

Assessoria de Comunicação Governamental para o PRONATEC em São Borja – RS¹

Bruna Bourscheid CAMARGO²

Kairo Vinícios Queiroz de SOUZA³

Marcelli Renata OLIVEIRA⁴

Victor Silva THEODORO⁵

Cristóvão Domingos de ALMEIDA⁶

Universidade Federal do Pampa - UNIPAMPA

RESUMO

Este *paper* visa apresentar o projeto de comunicação governamental planejado, executado e avaliado a partir das disciplinas de Assessoria de comunicação I e II, ofertadas pelo curso de Relações Públicas – Ênfase em Produção Cultural da Universidade Federal do Pampa no primeiro e segundo semestre letivo do ano de 2013. O objetivo foi criar e colocar em prática ações e estratégias de comunicação com a finalidade de sensibilizar e orientar as famílias com maior propensão de vulnerabilidade social a se inserirem nos cursos técnicos e profissionalizantes ofertados pelo Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego (PRONATEC), programa este, oferecido pelo Governo Federal e articulado pela Prefeitura Municipal de São Borja, no estado do Rio Grande do Sul.

PALAVRAS-CHAVE: Assessoria, comunicação, PRONATEC, Relações Públicas.

1 INTRODUÇÃO

O Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego (PRONATEC) é uma política pública nacional, que abrange a maioria dos municípios brasileiros que é articulada diretamente com a educação. De acordo com a cartilha “PRONATEC – Brasil

¹ Trabalho submetido ao XXI Prêmio Expocom 2014, na Categoria Relações Públicas e Comunicação Organizacional, modalidade Projeto de comunicação Governamental.

² Aluno líder e estudante do 5º semestre de Relações Públicas – ênfase em Produção Cultural da Universidade Federal do Pampa, *Campus* São Borja. E-mail: bruhbc13@gmail.com

³ Estudante do 6º semestre de Relações Públicas – ênfase em Produção Cultural da Universidade Federal do Pampa, *Campus* São Borja. E-mail: kairorp@gmail.com

⁴ Estudante do 6º semestre de Relações Públicas – ênfase em Produção Cultural da Universidade Federal do Pampa, *Campus* São Borja. E-mail: marcellioliveira@gmail.com

⁵ Estudante do 6º semestre de Relações Públicas – ênfase em Produção Cultural da Universidade Federal do Pampa, *Campus* São Borja. E-mail: victortheodoro1@hotmail.com

⁶ Orientador do trabalho. Professor do curso de Relações Públicas – ênfase em Produção Cultural da Universidade Federal do Pampa, *Campus* São Borja. E-mail: cristovaoalmeida@unipampa.edu.br

sem Miséria” no ano de 2011 em parceria com o Ministério da Educação (MEC) foi criado pela lei nº 12.513/ 2011 o PRONATEC. O programa prevê a oferta gratuita de cursos de Formação Inicial e Continuada (FIC) ou qualificação profissional, por meio da Bolsa-Formação Trabalhador, para pessoas inscritas ou em processo de inclusão no CadÚnico, com prioridade para os beneficiários do programa Bolsa Família e do Benefício de Prestação Continuada (BPC). No município de São Borja o projeto foi implantado no ano de 2012 e os cursos são ofertados por três instituições de ensino locais, o Senac, SENAI, e o Instituto Federal Farroupilha (IFF).

Para atender as demandas comunicacionais do PRONATEC em São Borja, foi criada uma agência de comunicação integrada através de um termo de cooperação: uma parceria entre a Prefeitura Municipal e a Universidade Federal do Pampa, *Campus* São Borja. A agência é formada por alunos dos cursos de comunicação Social, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas e Jornalismo, e é coordenada por professores de suas respectivas áreas. Tem como principal objetivo trabalhar os fluxos comunicacionais para divulgar os cursos do Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego (PRONATEC), e, ao divulgar os cursos com linguagem clara e ágil, garante-se a efetivação das pessoas em condições de risco social nos cursos. Essas ações perpassam diversos setores internos e externos da instituição, e são gerenciadas e acompanhadas por toda equipe.

Os alunos de Relações Públicas a partir da disciplina de Assessoria de comunicação participam diretamente no planejamento, e na gestão das demandas comunicacionais do projeto, e gerenciam também métodos de avaliação das ações executadas, a fim de aprimorar o trabalho do grupo e a efetividade das ações.

2 OBJETIVO

. O Objetivo da Agência de Comunicação Integrada, na prefeitura Municipal de São Borja, trabalhando em prol do PRONATEC, é: Planejar, executar e avaliar ações de comunicação, a fim de, sensibilizar e orientar as famílias com maior propensão de vulnerabilidade social a se inserirem nos cursos técnicos e profissionalizantes ofertados pelo Instituto Federal Farroupilha, SENAI e SENAC. Além de trabalhar os fluxos comunicacionais entre todos os públicos de interesse da instituição e do programa.

3 JUSTIFICATIVA

Na Constituição Federal do Brasil de 1988, estão garantidos diversos direitos do cidadão, entre eles o direito à comunicação e à informação, por meio dos incisos XIV e XXXIII do artigo 5º:

XIV — é assegurado a todos o acesso à informação e resguardado o sigilo da fonte, quando necessário ao exercício profissional;

XXXIII — todos têm direito a receber dos órgãos públicos informações de seu interesse particular, ou de interesse coletivo ou geral, que serão prestadas no prazo da lei, sob pena de responsabilidade, ressalvadas aquelas cujo sigilo seja imprescindível à segurança da sociedade e do Estado.

Os princípios que norteiam esses direitos são canais que garantem o acesso aos serviços públicos, principalmente os relacionados às condições sociais básicas de sobrevivência, aspectos historicamente reconhecidos como precário e deficiente, devido à falta de investimentos econômicos das diversas esferas dos poderes. Assim, entre esses direitos, está o de acesso à comunicação. Isso significa que criar e divulgar as ferramentas de comunicação é também uma prática a ser desenvolvida a partir das diversas estratégias comunicacionais, seja ela midiática ou face a face.

Além do direito à comunicação, o que legitima o trabalho da Agência de Comunicação Integrada que desenvolve soluções comunicacionais para o PRONATEC em São Borja, é a cidadania. De acordo com (PERUZZO, 2007) a comunicação desempenha papel central na construção da cidadania, que é fruto de uma construção histórica, de participação civil e política dos indivíduos inseridos na sociedade. Peruzzo (2007, p.47), em seu artigo "Cidadania, comunicação e desenvolvimento social" afirma que:

[...] os princípios básicos da cidadania são a liberdade e a igualdade, e o desenvolvimento de uma sociedade pode ser medido pelo grau com que esses princípios são expressos e exercitados na forma de direitos e deveres. Cidadania é desenvolvimento social com igualdade. Assim sendo, a riqueza socialmente produzida, as descobertas científicas e tecnológicas, as artes a educação o lazer e todas as demais benesses geradas no processo histórico deveriam ser desfrutadas com igualdade e liberdade para a realização plena da cidadania.

Considerando o direito a comunicação e a cidadania, dentro do processo de comunicação pública e governamental, torna-se de suma importância o papel de uma assessoria de comunicação para a instituição e o programa em questão.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

As ações da Agência de Assessoria Governamental foram realizadas de acordo com a demanda, e as deficiências comunicacionais foram percebidas ao longo do processo de trabalho. Para a construção do planejamento foram seguidas algumas etapas básicas.

Etapa 1: *Briefing* institucional

Nesta etapa, realizou-se o levantamento de dados da instituição e do programa aos quais seriam atendidos pela agência. Conforme esse levantamento identificamos cerca de 29 mil pessoas em condições de risco social que deveriam ser atingidos pelo processo de divulgação dos cursos do PRONATEC.

Etapa 2: Análise de públicos

Foi realizada a análise dos públicos de interesses, aqueles que seriam direta e indiretamente ligados ao programa, para assim delinear ações que os envolvesse, e que gerasse um relacionamento com a instituição. Identificamos que a primeira ação deveria atingir os cerca de 7 mil beneficiários do Bolsa Família devidamente cadastrados no município de São Borja. A partir disso, definiu-se os públicos de acordo com o fluxograma abaixo:

Etapa 3: Pesquisa de Opinião

Foi realizada uma pesquisa de opinião com os ex-alunos do PRONATEC para identificar quais os melhores meios para circular as informações.

Etapa 4: Criação do Planejamento de comunicação:

Foi criado um planejamento anual de comunicação integrada no primeiro semestre de 2013 para promover ações de comunicação, através de uma assessoria de comunicação integrada, para sensibilizar e orientar as famílias com maior propensão de vulnerabilidade social a se inserirem nos cursos técnicos e profissionalizantes ofertados pelo Instituto Federal Farroupilha, SENAI e SENAC. De acordo com novas demandas que surgiam, o planejamento foi sendo reestruturado estrategicamente.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

5.2 Montagem do *mailing list*:

Como ação planejada o *mailing list* foi criado de acordo com os cursos oferecidos pelo Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego (PRONATEC), ou seja, possui contatos de empresas, instituições, escolas (municipais e particulares), associações de moradores da cidade de São Borja que estão diretamente ligados aos cursos, para serem utilizados em ações de comunicação dirigida. O *mailing* é composto por 89 contatos e o mesmo contém: Endereço, E-mail e Telefones de ambos.

5.3 Comunicação Dirigida

- **Desenvolvimento de mídias digitais**

O *Facebook* é utilizado como ferramenta de divulgação institucional do programa, e também serve como apoio para divulgação dos cursos que estão com vagas abertas. A página teve uma boa repercussão, ver-se pela quantidade de usuários alcançados em cada postagem.



Atualmente a página possui quase 600 curtidas, e alcança diversas pessoas, entre elas, os alunos e ex-alunos do PRONATEC e também a comunidade são-borjense. No mês de novembro de 2013 a página alcançou quase 23.000 acessos, provando assim sua importância como ferramenta de divulgação do programa no município.

- **Eu curto o Pró-Vencer**

A ação denominada "Eu curto o Pró-vencer" foi criada para movimentar a *Fan Page* do programa. A mesma foi desenvolvida para que o público-alvo pudesse se ver na página do programa e que, a partir disso, compartilhasse a sua foto. O objetivo desse compartilhamento foi expandir a página e informar as diversas pessoas sobre os cursos

oferecidos pelo PRONATEC. As fotos eram tiradas durante a visita da equipe nas aulas para distribuição dos materiais do PRONATEC.

- **Multiplicação de Comunicadores**

Público de interesse: alunos do Pró-jovem e alunos do Ensino Médio do Instituto Federal Farroupilha. Com o intuito de divulgar as informações disponibilizadas pela *Fan Page* do Pró-vencer foi realizada a comunicação dirigida denominada “Multiplicação de Comunicadores”. A ação constitui na realização de visitas dirigidas nos dois ambientes, com o objetivo de expor a página do *Facebook* do Pró-vencer. Primeiramente foi feita a apresentação do projeto para os alunos presentes. Em um segundo momento, apresentamos a página do *Facebook*, e por fim solicitamos que o aluno, que tem acesso à rede social, “curta” a página, para que então fossem compartilhadas as informações inseridas pelo meio.

Número de turmas	Número de alunos atingidos	Aumento de curtidas na pagina	Valor gasto
8	180	30%	**



- **Distribuição de material**

Durante o primeiro semestre de 2013 foram confeccionados pela equipe de Publicidade e Propaganda diversos materiais gráficos para o programa como: camisetas, canetas, blocos de anotações, ímãs, chaveiros, entre outros. É de responsabilidade da equipe de relações públicas a distribuição dos materiais e verificar o grau de satisfação com os

materiais. A atividade é tida como ação de relacionamento e motivacional para com os alunos do PRONATEC.

Número de turmas	Número de kits distribuídos*
25	375

* O kit é composto por 1 caneta, 1 camiseta, um bloco de anotações, 1 chaveiro, 1 ímã, 1 adesivo.



Curso de Cuidado Infantil oferecido pelo SENAC

- **Vídeo Institucional**

O vídeo foi produzido pelas equipes de Relações Públicas e Jornalismo da Agência de Comunicação Integrada e possui o caráter informativo. O mesmo foi pensado e criado para informar à população de São Borja a existência do Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego (PRONATEC). Além de expor os benefícios que os inscritos recebem (vale transporte e alimentação) e o que precisa para se cadastrar nos cursos.

- **Manual de formatura**

Foi proposta a elaboração de um manual de formatura para os cursos do PRONATEC, com intuito de unificar principalmente os procedimentos de cerimonial e protocolo das formaturas das turmas formadas pelo programa bem como trazer diretrizes básicas para a organização do evento oficial. O manual foi utilizado também para reforçar o relacionamento entre o cliente e as instituições parceiras do PRONATEC.

O manual, composto por ações complementares, foi executado em quatro etapas. Primeiro a concepção do conteúdo para o manual, logo após a diagramação e aplicação de um projeto gráfico para o manual. Em seguida, apresentação do manual para os gestores responsáveis pelos cursos do PRONATEC e capacitação dos mesmos para utilizar

adequadamente o manual e sua devida aplicação nas formaturas promovidas pelas instituições parceiras. Por fim, a aplicação do manual num evento de formatura ofertado por uma das instituições, como forma de avaliação da funcionalidade do produto.

- **Produção de Jornal Informativo**

Foi produzido o jornal informativo, periódico distribuído em locais estratégicos do município, a fim de informar a comunidade sobre o programa e suas principais ações desenvolvidas.

- **Clipping**

Foram selecionadas notícias em jornais, revistas, redes sociais, *blogs*, *web* jornais, rádio, televisão e outros meios de comunicação, a fim de quantificar e mensurar o trabalho realizado.

Período: Segundo semestre letivo/2013

Rádio: Mídia Paga

Meio	Número Inserções	Número de pessoas alcançadas	Valor gasto
Rádio Cultura	6 diárias	25mil diariamente	**
Rádio fronteira	6 diárias	45 mil diariamente	**

* Número retirado do relatório de audiência de ambas emissoras

**Valores negociados via pregão público presencial e, mensalmente nas 12 inserções foram gastos R\$ 2.560,00, pagamento com os recursos do Governo Federal.

Televisão: Mídia paga

Meio	Número Inserções	Número de pessoas alcançadas	Valor gasto
RBS	4 diárias	120 mil diariamente*	**

* Número retirado do relatório de audiência RBS 2013

** Valores negociados via licitação pública, pagamento com os recursos do Governo Federal.

Jornal impresso: mídia gratuita

Meio	Número Inserções	Número de pessoas alcançadas	Valor gasto
Folha de São Borja	7	28 mil assinantes	0,00*

* Mídia espontânea

Internet:

Meio	Número Inserções	Número de pessoas alcançadas	Valor gasto
Diversos	7	40.000	0,00**

*Audiência sem mensuração

** releases publicados espontaneamente

6 CONSIDERAÇÕES

Proporcionar o contato das pessoas em condições de vulnerabilidade social, cerca de 29 mil pessoas no município de São Borja, com as informações geradas assegurou que os cursos proporcionados fossem conhecidos pela população. Foi um trabalho feito de forma articulada e em conjunto com as pessoas envolvidas com os cursos do PRONATEC, para que o aproveitamento final fosse integral, correspondendo e superando as expectativas geradas.

No ano de 2013 foram ofertados 1.300 vagas para os cursos profissionalizantes do PRONATEC em São Borja. Após a criação da assessoria de comunicação, percebeu-se que os cursos obtiveram 100% de inscrição, e nos anos anteriores esse número era menor que a metade, mostrando com isso a efetividade das ações de comunicação e sua real contribuição no processo governamental, bem como na capacitação das pessoas que gera desenvolvimento pessoal e profissional.

REFERÊNCIAS

Constituição Federal da República Federativa do Brasil, 1988.

PERUZZO, Cícilia M. Krohling. Cidadania, comunicação e desenvolvimento social. KUNSCH, Margarida Krohling; KUNSCH, Waldemar. **Relações Públicas Comunitárias: a comunicação em uma perspectiva dialógica e transformadora**. São Paulo: Summus, 2007. p. 45-58