



Corda Bamba

Mostra Local de: Curitiba

Categoria do projeto: I – Projetos em Andamento (projetos em execução atualmente)

Nome da Instituição/Empresa: Instituto GRPCom

Cidade: Almirante Tamandaré, Araucária, Balsa Nova, Campina Grande do Sul, Campo Largo, Campo Magro, Colombo, Curitiba, Fazenda Rio Grande, Mandirituba, Pinhais, Piraquara, Quatro Barras, São José dos Pinhais

Contato: fmartins@grpcom.com.br

Autor (es): Instituto GRPCom

Equipe:

Ana Gabriela Borges - Pedagoga
Fernanda Cotrim – Socióloga
Andressa Molina - Comunicação Institucional
João Santos – Jornalista
Débora Kretzer - Comunicação Institucional

Parceria: Secretaria Estadual de Educação - SEED

Objetivo(s) de Desenvolvimento do Milênio trabalhado(s) pelo projeto: ODM 2 - Educação básica de qualidade para todos

RESUMO

Realizado pela Rádio 98FM e pelo Instituto GRPCOM desde 2011, Corda Bamba é uma gincana que, por meio de provas específicas, envolve professores e alunos de escolas públicas de Ensino Médio em atividades com temáticas socialmente relevantes.

Palavras-chave: educação, mobilização da comunidade, protagonismo juvenil, comunicação, desenvolvimento social

INTRODUÇÃO

O Instituto GRPCOM é uma Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP), com sede em Curitiba e presença em todo o Paraná. Atua nas áreas de educação, cultura, desenvolvimento humano e comunitário, além de promover disseminação de informações e orientações voltadas ao fortalecimento do terceiro setor. Os projetos desenvolvidos pelo Instituto GRPCOM seguem os valores éticos do Grupo Paranaense de Comunicação e os preceitos da responsabilidade social empresarial. Eles são resultados de iniciativas próprias, do apoio a projetos sociais das empresas do GRPCOM e da Rede Globo, e também de parcerias comunitárias. Alguns projetos: Ler e Pensar, Televisando o Futuro, Serviços e Cidadania... Desde a sua criação, cada uma das empresas do Grupo Paranaense de Comunicação exerce a cidadania corporativa por meio de ações sociais, filantrópicas e assistenciais, em prol do desenvolvimento da comunidade paranaense. Com a criação do Instituto GRPCOM, em 2001, foi possível fazer a gestão conjunta dos programas e projetos sociais, culturais e educacionais desenvolvidos diretamente pelas empresas ou apoiados pelas mesmas, o que permitiu potencializar os esforços e multiplicar os resultados alcançados.

1. JUSTIFICATIVA

O rádio é um dos veículos de comunicação com maior penetração em comunidades, uma vez que baseia-se apenas em sons, não necessitando de interpretação de signos visuais. Além disso, o rádio possui um forte poder de articulação e mobilização social, devido ao seu alcance e a linearidade das mensagens emitidas. O projeto Corda Bamba traz o potencial social do rádio aliado às questões de temáticas socialmente relevantes, promovendo a conscientização social a partir da escola, promovendo a sensibilização da comunidade escolar, aproximando o veículo de comunicação rádio da comunidade. O projeto é voltado a professores e alunos de escolas de Ensino Médio da rede estadual de ensino, localizadas nos municípios da Região Metropolitana de Curitiba, na área de alcance da rádio 98 FM: Almirante Tamandaré, Araucária, Balsa Nova, Campina Grande do Sul, Campo Largo, Campo Magro, Colombo, Curitiba, Fazenda Rio Grande, Mandirituba, Pinhais, Piraquara, Quatro Barras, São José dos Pinhais

2. OBJETIVO GERAL

Corda Bamba é um projeto que visa incentivar o protagonismo juvenil e a mobilização da comunidade escolar em prol de uma temática relevante socialmente.

3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Aproximar comunidade e rádio 98 FM
- Promover o veículo de comunicação - rádio junto ao público do projeto
- Estimular a aprendizagem de conteúdos escolares por meio da produção de atividades específicas

4. METODOLOGIA

Planejamento: o trabalho de mobilização do projeto começa com a sua divulgação. Para tal, a equipe do IGRPCOM realiza uma série de reuniões de alinhamento com a coordenação do departamento de Educação Básica, com o Núcleo de Desafios Socioeducacionais da Secretaria Estadual de Educação e do Portal Dia a Dia Educação. A estratégia de divulgação do projeto conta com orientação e acompanhamento dos três Núcleos Regionais de Educação envolvidos: áreas metropolitanas norte e sul e Curitiba; distribuição de cartazes e fichas de inscrição via malote para todas as escolas da área de abrangência; publicação de matérias no portal dia a dia educação, em redes sociais e via e-mail. A dinâmica do projeto é organizada em provas desafiadoras: são etapas eliminatórias nas quais as escolas participantes cumprem tarefas pré-definidas sobre a temática construção da paz e enfrentamento à violência. As tarefas, voltadas à mobilização social, exige o envolvimento de toda a comunidade escolar: professores, alunos, familiares e vizinhança. Etapas em 2012: Produção de um podcast com temática da paz; Produção de um jingle. As equipes selecionadas na primeira prova tiveram de elaborar um jingle de mobilização, como objetivo principal incentivar a comunidade para a construção da Paz; Por meio de uma parceria com a ÓTV, a etapa final do projeto, ou seja, o QUIZ, foi produzido e transmitido ao vivo pela televisão. O programa não poderia ter sido mais divertido e emocionante.

5. MONITORAMENTO DOS RESULTADOS

1. Percentual de escolas estaduais inscritas do projeto (Verifica a eficiência na divulgação e mobilização realizada pela rádio, pelo Instituto e pela SEED como parceira do projeto) > A ficha de inscrição entregue pelas escolas é o instrumento de monitoramento.
2. Satisfação das escolas participantes. (verifica a aceitação à metodologia do projeto e fidelização das escolas envolvidas) > O instrumento é a pesquisa feita com participantes por meio de questionário, com conceitos que variam de insatisfeito a muito satisfeito.
3. Satisfação dos alunos participantes. (verifica a satisfação com as atividades do projeto e



Estratégias para o
desenvolvimento local
e o alcance dos **Objetivos**
de Desenvolvimento do Milênio

fidelização do público envolvido) > O instrumento é a pesquisa feita com participantes por meio de questionário, com conceitos que variam de insatisfeito a muito satisfeito.

6. VOLUNTÁRIOS

Não há voluntariado no projeto. De alguma forma o trabalho de todos os atores estão vinculados às instituições executoras ou parceiras.

7. CRONOGRAMA

Concepção e Planejamento: abril a maio

Divulgação: Junho a Agosto

Inscrições escolas - Agosto

Etapas e provas: Agosto e Setembro

Encerramento: Setembro

Avaliação: Outubro a Novembro

8. RESULTADOS ALCANÇADOS

Resultados obtidos em 2011

> Boa repercussão e sensibilização das escolas participantes: 91% dos alunos e 100% dos professores desejam participar novamente

> Reforço do marketing social da 98 FM: 71% dos alunos e 100% dos professores acreditam que a rádio pode auxiliar na aprendizagem de conteúdos escolares

> 84 % dos professores participantes acreditam que a gincana trouxe como resultado melhor relacionamento interpessoal, maior interesse pela temática, mais interesse pelas mídias e melhor percepção do protagonismo juvenil.

> Mobilização visível da comunidade associada à mídia rádio: Os 13 colégios participantes conseguiram reunir mais de 3.960 assinaturas na comunidade em prol de uma causa ambiental.

Em 2012, o processo de avaliação está em andamento.

9. ORÇAMENTO

Premiação R\$ 8.936,8

Materiais impressos R\$ 1.391

Encerramento na ÓTV R\$ 205

TOTAL: R\$ 10.532,80

10. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O projeto tem base nos conceitos de Educomunicação, assim, pode ser replicável para qualquer veículo de comunicação que queira contribuir com a Educação.

REFERÊNCIAS

O projeto utiliza como base os conceitos de Educomunicação, que defende a comunicação e seus instrumentos para desenvolver práticas educativas e cidadãs. Estes conceitos são muito trabalhados por autores como Ismar de Oliveira Soares, professor da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (USP), e Adílson Odair Citelli, professor da Escola de Comunicações e Artes na Universidade de São Paulo (USP).