



Creche Comunitária Criança Feliz¹

Thiago Borges Videira²

Lívia Barbosa³

Universidade Federal do Pará, Belém, PA

RESUMO

O trabalho foi desenvolvido gratuitamente para tentar ajudar ao máximo a Creche Comunitária Criança Feliz a ter uma maior divulgação e com isso, conseguir ajuda de qualquer natureza, financeira, serviços, materiais, enfim, todo o amparo que uma instituição sem fins lucrativos necessita. Todas as ações foram pensadas considerando recursos simples e de baixo custo, sempre priorizando a sua viabilidade e eficácia como forma de divulgação dessa creche comunitária.

PALAVRAS-CHAVE: creche; campanha; institucional; comunitária.

INTRODUÇÃO

A Creche Comunitária Criança Feliz, que fica em Belo Horizonte, Minas Gerais, atualmente acolhe mais de 50 crianças de um bairro carente da capital mineira. A creche ultimamente vinha passando por algumas dificuldades financeiras, pois o fundador e maior colaborador financeiro estava enfrentando sérias dificuldades em manter adequadamente o funcionamento da instituição. Os recursos utilizados na campanha foram pensados para não necessitar de muita verba e para serem efetuados com pequenas ações conjuntas, sempre em parceria com qualquer pessoa que se dispusesse a dar qualquer tipo de ajuda.

2 OBJETIVO

O objetivo no desenvolvimento dessa campanha foi contribuir para uma instituição sem fins lucrativos e fazer com que a creche consiga um número de contribuidores grande o suficiente para manter-se em funcionamento em condições adequadas e que com o tempo consiga ampliar seus recursos para que possa contribuir cada vez mais com a sociedade.

3 JUSTIFICATIVA

A forma como foi desenvolvida a campanha da creche foi pensada de acordo com as necessidades específicas da instituição. A creche precisava se fazer conhecida justamente para arrecadar mais recursos, ou seja, a forma como foi desenvolvida a campanha foi pensada prioritariamente em desenvolver formas de ampliar sua rede de colaboradores sem muitos gastos mas sem perder a eficiência.

¹ Trabalho submetido ao XIX Expocom, na categoria C Publicidade e Propaganda, modalidade Institucional, como representante da Região Norte.

² Aluno líder do grupo e estudante do 5º. Semestre do Curso de Comunicação Social da UFPA, email: thiagohermano@hotmail.com

³ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Comunicação Social da UFPA, email: livbar@uol.com.br



4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Foi desenvolvido uma nova logomarca da instituição e feito toda uma identidade visual específica, assim como um estudo de branding para rever alguns conceitos da creche passados pela identidade visual. Também foi pensado em um slogan, em uma rede de colaboradores (amigos da creche), em camisas da instituição, cartão de visitas, prospecto, e em um site que atualmente está em construção.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO

A logomarca foi criada abordando uma temática infantil e alegre, que o próprio nome da instituição já sugere. Com traços infantis, cores vivas e alegres, e tendo como símbolo as mãos, que possuem uma carga simbólica gigantesca atrelada, a exemplo, a enorme serventia das mãos para construir algo, e principalmente, com esse contato físico, deixando tudo mais íntimo e humano. Construir é exatamente o papel de uma creche, criar base educativa, ética e social, ajudando a moldar o caráter de uma sociedade futura.

O slogan “a vida tem a cor que você pinta” foi criado em cima da temática da logomarca, busca não somente o conceito óbvio, relacionado às cores, arte e pintura, mas também, principalmente, a idéia resumida de que o mundo, o futuro, a vida, estão nas suas mãos. Você pode fazer muito mais pelo mundo do que imagina, “a vida tem a cor que você pinta”. A rede de colaboradores “Amigos da Creche” tem como objetivo ajudar financeiramente, com serviços gratuitos, ou simplesmente a divulgar ainda mais a creche e buscar mais colaboradores.

A camisa “Amigos da Creche” é vendida para arrecadar fundos para a creche e ao mesmo tempo divulgar mais ainda a instituição.

Cartões de visita / etiquetas das camisas: além de serem cartões de visita, são também etiquetas das camisas “Amigos da creche”, isso acaba agregando mais valor a camisa e deixando todos os contatos da creche com quem comprou a camisa para poder divulgar a creche.

O prospecto enviado por e-mail serve como apresentação da instituição e como convite para conhecer mais e fazer parte dos “Amigos da Creche”.

6 CONSIDERAÇÕES

A campanha institucional para a Creche Comunitária Criança Feliz foi desenvolvida de forma experimental e com total liberdade de criação por parte do aluno, tentado não se prender necessariamente a padrões e normas de mercado convencionadas, mas sim, nas necessidades específicas da creche, tentando resolver alguns dos problemas enfrentados pela instituição de forma simples e sem muitos custos de produção.

REFERÊNCIAS

Sem referências.