alguém salvará a princesinha? Descubra nas nossas próximas publicações e nos próximos capítulos dessa incrível história :)</p> <p>- Card 4</p> <p>Após um tempo esperando, a princesinha caiu em sono profundo. Começou a ter um sonho muito, muito estranho. Sonhou que estava voando para fora daquele lugar escuro, mas suas asas eram tão pequeninhas que quando conseguiu sair de lá acabou caindo no chão, mas para sua sorte, foi em um monte muito fofinho de folhas. Com o susto de ter caído durante o sonho, Júlia acabou acordando assustada. Olhou ao seu redor e não acreditou no que viu.</p> <p>O que será que Júlia viu? Será que ela está bem? Descubra nas próximas publicações :)</p> <p>- Card 5</p> <p>Júlia achou que ainda estava sonhando, pois não conseguia acreditar no que via. Se deu um leve beliscão e para sua surpresa, estava mesmo acordada. Ao seu redor, estavam três lindas fadinhas e um reino encantado cheio de luz, animais e todas as coisas lindas que antes, só existiam em sua imaginação. Júlia muito encantada com as fadas, mas ainda sem</p>
--	--	---

		<p>entender o que estava acontecendo, perguntou rapidamente:</p> <p>Quem são vocês? Foram vocês que me tiraram daquele lugar escuro? E por quê? E aaiii vocês me derrubaram!</p> <p>Será que foram as fadas que ajudaram Júlia? está curioso? acompanhe nossas publicações para saber o desfecho dessa história :)</p> <p>- Card 6</p> <p>Olá princesinha Júlia - disse uma das fadas, chamada Clara.</p> <p>Nós somos as fadas do reino do sol. Você estava muito próximo a nós. Se tivesse andando um pouquinho mais, teria chegado ao nosso lindo reino. E nos perdoe pelo tombo, não estava nos planos ter que te carregar, mas você acabou pegando no sono.</p> <p>Júlia encantada com as fadinhas perguntou:</p> <p>E como vocês me encontraram?</p> <p>A outra fadinha chamada Anna respondeu:</p> <p>Quando você nasceu, recebeu um raio do sol em seu coração. Era o seu destino nos encontrar.</p> <p>Sentimos em nossos corações que você estava próxima, por isso viemos ao seu encontro - disse a outra fada chamada Flora.</p>
--	--	--

		<p>Qual será o motivo do encontro de Júlia com fadas? Vamos descobrir juntos nas próximas publicações, fiquem ligados :)</p> <p>- Card 7</p> <p>Eu tenho um raio de sol eu meu coração? - perguntou Júlia.</p> <p>Tem sim, princesa Júlia. Você foi escolhida ao nascer para ser a princesa do nosso lindo e encantado reino e agora chegou a hora. Seu coração sabia que devia nos encontrar hoje, por isso você fez um caminho diferente ao caminhar na floresta. Você seguiu seu coração - Disse Anna.</p> <p>Fada Flora se aproximou de Júlia, pegou em suas mãos e disse:</p> <p>Princesa Júlia, você aceita ser a princesa do reino do sol?</p> <p>A princesinha muito emocionada e feliz com tudo aquilo que estava acontecendo, sem hesitar responde:</p> <p>É claro que eu aceito, esse reino é lindo, cheio de amor e de luz. Mas vou precisar de ajuda, pois sou apenas uma criança.</p> <p>A fadinha Clara, feliz por Júlia ter aceitado responde:</p> <p>Princesa, nós sempre iremos estar do seu lado e te ajudando em tudo o que precisar. O reino do sol fica muito feliz e grato por ter você como nossa princesa.</p>
--	--	---

		<p>Nossa história está chegando ao fim, mas qual será o seu incrível final? Continue nos acompanhando para saber mais :)</p> <p>- Card 8</p> <p>No dia seguinte, Júlia acorda e vai ao encontro de suas novas amigas fadas. É o dia de se tornar oficialmente princesa do reino do sol.</p> <p>Em frente a todas as pessoas e criaturas encantadas do reino, a princesinha Júlia é apresentada como a tão esperada princesa do reino.</p> <p>A fadinha Anna faz o discurso de boas-vindas:</p> <p>Princesa Júlia, o seu lindo e puro coração te trouxe até aqui. Você que sempre sonhou com reinos encantados, hoje é a princesa de um, é com muita gratidão que te acolhemos no nosso lindo reino. Que você seja muito feliz e que se divirta muito com a gente.</p> <p>Princesinha Júlia, muito feliz agradece a todos e vai ao encontro das pessoas e criaturas encantadas para assim começar uma linda e animada festa de boas-vindas.</p> <p>- Card 9</p> <p>Finalização da história.</p>
<p>- Rádio</p> <p>- Janeiro e Fevereiro de 2020 (1 spot por</p>	<p>Spots (17", 53", 59", 1', 1'05", 1'17", 1'43", 1'42")</p>	<p>História de Júlia.</p>

semana, veiculado em 3 dias na mesma semana)		
- Mídia externa - Janeiro e Fevereiro de 2020 (enquanto estiver sendo contata a história da Júlia nos outros meios de comunicação)	Outdoor (3m X 9m)	Você conhece a Júlia? (Instigar as pessoas a pesquisarem sobre a Júlia para saberem do que se trata).
- Jornal - Janeiro (mês em que a campanha entrará em circulação)	Anúncio de jornal rodapé (21cm X 7cm)	Olá, eu sou a Júlia do ONG Lar da Criança (apresentar a Júlia e convidar as pessoas a acompanharem a sua história).

Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

O Quadro 19 apresenta o planejamento feito para o Dia de Ação, ao observá-lo é possível ver os meios utilizados e as peças produzidas para esse dia, tal como os formatos utilizados e o conteúdo planejado.

Quadro 19: Dia de Ação

Meio/peça	Formato	Conteúdo
Supermercado Triângulo	Abordagem em frente a porta central.	Projeto Arrecadando Sorrisos.
Impresso	“Listinha” (7cm x 15cm)	Lista com opções de produtos para doar.
Camiseta		Logo do projeto Arrecadando Sorrisos.
Crachá	7,5cm X 10cm	-Voluntários - Nome do integrante do grupo

- Facebook (página do Projeto Arrecadando Sorrisos)	Card (1000px 1000px) Storie (1080px 1920px) Evento	X X	- Data do evento - Lista de Arrecadação - Save the date - Local do evento - Conceito do evento - Vídeo convite
- Instagram (Projeto Arrecadando Sorrisos)	Card (1000px 1000px) Storie (1080px 1920px)	X X	-Data do evento -Lista de arrecadação - Save the date - Local do evento - Conceito do evento - Vídeo convite - Box de perguntas - Videos e fotos em storie
Fotos	Imagem		Momentos vividos no Dia de Ação e dia da entrega das arrecadações.

Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

#### 4.7 Cronograma da campanha

O cronograma tem como objetivo nortear as ações a serem desenvolvidas nos próximos meses, entre novembro de 2019 e junho de 2020.

Quadro 20: Cronograma das campanhas

Mês	Ação - Frequência
Novembro	Planejamento de conteúdo
Dezembro	Planejamento de conteúdo
Janeiro	- Campanha de arrecadação e captação de empresas (2 cards) - Captação de empresas (3 empresas) - Campanha institucional (4 cards e 4 spots)

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Outdoor (a partir da segunda semana)</li> <li>- Jornal (segunda semana)</li> </ul>
Fevereiro	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Campanha de arrecadação e captação de empresas (2 cards)</li> <li>- Captação de empresas (3 empresas)</li> <li>- Campanha institucional (4 cards e 4 spots)</li> <li>- Outdoor (mês inteiro)</li> </ul>
Março	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Campanha de arrecadação e captação de empresas (2 cards)</li> <li>- Captação de empresas (3 empresas)</li> <li>- Campanha institucional (1 card)</li> <li>- Outdoor (primeira semana)</li> </ul>
Abril	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Campanha de arrecadação e captação de empresas (2 cards)</li> <li>- Captação de empresas (3 empresas)</li> </ul>
Maiο	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Campanha de arrecadação e captação de empresas (2 cards)</li> <li>- Captação de empresas (3 empresas)</li> </ul>
Junho	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Campanha de arrecadação e captação de empresas (2 cards)</li> <li>- Captação de empresas (3 empresas)</li> </ul>

Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

#### 4.8 Orçamento da campanha

Conforme citado no item 4.4 não haverá custos para a realização do plano de comunicação. Tudo será viabilizado a partir do trabalho voluntário do grupo e de doações dos integrantes do grupo e de empresas parceiras. Algumas empresas parceiras visadas são: jornais locais, que disponibilizarão espaço não pago para o anúncio da campanha; rádios locais, que proporcionarão espaço para a veiculação dos spots planejados e empresas de mídia externa, que cederão espaço sem custo para a colocação do outdoor planejado.

#### 4.9 Pesquisa de referências para criação

A consolidação da campanha, se dá através de ideias envoltas de referências que podem nortear elementos como imagens, fontes, formatos, entre outros aspectos criativos para compor uma peça. Para este, foi realizada uma pesquisa de referências em sites criativos, como o Google e o Pinterest. A seguir serão apresentadas algumas das principais referências encontradas, a fim contribuir para uma criação eficiente e de resultado.

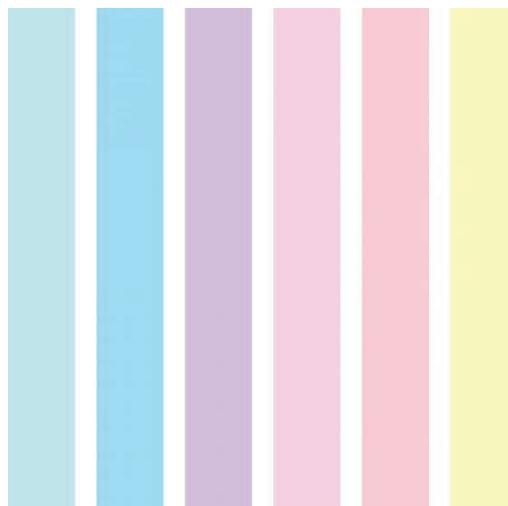
Cores vivas, fontes cursivas, tons pastéis, desenhos de contos de fadas, são elementos que trazidos para compor estas referências.

Figura 18: Referência de layout



Fonte: Google (2019)

Figura 19: Referência de cores



Fonte: Google (2019)

Figura 20: Referência de conceito



Fonte: Pinterest (2019)

Figura 21: Referência de fontes cursivas



Fonte: Pinterest (2019)

Figura 22: Referência de conteúdo



Fonte: Google (2019)

Figura 23: Referência de fontes



Fonte: Pinterest (2019)

#### 4.10 Tema da campanha e linha criativa

O tema da campanha e a sua linha criativa foi definida no dia 16 de outubro, dia em que o grupo se reuniu para pensar em como produzir uma campanha de comunicação efetiva, que explicasse sobre o Lar da Criança e resultasse em arrecadações e parcerias para a instituição (mais detalhes sobre o processo de criação podem ser acompanhados nos itens 5.1 e 5.2).

A campanha planejada seguirá para o rumo lúdico, o tema será abordado em forma de histórias infantis, com princesas, príncipes e reinos encantados, tendo como slogan “Histórias que mudam o amanhã”. Apesar de mostrar um mundo encantado, as histórias contadas serão reais, jovens contaram um pouquinho de sua história após a saída do Lar, demonstrando que as pessoas que doam podem mudar a realidade de quem está lá dentro, mostrando que elas podem ser mais um personagem especial dessa história. Além disso busca mostrar para o público interno, como crianças e adolescentes que lá estão, que elas mesmas podem construir histórias que terão finais felizes e encorajá-las a isso.

Um ponto importante da campanha será a hashtag para cego ver (#pracegover) que proporciona mais inclusão e fará desta uma campanha inclusiva.

#### 4.11 Ideia inicial de peça conceito

Figura 24: Ideia inicial da peça conceito



Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

## V – CRIAR E PRODUZIR A CAMPANHA

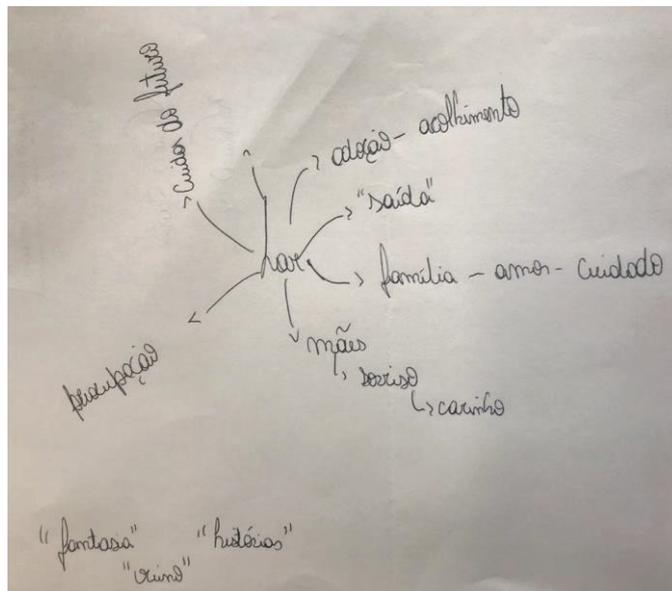
### 5.1 Métodos e técnicas de criação

As técnicas utilizadas para o “surgimento” das principais ideias para a campanha foram o mapa mental e o *brainstorm*. Entretanto, o grupo utilizou dessas duas técnicas conhecidas para criar uma nova técnica. Essa nova técnica tinha como objetivo gerar o máximo de ideias e depois compará-las. Primeiramente, o grupo foi dividido em dois subgrupos, com o intuito de que cada subgrupo elaborasse um mapa mental, essa etapa durou cerca de 15 minutos. Após isso, cada grupo contou quais palavras que estavam em seu mapa mental, iniciando-se assim uma conversa entre todos os integrantes do grupo, onde as ideias foram surgindo e chegou-se a uma ideia para a campanha.

### 5.2 O percurso criativo

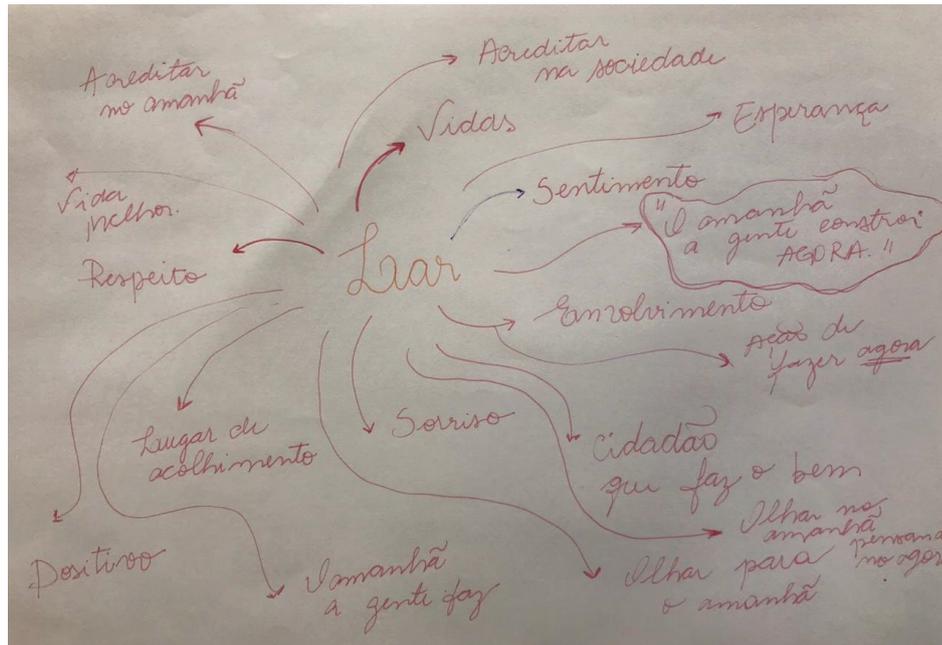
No dia 16 de outubro, o grupo reuniu-se para a aplicação da técnica criada. Na primeira etapa do processo criativo foi elaborado o mapa mental. No centro, como ponto de partida estava a palavra “Lar”, que se referia ao Lar da Criança de Erechim, assim cada subgrupo deveria associar outras palavras a essa principal. Durante o processo surgiram palavras de fácil associação e algumas essenciais que “saíram da caixa”.

Figura 25: Mapa mental - Subgrupo um



Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

Figura 26: Mapa mental - Subgrupo dois



Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

Passados 15 minutos, as ideias foram discutidas em formato de *brainstorm*, assim a palavra "História" foi discutida e incrementada, chegando-se à ideia final da campanha "Histórias que mudam o amanhã". Esse processo criado pelo grupo facilitou todo o processo de criação de uma campanha, pois o primeiro passo permitiu aos participantes que explorassem todas as suas ideias em relação ao Lar e em seguida, com a ajuda dos colegas, algumas palavras ganharam novo significado e outras foram enriquecidas.

Quadro 21: Palavras base da criação

Reino	Lar	Histórias
- Passa a ser o lar	- Família	- De sucesso
- Mal e bem	- Amor	- De amor
- Magia	- Acolhimento	- De crianças
- Pessoas que ajudam	- Sorrisos	- De sentimento
	- Vidas	- De memórias
	- Cidadão	- De tristeza
		- De construção
		- De superação

Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

### 5.3 Peça conceito inicial e justificativa

A peça conceito da campanha institucional foi escolhida através das estratégias traçadas para a instituição que dizem respeito ao meio aonde seu público está inserido. O card (Figura 27) escolhido para o pré-teste tem como objetivo apresentar a princesa Júlia, além de convidar o público para seguir acompanhando sua história. Além disso, convida para fazer a doação contribuindo com essas histórias que serão contadas no decorrer do planejamento das redes sociais da ONG.

A criação dessa peça traz a ilustração de uma princesa que remete aos contos de fadas, além de contar com a composição de cores e tipografias para que a informação seja clara e que encante. Na ilustração da princesa, buscamos desconstruir o padrão trazido pelas histórias. A cor rosa trás referência ao encanto, doçura, além de remeter ao feminino. Para assinar as peças foi incluído o logotipo da ONG e o slogan da campanha “Histórias que mudam o amanhã”.

Figura 27: Peça conceito inicial – público em geral



Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

Visto que, a campanha planejada para o Lar da Criança possui dois públicos, público em geral e empresários, criou-se uma segunda peça conceito pensando agora no público empresarial. Com o intuito de incentivar a doações, a peça (Figura 28) utiliza-se de elementos visuais que transmitem afeto, como cores em tons quentes, tipografia de apoio cursiva e uma criança sorrindo ao fundo com transparência, fazendo alusão ao bem que a doação fará as crianças da ONG. Como primeiro plano destaca-se o aperto de mão, simulando um acordo, do empresário com o Lar, assinatura com o logo do Lar da Criança e no canto inferior esquerdo um botão indicando que mais informações estão disponíveis na legenda.

Figura 28: Peça conceito inicial – empresários



Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

#### 5.4 Pré-teste das campanhas

O pré-teste da peça conceito da campanha (Apêndice F) foi aplicado à 11 pessoas distribuídas entre os dois públicos-alvo da campanha: público em geral (7 entrevistados) e empresários (4 entrevistados). Este consistiu na aplicação de um questionário, feita

pessoalmente ou por meio da rede social WhatsApp, com perguntas que visavam descobrir se estava clara a mensagem transmitida pela peça, essas perguntas foram: “*Qual informação você leu primeiro*”, “*O que a peça está dizendo?*”, “*O que está peça pede para você fazer?*” e “*Você faria o que a peça pede pra você fazer?*”, sendo que, no questionário aplicado com os empresários retirou-se a primeira pergunta e fez-se somente as três seguintes.

Tratando-se da peça conceito para o público geral, quanto a pergunta inicial, a informação lida primeiro pela maioria foi “Júlia”, o nome da princesa. Sobre a segunda pergunta, todos entenderam que a peça está falando sobre a história da princesa Júlia. Quando questionados sobre o que a peça pede para que façam, 5 entrevistados entendem que a peça está pedindo para que doem e 2 entendem que deve seguir acompanhando a história de Júlia. Na última pergunta, a qual questiona se o público faria o que a peça pede, 4 pessoas comentam que precisariam de mais informações para realizar de fato alguma doação e 3 pessoas comentam que fariam o que a peça pede por curiosidade em saber mais sobre a história, para ajudar e por ser uma campanha do Lar da Criança.

Referente a peça conceito para os empresários, sobre a primeira pergunta (*O que a peça está dizendo*), os quatro entrevistados entenderam que a peça tem o intuito de convidá-los para serem parceiros do Lar, a ajudar. Quanto à segunda pergunta (*O que está peça pede para você fazer?*), um dos entrevistados entendeu que ela está pedindo para que ele entre em contato e saiba como pode ajudar, os demais entendem que ela pede ajuda, através de doações e parcerias. Na última pergunta (*Você faria o que a peça pede pra você fazer?*), assim como no pré-teste da peça conceito para o público em geral, a maioria dos entrevistados só ajudaria mediante mais informações sobre o destino dessa ajuda, e uma pessoa respondeu que faria pois já costuma ajudar o Lar da Criança de Erechim.

## **5.5 Peça conceito final e justificativa**

Após aplicação do pré-teste e análises feitas pelo grupo no desenvolvimento da criação, optou-se por alterar o layout da peça que dará sequência ao planejamento das redes sociais da ONG. Algumas alterações foram feitas para facilitar o entendimento do público quanto a interpretação da peça. As informações foram colocadas de forma centralizada, para que o público pudesse ler de forma ordenada e coesa o texto presente na imagem, e retirou-se a parte em que solicitava ao público fazer uma doação. A retirada desta parte deu-se, principalmente, por esta ser uma campanha institucional onde a chamada para doações será feita apenas na última peça. A composição do lado esquerdo (castelo) passou a ganhar mais cor para compor a

postagem, evidenciando mais o espaço em que a princesa se encontra (Figura 29). O conteúdo continua sendo o mesmo com a chamada que remete a história. Para melhor leitura, posicionamos os textos do lado direito na seguinte sequência: chamada para história e chamada para continuação da história na descrição da postagem.

Figura 29: Peça conceito final – público em geral



Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

Quanto a peça conceito elaborada para o público empresarial (Figura 28), após passá-la pelo pré-teste, foi possível notar que o público entende o que ela visa transpassar. O questionamento ficou quanto a fazer o que a peça pede que o público faça, mas essa dúvida pode ser sanada no decorrer da campanha, onde o público entenderá a importância de ajudar o Lar da Criança. Visto isso, a peça conceito final foi mantida conforme a peça conceito inicial.

## 5.6 Peças das campanhas

### 5.6.1 Campanha de arrecadação e captação de empresas

#### 5.6.1.1 Rede social - Facebook

O planejamento para as redes sociais foi definido com o intuito de movimentar a página já existente no Facebook, sendo que esta não vem sendo movimentada já há algum tempo. As peças criadas foram divididas em 3 categorias: (i) informações sobre o Lar da Criança (ii) serviços oferecidos (iii) incentivo a doação. Essas 3 categorias são institucionais, com viés informativo e incentivo a doação, assinadas com o logo do Lar da Criança. As fotografias utilizadas para ilustrar as postagens, foram retiradas de banco de imagens, tendo em vista que é extremamente proibido que as fotos das crianças que estão no Lar.

A primeira categoria possui cards que instigam o conhecimento do público alvo referente ao lar. As imagens mostram crianças com expressões de dúvida, para que chame atenção do leitor, buscando sempre mostrar uma diversidade étnica. As cores escolhidas tanto para esta categoria, como para as seguintes, são cores mais quentes, transmitindo assim uma sensação de calor, paixão, alegria, prosperidade. A tipografia utilizada é de uma fonte sem serifa, utilizada para dar destaque a frase, como pode ser analisado na Figura 30 a seguir.

Figura 30: Categoria I



Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

Dois cards de cada segmento proposto, foram adaptados para o formato de stories, um tipo de postagem que fica visível somente por vinte e quatro horas no perfil, tendo em vista que esse tipo de publicação tende a ter mais visualizações de postagens realizadas no feed. Em seguida pode-se analisar as publicações da categoria I na Figura 31.

Figura 31: Stories adaptados – Categoria I



Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

A segunda categoria é destinada para informar quais são os serviços prestados pelo Lar da Criança. As imagens utilizadas nessa categoria demonstram carinho, afeto, apreço. A partir dessas, o intuito é de mostrar o cuidado que o Lar tem com as crianças e o amor entre uma família. As cores escolhidas foram novamente cores quentes, e a tipografia foi complementada com letras cursivas, mostrando a personalização e também a lembrança de quando uma criança começa a escrever suas primeiras palavras. Notam-se esses aspectos na Figura 32, a seguir, e na sequência também pode-se analisar dois cards da categoria II adaptados para o formato stories, na Figura 33.

Figura 32: Categoria II



Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

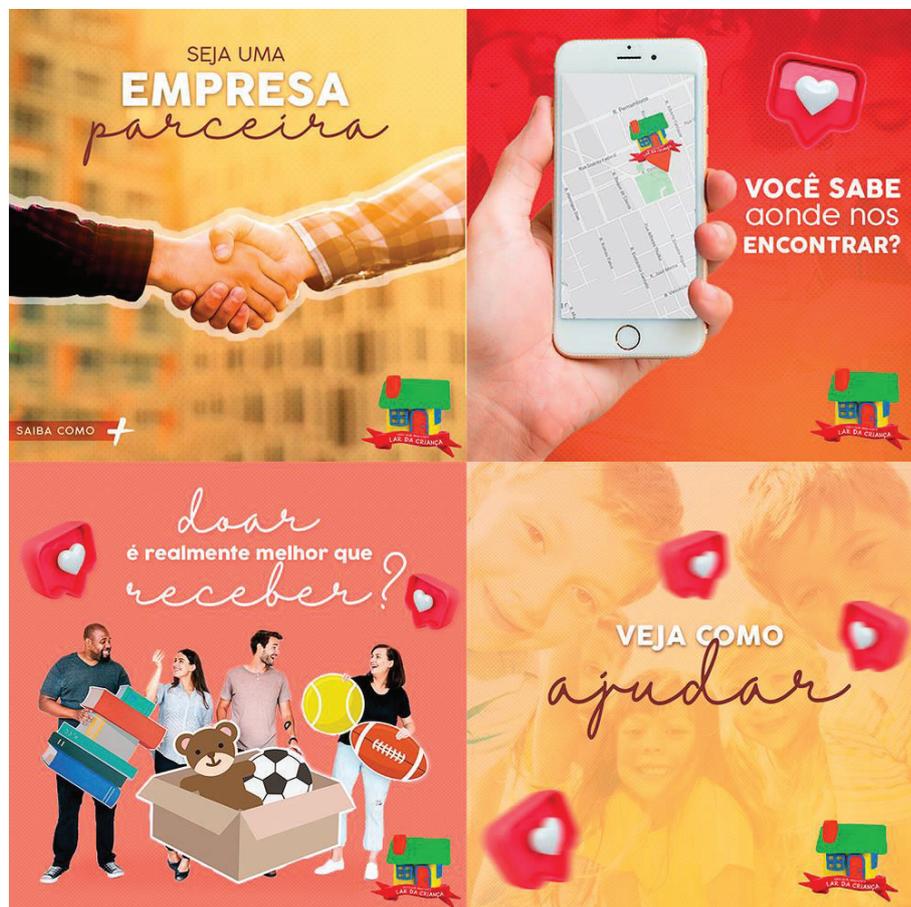
Figura 33: Stories adaptadas – Categoria II



Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

A terceira e última categoria é destinada ao incentivo de doações. Nesta categoria é abordado questões de como é possível ajudar o Lar da Criança e também porque você deve ajudar, apelando para o lado emocional. Um dos cards criados é, em específico, destinado a empresas que querem e podem ser parceiras do Lar da Criança. As imagens contêm pessoas sorrindo, o que também ajuda a identificar o quão bem faz para as pessoas doarem, ajudarem quem precisa. Foi utilizado cores quentes, padrões das outras categorias, e a tipografia utilizada é sem serifa e com letras cursivas, o que pode ser analisado na Figura 34 a seguir, e na sequência as duas postagens adaptadas para o formato de stories, na Figura 35.

Figura 34: Categoria III



Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

Figura 35: Stories adaptados – Categoria III



Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

## 5.6.2 Captação de empresas

### 5.6.2.1 Digital - apresentação Power Point

Levando em considerações que um dos públicos da campanha são empresas, um material foi desenvolvido com intuito de apresentar a Associação Beneficente Lar da Criança de Erechim às empresas de Erechim e região. A apresentação contém principais informações sobre o Lar e formas de doação.

Figura 36: Apresentação para as empresas

**Seja uma EMPRESA parceira**

Saiba como

**Sobre nós...**

A entidade se destina ao atendimento de **crianças e adolescentes em situação de risco e vulnerabilidade social**, que recebem a medida de proteção de abrigo pelo Conselho Tutelar e Juizado da Infância e da Adolescência, de acordo com o Art. 99 do Estatuto da Criança e do Adolescente.

Após o abrigo, a instituição busca **proporcionar o atendimento a suas necessidades básicas**, garantindo a **aplicação dos princípios e diretrizes preconizadas pelo Estatuto da Criança e do Adolescente**, através da promoção de ações que **garantam a preservação dos vínculos familiares e comunitários**. O setor técnico, busca identificar **familiares que possam vir a assumir a responsabilidade pelas crianças e adolescentes**, mobilizando todos os esforços na reconstrução dos vínculos familiares.

As famílias são atendidas através do programa de Orientação e Apoio Sócio Familiar, onde participam de encontros com a equipe técnica.

**Nossa história...**

**18 de outubro de 1980**

O Lar da Criança foi ligado ao **Patronato Agrícola e Profissional São José**, liderado pelo Padre Atalibo Lise, vigário da Catedral São José. Na ocasião, foram inauguradas duas unidades de atendimento.

**1986**

Construiu-se a unidade **destinada ao refatório**.

**1990 a 1992**

Um **convênio realizado entre o Lar da Criança e a Entidade Hand an Hand ASBL Kanner**, possibilitou a construção da **terceira unidade** destinada a atender crianças de até três anos, sendo esta concluída em 1992.

**Nossas atividades...**

São proporcionadas **práticas de reforço ao ensino escolar**, através de atividades extraclasses, visando **valorizar a autoestima, o desenvolvimento do juízo crítico**, de sua realidade e do meio que o cerca. Através dos programas de **Atenção Psicossocial e de Atenção à Saúde**, é oportunizada a **proteção das crianças e sua recuperação física e psicológica**.

**Como ajudar... Empresas...**

O Lar da Criança aceita além das doações em dinheiro realizadas nas contas abaixo indicadas, doações de roupas de crianças e adolescentes, calçados, alimentos, material de higiene e limpeza doces.

O incentivo fiscal é um instrumento usado pelo governo para estimular ações de iniciativa social, cultural, educacional, de saúde e esportivas, contribuindo para o desenvolvimento tecnológico e amparando entidades beneficentes que cuidam de idosos e adolescentes.

Em regra, as pessoas jurídicas escolhem um projeto, entre as diversas instituições que acalham recursos por leis de incentivo, e após realizam a doação ou contribuição em moeda ou bens a entidades sem fins lucrativos, legalmente constituídas.

Para saber mais ligue: **(54) 3321-1828**

**Banco do Brasil**: AG: 0132.5 C/C: 33283.6  
**Banrisul**: AG: 0210 C/C: 068676601  
**Caixa Federal**: AG: 0470 C/C: 0133752-2

As doações podem ser feitas na sede da Instituição

**Rua Anita Garibaldi 870**  
**Bairro: Centro**  
 Nos seguintes horários:  
**Segunda a sexta:**  
**8:00 as 12:00 hs e 13:30 as 18:00**

**Accesse nosso site**  
 Aproxima a câmera do seu celular para escanear o código

Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

### 5.6.2.2 Press-kit

Com objetivo de criar laços com as empresas parceiras criamos um press-kit que vai auxiliar os empresários a entenderem ainda mais as atividades e o histórico do Lar. Este kit

contará com a princesa Júlia confeccionada em tecido (chaveiro), uma fanzine, um adesivo do selo empresa parceira. Para compor a caixa, serão recolhidos desenhos pintados pelas crianças do Lar para aproximar o empresário da ONG.

Figura 37: Press-kit



Fonte: Google (2019)

### 5.6.2.3 Impresso – placa (selo)

O selo empresa parceira (Figura 34), visa motivar a outras empresas a apoiar a ONG com doações até mesmo em projetos governamentais que auxiliam com fundos monetários. Está tem como objetivo ser fotografada junto dos empresários em visita ao Lar, com o intuito da publicação do conteúdo na rede social do mesmo. Este segue o layout da campanha institucional da ONG.

Figura 38: Selo empresa parceira



Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

### 5.6.3 Campanha institucional

#### 5.6.3.1 Rede social - Facebook

A campanha desenvolvida para doação de alimentos e produtos de higiene na rede social da ONG, tem como objetivo aproximar o público através da história fictícia da Júlia. Além de remeter aos contos de fadas e princesas, as peças desenvolvidas para esta editoria, buscam envolver o público para acompanhar a história nos fragmentos em cada postagem. As peças (Figura 35) buscam trazer elementos definidos com o pré-teste, além de ilustrar a temática aonde a história se encontra (reino, castelo, floresta).

Figura 39: Peças da história de Júlia



Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

### 5.6.3.2 Rádio – spot

Para a criação dos spots (Apêndice G) foi optado pela transmídia. Será utilizado o mesmo conteúdo da campanha do Facebook para divulgação nas rádios locais, como rádio virtual FM e rádio Difusão. Ao todo, são 7 spots sobre a história da menina Júlia, utilizando sempre um gatilho mental no final de cada de spot para despertar a curiosidade no ouvinte. Optou-se por utilizar amigos e familiares para fazer a gravação dos áudios, visto que não há verba para contratação de profissionais para realizar o trabalho. A utilização de uma voz infantil no começo de cada áudio é estratégica para remeter realmente a história da Júlia, seguida de uma voz doce de uma mulher adulta. A trilha sonora escolhida é a mesma de todos áudios para gerar lembrança no nosso público alvo, e a utilização de uma melodia mais alegre faz com que o áudio tenha um ar mais infantil e carismático.

### 5.6.3.3 Mídia externa – outdoor

A campanha visa impactar o maior número de pessoas dos referentes públicos definidos neste trabalho. Para isso, a campanha de doação estará estampando outdoors disponíveis de empresas parceiras no período da campanha. Fazendo ligação com o conceito da mesma, a peça (Figura 36) contará com a chamada para ação, levando o público a saber da história da Júlia no Facebook oficial da ONG. O layout apresentado, será conforme linha criativa da campanha.

Figura 40: Outdoor



Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

#### 5.6.3.4 Jornal – anúncio rodapé

A peça (Figura 37) pode ser veiculada conforme especificações de espaço do veículo de comunicação disponível no período da campanha. Para exemplificar, criamos um anúncio rodapé com a temática da mesma, qual tem como objetivo envolver as peças levando até as redes sociais do Lar, para que acompanhem a história de Júlia e outros conteúdos. As cores usadas são mantidas conforme *layout* da campanha.

Figura 41: Anúncio rodapé jornal



Fonte: Elaborado pelos autores (2019)

## V – RELATÓRIO DO PROJETO EXPERIMENTAL

Era uma vez um grupo de 6 amigos que, durante a graduação, se uniram para a realização dos trabalhos acadêmicos. No último semestre da graduação, este grupo recebeu uma nova integrante, formando assim um super time de “quase publicitários”.

Após receber a nobre missão de pensar, com todo o carinho e profissionalismo do mundo, em uma ONG para que pudessem desenvolver com ela o, tão temido, Projeto Experimental o super time escolheu uma instituição localizada em Erechim.

Munidos de inúmeras ideias, três integrantes do super time agendaram a primeira reunião com a representante desta ONG. Muito animados, esperaram por mais de cinco horas no local combinado, mas a representante da instituição não apareceu.

Muito frustrados, os três integrantes do grupo relataram o ocorrido aos demais colegas e, imediatamente, começaram a pensar em outras ONGs que poderiam ser beneficiadas. No mesmo dia surgiu o nome do Lar da Criança, um pequeno reino encantado que acolhe crianças e adolescentes em situação de risco e vulnerabilidade social, também localizada em Erechim.

Após aprovado o nome da nova ONG iniciou-se o contato com os representantes da mesma e uma primeira reunião foi agendada. Muito resinosos, dois integrantes do super time foram até o Lar da Criança para a captação do *briefing* com o Encarregado Administrativo e com a Presidente desta ONG. Ao finalizar a reunião, relataram ao demais colegas que o atendimento que receberam não poderia ser melhor.

Na sequência, reuniram-se para a organização e análise do *briefing*, o super time definiu e começou a organizar um dia de ação muito especial para ajudar na captação de alimentos, materiais de limpeza e higiene, que no momento era o que mais o Lar necessitava para manter a qualidade dos seus atendimentos. Surgiu assim a campanha “Arrecadando Sorrisos”, que arrecadaria mantimentos em frente a um mercado da cidade. Fizeram contato com a maior rede de supermercados da cidade que já auxilia o Lar com doações e, infelizmente, receberam uma negativa quanto a utilizar seu espaço para a execução do dia de ação.

Como o super time não desiste nunca dos seus ideais, começaram a procurar outro estabelecimento que pudesse aceitar e abraçar a campanha de arrecadação da mesma forma e com a mesma intensidade que o grupo. Enquanto parte do grupo procurava outro estabelecimento parceiro, outra parte iniciava a criação das peças que seriam utilizadas nas redes sociais do Lar para divulgação do dia de ação. Assim que encontraram um mercado parceiro, agendaram uma nova reunião com os representantes da ONG e convidaram para esta ocasião a Assistente Social da instituição para a apresentação e aprovação da campanha feita,

carinhosamente, para o dia de ação. Apesar de terem a campanha aprovada, o super time teve o acesso as redes sociais do Lar, para a programação e execução da campanha para o dia de ação, negada. A justificativa foi que a responsável pelo gerenciamento da fanpage seria uma quarta pessoa e que o grupo não poderia ter acesso a ela. Solicitou-se ao grupo que todas as imagens e textos fossem enviadas para uma nova aprovação e posteriormente estas publicações seriam publicadas na fanpage pela funcionária responsável. Na teoria tudo funcionaria muito bem, mas na prática o super time enfrentou, mais uma vez, um desafio enorme. Após enviarem a primeira publicação para esta segunda aprovação, o grupo precisou esperar três dias para que a publicação fosse publicada, atrasando assim o cronograma proposto no dia da apresentação da campanha.

Como solução para esta batalha, decidiram então criarem redes sociais exclusivas para a campanha. O desafio desta vez aumentava, afinal, fazer uma rede social e obter um bom engajamento em poucos dias era praticamente uma missão para o *Superman*. Começaram então uma corrida contra o tempo, tanto na divulgação das novas redes sociais que haviam sido criadas, quanto com a publicação e todos os materiais previstos para serem publicados. Surpreendentemente, mesmo tomando esta iniciativa ousada, o grupo obteve muito sucesso em seu dia de ação.

Neste meio tempo, o super time precisou fazer uma pausa na correria para apresentar o que haviam produzido nesta, que era a primeira, etapa desta nobre batalha aos seus mestres. Depois de apresentarem e receberem elogios que recarregaram suas forças, deram sequência ao seu trabalho e começaram então a finalizar a organização do dia de ação.

Após ficar das 8h às 12h em frente ao supermercado, o grupo arrecadou uma grande quantidade de mantimentos e, além disso, tiveram a oportunidade de esclarecer para a população de Erechim que o Lar recebe doações o ano inteiro e que a ajuda de todos, por menor que seja, é extremamente importante para sua manutenção.

Pois bem, depois toda a turbulência que enfrentaram até aqui, o super time decidiu organizar uma festa em comemoração ao dia das crianças e na ocasião, entregariam os mantimentos arrecadados no dia de ação. Se você acha que tudo saiu como planejado por eles, você está enganado. Desta vez, foram informados que não poderiam ter acesso as crianças que eram acolhidas. Muito tristes com a situação, resolveram somente entregar as doações e focar suas forças na mais nobre e satisfatória batalha que estava por vir: a campanha que seria criada para o Lar.

Com isso, começaram a segunda etapa da batalha. Imediatamente executaram uma pesquisa que tinha como finalidade medir o reconhecimento de marca que o Lar da Criança

tinha entre os habitantes de Erechim e, na sequência, realizaram a análise dos resultados obtidos nesta pesquisa, para assim começarem a percorrer os primeiros passos que os levava até o processo criativo para a elaboração da campanha. Mapas mentais e *brainstorm* foram desenvolvidos para que as principais ideias para campanha surgissem e assim definiram o conceito “Histórias que mudam o amanhã”. A partir disso, o super time optou por desenvolver não uma, mas duas campanhas para a ONG. Uma delas destinada a empresas, baseada em um conceito institucional, e a outra para doadores em potencial, baseada em um conceito emotivo.

Mais uma vez, o super time precisou parar suas atividades para que seus mestres pudessem avaliar seu desempenho. Novamente felizes com o *feedback* dado por eles seguiram seu trabalho, apesar de cansados com a correria entre Projeto Experimental e a finalização do TCC, ainda mais motivados.

Iniciava assim a terceira etapa da batalha. Para conseguir avaliar se os habitantes de Erechim iriam entender o conceito e o intuito da campanha desenvolvida por eles, iniciaram a aplicação de um pré-teste com as peças conceito de cada uma das duas campanhas. Este pré-teste foi aplicado especificadamente para o público o qual eles gostariam de atingir. A aplicação deste pré-teste foi extremamente importante para que o super time visse que as peças precisariam sofrer algumas alterações, nada muito grave para eles que já haviam enfrentado tantas coisas durante este trajeto. Ao finalizar esta terceira etapa, que era destinada a criação e validação da campanha, submeteram mais uma vez seu trabalho ao crivo supercompetente de seus mestres e, após receberem dicas valiosas, voltaram ao trabalho para que pudessem iniciar a quarta e última etapa desta batalha.

Ao iniciar a quarta e última etapa da batalha, o super time de “quase publicitários” parou para analisar todo o trajeto que percorreram até a finalização da campanha e a entrega final do temido Projeto Experimental. Com o coração transbordando felicidade e a sensação de dever cumprido, chegaram à conclusão de que cada um dos seus sete membros utilizou toda sua força e que a finalização desta batalha não representava apenas o final das suas vidas acadêmicas, tão pouco apenas o início das suas vidas profissionais, mas sim o crescimento de cada um deles como ser humano. Motivados a fazer sempre o seu melhor e JAMAIS desistir de nenhuma batalha, por mais árdua e obscura que ela seja, o super time encerrou assim a última etapa desta que, sem sombra de dúvidas, foi uma das batalhas mais desafiadoras das suas vidas.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Fundada em 1980, o Lar da Criança trata-se de uma entidade destinada ao acolhimento de crianças e adolescentes que se encontram em qualquer tipo de situação de risco e vulnerabilidade social. Estas crianças e adolescentes são encaminhados e acolhidos pelo Lar somente após medida protetiva emitida pela comarca de Erechim.

Após a apresentação dos objetivos do Projeto Experimental para os acadêmicos do oitavo semestre do curso de Publicidade e Propaganda e tendo em vista a importância que entidades como esta possuem para a comunidade, os realizadores do presente trabalho optaram por desenvolver ações que fossem capazes de alinhar a comunicação do Lar da Criança com o intuito de aumentar as suas arrecadações, bem como fazer com que essas se tornem contínuas durante todo o ano e não apenas em campanhas isoladas.

Visando que, felizmente, a comunidade de Erechim acolhe, respeita e valoriza as atividades desenvolvidas pelo Lar da Criança, objetiva-se com o presente projeto criar um plano de comunicação capaz de esclarecer o seu funcionamento e aumentar a arrecadação de mantimentos que são fundamentais para a manutenção do seu funcionamento, tais como alimentos, produtos de higiene e produtos de limpeza, além mostrar para a sociedade a importância de tornar essa ação de doar algo contínuo.

A execução das três etapas que auxiliaram na organização e na execução deste trabalho se deu da seguinte maneira:

A primeira etapa se destina a apresentar o contexto do projeto, além de envolver a apresentação, contextualização da situação e o público-alvo da entidade, com dados adquiridos por meio da aplicação do *briefing* e de entrevistas em profundidade. A segunda etapa foi voltada para o planejamento do projeto, incluído nela a realização de um Dia de Ação e uma pesquisa de imagem da organização junto ao público-alvo, além de um teste da ideia inicial da campanha e após o planejamento por completo da campanha. E por fim, a terceira etapa remete-se a parte de criação e produção da campanha anteriormente planejada.

Durante a execução destas três etapas o grupo enfrentou inúmeros obstáculos, os quais foram contornados da melhor maneira encontrada a fim de não prejudicar o andamento do cronograma estabelecido inicialmente. Com isso, o grupo precisou se “refazer” ao superar cada um deles para que o objetivo definido pudesse ser alcançado.

Após a finalização deste trabalho é possível concluir que, disciplinas como o Projeto Experimental são de extrema importância para que os acadêmicos possam sair da universidade com um olhar mais humanizado e, cientes de que o mercado de trabalho lhes exigirá sempre o

seu máximo. Em particular, fica para este grupo a sensação de dever cumprido e a certeza de que cada um dos seus sete membros deram tudo de si e utilizando de uma união que transcende a vida acadêmica certeza de que hoje se formam profissionais maduros e preparados para enfrentar as novas etapas que se aproximam.

## REFERÊNCIAS

Associação Beneficente Lar da Criança. **Histórico da Instituição**. Disponível em: <<http://www.lardacriancaerechim.org.br/>>. Acesso em: 14 ago. 2019.

CARMO, Michelly Eustáquia do; GUIZARDI, Francini Lube. **O conceito de vulnerabilidade e seus sentidos para as políticas públicas de saúde e assistência social**. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/csp/v34n3/1678-4464-csp-34-03-e00101417.pdf>>. Acesso em: 25 set. 2019.

LENCIONI, Caio. **47 mil crianças e adolescentes vivem em abrigos no Brasil**. Disponível em: <<https://observatorio3setor.org.br/carrossel/47-mil-criancas-e-adolescentes-vivem-em-abrigos-no-brasil/>>. Acesso em: 25 set. 2019.

PAULA, Lia de. **Abrigos para crianças e adolescentes**. Disponível em: <<https://www.senado.gov.br/noticias/Jornal/emdiscussao/adocao/abrigos-para-criancas-e-adolescentes.aspx>>. Acesso em: 25 set. 2019.

## ANEXO

## ANEXO A- Autorização

## AUTORIZAÇÃO DO USO DE IMAGEM

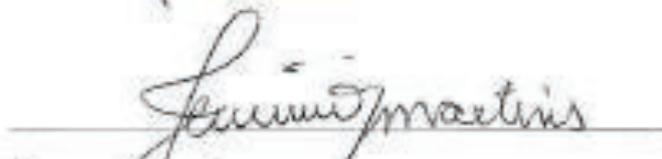
Eu, Adelton R. Santim, inscrito no CPF sob nº 3426378009, AUTORIZO aos acadêmicos do Curso de Publicidade e Propaganda, da Universidade de Passo Fundo, representado neste por Amauri Imbraim Martins Júnior, inscrito no CPF 087.501.619-70, o uso da identidade visual do Lar da Criança, localizado na rua Rua Anita Garibaldi, 870, Bairro Centro, CEP 99700-000, Erechim/RS, para a execução do Projeto Experimental previsto na ementa curricular do curso.

Erechim, 14 de Agosto de 2019.



Representante Lar da Criança

Nome: Adelton R. Santim



Representante do grupo

Nome: Amauri S. Martins Jr.

## APÊNDICES

### APÊNDICE A- *Briefing* de Campanha

Cliente: Associação Beneficente Lar da Criança

Produto/serviço: Arrecadação de alimentos; produtos de higiene/limpeza

#### A Organização/Empresa

1. Identificação – Razão social, nome fantasia, data de fundação, nome dos sócios/responsáveis.

Razão social: ASSOCIAÇÃO BENEFICENTE LAR DA CRIANÇA

Nome fantasia: LAR DA CRIANÇA - Erechim

Data de fundação: 18/10/1980

Nome dos sócios/responsáveis: Edir Bisognin Goelzer – Presidente

Endereço: Rua Anita Garibaldi, 870 – Centro – Erechim – RS – Brasil – CEP 99.700-000

Fone – 0(54)3321 1828

CNPJ – 075.846.270.001-86

Inscrição no Conselho Municipal de Assistência Social: Nº 21

Reconhecimento de Utilidade Pública Federal Portaria 2.205 de 10 de outubro de 2004

Reconhecimento de Utilidade Pública Estadual Decreto 21.693 de 19 de abril de 1972

Reconhecimento de Utilidade Pública Municipal Decreto 144 de 19 de junho de 1962

Certificado de Entidade Beneficente de Assistência Social Resolução 177 do CNAS de 25 de outubro de 2005.

Declaração de isenção da quota patronal do INSS expedida em 13 de outubro de 2006, através do Ato Declaratório do INSS nº 19.422.1/002/2006.

2. Histórico da organização/empresa – Ramo de atuação, como surgiu, evolução histórica.

A Instituição foi fundada em 18/10/1980, ligada ao Patronato Agrícola e Profissional São José, liderado pelo Padre Atalibo Lise, vigário da Catedral São José. Na ocasião, foram inauguradas duas unidades de atendimento

Em 1986 construiu-se a unidade destinada ao refeitório.

Em 1990 um convenio realizado entre o Lar da Criança e a Entidade Hand an Hand ASBL Kanner, possibilitou a construção da terceira unidade destinada ao atendimento das

crianças, especificamente para construção da unidade destinada a atender as crianças de a três anos, sendo está concluída em 1992.

A entidade se destina ao atendimento de crianças e adolescentes em situação de risco e vulnerabilidade social, que recebem a medida de proteção de abrigo pelo Conselho Tutelar e Juizado da Infância e da Adolescência de acordo com o Art. 98 do Estatuto da Criança e do Adolescente.

Após o abrigo, a instituição busca proporcionar atendimento a suas necessidades básicas, garantindo a aplicação dos princípios e diretrizes preconizadas pelo Estatuto da Criança e do Adolescente, através da promoção de ações que garantam a preservação dos vínculos familiares e comunitários.

São proporcionadas atividades de reforço ao ensino escolar através de atividades extraclasse visando valorizar a autoestima, o desenvolvimento do juízo crítico, de sua realidade e do meio que o cerca. Através dos programas de Atenção Psicossocial e de Atenção a Saúde, é oportunizada a proteção das crianças e sua recuperação física e psicológica.

Após o abrigo, o setor técnico, busca identificar familiares que possam vir a assumi-la, mobilizando todos os esforços na reconstrução dos vínculos familiares.

As famílias são atendidas através do programa de Orientação e Apoio Sócio Familiar, onde participam de encontros com a equipe técnica, ocasião em que são discutidos temas referentes à educação, limites, sexualidade, afeto, comportamento, relacionamento, alcoolismo e drogas, deficiência física e mental, violência doméstica e convivência familiar. Aquelas que apresentam dificuldades de subsistência são contempladas com auxílio alimentação, por até seis meses, ou a critério técnico.

Semanalmente as famílias recebem visitas da psicóloga e assistente social, ocasião em que recebem orientações e podem relatar seus progressos e suas dificuldades.

O Lar da Criança, através de seus funcionários, voluntários, equipe técnica e direção, busca minimizar os traumas a que foram expostas às crianças e adolescentes aqui acolhidos, procurando oferecer-lhes um ambiente alegre e sadio, permeado de afeto e amor, mesmo sabendo que nada substituí a família.

A manutenção da Instituição é feita essencialmente através de doações da comunidade, seja na forma de valores financeiros, doação de alimentos, roupas, calçados, móveis e utensílios dentre outros.

A participação do poder público, municipal, estadual e federal se dá através de convênios e projetos encaminhados a estes órgãos.

A iniciativa privada participa da manutenção da Instituição através de doações financeiras e realização de serviços de manutenção.

A maior fatia do orçamento da Instituição é custeada através de doações de pessoas físicas e atividades sociais como jantares, bailes, pedágios e outras atividades que visam angariar fundos para o custeio dos serviços.

3. Qual a missão, visão e valores da organização/empresa.

Não possui.

4. A organização/empresa está crescendo, estagnada ou declínio? Motivos? Qual o faturamento no ano anterior e qual a previsão de faturamento para o ano corrente?

Infraestrutura estagnada (pois não pode passar de um número X de crianças/adolescentes). A entidade não visa lucros, mas está financeiramente em fase de crescimento.

5. Situação financeira da organização/empresa.

Estável, mas poderia estar melhor.

6. Sede da organização/empresa e sua área de atuação – região geográfica, municípios.

O lar prioriza atendimento de crianças da cidade de Erechim. Em alguns casos, por decisão judicial e/ou dependendo da capacidade aceitam crianças da região do Auto Uruguai.

7. Histórico de comunicação da organização/empresa – tipos de mensagens e meios utilizados, comunicação interna, objetivos da comunicação, avaliação objetiva de resultados obtidos.

Nunca teve nenhum responsável pela comunicação do Lar. Rádios e TV são parceiros quando o Lar necessita solicitar doações. O Lar mantém uma página no Facebook, administrada e alimentada pelos funcionários, mas não possui uma rotina de publicações. Dona Edir não gosta de “pedir ajuda”. Adoliran ainda traz que mesmo que a Dona Edir não goste, existem algumas vezes que é necessário o pedido de ajuda.

#### O Produto/Serviço

8. Descrição dos produtos/serviços com que a organização/empresa trabalha.

Toda e qualquer criança que necessitar de acolhimento só poderá entrar no Lar mediante ordem judicial. Assim que a criança ingressa no Lar, é feita a documentação necessária, tais

como RG, CPF e outros. Busca minimizar os traumas a que foram expostas às crianças e adolescentes aqui acolhidos, oferecendo atividades como reforço ao ensino escolar através de atividades extraclasse visando valorizar a autoestima, o desenvolvimento do juízo crítico, de sua realidade e do meio que o cerca. Através dos programas de Atenção Psicossocial e de Atenção à Saúde, é oportunizada a proteção das crianças e sua recuperação física e psicológica.

9. Participação de cada produto/serviço no faturamento da organização/empresa.

Cada criança que está em situação de acolhimento recebe um valor (valor não informado) da prefeitura municipal de Erechim. Quando o acolhido volta para o círculo familiar, o lar segue recebendo, de forma reduzida, este auxílio para assim poder disponibilizar a família do menor o mínimo necessário para que este retorne a sua família. As crianças/adolescentes assim que adquirem 16 anos, passam a ter seu próprio trabalho, e o dinheiro que eles ganham vai para uma conta, no nome da criança, e apenas aos 18 anos é permitido retirar esse dinheiro.

10. Nível e facilidade de aceitação do(s) produto(s)/serviço(s) pelo mercado.

A comunidade de Erechim acolhe, respeita e valoriza as atividades desenvolvidas pelo Lar.

11. Custo de cada produto/serviço.

Não existe um cálculo base para determinar o custo que cada menor traz para o Lar.

#### Os Concorrentes

---

12. Identificação dos concorrentes da organização/empresa – por produto/serviço.

O Lar não considera nenhuma instituição que realize o mesmo serviço, tão pouco ONGs concorrentes. O intuito do Lar é desenvolver um bom trabalho para com os acolhidos e sempre que possível ajuda as demais instituições e ONGs da cidade. Eles retratam que a ONG é diferente de outras em que a criança apenas passa o dia com atividades, pois ali eles realmente abrigam a criança/adolescente.

#### O Mercado

---

13. Mercado onde a organização/empresa já atua – descrever geograficamente, perfil do público.

A comunidade de Erechim pode ser considerada bairrista, valoriza e sente orgulho das coisas que são “da terra”, exemplo: O Colono Badin. “O Badin é de Erechim”

14. Necessidades e desejos do consumidor atendidos pelos produtos/serviços.

Quem adota tem o desejo ter um filho (mais de quem não tem filhos), quem doa roupas/cesta básica quer mais ajudar. Todo dinheiro que entra vai direto pro banco e o doador recebe um recibo.

15. Tendências do mercado quanto à aceitação da organização/empresa e produto(s)/serviço(s).

A tendência é que a comunidade abrace a causa (neste caso doação de alimentos, materiais de higiene e limpeza).

#### A Distribuição

---

16. Como e onde os produtos/serviços são distribuídos.

Toda criança apenas entra ou sai do Lar mediante ordem judicial.

17. Como é feito o atendimento aos clientes.

O Lar mantém as portas sempre abertas à comunidade. Os funcionários são instruídos a atender de forma cordial todo e qualquer visitante que tenha interesse em conhecer as atividades desenvolvidas pelo Lar. Em casos onde este atendimento não foi o esperado e em que o visitante acabe reportando tal fato a administração, o funcionário é advertido e instruído a mudar sua forma de receber as visitas.

#### Análise dos Pontos Fortes/Fracos e Ameaças/Oportunidades

---

18. Descrição de Pontos Fortes da organização/empresa, dos produtos/serviços perante a concorrência.

Bom atendimento, boa relação com a comunidade, exigência que o funcionamento seja correto, seriedade e estrutura.

19. Descrição de Pontos Fracos da organização/empresa, produto(s)/serviço(s).

A instituição não conseguiu identificar nenhum ponto fraco, porém durante a conversa foi possível observar alguns. São eles: a dificuldade em entender que as redes sociais podem

ser um excelente aliado na arrecadação de doações e a falta de algum responsável pela comunicação.

20. Descrição de Oportunidades que o mercado oferece para a organização/empresa, produto(s)/serviço(s).

Utilizar as redes sociais como canal direto de comunicação com a comunidade. Fazer com que a comunidade saiba o que está sendo realizado dentro do Lar. “Abrir as portas” não apenas no offline, mas também no online.

21. Descrição das Ameaças que o mercado apresenta para a organização/empresa e seus serviços.

Alguma parcela do público pode não entender a dimensão de coisas que o Lar precisa diariamente para se manter “em pé” e conseqüentemente julgar de forma negativa o fato de utilizar as redes sociais como canal para arrecadação de doações.

22. O que a organização/empresa e seu(s) produto(s)/serviço(s) tem de diferente, de melhor ou mais vantajoso em relação aos concorrentes.

O fato de acolher crianças pode “mexer” mais com o lado sentimental da comunidade.

#### O Público-Alvo

---

23. Quem é o público-alvo

Crianças/Adolescentes de entre 0 a 18 anos.

24. Expectativas do público em relação ao(s) produto(s)/serviço(s).

Que as crianças sejam bem atendidas e que o Lar mantenha atividades educacionais.

25. Qual o nível de satisfação que a organização/empresa e seu(s) produto(s)/serviço(s) proporcionam ao público?

Nível de satisfação positivo.

#### As Tendências

---

26. Quais os novos nichos a serem explorados?

Pessoas que conhecem o trabalho do Lar, entretendo não imaginam a necessidade de doações.

27. Quais as oportunidades estratégicas no momento?

Procurar parceiros para serem ponto permanente de coleta.

#### O Posicionamento

---

28. Qual é a imagem atual da organização/empresa, como ela é percebida pelo mercado?

A comunidade vê o Lar com bons olhos, abraça, se move para realizar ações.

29. Como a organização/empresa deseja ser percebida?

Como uma entidade séria que faz muito mais do que o seu papel principal, mas sim que se preocupa com o ser humano que acolhe, desde a sua chegada a sua saída do Lar.

30. Que posição de lembrança a organização/empresa ocupa na mente do consumidor?

O Lar acolhe crianças para adoção.

31. Que posição de preferência a organização/empresa ocupa na mente do consumidor?

O Lar acolhe crianças para adoção.

32. Que posição de lembrança e organização/empresa a empresa deseja ocupar?

Entidade que acolhe, não apenas crianças para adoção, mas crianças que vivem em situação de risco. Proporcionando a cada uma delas um ambiente seguro, para que assim, futuros possam ser garantidos. Comoção, trabalho bonito, surpresa positiva.

#### Os Objetivos

---

33. Objetivos fixos a serem alcançados pela empresa – taxa de retorno, lucro líquido, fluxo de caixa.

Manter as condições boas para os acolhidos.

34. Objetivos de Marketing a serem alcançados – participação de mercado, lembrança da marca, percepção pelo mercado, pontos de distribuição, etc.

Arrecadação de alimento, materiais de higiene e limpeza.

35. Prazo para que esse(s) objetivo(s) de Marketing seja(m) alcançado(s)

A campanha para arrecadação dos donativos vai de 01/out à 19/out. Após isto, até 31/dez, manter uma rotina de publicações para “lembrar” que não precisa esperar uma campanha de arrecadação para doar.

36. Objetivos de comunicação a serem atingidos – reconhecimento, simpatia, estabelecer conceito, reformar conceito, estimular experimentação, estimular ação, gerar fluxo, atuar na percepção, reforçar marca, etc.

Simpatia, reformar conceito, estimular ação, gerar fluxo, reforçar marca.

37. Prazo para que esse(s) objetivo(s) de Comunicação seja(m) alcançado(s).

01/out à 31/ dez / Serão criadas peças “a mais” para que a ONG não deixe a comunicação de lado.

#### As Restrições

---

38. Aspectos que são evitados na comunicação.

Estas informações serão repassadas pela assistente social e pela psicóloga da entidade em reunião a ser marcada com todo o grupo.

#### Valores e Recursos

---

39. Verba a ser investida na campanha programada.

O Lar não possui nenhuma verba disponível para a execução da campanha. Será necessário a busca de parcerias para viabilizá-la.

#### Informações relevantes:

---

- Nos dias de hoje, o Lar abriga 46 crianças/adolescentes.
- As crianças não são abrigadas (termo usado pelos leigos), elas são acolhidas.

## APÊNDICE B - Entrevista com especialista (Assistente Social)

1. Qual seu nome?

Cristiane Dalla Rosa

2. Qual sua idade?

36 anos

3. Qual seu gênero?

Feminino

4. Qual a sua função?

Assistente Social

5. Você é funcionário da ONG ou do governo?

Funcionária da ONG.

6. Como profissional de psicologia / assistente social de que forma você vê a ONG? E como pessoa?

Como profissional de serviço social: Acredito que seja de grande relevância, por não tem outro serviço de acolhimento na região. A assistência social é dividida em básica, média e alta. O Lar da Criança é o topo máximo na assistência, de alta complexidade. Ou seja, trabalho de extrema relevância, por atender toda comarca de Erechim, aproximadamente 14 municípios e eventualmente a comarca de Getúlio Vargas, por ser próxima. Demanda grande.

Como pessoa: Fazem 11 anos que trabalho no Lar da Criança, já formamos uma equipe, alguns profissionais trabalham há 20 anos no Lar, sou suspeita pra falar porque amo trabalhar aqui, como qualquer trabalho temos coisas boas e ruins, mas as coisas boas superam as ruins aqui, hoje estamos com muita demanda de trabalho, a nossa prioridade é atender as crianças, então acabamos deixando alguma coisa de lado, mas adoro trabalhar aqui, posso ter passado por momentos que tive vontade de sair, mas enfim, meu papel é aqui, e vou ficar aqui mais um tempo ainda.

7. O que você acha que poderia ser melhor ou que poderia ser feito a mais para o Lar da Criança?

Questão judicial, como tem bastante demanda, processos não chegam a durar muito tempo. Em um período de 6 meses a um ano conseguimos dar um norte para o processo. Nesse momento, precisaríamos de mais pessoas na equipe técnica, administrativo.

8. O que você acha que as pessoas precisam saber sobre o Lar da Criança?

Comunidade precisa procurar entender um pouco do trabalho do Lar, porque há um desconhecimento, acham que todas crianças que estão aqui estão disponíveis para adoção, mas não é assim, algumas estão, mas a grande maioria ainda não, porque o processo não foi definido, a guarda está com os pais, suspensa mais ainda não foi destituindo. As pessoas vêm de fora querendo ver as crianças, aí temos que explicar que não pode... como funciona a lei, e tem gente que não entende, leva pro lado pessoal, ficam chateados... Estamos conseguindo quebrar um pouco esse pensamento, mas ainda tá difícil.

Para adoção hoje só temos 4 adolescentes, 2 são irmãs e dois meninos.

9. Como você acha que esse trabalho acadêmico pode auxiliar o Lar da Criança?

É difícil falar porque não entendo, não conheço muito o projeto de vocês, mas acho que o fato de vocês já estarem vindo aqui, já passando essa informação de como funciona o Lar adiante, para comunidade acadêmica, para os colegas, já é de grande importância.

Procuramos, sempre que somos convidados, expor e falar mais sobre o Lar, porque uma palavrinha errada já muda toda uma opinião.

Já tivemos casos em que respondíamos por e-mail e ao solicitar revisão, logo em seguida, víamos informações incorretas, termos que não são usados... Não é isso que queremos, queremos passar a informação correta, para que quando se espalhe, se espalhe da forma adequada. Então pontuamos os erros, e retornamos de forma clara.

10. Como você vê o processo de adoção?

Vejo como importante, para as crianças que estão aqui.

Nós adultos sabemos lidar com nossas frustrações, desejos... Já as crianças não sabem ainda, estão aprendendo.

A adoção é um ato de amor, a família tem que realmente estar preparada para adotar, já vi vários casos em que as experiências foram maravilhosas, mas também experiências frustrantes, casos que não foram legais, não obtiveram sucesso.

O pessoal costuma ter a visão de que o processo é burocrático, mas na verdade não é.

Tem a habilitação, que ocorre no fórum, com documentos pessoais, avaliações psicológicas, estudos sociais, cursos... e só depois dessas etapas você está habilitado para adotar

A fila que demora, é porque depende do perfil que a família quer adotar, costumam pedir bebês recém-nascidos, isso leva anos na fila, não aparecem recém-nascidos no Lar, nesses 11 anos que trabalho aqui só apareceram 2, é muito raro.

Procuramos conversar com as pessoas que querem adotar para ampliar esse leque de idades, já tivemos casos em que a família queria adotar uma criança de até 2 anos, o processo demorou muito e ela veio pedir aconselhamento, então sugerimos adoção tardia, ampliaram o leque colocaram até 8 anos, grupo de irmãos, e em um ano adotaram 2 irmãos de 4 e 7 anos, e estão super felizes. Quanto mais indiferente nas escolhas, mais rápido o processo, a adoção só demora quando as pessoas querem escolher muito o perfil.

Há pessoas que querem uma família por amor, vem conhecer a criança e se apaixonam e tem as pessoas que querem fazer bem pra sociedade, aí sonham com a criança perfeita, e chegam aqui e não é aquela que pensam, se decepcionam.

## APÊNDICE C - Entrevista com especialista (Psicóloga)

1. Qual seu nome?

Adriana Regina Secchi

2. Qual sua idade?

46 anos

3. Qual seu gênero?

Feminino

4. Qual a sua função?

Psicóloga e Coordenadora Técnica

5. Você é funcionário da ONG ou do governo?

Funcionária da ONG.

6. Como profissional de psicologia / assistente social de que forma você vê a ONG? E como pessoa?

É um espaço de trabalho como qualquer outro, que exige dedicação, constante atualização e responsabilidade. Um espaço de proteção a quem dele necessita.

7. O que você acha que poderia ser melhor ou que poderia ser feito a mais para o Lar da Criança?

Em termos de estrutura física e técnica a instituição é se não a melhor estruturada uma das mais estruturadas do município.

8. O que você acha que as pessoas precisam saber sobre o Lar da Criança?

Que o conceito de proteção mudou ao longo dos tempos, que doação não é faxina, que o serviço de acolhimento é algo profissional e de alta complexidade, desmistificando a visão ultrapassada de coitadismo.

9. Como você acha que esse trabalho acadêmico pode auxiliar o Lar da Criança?

No sentido de ampliar a visão de qualificar as doações e a visão geral da comunidade em relação ao trabalho realizado.

10. Como você vê o processo de adoção?

O Brasil tem um dos processos de adoção mais responsáveis do mundo. Porém a falta de conhecimento dos que desejam adotar. A cultura caritativa (caridade) e não uma cultura de maternagem e paternagem, acabam por fazer com que a adoção seja vista como uma forma de arrumar filhos para quem não pode tê-los, quando o foco do nosso trabalho é “encontram pais para quem não os tem”.

## APÊNDICE D - Entrevistas com público próximo

1. Qual seu nome?

- Edir Bizognin Goelzer
- Adoliran Roberto Santin

2. Qual sua idade?

- 84 anos
- 58 anos

3. Qual seu gênero?

- Feminino
- Masculino

4. Qual a sua função?

- Presidente
- Coordenador Administrativo

5. Quanto tempo está na organização?

- 34 anos como voluntária, iniciado em outubro de 1980.
- 14 anos como voluntário, iniciado em agosto de 2005.

6. Como conheceu o Lar da Criança?

- Era professora e a FEBEM procurou o pai da Dona Edir, e pedir para que ela trabalhasse na FEBEM. Dona Edir não aceitou o convite e falou que quando se aposenta-se, iria trabalhar com crianças abandonadas. Assim que saiu a aposentadoria dela, pela parte da manhã, logo se candidatou para trabalhar. Quando ela começou a trabalhar, havia 9 crianças no Lar e ela vinha fazer o tema de casa com elas. Ela trazia lanche para as crianças e ela relata que eles devoravam o lanche que ela levava. Após perguntar para as crianças o que eles comiam, ficou indignada com as condições do Lar. Conversou com o padre responsável pelo local e o mesmo explicou que não havia fonte de renda necessária para manter o Lar. Dona Edir se disponibilizou a ir atrás de doações e o padre ainda zombou de sua cara. Dona Edir conseguiu um caminhão de doações, entre elas colchões, cobertores, mantimentos e afins... Como não bastasse, chegou outro caminhão e mais uma camionete em seguida recheada de doações.

Geladeiras com comida, refrigerantes e outros mantimentos também chegaram ao Lar. O Padre, apavorado (de certa forma), neste dia, nomeou a Dona Edir como gestora do Lar.

- Era servidor Público Estadual e foi transferido pra FEBEM. A mesma se dividiu em duas fundações, onde o Sr. Adoliran ficou com o setor de abrigo (PATRONATO). Tempos depois, dona Edir o convidou para trabalhar/ajudar no trabalho com o Lar da criança.

7. Qual o maior desafio para a instituição hoje?

Continuar funcionando, com as portas abertas e acolhendo todas as crianças que são encaminhadas pela justiça.

8. Qual a contribuição da instituição para a comunidade?

O Lar é a única instituição de abrigo para crianças abandonadas da região.

9. Você como profissional recebe algum apoio psicológico e financeiro?

Eles não têm auxílio/apoio com psicólogos, mas quando preciso, os mesmos podem recorrer aos psicólogos/psiquiatras do Lar.

Adoliran é contratado pelo Estado e recebe auxílio financeiro.

10. Qual você acha que é o principal motivo para as empresas e pessoas colaborarem com a instituição?

É realizado um jantar dançante beneficente com os Lions Club (grupo de jovens que a dona Edir já participou, onde era a presidente).

O motivo pelo qual as pessoas e empresas ajudam é pelo próprio termo, criança (Adoliran ainda ressalta com a frase: quem não quer ajudar uma criança, né? O que move, é o nome)

As empresas maiores colaboram com a instituição a partir do abatimento do imposto de renda. É depositado no fundo Municipal do Direito da Criança e do Adolescente. Se a empresa não deixa “dito” que a doação é para o Lar da Criança, as doações vão para um único destino, a qual são distribuídas para várias ONG’S.

11. Você conhece todos os processos para a entrada e saída de uma criança no Lar?

Ambos relatam que conhecem todos os processos. Existe registros desde a primeira criança, até todas que já passaram pelo Lar. Eles sabem que é necessário saber desde nome da criança até para que casa/local foi, se voltou para a família, se foi adotado...

12. Existe incentivo do governo?

Não há projetos abertos para receber esse incentivo Estadual e Federal.

Eles recebem auxílio do município, através de concelhos. Existe um contrato com a prefeitura, onde eles recebem um valor X por cada criança/adolescente acolhido no Lar. Existe um valor para crianças/adolescentes que estão no Lar, e um valor diferenciado para crianças/adolescentes que são egressas do Lar.

13. Existe certo preconceito da sociedade para com o Lar?

“De jeito nenhum” relata dona Edir ao fazer a pergunta. A comunidade está sempre dentro do Lar. Depois, Adoliran completa a frase falando que existe preconceito sim, na hora da adoção.

14. Qual a maior dificuldade no processo de adoção?

Demanda sempre existe, é muito grande. A oferta é pequena. Existem 46 crianças/adolescentes no Lar, mas destas, apenas 5 ou 6 estão para adoção. Primeiro é trabalhado a família, mas depois fica nas mãos do Juiz decidir. Eles relatam também que em alguns casos de adoção, o processo demora por conta do Juiz.

15. Qual sua relação com as crianças?

A relação deles com as crianças é boa, eles podem levar as crianças para passear, brincar. É uma relação bastante liberal. Ambos até relatam que ao voltar de algum passeio, as outras crianças ficam na espera, pedindo quando será a vez de elas irem passear. Ou seja, nesses detalhes notamos o carinho que as crianças têm pela dona Edir e pelo Adoliran. Claro que, passeios/brincadeiras dentro da normalidade.

16. Quanto a comunidade que visita o Lar tem alguma recomendação ou restrição?

A comunidade pode realizar atividades dentro do Lar, desde que antes seja marcado uma “reunião” com a gestão e acompanhado no dia. Existem pessoas que vão tomar chimarrão/levam pipoca para as crianças, por exemplo.

17. Informações importantes?

Não existe o apadrinhamento das crianças

## APÊNDICE E – Pesquisa com público-alvo

Pesquisa com público-alvo | Projeto Experimental de Publicidade e Propaganda

Olá, desde já agradecemos a sua atenção nestes instantes que estiver por aqui.

Esta pesquisa de cunho acadêmico, é desenvolvida por alunos da Universidade de Passo Fundo - concluintes do Curso de Publicidade e Propaganda, na disciplina de Projeto Experimental. Contamos com sua resposta de maneira íntegra, para que possamos alcançar resultados eficientes ao longo do projeto. Muito obrigado!

- Quanto você acha importante a existência de ONGs?  
Sendo 1 pouco importante e 5 muito importante
  
- Quando fala-se de ONGs em Erechim, quais vem a sua cabeça?
  
- Você já ajudou alguma ONG?  
Sim ou não
  
- Se sim, como você tem o hábito de colaborar?
  - a) Trabalho voluntário
  - b) Doação de dinheiro
  - c) Doação de alimentos, materiais de higiene e limpeza, brinquedos, roupas entre outros.
  - d) Outros...
  
- Qual a frequência que costuma colaborar com as ONGs?
  - a) Diariamente
  - b) Semanalmente
  - c) Mensalmente
  - d) Trimestralmente
  - e) Semestralmente
  - f) Anualmente
  - g) Indefinido

- Se não colabora, o que te impede?
  - a) Falta de campanhas para arrecadação
  - b) Não tenho tempo hábil
  - c) Não tenho interesse em colaborar
  - d) Renda indisponível
  - e) Outros...
  
- Você conhece a Associação Beneficente Lar da Criança de Erechim?  
Sim, não ou talvez
  
- Qual trabalho você acha que ela desempenha?
  - a) Acolhimento de crianças e adolescentes até retornarem para suas famílias
  - b) Acolhimento de crianças e adolescentes para a adoção
  - c) Acolhimento de qualquer criança ou adolescente
  - d) Lugar para frequentar no turno inverso ao da escola
  - e) Outros...

#### Associação Beneficente Lar da Criança de Erechim

- O quão importante é uma ONG que realize esse trabalho no município e região?  
Sendo 1 pouco importante e 5 muito importante
  
- Você conhece alguém que já foi beneficiado pelo Lar?  
Sim ou não
  
- Você conhece alguma ONG que presta o mesmo trabalho que o Lar da Criança?  
Sim ou não

#### Plataformas de comunicação do Lar

A entidade se destina ao atendimento de crianças e adolescentes em situação de risco e vulnerabilidade social, que recebem a medida de proteção de abrigo pelo Conselho Tutelar e Juizado da Infância e da Adolescência de acordo com o Art. 98 do Estatuto da Criança e do Adolescente.

Após o abrigo, a instituição busca proporcionar atendimento a suas necessidades básicas, garantindo a aplicação dos princípios e diretrizes preconizadas pelo Estatuto da Criança

e do Adolescente, através da promoção de ações que garantam a preservação dos vínculos familiares e comunitários.

- Você já teve acesso as redes de contato da ONG? (Facebook, site)  
Sim ou não
  
  - Você acha que uma ONG precisa estar presente ativamente nas redes sociais como de contato?
    - a) Sim, acredito ser muito importante
    - b) Não, não vejo necessidade
    - c) Talvez
  
  - Quais os conteúdos que gostaria de ver nestes meios?
    - a) Campanhas de arrecadação
    - b) Aonde fazer doações
    - c) Como ser colaborador(a)
    - d) Atividades realizadas
    - e) Outros...
- Sobre você...
- Idade
    - a) 15 a 25
    - b) 25 a 40
    - c) 40 a 50
    - d) 50 a 65
    - e) Outros...
  
  - Gênero  
Feminino, masculino ou outros
  
  - Ocupação
    - a) Trabalho
    - b) Estudo
    - c) Trabalho e estudo
  
  - Você pertence a qual das seguintes ocupações?

- a) Funcionário público
  - b) Funcionário de empresa privada
  - c) Professor
  - d) Representante de empresa/instituição
  - e) Membro de algum grupo
  - f) Outros...
- 
- Renda familiar
    - a) Até um salário mínimo
    - b) De 1 a 3 salários mínimos
    - c) De 3 a 6 salários mínimos
    - d) De 6 a 9 salários mínimos
    - e) Outros...

APÊNDICE F – Pré-teste da campanha  
Peça conceito para o público em geral

Entrevistado 1

1. Qual informação você leu primeiro?

Júlia.

2. O que está peça está dizendo?

Contando a história de uma menina que recomeçou “alguma coisa”. Imagem de recomeço.

3. O que está peça pede para você fazer?

Doe.

4. Você faria o que esta peça pede pra você fazer? Por quê?

Não. Porque não fica claro a razão pela qual se pede a doação.

Entrevistado 2

1. Qual informação você leu primeiro?

Faça sua doação.

2. O que está peça está dizendo?

Apresentando Júlia.

3. O que está peça pede para você fazer?

Faça uma doação.

4. Você faria o que esta peça pede pra você fazer? Por quê?

Talvez. Precisaria ter mais informações.

Entrevistado 3

1. Qual informação você leu primeiro?

A imagem de uma princesa.

2. O que está peça está dizendo?

Contando a história desta princesa.

3. O que está peça pede para você fazer?

Solicitando doações.

4. Você faria o que esta peça pede pra você fazer? Por quê?

Acho que não. Seria bom ter mais informações, a não ser que haja mais publicações como esta.

## Entrevistado 4

1. Qual informação você leu primeiro?

O nome Júlia.

2. O que está peça está dizendo?

Contando uma história.

3. O que está peça pede para você fazer?

Siga acompanhando para conhecer mais sobre a Júlia.

4. Você faria o que esta peça pede pra você fazer? Por quê?

Talvez. Se o resto da história me interessasse sim.

## Entrevistado 5

1. Qual informação você leu primeiro?

Primeiro vi a imagem de uma princesa negra, depois o nome Júlia. Acho que é o nome da princesa.

2. O que está peça está dizendo?

Está apresentando a princesa da imagem.

3. O que está peça pede para você fazer?

Seja um doador.

4. Você faria o que esta peça pede pra você fazer? Por quê?

Acho que sim por ser uma campanha do Lar da Criança.

## Entrevistado 6

1. Qual informação você leu primeiro?

Que a princesinha se chamava Júlia.

2. O que está peça está dizendo?

Que Júlia era dona de um coração imenso, amava a natureza e que um dia resolveu fazer um caminho diferente para ver o que encontrava na floresta.

3. O que está peça pede para você fazer?

Para acompanhar as publicações.

4. Você faria o que esta peça pede pra você fazer? Por quê?

Sim. Porque fiquei curiosa e quero saber o que a menina vai encontrar.

## Entrevistado 7

1. Qual informação você leu primeiro?

Júlia.

2. O que está peça está dizendo?

Quem era Júlia.

3. O que está peça pede para você fazer?

Uma doação.

4. Você faria o que esta peça pede pra você fazer? Por quê?

Sim, para saber (acompanhar) a história de Júlia.

#### Peça conceito para empresários

##### Entrevistado 1

1. O que está peça está dizendo?

Convidando as empresas a serem parceiras.

2. O que está peça pede para você fazer?

Entre em contato e saiba como ser um doador.

3. Você faria o que esta peça pede pra você fazer? Por quê?

Dependendo das informações que fossem ser passadas caso em entrasse em contato sim.

##### Entrevistado 2

1. O que está peça está dizendo?

Seja uma empresa parceira.

2. O que está peça pede para você fazer?

Seja uma empresa que doa.

3. Você faria o que esta peça pede pra você fazer? Por quê?

Se me explicassem como eu poderia ajudar sim.

##### Entrevistado 3

1. O que está peça está dizendo?

Está pedindo ajuda e a imagem me passa também um sentimento de tristeza.

2. O que está peça pede para você fazer?

Ajudar.

3. Você faria o que esta peça pede pra você fazer? Por quê?

Depende, ajudaria se houvesse a possibilidade de ver onde estou ajudando.

##### Entrevistado 4

1. O que está peça está dizendo?

A peça está me passando a impressão de que fazer novas parcerias é algo bom, que me trará felicidade.

2. O que está peça pede para você fazer?

Para estar aberta e fazer novas parcerias.

3. Você faria o que esta peça pede pra você fazer? Por quê?

Sim! Já faço doações para o Lar em campanhas feitas na clínica onde trabalho e continuarei fazendo, pois acredito que as crianças são de fato o futuro do nosso país e se elas tiverem uma infância digna e sem necessidades com certeza serão pessoas melhores no futuro também.

## APÊNDICE G – Peças das campanhas

## Campanha de arrecadação e captação de empresas – rede social

Card	Legenda
 <p>O QUE É O LAR DA CRIANÇA?</p>	<p>Você conhece o Lar da Criança? 🏠</p> <p>Ele foi fundado em 1980 e se destina ao atendimento de crianças e adolescentes em situação de risco e vulnerabilidade social.</p> <p>Após o abrigamento, a instituição busca proporcionar o atendimento a suas necessidades básicas, garantindo a aplicação dos princípios e diretrizes preconizadas pelo Estatuto da Criança e do Adolescente, através da promoção de ações que garantam a preservação dos vínculos familiares e comunitários.</p> <p>São proporcionadas atividades de reforço ao ensino escolar através de atividades extraclasse visando valorizar a autoestima, o desenvolvimento do juízo crítico, de sua realidade e do meio que o cerca. Através dos programas de Atenção Psicossocial e de Atenção à Saúde, é oportunizada a proteção das crianças e sua recuperação física e psicológica.</p> <p>Mas não para por aí. As famílias são atendidas através do programa de Orientação e Apoio Sócio Familiar, onde participam de encontros com a equipe técnica, ocasião em que são discutidos temas como educação, limites, sexualidade, afeto, comportamento, violência doméstica, entre outros.</p> <p>A participação do poder público, municipal, estadual e federal se dá através de convênios e projetos encaminhados a estes órgãos. Já iniciativa privada participa da manutenção da Instituição através de doações financeiras e realização de serviços de manutenção.</p> <p>Entretanto, a maior fatia do orçamento da Instituição é custeada através de doações de pessoas físicas e atividades sociais como</p>

	<p>jantares, bailes, pedágios e outras atividades que visam angariar fundos para o custeio dos serviços.</p> <p>Por isso, é extremamente importante a união da comunidade.</p> <p>#PraCegoVer</p> <p>Descrição da Imagem: Em um fundo claro laranja, possui um jardim de lápis, desenhado uma grama com flores e um sol amarelo. A imagem possui letras brancas e também escuras. A imagem de uma criança pensativa complementa a imagem. No canto direito inferior da imagem, aparece o logo do Lar da Criança de Erechim, representado por uma casinha de massa de modelar.</p>
	<p>5 coisas que você não sabe sobre o Lar 🧐</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Somos um lar de acolhimento de crianças e adolescentes e também de adoção 😊</li> <li>• Prestamos assistência as famílias desde o ingresso da criança ou adolescente no Lar 🧐🧐🧐🧐🧐</li> <li>• Empresas que querem fazer parceria com o Lar, são sempre bem-vindas 🤝</li> <li>• O Lar não acolhe qualquer criança, apenas mediante a medida judicial 🧐⚖️</li> <li>• Qualquer pessoa pode ajudar, inclusive você</li> </ul> <p>#PraCegoVer</p> <p>Descrição da Imagem: Em um fundo laranja/amarelo, com um jardim desenhado com lápis de cor (grama, flores e um sol), encontra-se uma imagem de uma criança, com expressão de surpresa. na imagem, contém a frase: 5 coisas que você não sabe sobre o Lar. No canto direito inferior, encontra-se o logo do Lar da Criança de Erechim, representado por uma casinha de massa de modelar.</p>

	<p>Quem o Lar acolhe? 🤔</p> <p>O Lar da Criança acolhe e dá suporte a crianças e adolescentes que estão em situação de risco e vulnerabilidade social mediante medida judicial 🏠♂</p> <p>#PraCegoVer</p> <p>Descrição da Imagem: Em um fundo rosa com um jardim desenhado de lápis de cor com flores, está a imagem de uma criança que está pensativa. Na imagem, a presença de uma frase está presente, sendo essa: o Lar acolhe qualquer criança? A frase possui letras brancas e uma letra mais escura na palavra qualquer. Ao canto direito inferior, está presente o logo do Lar da Criança de Erechim, representado por uma casinha feita de massa de modelar.</p>
	<p>Posso visitar o Lar quando quiser? 🤔</p> <p>O Lar não possui livre acesso por questões judiciais 🤔. Visitas podem ser feitas com agendamento ao entrar em contato com a administração do local, que passará todas as informações importantes e que devem ser cumpridas no dia da visita 🤔</p> <p>#PraCegoVer</p> <p>Descrição da Imagem: Em um fundo amarelo claro, com um jardim e flores desenhadas de lápis de cor, está a presença de uma criança do sexo feminino, pensativa. A imagem contém a seguinte frase: Posso visitar o Lar? A frase está em letras brancas e também letras escuras. Ao canto direito inferior, está presente o Lar da Criança de Erechim, representado por uma casinha feita de massa de modelar.</p>

	<p>Prestamos assistência a famílias</p> <p>O Lar é um espaço muuito legal! 😊 A partir do momento em que a criança é inserida na Lar, a família dessa recebe todo um apoio por parte do Lar, como tratamento psicológico e ajuda de custos com cestas básicas ♡</p> <p>Aqui, todo mundo é cuidado com carinho 😊</p> <p><b>#PraCegoVer</b>          Descrição da Imagem: em um fundo claro de tom laranja, aparece a imagem de uma mão adulta segurando a mão de uma criança, contornadas de branco. A imagem contém a seguinte frase: #VOCÊSABIA? Somos um lar de assistência. A frase está em letras brancas e escuras. Ao lado direito inferior, está presente a logo do Lar da Criança de Erechim, representado por uma casinha de massa de modelar.</p>
	<p>Creescemos TODOS juntos</p> <p>Não ensinamos, apenas. Aprendemos junto com todos que fazem parte do Lar 😊 A partir de cursos que são oferecidos para as crianças e adolescentes, essas crescem profissionalmente e também como pessoa, fazendo assim um cidadão melhor para o mundo do amanhã ♡</p> <p><b>#PraCegoVer</b>          Descrição da Imagem: Em um fundo de tons amarelados/laranjas, está a presença de cinco crianças que estão de costas, com os braços levantados. A imagem contém a seguinte frase: Crescemos todos juntos. Essa, em letras brancas. Ao redor da frase, existes emojis de coração em 3D. No canto direito inferior, está o logo do Lar da Criança de Erechim, representado por uma casinha feita de massa de modelar.</p>



Adoção é doação, um ato de amor

Adotar é um ato de muito amor, coragem e responsabilidade por aquele serzinho iluminado que está entrando na sua família, e que deve ser muito bem recebido. É uma importante decisão que deve ser tomada com cautela e atenção.

Adoção é amor, simples assim 🥰

#PraCegoVer

Descrição da Imagem: em um fundo claro com nuvens, está a representação de uma família, contendo uma mãe, uma criança e o pai. A criança está sendo embalada, com os braços esticados. Em letras brancas está escrito ADOÇÃO, e em letras mais escuras, está escrito: é amor, simples assim. Ao redor da escrita, emojis em 3D complementam a imagem. No canto direito inferior está o logo do Lar da Criança de Erechim, representado por uma casinha feita de massinha de modelar.



Somos também um Lar de acolhimento

Além de adoção de crianças, somos um lar de acolhimento para crianças e adolescente que estão em situação de risco e vulnerabilidade social. Esses são acolhidos pelo Lar em casos de famílias que possuem problemas ou fragilidades. Após o acolhimento, a criança ou adolescente recebe todos os cuidados necessários e tratamentos, além de cursos profissionalizantes 🧑🏻💻🧑🏻💻

#PraCegoVer

Descrição da Imagem: Em um fundo desfocado de tom laranja, aparece a imagem de uma mulher de costas com os braços abertos para receber o abraço de uma criança que está mais ao fundo, correndo em sua direção. A imagem contém o seguinte texto: #VOCÊSABIA? Também somos um lar de acolhimento. A frase contém letras brancas e letras escuras. Ao canto direito inferior, aparece o logo do Lar da Criança de Erechim, representado por uma casinha feita de massa de modelar.



Você sabe onde é o Lar da Criança?

📍 Estamos localizados na Rua Anita Garibaldi, 870, Centro de Erechim.

#PraCegoVer

Descrição da Imagem: Em um fundo com tons vermelhos/laranjas, aparece a imagem de crianças sorrindo. Também está presente a imagem de uma mão segurando um celular com um mapa no mesmo. Esse mapa é a localização do Lar da Criança de Erechim. A imagem contém o seguinte texto: Você sabe aonde nos encontrar?, essa em tons brancos. Em cima da frase, possui um emoji de coração em 3D. No canto direito inferior da imagem, possui o logo do Lar da Criança de Erechim, representado por uma casinha feita de massa de modelar.



Doar é melhor que receber

Você já ouviu essa frase? E o que será que as pessoas querem dizer? 🤔

Doação faz bem ao coração! ♥

Doar é se dedicar a uma causa ou a alguém, e não importa se esse alguém for uma ou várias pessoas, ou até mesmo um animal. Quando se fala em doação, estamos falando em ajudar o próximo, em fazer o bem sem olhar a quem, falamos em oferecer aquilo que não nos fará falta, e também em entregar e ceder aquilo será exatamente tudo para o outro. O ato de doar é um dos mais bonitos que existe. Você entrega algo que era seu, muitas vezes por muito tempo, para ajudar o próximo que tem menos. Doação é entrega, é solidariedade ♥

#PraCegoVer

Descrição da Imagem: Em um fundo cor salmão, aparecem quatro pessoas adultas. Essas seguram itens que podem ser doados ao lar da criança. Dentre esses itens, aparecem livros, ursos, bolas de futebol, tênis e de rugby. A imagem apresenta o seguinte texto: Doar é realmente melhor que receber? em letras brancas. Ao redor da frase, aparecem emojis em 3D em formato de coração. Ao canto direito inferior, o logo do Lar da

 <p>VEJA COMO <i>ajudar</i></p> <p>SAIBA COMO +</p> <p>LAR DA CRIANÇA</p>	<p>Criança de Erechim aparece, representado por uma casa de massa de modelar.</p> <p>O Lar da Criança aceita doações o ano inteirinho 🙌</p> <p>Mas, você sabe quais doações o Lar precisa? 🤔</p> <p>Confere abaixo, uma listinha do que você pode doar 📖</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Alimentos</li> <li>Produtos de Limpeza</li> <li>Produtos de Higiene</li> <li>Roupas</li> </ul> <p>A doação pode ser entregue diretamente ao Lar. Pedimos que antes de fazer a entrega da doação, que você entre em contato com a ONG para maiores informações 🤝</p> <p>Quando a gente doa, nosso coração fica maisquentinho e cheeeio de amor ♥</p> <p>#PraCegoVer</p> <p>Descrição da Imagem: Em um fundo laranja, aparece a imagem de quatro crianças sorrindo. A imagem possui a seguinte frase: Veja como ajudar. A frase está em letras brancas e também letras de escuras. Ao redor da frase, existem emojis em formato de coração em 3D. No canto direito inferior, aparece o logo do Lar da Criança de Erechim, representado por uma casinha feita de massa de modelar.</p>
 <p>SEJA UMA <b>EMPRESA</b> <i>parceira</i></p> <p>SAIBA COMO +</p> <p>LAR DA CRIANÇA</p>	<p>Empresas, sejam nossas parceiras 🤝</p> <p>Você sabia que também recebemos apoio de empresas? Elas são de extrema importância para o Lar, pois ajudam a melhorar a vida de crianças e adolescentes, assim como melhorar o cidadão do amanhã 🌍</p> <p>Seja você também uma empresa parceira! Entre em contato conosco, e saiba como você pode contribuir para o futuro das nossas crianças ♥</p> <p>#PraCegoVer</p> <p>Descrição da Imagem: Em um fundo desfocado de tom amarelo, aparece uma imagem de duas mãos se cumprimentando, contornadas com uma linha branca. Existe a</p>

	<p>seguinte frase na imagem: Seja uma empresa parceira. Essa, em letras brancas e escuras. Ao lado esquerdo inferior, aparece a um quadrado escrito: saiba como, esse em letras brancas. No canto direito inferior, aparece o logo do Lar da Criança de Erechim, que é representado por uma casinha de massa de modelar.</p>
--	--

### Campanha institucional – rede social

Card	Legenda
	<p>Prepare-se para acompanhar a incrível história de Julia. A cada semana um novo capítulo e novas emoções. Fique de olho em nossas publicações.</p> <p>Lar da criança histórias que mudam o amanhã.</p> <p>#PraCegoVer</p> <p>Descrição da Imagem: No interior de um desenho de castelo com paredes azuis encontra-se ao lado esquerdo, o desenho de uma princesa com vestido rosa. Na parte superior direita da imagem encontra-se a frase: Prepare-se para acompanhar a incrível história da Júlia. No canto inferior direito encontra-se a assinatura da campanha: Histórias que mudam o amanhã e ai seu lado encontra-se o logo do Lar da Criança de Erechim, representado por uma casinha de massa de modelar.</p>
	<p>Preparados para conhecer a história da Princesinha Júlia? Aqui vai o primeiro capítulo dessa incrível história.</p> <p>Era uma vez uma princesinha chamada Júlia, ela era dona de um coração enorme e de um lindo e encantador sorriso. Amava a natureza e todos os animais. Seu amor era tanto que todos os dias no início da manhã, caminhava pelo mesmo caminho em direção a uma linda floresta. Certo dia, Júlia resolveu fazer um caminho diferente para ver o que encontrava.</p> <p>Quer saber o que Júlia encontrou e o restante da história? Então fique de olho em nossas publicações :)</p>

	<p>Lar da criança histórias que mudam o amanhã.</p> <p>#PraCegoVer</p> <p>Descrição da Imagem: Em um fundo com desenho de um pequeno riacho, flores e mais ao longe um castelo, encontra-se ao centro da imagem, o desenho de uma princesa de vestido rosa com semblante feliz. Ao seu lado esquerdo está a frase: Era uma vez. Embaixo, dentro de uma tarja azul está a frase: Conheça essa história na descrição. No canto inferior esquerdo encontra-se a assinatura da campanha: Histórias que mudam o amanhã e no canto inferior direito está o logo do Lar da Criança de Erechim, representado por uma casinha de massa de modelar.</p>
 <p>Júlia encontrou um caminho muito escuro. Onde pássaros não cantavam...</p> <p>SAIBA MAIS DETALHES DESTA HISTÓRIA NA DESCRIÇÃO</p> <p>campanha <i>Histórias</i> que mudam o amanhã</p>	<p>Estão prontos para saber mais sobre Júlia? Acompanhem a história.</p> <p>A princesinha Júlia encontrou um caminho muito muito escuro. As árvores daquele lugar eram secas e sem vida. Pássaros não cantavam e a luz do sol parecia não existir. Assustada com o local, percebeu que estava longe do seu reino e se deu por conta que estava perdida. Sem saber o que fazer e com muito medo, Júlia resolveu sentar embaixo de uma das árvores secas e esperar que algo bom acontecesse ou que alguém aparecesse para salvá-la.</p> <p>Será que alguém salvará a princesinha? Descubra nas próximas publicações e capítulos dessa incrível história :)</p> <p>Lar da criança histórias que mudam o amanhã.</p> <p>#PraCegoVer</p> <p>Descrição da Imagem: Em um fundo escuro, com desenhos de árvores secas e uma lua cheia no canto superior direito, encontra-se ao centro da imagem a frase: Júlia encontrou um caminho muito escuro. Onde pássaros não cantavam... Logo abaixo há uma tarja branca com a frase: Saiba mais detalhes desta história na descrição. No canto inferior esquerdo encontra-se a assinatura da campanha: Histórias que mudam o amanhã e</p>

	<p>no canto inferior direito está o logo do Lar da Criança de Erechim, representado por uma casinha de massa de modelar.</p>
	<p>Lembram da Júlia? Aqui vai mais um pouco da sua história.</p> <p>Após um tempo esperando, a princesinha caiu em sono profundo. Começou a ter um sonho muito, muito estranho. Sonhou que estava voando para fora daquele lugar escuro, mas suas asas eram tão pequenininhas que quando conseguiu sair de lá acabou caindo no chão, mas para sua sorte, foi em um monte muito fofinho de folhas. Com o susto de ter caído durante o sonho, Júlia acabou acordando assustada. Olhou ao seu redor e não acreditou no que viu.</p> <p>O que será que Júlia viu? Será que ela está bem? Descubra nas próximas publicações.</p> <p>Lar da criança histórias que mudam o amanhã.</p> <p>#PraCegoVer</p> <p>Descrição da Imagem: Em um fundo escuro, com desenhos de árvores secas e uma lua cheia no canto superior direito, encontra-se uma princesa com vestido rosa e com semblante feliz. No canto superior esquerdo está a frase: Júlia acordou assustada. Olhou e não acreditou no que viu... Logo abaixo há uma tarja branca com a frase: Siba mais desta história na descrição. No canto inferior esquerdo encontra-se a assinatura da campanha: Histórias que mudam o amanhã e no canto inferior direito está o logo do Lar da Criança de Erechim, representado por uma casinha de massa de modelar.</p>



Vamos acompanhar a história da Júlia?

Júlia achou que ainda estava sonhando, pois não conseguia acreditar no que via. Se deu um leve beliscão e para sua surpresa, estava mesmo acordada. Ao seu redor, estavam três lindas fadinhas e um reino encantado cheio de luz, animais e todas as coisas lindas que antes, só existiam em sua imaginação. Júlia muito encantada com as fadas, mas ainda sem entender o que estava acontecendo, perguntou rapidamente:

Quem são vocês? Foram vocês que me tiraram daquele lugar escuro? E por quê? E aiii vocês me derrubaram!

Será que foram as fadas que que ajudaram Júlia? acompanhe os próximos capítulos para saber o desfecho dessa história.

Lar da criança histórias que mudam o amanhã.

#PraCegoVer

Descrição da Imagem: Em um fundo verde com árvores e flores, está localizada no canto direito uma fada com vestido rosa e uma varinha mágica em sua mão. No centro da imagem encontra-se a frase: Ao seu redor tres lindas fadas e um reino encantado cheio de luz. Abaixo em uma tarja azul, está a frase: conheça essa história na descrição. No canto inferior direito encontram-se a assinatura da campanha: Histórias que mudam o amanhã e o logo do Lar da Criança de Erechim, representado por uma casinha de massa de modelar.



Ficou curioso com a história de Júlia? Descubra um pouco mais.

Olá princesinha Júlia - disse uma das fadas, chamada Clara.

Nós somos as fadas do reino do sol. Você estava muito próximo a nós. Se tivesse andando um pouquinho mais, teria chegado ao nosso lindo reino. E nos perdoe pelo tombo, não estava nos planos ter que te carregar, mas você acabou pegando no sono. Júlia encantada com as fadinhas perguntou: E como vocês me encontraram?

A outra fadinha chamada Anna respondeu: Quando você nasceu, recebeu um raio do sol em seu coração. Era o seu destino nos encontrar.

Sentimos em nossos corações que você estava próxima, por isso viemos ao seu encontro - disse a outra fada chamada Flora.

Qual será o motivo do encontro de Júlia com as fadas? Vamos descobrir juntos nas próximas publicações, fiquem ligados :)

Lar da criança histórias que mudam o amanhã.

#PraCegoVer

Descrição da Imagem: Em um fundo verde com árvores e flores, está localizada no canto direito uma fada com vestido rosa e uma varinha mágica em sua mão. Em sua diagonal, no canto esquerdo está uma princesa com vestido rosa. Localizada acima está a frase: - Olá princesa Júlia! disse a fada Clara. Embaixo, está uma tarja azul com a frase: Conheça essa história na descrição. No canto inferior direito encontram-se a assinatura da campanha: Histórias que mudam o amanhã e o logo do Lar da Criança de Erechim, representado por uma casinha de massa de modelar.



Está gostando da história da princesinha? Aqui vai mais um capítulo.

Eu tenho um raio de sol em meu coração? - perguntou Júlia.

Tem sim, princesa Júlia. Você foi escolhida ao nascer para ser a princesa do nosso lindo e encantado reino e agora chegou a hora. Seu coração sabia que devia nos encontrar hoje, por isso você fez um caminho diferente ao caminhar na floresta. Você seguiu seu coração - Disse Anna.

Fada Flora se aproximou de Júlia, pegou em suas mãos e disse:

Princesa Júlia, você aceita ser a princesa do reino do sol?

A princesinha muito emocionada e feliz com tudo aquilo que estava acontecendo, sem hesitar responde:

É claro que eu aceito, esse reino é lindo, cheio de amor e de luz. Mas vou precisar de ajuda, pois sou apenas uma criança.

A fadinha Clara, feliz por Júlia ter aceitado responde:

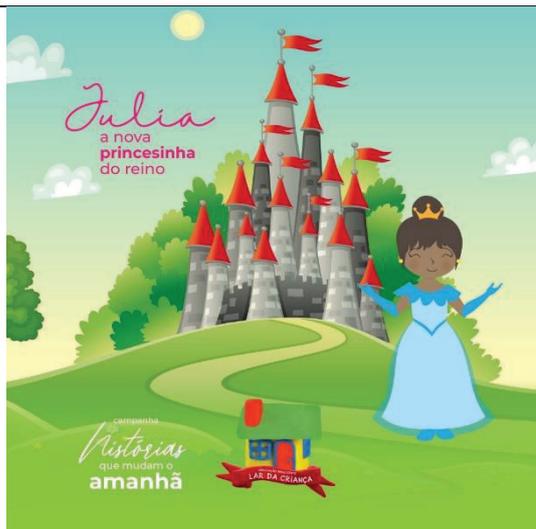
Princesa, nós sempre iremos estar do seu lado e te ajudando em tudo o que precisar. O reino do sol fica muito feliz e grato por ter você como nossa princesa.

Nossa história está chegando ao fim, mas qual será o seu incrível final? Continue nos acompanhando para saber mais.

Lar da Criança histórias que mudam o amanhã.

#PraCegoVer

Descrição da Imagem: Em um fundo amarelo, está localizada uma princesa com vestido rosa e semblante feliz, em sua frente, muitas flores rosas. Mais ao centro encontra-se frase: - Eu tenho um raio de sol em meu coração? Perguntou a princesa Júlia. Abaixo, dentro de uma tarja azul, tem a frase: Conheça essa história na descrição. No lado direito, encontram-se a assinatura da campanha: Histórias que mudam o amanhã e o logo do Lar da Criança de Erechim, representado por uma casinha de massa de modelar.



O final da história da princesa Júlia chegou. Acompanhe agora o último capítulo.

No dia seguinte, Júlia acorda e vai ao encontro de suas novas amigas fadas. É o dia de se tornar oficialmente princesa do reino do sol.

Em frente a todas as pessoas e criaturas encantadas do reino, a princesinha Júlia é apresentada como a tão esperada princesa do reino.

A fadinha Anna faz o discurso de boas-vindas:

Princesa Júlia, o seu lindo e puro coração te trouxe até aqui. Você que sempre sonhou com reinos encantados, hoje é a princesa de um, é com muita gratidão que te acolhemos no nosso lindo reino. Que você seja muito feliz e que se divirta muito com a gente.

Princesinha Júlia, muito feliz agradece a todos e vai ao encontro das pessoas e criaturas encantadas para assim começar uma linda e animada festa de boas-vindas.

Nossa historinha acabou. Ela pode ou não ser real, mas você pode fazer parte dela.

Saiba como fazer parte delas em nossas redes sociais.

Lar da criança, histórias que mudam o amanhã.

#PraCegoVer

Descrição da Imagem: Grande desenho de um castelo, atrás, desenhos de árvores e a frente uma estrada com cores verdes. Céu azul com nuvens e um sol. Ao lado direito do castelo encontra-se uma princesa com vestido azul com semblante feliz. No canto superior esquerdo encontra-se a frase: Júlia a nova princesinha do reino. Na parte de baixo da imagem, posicionados ao centro, encontram-se a assinatura da campanha: Histórias que mudam o amanhã e o logo do Lar da Criança de Erechim, representado por uma casinha de massa de modelar.

## Campanha institucional - rádio

Técnica	Locução
1. Trilha alegre/calma	<p>Loc. 1 – mulher</p> <p>Prepare-se para acompanhar a incrível história de Júlia. A cada semana um novo capítulo e novas emoções. Lar da criança, histórias que mudam o amanhã.</p>
1. Trilha alegre/calma	<p>Loc. 1 – parte 1 - criança</p> <p>Oi, meu nome é Julia. Vou contar minha história para vocês.</p> <p>Loc. 2 - parte 1 – mulher</p> <p>Era uma vez uma princesinha chamada Júlia, ela era dona de um coração enorme e de um lindo e encantador sorriso. Amava a natureza e todos os animais. Seu amor era tanto que todos os dias no início da manhã, caminhava pelo mesmo caminho em direção a uma linda floresta. Certo dia, Júlia resolveu fazer um caminho diferente para ver o que encontrava.</p> <p>Quer saber o que Júlia encontrou? Acompanhe os próximos capítulos.</p> <p>Lar da criança histórias que mudam o amanhã.</p>
1. Trilha alegre/calma	<p>Loc. 1 – parte 2 - criança</p> <p>Estão prontos para saber mais sobre mim? Acompanhe a minha história.</p> <p>Loc. 2 - parte 2 – mulher</p> <p>A princesinha Júlia encontrou um caminho muito muito escuro. As árvores daquele lugar eram secas e sem vida. Pássaros não cantavam e a luz do sol parecia não existir. Assustada com o local, percebeu que estava longe do seu reino e se deu por conta que estava perdida. Sem saber o que fazer e com muito medo, Júlia resolveu sentar embaixo de uma das árvores secas e esperar que algo bom acontecesse ou que alguém aparecesse para salvá-la.</p> <p>Será que alguém salvará a princesinha? Descubra nos próximos capítulos dessa incrível história.</p>

	Lar da criança histórias que mudam o amanhã.
1. Trilha alegre/calma	<p>Loc. 1 – parte 3 - criança</p> <p>Oi, lembram de mim? Aqui vai mais um pouco da minha história.</p> <p>Loc. 2 - parte 3 - mulher</p> <p>Após um tempo esperando, a princesinha caiu em sono profundo. Começou a ter um sonho muito, muito estranho. Sonhou que estava voando para fora daquele lugar escuro, mas suas asas eram tão pequenininhas que quando conseguiu sair de lá acabou caindo no chão, mas para sua sorte, foi em um monte muito fofo de folhas. Com o susto de ter caído durante o sonho, Júlia acabou acordando assustada. Olhou ao seu redor e não acreditou no que viu.</p> <p>O que será que Júlia viu? Será que ela está bem? Descubra nos próximos capítulos.</p> <p>Lar da criança histórias que mudam o amanhã.</p>
1. Trilha alegre/calma	<p>Loc. 1 – parte 4 - criança</p> <p>Oi, aqui é a Júlia, vamos acompanhar minha história?</p> <p>Loc. 2 - parte 4- mulher</p> <p>Júlia achou que ainda estava sonhando, pois não conseguia acreditar no que via. Se deu um leve beliscão e para sua surpresa, estava mesmo acordada. Ao seu redor, estavam três lindas fadinhas e um reino encantado cheio de luz, animais e todas as coisas lindas que antes, só existiam em sua imaginação. Júlia muito encantada com as fadas, mas ainda sem entender o que estava acontecendo, perguntou rapidamente:</p> <p>Quem são vocês? Foram vocês que me tiraram daquele lugar escuro? E por quê? E aiii vocês me derrubaram!</p> <p>Será que foram as fadas que que ajudaram Júlia? acompanhe os próximos capítulos para saber o desfecho dessa história.</p>

	Lar da criança histórias que mudam o amanhã.
1. Trilha alegre/calma	<p>Loc. 1 – parte 5 - criança</p> <p>Ficou curioso com minha história? Descubra um pouco mais.</p> <p>Loc. 2 - parte 5- mulher</p> <p>Olá princesinha Júlia - disse uma das fadas, chamada Clara.</p> <p>Nós somos as fadas do reino do sol. Você estava muito próximo a nós. Se tivesse andando um pouquinho mais, teria chegado ao nosso lindo reino. E nos perdoe pelo tombo, não estava nos planos ter que te carregar, mas você acabou pegando no sono. Júlia encantada com as fadinhas perguntou: E como vocês me encontraram?</p> <p>A outra fadinha chamada Anna respondeu: Quando você nasceu, recebeu um raio do sol em seu coração. Era o seu destino nos encontrar.</p> <p>Sentimos em nossos corações que você estava próxima, por isso viemos ao seu encontro - disse a outra fada chamada Flora.</p> <p>Qual será o motivo do encontro de Júlia com as fadas? Vamos descobrir nos próximos capítulos.</p> <p>Lar da criança histórias que mudam o amanhã.</p>
1. Trilha alegre/calma	<p>Loc. 1 – parte 6 - criança</p> <p>Oi, está gostando da minha história? Aqui vai mais um pouco.</p> <p>Loc. 2 - parte 6- mulher</p> <p>Eu tenho um raio de sol eu meu coração? - perguntou Júlia.</p> <p>Tem sim, princesa Júlia. Você foi escolhida ao nascer para ser a princesa do nosso lindo e encantado reino e agora chegou a hora. Seu coração sabia que devia nos encontrar hoje, por isso você fez um caminho diferente ao caminhar na floresta. Você seguiu seu coração - Disse Anna.</p> <p>Fada Flora se aproximou de Júlia, pegou em suas mãos e disse:</p>

	<p>Princesa Júlia, você aceita ser a princesa do reino do sol?</p> <p>A princesinha muito emocionada e feliz com tudo aquilo que estava acontecendo, sem hesitar responde:</p> <p>É claro que eu aceito, esse reino é lindo, cheio de amor e de luz. Mas vou precisar de ajuda, pois sou apenas uma criança.</p> <p>A fadinha Clara, feliz por Júlia ter aceitado responde:</p> <p>Princesa, nós sempre iremos estar do seu lado e te ajudando em tudo o que precisar. O reino do sol fica muito feliz e grato por ter você como nossa princesa.</p> <p>Nossa história está chegando ao fim, mas qual será o seu incrível final? Continue nos acompanhando para saber mais.</p> <p>Lar da criança histórias que mudam o amanhã.</p>
1. Trilha alegre/calma	<p>Loc. 1 – parte 7 - criança</p> <p>Oi, o final da minha história chegou.</p> <p>Loc. 2 - parte 7- mulher</p> <p>No dia seguinte, Júlia acorda e vai ao encontro de suas novas amigas fadas. É o dia de se tornar oficialmente princesa do reino do sol.</p> <p>Em frente a todas as pessoas e criaturas encantadas do reino, a princesinha Júlia é apresentada como a tão esperada princesa do reino.</p> <p>A fadinha Anna faz o discurso de boas-vindas:</p> <p>Princesa Júlia, o seu lindo e puro coração te trouxe até aqui. Você que sempre sonhou com reinos encantados, hoje é a princesa de um, é com muita gratidão que te acolhemos no nosso lindo reino. Que você seja muito feliz e que se divirta muito com a gente.</p> <p>Princesinha Júlia, muito feliz agradece a todos e vai ao encontro das pessoas e criaturas encantadas para assim começar uma linda e animada festa de boas-vindas.</p> <p>Nossa historinha acabou. Ela pode ou não ser real, mas você pode fazer parte dela.</p>

	<p>Saiba como fazer parte delas em nossas redes sociais.</p> <p>Lar da criança, histórias que mudam o amanhã.</p>
--	---