

Mostra de Projetos 2011

A Responsabilidade Social e a Comunicação Visual: Projeto de Extensão Universitária Ser Solidário 2011

Mostra Local de: Londrina.

Categoria do projeto: Projetos finalizados.

Nome da Instituição/Empresa: (Campo não preenchido).

Cidade: Londrina.

Contato: fabriciosantesso@gmail.com

Autor(es): Fabrício Santesso de Pedro.

Equipe: Fabrício Santesso - Formado em Marketing e Propaganda pela UNOPAR, e especializado em Comunicação com o Mercado pela UEL.

Marcelo Coconini - Formado em Desenho Industrial pela UNOPAR, e especializado em Programação Visual em Mídias Digitais, também pela UNOPAR.

Parceria: UNOPAR e Lions Clube de Londrina.

Objetivo(s) de Desenvolvimento do Milênio trabalhado(s) pelo projeto:

7 - Qualidade de vida e respeito ao meio ambiente.

RESUMO

Há seis anos, o Lions Clube de Londrina lidera uma campanha chamada Ser Solidário, que visa arrecadar fraldas geriátricas, mobilizando inúmeros outros nomes da cidade. Um deles é o curso de Artes Visuais da UNOPAR, em Londrina, o qual tem um projeto de extensão que objetiva a criação do conceito e da imagem necessários à campanha publicitária que motiva a sociedade a doar. Neste projeto de extensão, chamado Ser Solidário, entra o aluno que desejar, bastando apenas querer fazer algo pela causa, e por sua carreira, já que o contato com a prática é extremo. Todo o processo criativo traduz a realidade de mercado da profissão do artista visual, bem como os efeitos que uma boa comunicação pode proporcionar à esta e todas as outras causas sociais.

Palavras-chave: solidariedade; prática; criação; produção; envolvimento.

INTRODUÇÃO

Há seis anos o Lions Clube de Londrina toca o projeto chamado de Ser Solidário, o qual envolve inúmeras empresas da cidade em prol da arrecadação de fraldas geriátricas. A dinâmica gira em torno de parcerias, em que todos os segmentos da sociedade ajudam conforme podem. Uns com dinheiro, outros com serviços como criação, produção, impressão de mídia, veiculação em massa, etc.

No que diz respeito à criação da campanha publicitária, o Lions Clube conta com o apoio do curso de Artes Visuais da Unopar, o qual aproveitou o ensejo para criar o projeto de extensão “Ser Solidário”, o qual visa proporcionar aos alunos interessados, o envolvimento com a prática em todas as etapas do processo de criação de produção de uma campanha publicitária.

Tudo é feito durante o ano, em encontros semanais extra sala de aula. A presença é monitorada e o envolvimento dos alunos incentivado por professores habituados com a realidade de mercado.

Ano a ano o Lions Clube registra um aumento no número de fraldas arrecadadas, ao passo que a Unopar, percebe um envolvimento cada vez mais verdadeiro da parte de seus alunos.

1. JUSTIFICATIVA

O projeto justifica-se pelos aspectos sociais e educacionais. No campo social o acadêmico desenvolve sensibilidade e percepção das responsabilidades de “viver em sociedade” e qual seu papel como agente modificador do sistema. Além da sensibilização do indivíduo envolvido no processo (acadêmico) a atividade tem como retorno da mídia desenvolvida, a arrecadação de fraldas geriátricas para atender a uma população específica carente de tais materiais. No campo acadêmico/educacional, gera atividades “reais” de atuação do artista visual possibilitando campo de estudo prático. Possibilita, por fim, a proximidade com entidades, neste caso o Lions Clube, como agente promotor da interação no processo.

2. OBJETIVO GERAL

Desenvolver, junto aos alunos do curso de Artes Visuais da UNOPAR e ao Lions Clube de Londrina, criações visuais para diversos veículos de comunicação, com o foco em doação de fraldas geriátricas.

3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Inserir o discente no contexto da responsabilidade social;
2. Aproximar o acadêmico de práticas profissionais (proximidade com a realidade no campo de atuação);
3. Promover arrecadação de fraldas geriátricas.

4. METODOLOGIA

1. Convocação dos alunos à causa por encontros semanais para o processo criativo de uma campanha publicitária.
2. Motivação à criação, apresentação e aprovação de uma campanha publicitária de cunho social, que vise arrecadar fraldas geriátricas.
3. Direção de produção e de finalização de uma campanha publicitária de cunho social, que vise arrecadar fraldas geriátricas.
4. Entrega das peças publicitárias ao Lions Clube de Londrina para que o mesmo o encaminhe aos veículos de comunicação selecionados por ele.

5. MONITORAMENTO DOS RESULTADOS

Os resultados que este projeto visa são subjetivos, pois do ponto de vista dos alunos, o objetivo é adquirir a vivência prática de uma criação de campanha publicitária por completa. Claro que quanto mais fraldas geriátricas o Lions Clube de Londrina conseguir arrecadar, mais os alunos ficam satisfeitos. No entanto, para os

professores coordenadores deste projeto, o sucesso é a frequência e o envolvimento deles na causa, principalmente pelo fato de que os encontros são feitos fora dos horários habituais de aulas. Este critério é monitorado por meio de presenças nos encontros e envolvimento com os processos criativos, que cada encontro demanda.

6. VOLUNTÁRIOS

O projeto “A Responsabilidade Social e a Comunicação Visual: Ser Solidário” integra e apóia o projeto “Ser Solidário” do Lions Club de Londrina, que tem a sua frente a campanha de arrecadação.

Compete a Unopar, por meio do Curso de Artes Visuais, elaborarem toda a campanha impressa, televisiva e de internet para o projeto. A realização do projeto consiste em um trabalho multiprofissional em prol da arrecadação de fraldas geriátricas em prol dos acamados, visando sensibilizar a sociedade para a doação.

7. CRONOGRAMA

Março/2010 - Reunião em sala para lançamento do projeto e coleta de briefing;

Abril/2010 - Encontros de Criação.

Maió/2010 - Encontros de Criação

Junho/2010 - Avaliação das peças apresentadas e seleção final.

Julho/2010 - Produção das peças aprovadas.

Agosto/2010 - Veiculação das peças aprovadas.

Setembro/2010 - Feed-back.

8. RESULTADOS ALCANÇADOS

Os resultados em questão são refletidos pelo envolvimento dos alunos em todas as etapas, e principalmente pelo número de arrecadação de fraldas

geriátricas, o qual foi de 30.000 unidades, ao passo que no ano anterior, foi de somente 26.000 unidades.

9. ORÇAMENTO

Por se tratar de um projeto de extensão universitária, e também somando o fato de que a universidade disponibiliza toda a tecnologia necessária, o projeto Ser Solidário 2010, não contou com custos operacionais, a não ser o pagamento de horas de serviço estipulados aos professores responsáveis pelo evento, sanados através da folha de pagamento dos mesmos.

10. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O que se aprendeu? Por fim, os alunos aprenderam ofícios da profissão na prática, fato que serve para verificar a importância do contato com o mercado; e ainda, a importância do envolvimento da sociedade ao sucesso de uma causa social. Por outro lado, os acamados puderam receber as fraldas e utilizá-las em pleno inverno.

REFERÊNCIAS

Neto, Paiva. Sentido da Solidariedade. < <http://www.artigonal.com/religiao-artigos/dica-de-leitura-paiva-netto-escreve-sentido-de-solidariedade-876327.html>> consultado em 20/02/2009.

AGRONLINE. Solidariedade: A União faz a diferença. < <http://www.agronline.com.br/>> consultado em 21/02/2009.

Moura, Henrique. Solidariedade: Ação simples e eficiente. < <http://www.mauriciode Nassau.edu.br>>. Consultado em 26/02/2009.