

## O folder como instrumento de fortalecimento da comunicação institucional<sup>1</sup>

Débora Baraldi NININ<sup>2</sup>  
Juliana Camargo de AGUIAR<sup>3</sup>  
Daniel Oliveira FIGUEIREDO<sup>4</sup>  
Universidade Estadual de Londrina

**RESUMO:** O presente trabalho descreve as necessidades e as etapas de criação do material dirigido impresso, de formato folder, para o Coletivo Emancipação, Valorização e Apoio Feminista (EVA) da cidade de Londrina no Paraná. Ele foi o instrumento escolhido para atingir o principal público do Coletivo, estudantes no qual as palestras são destinadas, além de promover uma comunicação institucional fortalecida, capaz de mostrar e destacar o seu caráter social e o seu propósito de mudança para com o preconceito e a violência de gênero.

**PALAVRAS-CHAVE:** material impresso; folder; comunicação institucional.

### 1 INTRODUÇÃO

Com a finalidade de lutar contra a cultura machista e à violência de gênero, em 2012 surge por uma demanda social o Coletivo Emancipação, Valorização e Apoio Feminista (EVA). O grupo começou a se organizar a partir da Marcha das Vadias em Londrina (PR) e, para que pudesse concretizar o trabalho que já era realizado, se institucionalizou em 2013. As principais ações que o grupo desenvolve, além da organização de marchas feministas, são palestras nas escolas relacionadas à violência e preconceito de gênero, tornando a pedagogia feminista o maior objetivo do coletivo.

O EVA é composto em sua maioria por estudantes – dez mulheres, em especial da área de ciências humanas, música e artes cênicas. Os recursos destinados às ações são conseguidos ou por doações das participantes ou através da promoção de rifas e festas, somando em um baixo capital anual. Devido à falta de verba para investimento nas ações, o grupo ainda não possuía uma identidade institucional forte e nem material gráfico que auxiliasse nas palestras ou nas marchas.

Ao conhecer as necessidades do Coletivo, esse trabalho se destinou a criar uma ferramenta dirigida impressa para os estudantes que fossem às palestras e também

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XXI Prêmio Expocom 2014, na Categoria Relações Públicas, modalidade RP 07 Produto de comunicação institucional impresso (avulso).

<sup>2</sup> Estudante do 5º semestre de Comunicação Social – Relações Públicas, e-mail: debora\_ninin@hotmail.com

<sup>3</sup> Aluno líder do grupo e estudante do 5º semestre de Comunicação Social – Relações Públicas, e-mail: jucamargoaguiar@hotmail.com

<sup>4</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso Comunicação Social – Relações Públicas, e-mail: daniel.of.uel@gmail.com

realçar seu caráter institucional, entendendo que “como instituição, a organização é uma consolidação de função e papéis sociais em torno das necessidades básicas da sociedade” (KUNSCH, 2009, p. 193). E a partir disso consolidar uma comunicação institucional do grupo, pois segundo Torquato (*apud* KUNSCH, 1986, p. 111), “a comunicação institucional objetiva conquistar simpatia, credibilidade e confiança, realizando como meta finalista, a influência político-social”. Com maior reconhecimento, o Coletivo EVA teria mais portas abertas para conseguir realizar as ações e efetivar de fato o seu papel social.

O material impresso, proposto através de uma comunicação dirigida, objetivou a elaboração da mensagem eficiente, eficaz e apta a provocar os efeitos desejados nos públicos receptores (FERREIRA, 2006). O modelo escolhido foi o folder, folheto com uma só folha dobrada (WAY *apud* CESCO, 2005). A escolha desse formato foi devido ao seu baixo custo de impressão e maior reaproveitamento do espaço na folha.

## **2 OBJETIVO**

O principal objetivo desse projeto foi fortalecer a imagem do EVA Coletivo Feminista através de um folder com informações relevantes que despertassem o interesse do público alvo, além de salientar o caráter institucional da organização e seu papel na sociedade. Dessa forma, esperamos ter contribuído com a emancipação do coletivo e dar um impulso para que os objetivos deles fossem alcançados, refletindo em uma sociedade com menos desigualdade e preconceito entre os gêneros.

## **3 JUSTIFICATIVA**

Entendendo os instrumentos de comunicação institucional como aspectos de extrema relevância e influência para a promoção da imagem de qualquer organização, nos sensibilizamos a prestar o serviço ao Coletivo Feminista EVA. Isso se deve, tanto por compreender a cultura do machismo, do estupro, da violência e da homofobia fortemente propagados em nossa sociedade, quanto por perceber a grande necessidade de estratégias de relações públicas às entidades do terceiro setor.

O material institucional impresso de caráter informativo, de formato de folder, foi o escolhido por ser uma ferramenta acessível. O material impresso também permite sua rápida difusão nas palestras e nas marchas.

#### 4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Foram feitas duas reuniões iniciais com as integrantes do Coletivo EVA, dando origem a um *briefing*, um documento que reúne todas as informações cruciais para o desenvolvimento de qualquer projeto (BOEIRA; CASTILLO, 2011). Ele cumpriu seu papel de responder as seguintes perguntas: Qual o papel do coletivo na sociedade? Por quem o coletivo é composto? Quem ele visa atingir? Quais ações já são feitas? Como o coletivo é visto? Ele já possui uma identidade? Quais instrumentos de comunicação facilitariam o trabalho do coletivo?

Depois de entrevistar cada integrante e procurar a essência da organização, chegamos ao consenso de que o EVA precisava de uma comunicação institucional mais forte. O segundo consenso foi de que precisaríamos de instrumentos que pudessem promover essa comunicação. Mais uma reunião e a decisão final foi um folder que se direcionasse, por meio de uma linguagem adequada, a estudantes do ensino médio.

O texto foi criado pela socióloga Rafaella Duarte, integrante do coletivo, com a ajuda da pesquisadora e assistente social, Meire Moreno, que ajudou na formulação de uma linguagem mais simples. O nosso grupo revisou e organizou o texto para a diagramação.

Utilizando softwares de edição, como Adobe Photoshop e InDesign, foi criado o layout, reforçado a identidade visual e diagramado o texto. Optou-se por criar o folder em branco e preto para baratear sua impressão, já que o coletivo não possuía recursos financeiros.

O cronograma dos trabalhos ocorreu da seguinte forma:

<b>DATA</b>	<b>ATIVIDADE</b>
16 de Outubro	Primeira reunião com o Coletivo EVA e levantamento das informações
17 de Outubro	Início do projeto escrito com as primeiras informações
23 de Outubro	Segunda reunião com o coletivo EVA e propostas de soluções
27 de Outubro	Reunião com participação da Meire Moreno e definição do material impresso

31 de Outubro	Finalização do projeto: definição de objetivos, justificativa, problemática e metodologias.
6 de Novembro	Entrega do texto da Rafaella Duarte e reformulação por Meire Moreno e nosso grupo
14 de Novembro	Criação do layout e identidade visual do material impresso
16 de Novembro	Aprovação do material pelo coletivo e pelo grupo
21 de Novembro	Diagramação do folder e finalização do material
21 de Novembro	Impressão do material
28 de Novembro	Entrega final do trabalho

## 5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O produto final, como descrito anteriormente, foi criado com layout simples, moderno e sem cor para sua reprodução ser acessível ao Coletivo EVA e chamar atenção dos jovens. A linguagem foi simplificada para se adequar ao público a que se destina e os assuntos foram escolhidos estrategicamente: gênero, sexualidade, violência e denúncia.

Todo o material se baseou nesses temas e cada tema separado por página, na ordem adequada para a leitura. Uma ordem estabelecida e organizada no material foi importante porque alguns termos precisam ser explicados para facilitar o entendimento de conceitos mais complexos para a idade no qual o folder se destina.

Por fim, o produto cumpriu seu papel: tratou de assunto extremamente importante para a formação dos jovens, forneceu informações difíceis de forma clara, intensificou a ação do Coletivo EVA, além de reforçar sua imagem enquanto organização de caráter social que busca a mudança por meio da pedagogia feminista. Os números de denúncia contidos no folder também foram muito relevantes para a contribuição social e conscientização sobre a importância de criminalizar a violência doméstica ou de gênero.

Segue abaixo o resultado do folder com os seus dois lados de impressão:

# GÊNERO

## O QUE É GÊNERO?

**Gênero** é o termo utilizado para diferenciar a construção social de homens e mulheres do seu sexo biológico, ou seja, do sexo que nascemos. Este termo define que homens e mulheres são produtos da sociedade e não decorrência da anatomia dos seus corpos.

## MAS O QUE ISSO SIGNIFICA?

Significa que existe uma reprodução social de um comportamento a partir do sexo biológico. Ou seja, não se trata de algo natural, mas sim de uma construção.

Em grande parte das sociedades e em diferentes momentos históricos, essa diferenciação tem colocado as mulheres em situação de desvantagem em relação aos homens como, por exemplo, sobre a possibilidade de decidir sobre seu próprio corpo, o confinamento na esfera doméstica, desigualdade salarial, etc.

## FEMINISMO

O feminismo é um movimento, que existe há mais de cem anos, marcado principalmente pela busca de igualdade de gênero sem desconsiderar outros fatores que também geram ou agravam desigualdades, como classe social, etnia e sexualidade.

# SEXUALIDADE

**Sexualidade** se refere às formas como sentimos e manifestamos nossos desejos e prazeres corporais.

Nós vivemos sob regras construídas socialmente. Uma delas é a heteronormatividade, que significa que devemos manifestar nosso desejo somente entre pessoas de sexo diferente e para procriação.

Vale lembrar que heteronormatividade é diferente de heterossexualidade. Nós não escolhemos por quem e como sentimos desejo, portanto, não se pode exigir que seja cumprido um padrão que desconsidera como realmente somos. Essa exigência gera preconceito, ódio, medo e violência. Exemplos disso são a homofobia e a transfobia.

**ENTÃO,  
NÃO SEGUIR OS  
PADRÕES DE GÊNERO  
PODE GERAR  
VIOLÊNCIA?**

# VIOLÊNCIA

**Sim**, a violência de gênero está caracterizada por atos violentos em função do gênero, ou seja, há a violência porque alguém é homem ou mulher. A violência de gênero afeta principalmente mulheres e meninas, já que, independente da idade ou se seguem ou não os padrões impostos, sofrem violência dentro e fora de casa.

**Contudo**, todos que sentem desejos por pessoas do mesmo sexo, pessoas que não se sentem adequadas no seu corpo biológico ou que expressem seu desejo diferente do padrão, podem sofrer preconceito e violência.

## MARCHE DAS VÁDIAS

O **Movimento** surgiu em 2011 no Canadá (Slut Walk), após alguns estupros que aconteceram dentro de uma universidade. Como resposta, os policiais "sugeriram" que as mulheres não se vestissem como **VÁDIAS**, culpando assim as vítimas e não os estupradores.

No **Brasil**, a Marcha das Vadias acontece em diferentes datas e lugares, e tem como objetivo lutar contra a violência de gênero e a favor da liberdade e dignidade das mulheres.

 MARCHADASVADIASLONDRINA

# POR QUE DENUNCIAR

# ?

APESAR DA CRIAÇÃO DE LEIS E DA AMPLIAÇÃO DE SERVIÇOS ESPECIALIZADOS, A VIOLÊNCIA DE GÊNERO MUITAS VEZES É JUSTIFICADA PELA SITUAÇÃO OU COMPORTAMENTO DAS VÍTIMAS. EM SUA MAIORIA AS AGRESSORAS FAZEM PARTE DO CONVÍVIO COTIDIANO DAS VÍTIMAS: SÃO AMIGAS, PARENTES, COLÉGAS DE TRABALHO, NAMORADAS.

**VIOLÊNCIA É UM PROBLEMA SOCIAL DE TODOS E TODAS.**

HOMENS, MULHERES, JOVENS, ADULTOS E CRIANÇAS PRECISAM ENTENDER QUE NÃO É NATURAL AGREDIR, HUMILHAR OU ABUSAR DE QUALQUER PESSOA PERTENCENTE A GRUPOS DESFAVORECIDOS.



O EVA COLETIVO FEMINISTA É UM GRUPO QUE BUSCA A EMANCIPAÇÃO, VALORIZAÇÃO FEMININAS E APOIO À TODAS XS QUE SOFREM VIOLÊNCIA DE GÊNERO.

### GUIA DE ENDEREÇOS E TELEFONES

**CENTRAL DE ATENDIMENTO À MULHER**  
LIGUE 180

**CENTRO DE REFERÊNCIA E ATENDIMENTO À MULHER - CAM**  
Av. Luiz Rosseto, 317 | Aeroporto | Tel: (43) 3341-0024 | 3341-9046

**PROGRAMA ROSA VIVA**  
Av. Jacob Bartolomeu Minati, 350 | Centro | Tel: (43) 3339-8090

**DELEGACIA DA MULHER**  
R. Marcelo Dias, 232 | Centro | Tel: (43) 3322-1633

**8ª VARA CRIMINAL L VARA MARIA DA PENHA**  
Av. Duque de Caxias, 689 - 3º andar | Igapó | Tel: (43) 3372-3065

**NÚCLEO MARIA DA PENHA**  
R. Brasil, 742 | Centro | (43) 3344-0929

CONTRIBUA COM A LIMPEZA DE NOSSA CIDADE. NÃO Jogue ESTE PAPEL NO CHÃO



# ENTENDA O QUE É GÊNERO, SEXUALIDADE E VIOLÊNCIA

# UMA BREVE EXPLICAÇÃO PARA DESMISTIFICAR O PRECONCEITO

CONTRIBUA COM A LIMPEZA DE NOSSA CIDADE. NÃO Jogue ESTE PAPEL NO CHÃO

## 6 CONSIDERAÇÕES

A comunicação institucional foi a forma encontrada para a transmissão dos valores e do ideal da instituição, além de refletir o seu caráter social e sua luta pela mudança no contexto em que atua. A utilização dos materiais dirigidos, assim, se tornou a forma de expressar essa comunicação institucional para os seus públicos de interesse e conseguir o apoio no seu trabalho através de outras ações que já desenvolvidas, como por exemplo, marchas feministas.

O folder, nesse trabalho, foi fundamental como instrumento de difusão do EVA Coletivo Feminista e fortalecimento de sua imagem institucional. Organizou informações relevantes e pôde contribuir socialmente com a formação dos jovens atingidos pelo coletivo. Utilizado de forma estratégica, foi uma ferramenta de grande importância tanto para o grupo quanto para os seus públicos.

Entendendo que há muitos materiais impressos e outros instrumentos que podem usados para a construção e efetivação de uma imagem institucional, a escolha correta é aquela que se adequa melhor a situação presente. Questões de criação, custo e forma de utilização são pontos que devem ser analisados antes da escolha do instrumento e nessa situação, o folder foi decisivo no resultado final.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BOEIRA, Gabriela; CASTILLO, Leonardo. **Briefing: ferramenta de apoio ao desenvolvimento de produtos orientados ao meio ambiente**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN. 9, 2010, São Paulo. **Anais...** São Paulo: Anhembi Morumbi, 2010.

CESCA, Cleuza G. Gimenes. **Comunicação dirigida escrita na empresa: teoria e prática**. 5 ed. São Paulo: Summus, 2006.

FERREIRA, Waldir. Comunicação dirigida: instrumento de relações públicas. In: KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Obtendo resultados com relações públicas**. 2ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2006.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de Relações Públicas na comunicação integrada**. 2ed. São Paulo: Summus, 1986.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. Relações Públicas na gestão estratégica da comunicação integrada nas organizações. In: KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Relações Públicas: história, teorias e estratégias nas organizações contemporâneas**. São Paulo: Saraiva, 2009.