



**FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
“JORNALISTA ROBERTO MARINHO”
DE PRESIDENTE PRUDENTE**

**PLANEJAMENTO E IMPLANTAÇÃO DE UM SITE PARA A ASSOCIAÇÃO PRÓ-
RANCHARIENSE DE APOIO AO TRABALHO DO APRENDIZ**

**AMANDA ASSUNÇÃO BRITO
KARIME PERES VILELA
MICHELE DOS SANTOS
THAIS FERNANDA DA SILVA LUZ
THALITA CORTEZ O. TRINDADE**



**FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
“JORNALISTA ROBERTO MARINHO”
DE PRESIDENTE PRUDENTE**

**PLANEJAMENTO E IMPLANTAÇÃO DE UM SITE PARA A ASSOCIAÇÃO PRÓ-
RANCHARIENSE DE APOIO AO TRABALHO DO APRENDIZ**

**AMANDA ASSUNÇÃO BRITO
KARIME PERES VILELA
MICHELE DOS SANTOS
THAIS FERNANDA DA SILVA LUZ
THALITA CORTEZ O. TRINDADE**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade de Comunicação Social “Jornalista Roberto Marinho” de Presidente Prudente, Curso de Jornalismo da Universidade do Oeste Paulista, como parte dos requisitos para a sua conclusão.

Orientadoras:
Prof^a. Aline Paiva Blasechi Garcia
Prof^a. Dra. Fabiana Aline Alves

**AMANDA ASSUNÇÃO BRITO
KARIME PERES VILELA
MICHELE DOS SANTOS
THAIS FERNANDA DA SILVA LUZ
THALITA CORTEZ O. TRINDADE**

**Planejamento e Implantação de um Site para a Associação Pró-
Ranchariense de Apoio ao Trabalho do Aprendiz**

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC)
apresentado à Faculdade de Comunicação
Social “Jornalista Roberto Marinho”,
Universidade do Oeste Paulista, como
requisito parcial para sua conclusão.

Presidente Prudente, 11 de dezembro de 2017

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Roberto Aparecido Mancuzo Silva Junior – Presidente

Prof^a. Dra. Thaisa Sallum Bacco – Membro

Prof^a Aline Paiva Blasechi Garcia
Prof^a. Dra. Fabiana Aline Alves – Orientadoras

DEDICATÓRIA

A todos aqueles que acreditam numa comunicação melhor no terceiro setor.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos a Deus e à Nossa Senhora, que até aqui nos ajudou a chegar.

Aos nossos familiares e amigos pela paciência e amor durante esses anos.

A todos da Aprata que desde o início abriram as portas da instituição para a realização do nosso trabalho.

Ao analista de sistema, Valdemir Michel dos Santos, pela disponibilidade em nos ajudar na construção do site.

À nossa orientadora Aline Paiva Blasechi Garcia, que acreditou em nós e na realização do trabalho.

À professora e também orientadora Fabiana Aline Alves, que nos guiou na peça prática e em todos os sentidos nessa jornada.

Aos professores Roberto Aparecido Mancuzo Silva Junior e Thaisa Sallum Bacco, que sem as orientações e conselhos iniciais não seria possível a conclusão do nosso sonho.

Ao professor Renato Pandur Maria e Fernanda Sutkus de Oliveira Mello por esclarecer nossas dúvidas.

À professora de inglês Daniele Trevelin Donato, pela atenção na tradução do resumo.

À funcionária da hemeroteca Alessandra da Silva Lima dos Santos, Alê, que nos atendeu com tanto carinho e a todos os professores pela dedicação que tiveram conosco.

Aos jornalistas Carlos Hideki Shirosawa e Wesley Colatti que foram essenciais na produção dos nossos vídeos.

Ao estudante e amigo Fábio Figueirinha por contribuir com as imagens do site.

A todas as pessoas que nos ajudaram direta ou indiretamente. Sem a ajuda de vocês, nosso sonho não seria completo.

"A comunicação interna democrática e saudável não é uma utopia. Mas, mesmo se o fosse, valeria a pena lutar por ela." (Wilson da Costa Bueno)

RESUMO

Planejamento e Implantação de um Site para a Associação Pró-Ranchariense de Apoio ao Trabalho do Aprendiz

A referida pesquisa entende a relação do Jornalismo Empresarial e o terceiro setor, visando melhorar a comunicação interna na Aprata, que é definida como forma de harmonizar o ambiente de trabalho, trazendo dinamismo e mais conhecimento aos funcionários, alunos, família e fornecedores sobre o que ocorre na entidade. São utilizadas ferramentas do webjornalismo desde o planejamento das matérias até a implantação do site, evidenciando a necessidade de ter uma plataforma digital para melhorar a comunicação no terceiro setor. Foram desenvolvidas entrevistas com os membros da entidade para que o veículo atinja a satisfação do público. Na metodologia é empregado o estudo de caso com abordagem qualitativa, desenvolvida por meio do método de observação sistemática. Já as técnicas utilizadas para coleta de dados são: análise documental, entrevista semiestruturada e pesquisa bibliográfica. Os resultados supriram o esperado, o relacionamento dos internos com as realizadoras foi necessário para que os conteúdos da plataforma digital ficassem atrativos e que a comunicação social da corporação fosse organizada. As características do webjornalismo foram aplicadas de forma eficaz e voltadas para as necessidades do público-alvo e a instituição pretende seguir com a peça prática elaborada nesse TCC.

Palavras-chave: Comunicação Interna; Jornalismo Empresarial; Aprata; Webjornalismo; Terceiro Setor.

ABSTRACT

Planning and Establishment of a Website for the Pro-Ranchariense Association to Support Apprentice Working

This research understands the relationship between Corporate Journalism and the third sector aiming to improve internal communication in Aprata, which is a way to harmonize the work environment, bringing dynamism and more knowledge to employees, students, family and providers about what happens there. It is used new web journalism tolls from planning the subjects up to the establishment of the site, showing that is necessary to have a digital platform to improve the communication at the third sector. It was developed interviews with institution members to ensure that communication gets people's satisfaction. In the methodology, we applied a case study with a qualitative approach, developed through the method of systematic observation. The technics used to collect data are: documentary analysis, semi-structured interview and bibliographic research.

It was achieved the expected result. The relationship between inmates and searchers was necessary to provide an attractive content at the digital platform and to organize the social communication. The characteristics of webjournalism have been applied effectively according to their needs. The institution intends to continue using the material done in this paper.

Keywords: Internal Communication; Corporate Journalism; Aprata; Web journalism; Third Sector.

LISTA DE SIGLAS

AI	– Assessoria de Imprensa
APAE	– Associação de Pais e Amigos dos Excepcionais
APRATA	– Associação Pró-Ranchariense de Apoio ao Trabalho do Aprendiz
APROCAR	– Associação de Proteção a Criança e Adolescente de Rancharia
CSS	– Cascading Style Sheets (Folhas de Estilo Cascata)
ESPRO	– Ensino Social Profissionalizante
FACOPP	– Faculdade de Comunicação Social “Jornalista Roberto Marinho” de Presidente Prudente
HTML	– HyperText Markup Language (Linguagem de Marcação de Hipertexto)
INSS	– Instituto Nacional do Seguro Social
LIBRAS	– Língua Brasileira de Sinais
MKT	– Marketing
ONG	– Organização Não Governamental
PPT	– Power Point
PRATA	– Proteção Ranchariense da Criança e do Adolescente
Q.I	– Quociente Intelectual
RAF	– Rascunho
RH	– Recursos Humanos
SEO	– Search Engine Optimization (Otimização de Sites)
SEOP	– Secretaria Municipal de Ordem Pública
SWOT	– Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats (Forças, Fraquezas, Oportunidades e Ameaças)
TCC	– Trabalho de Conclusão de Curso
TI	– Tecnologia da Informação
UNOESTE	– Universidade do Oeste Paulista

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1	Página do Espro.....	51
FIGURA 2	Página da Vocação.....	53
FIGURA 3	Sede da Aprata.....	54
FIGURA 4	Página inicial da Aprata.....	72
FIGURA 5	Menus.....	73
FIGURA 6	Fonte <i>Opensans</i>	73
FIGURA 7	Selo.....	73
FIGURA 8	Apoie.....	74
FIGURA 9	Como ser voluntário.....	75
FIGURA 10	Profissionalização.....	76
FIGURA 11	Slogan e inscrições.....	76
FIGURA 12	Parceiros.....	77
FIGURA 13	Parte central da página inicial.....	77
FIGURA 14	Parceiros e Rodapé.....	78
FIGURA 15	Menu instituição.....	79
FIGURA 16	Missão, visão e valores.....	80
FIGURA 17	Atuação.....	81
FIGURA 18	Equipe de trabalho.....	82
FIGURA 19	Informações completas.....	83
FIGURA 20	Diretoria.....	84
FIGURA 21	História.....	85
FIGURA 22	Galeria de Fotos.....	86
FIGURA 23	Vídeos.....	87
FIGURA 24	Estatuto Aprata.....	88
FIGURA 25	Estatuto na integra.....	88
FIGURA 26	Expediente.....	89
FIGURA 27	Menu Aprendiz.....	90
FIGURA 28	Cursos.....	91
FIGURA 29	Calendário da Aprata.....	92
FIGURA 30	Aprendizes.....	93
FIGURA 31	Fale com o professor.....	94
FIGURA 32	Lei do Aprendiz.....	95
FIGURA 33	Inscrição.....	96
FIGURA 34	Notícias.....	97
FIGURA 35	Matéria.....	98
FIGURA 36	Fonte <i>Gidugu</i>	98
FIGURA 37	Sugestões de notícias.....	99
FIGURA 38	Menu Parceiros.....	100
FIGURA 39	Empresas parceiras.....	101
FIGURA 40	Seja parceiro.....	102
FIGURA 41	Regulamento.....	103
FIGURA 42	Menu Voluntário.....	104
FIGURA 43	Voluntariado.....	105
FIGURA 44	Contato.....	106
FIGURA 45	Logo atualizado.....	107
FIGURA 46	RAF do site.....	112
FIGURA 47	Logotipo antigo da Aprata.....	113

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	13
2	FUNDAMENTAÇÃO METODOLÓGICA	16
2.1	O Problema	16
2.2	A Justificativa	17
2.3	Objetivos	18
2.3.1	Objetivo geral.....	18
2.3.2	Objetivos específicos.....	18
2.4	Metodologia	18
3	JORNALISMO EMPRESARIAL	21
3.1.1	Comunicação interna.....	23
3.1.2	Comunicação externa.....	28
4	WEBJORNALISMO	31
4.1	Características do webjornalismo	35
4.2	Planejamento de site	42
5	TERCEIRO SETOR	48
5.1	Instituição modelo	50
6	APRATA COMO ENTIDADE DE TRANSFORMAÇÃO SOCIAL ...	54
6.1	Público-alvo	58
6.2	Comunicação na Aprata	62
7	PROJETO EDITORIAL SITE DA APRATA	65
7.1	Introdução	65
7.2	Objetivos	66
7.2.1	Objetivo geral.....	66
7.2.2	Objetivos específicos.....	66
7.3	Justificativa	66
7.4	Público-alvo	67
7.5	Linha editorial	68
7.6	Técnicas e linguagens jornalísticas	69
7.7	Projeto gráfico	71
7.7.1	Página inicial.....	71
7.7.2	Menu de navegação.....	78

7.7.3	Logotipo atualizado.....	106
7.8	Recursos técnicos.....	107
7.9	Recursos financeiros.....	107
7.10	Recursos humanos.....	108
8	MEMORIAL DESCRITIVO.....	109
9	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	123
	REFERÊNCIAS.....	127
	ANEXOS.....	133
	ANEXO A – FOTOS ANTIGAS DA APRATA.....	134
	ANEXO B – ENTREVISTAS.....	139
	APÊNDICES.....	185
	APÊNDICE A – PAUTAS.....	186
	APÊNDICE B – ROTEIRO INSTITUCIONAL.....	207
	APÊNDICE C – TERMO POLÍTICA DE PRIVACIDADE.....	210

1 INTRODUÇÃO

Uma organização que age como transformadora social e carece de recursos técnicos e humanos. A Associação Pró-Ranchariense de Apoio ao Trabalho do Aprendiz (Aprata) surgiu no dia 01 de maio de 1998 com a ajuda de uma pedagoga que escreveu o estatuto a partir de um pedido de uma juíza da época. A corporação possui hoje 300 aprendizes, visa capacitar e inserir jovens no mercado de trabalho. A faixa etária desses jovens é entre 14 e 24 anos, a renda se enquadra em um salário mínimo, é a entidade que mais emprega no município. A Aprata é localizada em Rancharia - SP, e as integrantes deste Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) a escolheram para ser objeto deste estudo.

Lipkin e Perrymore (2010) afirmam que o perfil dos jovens da geração contemporânea mudou, chamam de geração Y. De acordo com os autores, por ser uma era comunicacional e com fácil acesso às tecnologias digitais, os jovens têm formas distintas de pensar, informar-se e agir. Possuem perspectivas diferentes dos adolescentes da geração Net, e maneiras próprias de adquirir conhecimento. Os pesquisadores comentam que é muito mais fácil transmitir às mensagens via online do que com métodos tradicionais. Assim, a partir de análises bibliográficas, foi decidido que este trabalho seguiria os aspectos do público e a plataforma escolhida para aplicar o Jornalismo Empresarial foi o site. O meio online consiste em um material multimídia, que desperta o interesse de seus internos.

A pesquisa denominada “Planejamento e Implantação de um site para a Associação Pró-Ranchariense de Apoio ao Trabalho do Aprendiz” objetiva relacionar o Jornalismo Empresarial e o terceiro setor, aplicando estratégias que melhore a comunicação interna da entidade. Para tanto, este estudo está organizado em nove capítulos.

O capítulo dois evidencia a fundamentação metodológica. Este trabalho parte da pesquisa qualitativa, na qual são encontradas as interpretações das autoras nas observações que foram feitas dentro da instituição. O método estudo de caso proporciona a reunião dos elementos e investigações do tema em questão. Na obtenção dos dados foram analisados documentos, entrevistas e, para organizar essa coleta, foi feita uma correlação

com as pesquisas bibliográficas. Também no capítulo dois são encontradas as justificativas do referido TCC.

No capítulo três há definições e esclarecimentos em relação à área estudada, que é o Jornalismo Empresarial. Esse é dividido em comunicação interna e externa. A interna que é a que o grupo escolheu trabalhar, abrange funcionários, clientes cadastrados, fornecedores e famílias desses grupos. Já a externa busca atingir a opinião pública para que a sociedade em geral absorva a imagem da corporação de forma positiva.

Logo em seguida, tem o capítulo Webjornalismo que adentra as características do meio. Os aspectos aprofundados são a multimídia, que o site agrega; a memória, que é a responsável pelo acesso a todos os dados arquivados; a instantaneidade, que se encontra nas notícias; as interações que o internauta pode realizar; os hiperlinks que levam o público a explorar os conteúdos e as formas de usabilidade.

O capítulo cinco é destinado a discutir o Terceiro Setor. Destaca-se mencionar que essa área possui um mercado promissor para os profissionais de comunicação, visto que na maioria das instituições não há profissionais da área para elaborar conteúdos. Assim, outros funcionários, em geral não capacitados para tal atividade, exercem funções de comunicólogos para trabalhar a imagem da instituição.

No capítulo seis se encontra a história da instituição. São apresentados dados históricos, funcionamento e avanço da associação, como ela transforma a vida dos jovens, parcerias que a entidade possui, informações do público-alvo, cursos oferecidos e necessidades do local. Mostra ainda como a comunicação social se organiza na organização e as contribuições que o site traz.

O trabalho segue com o projeto editorial que é a peça fundamental para o planejamento do site. Nele, estão inseridos a estrutura, objetivos, justificativas, linha editorial, técnicas jornalísticas utilizadas, público-alvo, projeto gráfico e os recursos técnicos, financeiros e humanos do veículo de comunicação fruto deste trabalho.

O memorial descritivo está adentrado no capítulo oito, e encontra-se de maneira minuciosa as atividades que cada aluna realizou na peça prática. As tarefas foram divididas individualmente, mas, todas cooperavam

com o trabalho da outra, davam sugestões, para que tudo saísse como desejaram. Nesse capítulo também é possível analisar o desenvolvimento de cada ideia do TCC.

E, por último, no capítulo nove, constam as considerações finais, em que foram colocadas as ponderações do grupo durante os doze meses de trabalho. Dificuldades, problemas que foram solucionados, conteúdos criados, a melhora no fluxo informacional da instituição, e a aceitação da Aprata com o site são apresentados.

2 FUNDAMENTAÇÃO METODOLÓGICA

2.1 O Problema

A Associação Pró-Ranchariense de Apoio ao Trabalho do Aprendiz (Aprata) iniciou suas atividades no dia primeiro de maio de 1998. O objetivo da organização é capacitar os jovens e colocá-los no mercado de trabalho. A instituição foi escolhida para o desenvolvimento desse estudo por não conter um meio de comunicação digital e nenhum canal de informação atualizado estabelecido no local. Pensando na necessidade em modernizar a estratégia de informação com uma atualização mais constante, já que, o único meio que a entidade possui é apenas uma página no Facebook, que pela falta de um profissional voltado à área não tem atualização de informações.

As formas de comunicação mais utilizadas pela instituição são comunicados, recados em sala de aula e reuniões. Desta forma, nem todos os membros internos da Associação recebem as mensagens de maneira instantânea, o que dificulta o conhecimento sobre aspectos importantes para o local.

Em empresas ou organizações, não basta apenas ter uma excelente equipe se ela não estiver bem informada e a comunicação não for transmitida de forma adequada. É nesse aspecto que o Jornalismo Empresarial pode ser uma estratégia para melhorar a comunicação no ambiente organizacional, por meio de ações junto aos públicos interno e externo, segundo Torquato (2008, p.54). Sendo assim, o problema do Trabalho de Conclusão de Curso consiste: de que forma a comunicação interna pode ser desenvolvida na Associação Pró-Ranchariense de Apoio ao Trabalho do Aprendiz em Rancharia, região de Presidente Prudente?

Com o fácil acesso à tecnologia e à realidade multimidiática presente no século XXI, os assuntos chegam de forma mais rápida às pessoas. E no meio organizacional, é pelo intermédio de uma comunicação interna eficiente que essa troca de conhecimento e informação realmente acontece. Com isso, a intenção do trabalho é fazer com que as informações geradas na Associação alcancem o seu público interno de forma instantânea e

sincronizada, bem como atingir uma parte do público externo, por meio do planejamento e implantação de um site para a entidade.

2.2 A Justificativa

Entende-se por comunicação, a troca de informações entre duas ou mais pessoas, além de ser uma questão de sobrevivência. E não é diferente no mundo dos negócios, onde é uma necessidade fazer com que o público interno, no caso, funcionários, alunos, família e fornecedores sejam informados e orientados sobre tudo o que ocorre no local.

Por meio do trabalho, as pessoas que recebem o auxílio da Associação ou de alguma forma conhecem a entidade, terão a oportunidade de estar por dentro de tudo que acontece, além das contribuições que o trabalho busca oferecer.

A justificativa pessoal da pesquisa se dá pela inquietação do grupo quanto às formas de comunicação presentes na entidade, buscando analisar os acertos e desacertos, compreendendo as expectativas do público-alvo, trabalhando a aceitação do site e avaliando a preferência sobre o tom das matérias, além de verificar a profundidade dos temas abordados. Mesclando Jornalismo Online e Empresarial, este TCC contribui para a construção da futura carreira das integrantes.

No âmbito acadêmico reforça e atualiza o estudo para esclarecer a relação da comunicação entre o terceiro setor e o Jornalismo Empresarial, proporcionando a experiência na atuação de novas ferramentas do webjornalismo, desde o planejamento das matérias até a implantação de um site.

A justificativa social parte da concepção que as empresas desse setor oferecem melhor qualidade de vida à sociedade civil. A contribuição deste trabalho se aplica na difusão da comunicação na Aprata, sendo notória a necessidade e importância de uma instituição do terceiro setor disponibilizar alguma forma de comunicação mostrando que a mesma se preocupa com o fluxo informacional.

2.3 Objetivos

2.3.1 Objetivo geral

Aplicar estratégias do Jornalismo Empresarial e do Webjornalismo para melhorar o relacionamento da Aprata, principalmente com o público interno.

2.3.2 Objetivos específicos

- Aplicar os conhecimentos teóricos e práticos do Jornalismo Empresarial com o terceiro setor;
- Vivenciar o que ocorre dentro da entidade para solucionar os problemas e melhorar o fluxo informacional;
- Estabelecer relacionamento com o público-alvo no intuito de definir conteúdo e as melhores estratégias para divulgação da mensagem jornalística;
- Utilizar ferramentas do Webjornalismo que possibilitem aos acadêmicos o planejamento e implantação de um site jornalístico no terceiro setor, beneficiando a Aprata.

2.4 Metodologia

O trabalho objetiva planejar e implantar um site para a Associação Pró-Ranchariense de Apoio ao Trabalho do Aprendiz. Para isso, a ideia é verificar as fragilidades e potencialidades da comunicação social dentro da entidade, utilizando as ferramentas da web, com a possibilidade de melhorar o relacionamento da instituição com seus públicos internos e externos.

O trabalho tem como foco a comunicação interna e dentre os variados tipos de pesquisa utiliza-se o estudo de caso. Gil (2008) discorre que é o estudo aprofundado de um ou poucos objetos, buscando a solução de problemas sociais, revelando o desenvolvimento de teorias, com a finalidade de coletar e analisar dados sobre um indivíduo, ou um grupo, em que a intenção é estudar aspectos variados, conforme o tema da pesquisa. O estudo

serve para a caracterização do problema e estabelecimento de estratégias para melhorar as formas de comunicação entre os membros da Aprata.

A natureza da pesquisa é qualitativa, caminha pela indução e consiste a partir do conhecimento de informações. Neste trabalho, é usada para compreender a percepção do público interno quanto às formas de comunicação existentes na entidade. Goldenberg (2009, p. 50) observa que essa se diferencia da quantitativa por não usar números e analisar e compreender os dados, além de ser flexível e depender da interpretação dos pesquisadores.

Para a construção de um site, é necessário observar os acertos e desacertos da instituição, como por exemplo, a forma como os boatos e ruídos se propagam, com isso, o método escolhido foi a observação sistemática. Lakatos e Marconi (2010) definem que, nesse método, o observador sabe o que carece de importância na situação, precisa ser objetivo, identificar erros e retirar sua influência sobre o que vê ou recolhe.

A observação sistemática responde a propósitos anteriormente definidos. Nessa etapa, realizou-se a observação do processo e análise dos meios e dificuldades que contribuem para a solução do problema. Esse método auxilia no entendimento das situações internas da empresa, em que condições as informações são transmitidas e se ocorrem ruídos. É uma observação com frequência regular.

A coleta de dados, etapa em que é coletado o objeto de estudo elabora-se por meio de instrumentos e técnicas. As técnicas usadas na presente pesquisa são: entrevista semiestruturada, pesquisa bibliográfica e análise documental.

A entrevista semiestruturada convém para o recolhimento de informações com pessoas que trabalham com comunicação interna, indivíduos que contribuíram para a construção e manutenção da instituição e jovens cadastrados. Manzini (2003) classifica esse tipo de entrevista como um contexto para a elaboração de script com as principais perguntas que podem ser complementadas na hora da entrevista. Dessa maneira, as fontes ficam mais livres e não há um padrão a seguir.

A pesquisa bibliográfica oferece tudo que já foi registrado sobre o assunto, desde livros até publicações jornalísticas, mostrando os meios para

resolução de problemas já conhecidos e serve como um apoio na análise dos elementos, relatam Lakatos e Marconi (2010).

Ela é baseada em obras que contribuem nos aspectos culturais e científicos ao desenrolar do estudo, ressaltando exemplos específicos de comunicação interna e como os autores pensam sobre a área. Além de abordar como pode ser desenvolvida com características atuais do Jornalismo Empresarial. Através desta prática, realizam-se formas de armazenamento, que reúnem os dados por meio de resumos e fichamentos.

A análise documental também é utilizada, por meio de fotografias, depoimentos realizados por entrevistas, documentos informativos e relatórios. Gil (2002) explica que é importante para que as informações sejam alcançadas e obtenha novos pontos de vistas sobre o assunto.

A documental se diferencia da bibliográfica por não ter recebido tratamento analítico. Gil (2002) discorre que são fontes primárias definidas por sua disseminação, sendo a base do trabalho de investigação. Precisam ser analisadas com olhar crítico e comparativo. É empregada acerca de saber a história da instituição, nomes e acontecimentos marcantes. Os resultados advindos dessa técnica são colocados como um atestado dos conhecimentos que o trabalho apresentar.

A análise dos resultados é por triangulação, sendo aplicada como recurso para abordar o problema estudado e contribuindo na compreensão desses. Ela auxilia as respostas que a pesquisa pretende alcançar. Denzin e Lincoln (2006, p. 20) definem que a triangulação expõe realidades múltiplas em sentido não linear. Os envolvidos podem ter contato com visões concorrentes dentro do contexto em questão. É imprescindível que se tenha o máximo de informações e que isso ajude a melhorar a validade dos resultados. Ela possibilita o aprofundamento do fenômeno tratado.

Definida a parte metodológica, este TCC é segmentado a partir do capítulo 3, nas conclusões teóricas, aprofundamento das pesquisas, e técnicas relacionadas às áreas de interesse do projeto.

3 JORNALISMO EMPRESARIAL

O Jornalismo Empresarial é uma área que utiliza ferramentas estratégicas para direcionar conteúdos às empresas e atender tanto o público externo quanto interno. O primeiro atende à sociedade, já o segundo, a qual interessa ao trabalho, o foco é o público interno, que são funcionários, alunos, família, fornecedores e colaboradores. Torquato (2008, p.54) explica que:

A missão básica da comunicação interna é: contribuir para o desenvolvimento e a manutenção de um clima positivo propício ao cumprimento das metas estratégicas da organização e ao crescimento continuado de suas atividades e serviços e à expansão de suas linhas de produtos.

Ainda de acordo com Torquato (2008), o Jornalismo Empresarial é caracterizado pela edição e produção de obras jornalísticas empresariais, administração de sites, portais ou redes sociais, desde que baseado na informação e obedecendo quatro condições mínimas: atualidade, universalidade, periodicidade e difusão coletiva.

Cahen (2012, p.29) acrescenta que esse meio possui uma forma estratégica ligada aos donos da empresa. Um dos objetivos é criar, onde não existir comunicação ou for neutra, manter onde já existir e mudar quando for negativa.

Em termos de comunicação empresarial a verdadeira nunca se emite uma mensagem para um fio só, e muito menos espera-se que a resposta venha de forma esperada e pelo mesmo fio pelo qual a mensagem partiu. Na verdade, o que se faz é emitir várias mensagens, para vários fios, e ir atrás das respostas por quase toda a teia. (CAHEN, 2012, p. 39).

Essa área envolve materiais relacionados às políticas e à história da organização, além da descrição de processos administrativos, reportagens temáticas com grupos da empresa, matérias orientadas e provenientes de campanhas internas. Também estão incluídas as notícias da área do entretenimento, como as atividades de lazer e esportivas, relata Campos (2012).

Por meio do Jornalismo Empresarial, as pessoas envolvidas dentro do ambiente de trabalho recebem a capacidade de expressar sua visão,

compreender de modo simples as informações e também podem atuar com ideias que sejam diferenciais em prol da organização. Duarte (2010, p. 279) discorre que os trabalhadores devem saber sobre os acontecimentos da empresa, para que se envolvam com o trabalho e com resultados de forma mais ativa, possam orientar boa parte das ações gerenciais de mudança e se incorporem à prática empresarial.

Bueno (2014, p. 73) analisa que, com os novos meios de comunicação, o Jornalismo Empresarial foi se expandindo, podendo estar mais próximo de seu público, aprimorando o relacionamento entre os diferentes cargos existentes dentro da empresa, além de estimular o aumento da produtividade. É possível também priorizar os objetivos e metas da organização, que em conjunto apresentam melhores resultados e ganham mais importância não só para seu público interno, como também para atingir a opinião pública de maneira eficaz.

Com a diversidade das mídias, o Jornalismo Empresarial possui diferentes meios de representar a imagem da empresa. A internet, com as notícias vinculadas em tempo real, faz com que as pessoas se atentem cada vez mais às questões da sociedade. Em vista disto, as organizações passam a ter maior interesse em ampliar a integração da criatividade de projetos com a mídia, além de manter a transparência em suas ações, explica Mattelart (2006).

O século XXI traz reflexos da globalização, que acelera cada vez mais a tecnologia na informação. Lemos e Del Gáudio (2010) observam que correio eletrônico, internet, intranet e outros mecanismos digitais são essenciais para o relacionamento com os públicos internos e externos. Bueno (2014) esclarece que o “fazer comunicação” está centrado na disseminação de informações de qualidade, sendo necessário que o profissional elabore com dinamismo, espontaneidade e sensibilidade.

Embora o comunicador necessite compreender as pretensões que a empresa visa em seu relacionamento com o público-alvo, o mesmo também precisa levantar tudo que seja relevante sobre a organização e utilizar ações favoráveis à corporação. A estratégia é fundamental para a realização de uma comunicação organizacional de qualidade, bem como as pesquisas em todos os setores, analisam Hack e Pérsigo (2013).

Algo que deve ser lembrado é a reputação que as instituições prezam tanto, o veículo empresarial tem a obrigação de propagar a ética, um mero erro pode destruir uma imagem de anos. De acordo com Forni (2015), se a empresa não quer uma imagem negativa, deve pensar em sua conduta constantemente, falhas na comunicação podem atrapalhar um excelente trabalho operacional.

Reputação positiva advém de um relacionamento intensivo e ajuda na manutenção de uma posição de mercado. Cardoso, Gallon e De Luca (2012) explicam que a reputação corporativa contribui para a continuidade e desenvolvimento das empresas e faz com que as práticas de preservação retratem as estratégias organizacionais por refletirem no desempenho institucional.

Augusto¹ descreve que, quando a comunicação é feita sem critérios, a imagem transmitida é de uma instituição amadora, sem visibilidade e que o departamento de comunicação necessita entender o que está acontecendo no mundo, principalmente na área de atuação e tendências tecnológicas, para gerar projetos que façam com que a corporação se destaque.

As empresas precisam de identificação e diferenciação para colocar em prática a gestão da identidade corporativa. Fernandes e Pereira (2009) discorrem que o design é um recurso que incorpora valores e qualidade e para definir a identidade é imprescindível que as organizações avaliem as visões que possuem de si mesmas, para repassarem ao público tanto interno quanto externo a essência da empresa.

3.1.1 Comunicação interna

A comunicação abrange qualquer tipo de empresa e é a base de todas as organizações, podendo ser oral, escrita, simbólica, gestual ou eletrônica. Segundo Tavares (2010, p.11), existem duas formas de comunicação: organizada ou desorganizada. Na primeira estão empresas que valorizam a importância da mesma como um todo e trabalham de forma

¹ Cristina Meireles de Almeida Augusto. Comunicação e Marketing no Espro. Entrevista sobre site, comunicação e terceiro setor. 15 mai. 2017.

planejada. Já a segunda se enquadra na maioria das organizações brasileiras, que agem de acordo com a intuição e sem o devido planejamento.

A comunicação atua de forma integrada nas corporações e possui delimitações. Segundo Kunsch (2003), a comunicação institucional tem subáreas como: marketing social, marketing cultural, comunicação interna, assessoria de imprensa, identidade corporativa, imagem corporativa, publicidade institucional e editoração midiática.

Na comunicação interna está inserida a comunicação administrativa, essa é responsável pelo processamento e propagação de notícias do ambiente administrativo da corporação e nela se encontram os fluxos informativos, mídias internas, redes formais e informais e barreiras. É nesse setor que é decidido de onde as informações partem, qual a ordem para chegar a cada departamento e de que forma devem ser apresentadas aos internos. O marketing está inserido na comunicação mercadológica e suas subdivisões são a publicidade, promoção de vendas, feira e exposições, marketing direto, merchandising e venda pessoal.

Com o advento da tecnologia, as ações de comunicação se alteram. Tavares (2010) descreve que os meios eletrônicos ganham espaço no ramo empresarial e, com eles, é possível trazer uma informação dinâmica, aprofundada e trabalhada com diferentes recursos. Os contatos ficam mais rápidos, notícias se tornam globais, preocupações com questões sociais se ampliam, empresas ficam proativas com a mídia, e a comunicação interna ganha seu espaço.

Por volta de 1970 já existia comunicação nas organizações, porém sem um conceito integrado, pois eram raras as empresas que possuíam departamentos para organizar e planejar as ações dessa área. Os primeiros cursos de comunicação estavam começando a surgir, não existiam profissionais suficientes para atender à demanda. Além disso, a comunicação ainda é vista como despesa e não como investimento, (Tavares, 2010).

Os administradores não sabem lidar com o real significado dessa comunicação e associam somente aos planos de carreira, cargos, salários e benefícios. De acordo com Tavares (2010), é preciso enxergar a motivação como algo bem maior, que alcance toda a organização e crie elos diretos com os resultados. Não pode confundir motivação com elogios, premiações e tapas

nas costas. Assim, para as ações de motivação obterem resultados, é preciso um bom planejamento e não ser feita apenas de vez em quando, pois funcionários motivados e que tenham conhecimento do funcionamento da empresa trabalham melhor. Tavares (2010, p.20) ainda explana:

A empresa é responsável por toda a motivação do público interno? Não. Costumo dividir a responsabilidade sobre a motivação em duas partes: 50% da empresa e 50% do próprio funcionário, a chamada automotivação. Qualquer funcionário deve procurar formas para gerar a automotivação.

Tavares (2010, p.15) acrescenta que o funcionário precisa sempre pensar positivo, assim atrai boas energias. Quando este estiver cansado da rotina de trabalho é imprescindível que haja mecanismos que façam com que ele se sinta parte fundamental do progresso da empresa, e que sem sua presença o resultado poderia não ser tão bom. É necessário despertar o senso crítico dos membros, fazer com que os próprios analisem suas tarefas, tracem objetivos e metas.

Para trabalhar nessa área, surgiu o termo comunicação interna que é explicado por Nassar (2005) como um método eficaz no ramo empresarial. Por esse meio o fluxo de informações no ambiente de trabalho é estabelecido, as necessidades dos funcionários são atendidas, e é possível a troca de diferentes níveis hierárquicos dentro da empresa. Esse tipo de comunicação possibilita uma integração e interação entre todos da organização.

Tavares (2010) aborda que a comunicação no interior das empresas funciona por meio de fluxos: fluxo ascendente, fluxo descendente, fluxo horizontal e, com o advento de tecnologias, o fluxo transversal. O primeiro se caracteriza por meio de informações vindas dos funcionários para a direção. O segundo são os dados saindo dos diretores para os funcionários. O terceiro é o que move a organização no seu cotidiano, em que a comunicação ocorre entre as pessoas do mesmo setor, possibilitando entrosamento entre os mesmos. Já o quarto é o poder de subverter as hierarquias, permitindo a difusão de mensagens entre funcionários de vários setores e entre níveis hierárquicos distintos, sobretudo no contexto de projetos e programas interdepartamentais.

Curvello (2012, p.21) descreve a comunicação interna como um conjunto de ações. A organização coordena com o objetivo de ouvir, informar, mobilizar, educar e manter coesão interna em torno de valores que devem ser reconhecidos e compartilhados por todos e que podem contribuir para a construção da boa imagem pública.

Assim, o trabalho de comunicação interna precisa ser desenvolvido de acordo com a realidade de cada organização, pensando nos sentimentos, comportamentos e atitudes que a caracterizam, adotando um caráter mais flexível e ações estratégicas. Estrella, Benevides e Freitas (2010, p.180) acrescentam que:

Ela é a base de sustentação para qualquer processo bem sucedido e comunicação integrada, Sem ela, falta sustentabilidade para qualquer outro processo de comunicação. Como poderá uma empresa falar de responsabilidade social ou fazer com que seus consumidores acreditem em seus produtos e serviços, se seus funcionários desconhecem ou não participam das decisões internamente.

Na Aprata, a comunicação se faz presente por meio de recados e reuniões. As autoras têm a intenção de implantar um site para trabalhar a comunicação na instituição. Vicente (2009) define que comunicação social defende conceitos intangíveis e contribui na consolidação de ideias, pensamentos e outras práticas a serviço da sociedade. Expõe a crítica da realidade, podendo evitar a alienação das pessoas em relação ao momento que encontram-se inseridas.

Essa comunicação é introduzida, segundo Torquato (2008), por meio da comunicação interna e pretende alcançar objetivos, como as informações chegarem de forma rápida e sincronizada ao público, criar um ambiente agradável e elementos de integração aos colaboradores, possibilitar comunicação entre os departamentos, alavancar potenciais humanos, abrir comunicações ascendentes, oferecer transparência aos objetivos e metas da organização. Assim, essas pessoas motivadas e recebendo atenção distribuem informações positivas da instituição, oferecendo maiores rendimentos.

Para a divulgação de conteúdo do âmbito administrativo da empresa, há a comunicação administrativa. Essa comunicação possui o controle dos fluxos informacionais. Segundo Pimenta (2002) o responsável pela

comunicação administrativa precisa se atentar para não burocratizar o funcionamento da instituição, para que o retorno não seja afetado e as concepções dos funcionários esquecidas. Nesse departamento são decididas as informações que partirão e a linguagem que será passada ao público interno. Petições, protocolos, editais, procurações, entre outros documentos formais que têm ligação com a empresa partem desse setor. Pimenta (2002) discorre sobre a existência da comunicação gerencial onde são comuns ruídos originados de atitudes negativas. É uma área em que a conduta do líder é marcante. A humildade é quesito principal para a boa relação com os integrantes da empresa.

Colauto (2006) explica que a comunicação mercadológica tem como palavra-chave a pesquisa, sem ela não existe êxito. Esse departamento de comunicação busca manter uma estrutura interna capacitada que acate seus ideais e supervisione as ações da concorrência. Para que todas essas diretrizes obtenham sucesso, a comunicação cultural é importante para conhecer a história, interesses e para detectar as relações, pois a cultura se forma conforme o relacionamento das pessoas. A cultura da corporação se estabelece pelas redes de comunicação formal e informal, sendo a última configurada por expressões dos funcionários e laços informais.

A comunicação interna, na visão de Clemen (2005), constrói a imagem da empresa, assim a corporação deve ter postura com seu público interno e passar a informação corretamente. Sabendo utilizar as técnicas e canais de comunicação dentro do ambiente de trabalho, além de conhecer a cultura do local, ter facilidade em relacionamentos interpessoais, capacidade de ouvir, analisar, buscar soluções e ser proativo.

Clemen (2005, p.38) complementa que é preciso que o profissional da área sempre se posicione a serviço da empresa, sem estrelismos ou impaciência com os seus demais conjugados. “Que tenha a humildade positiva de compreender que nem sempre o seu cliente interno sabe exatamente o que precisa e como comunicar, mas que certamente conhece mais profundamente o assunto a ser comunicado.”

O departamento de comunicação não pode ser confundido com outros departamentos da empresa, como o de recursos humanos, por exemplo, o setor de comunicação cuida exclusivamente da comunicação da empresa.

Ele deve ser visto como uma engrenagem para outros setores produzirem melhores resultados. O público precisa entender as mudanças que ocorrem todos os dias para que a informação seja executada com sucesso.

Clemen (2005) conclui que, para estabelecer corretamente uma comunicação de excelência, é preciso criar um plano de ação com o objetivo de organizar e sistematizar as suas atribuições, apresentando para toda a organização, com clareza, os seus papéis de mobilização, motivação e monitoramento da percepção dos cidadãos corporativos em relação às estratégias estabelecidas pela empresa frente ao mercado.

Com a comunicação interna organizada, é possível uma comunicação externa funcionar bem. Ela é a base para começar qualquer outro fator informacional.

3.1.2 Comunicação externa

Como supramencionado anteriormente, este Trabalho de Conclusão de Curso pretende estudar a comunicação interna, mas o veículo proposto atinge à opinião pública, pois qualquer pessoa de qualquer localidade que possua acesso à internet pode visitá-lo.

A comunicação externa zela pela identidade da empresa a partir de um cuidado extremo com a imagem corporativa. Trabalha a opinião pública, escala que primeiro atinge o formador de opinião e vai sendo conduzida até chegar à massa. É preciso pensar de forma estratégica, qual tecnologia deve ser utilizada, qual público alcançar e até onde pretende chegar.

Dentro do universo jornalístico, é a Assessoria de Imprensa (AI) que faz o trabalho da comunicação externa, que é usada com frequência nas corporações. Para Rodrigues e Giurlani (2006), a AI traduz o mundo empresarial, fazendo com que a empresa se torne atraente e possua compreensão do público. É necessário que um bom profissional dessa área mantenha a ética e honestidade em qualquer situação, não podendo vender informações, nem trocá-las por benefícios ou reportagens positivas aos seus clientes. É preciso que cheguem à opinião pública, de uma forma transparente, não denegrindo nenhum indivíduo.

Ferraretto e Ferraretto (2009) explicam que a publicidade tem um caráter parcial diante da identidade e imagem empresarial e busca somente a divulgação. Já a AI almeja permear a informação, fazer com que seja discutida, analisada, mostrando que a corporação se preocupa com as diretrizes coletivas. Sendo assim, os autores ainda acrescentam que as organizações carecem ao meio social e sejam reconhecidas pelos meios de comunicação.

O diálogo com a sociedade faz parte do processo de planejamento da comunicação externa, ou seja, conhecer melhor o seu público e dar satisfação dos seus atos. Ferraretto e Ferraretto (2009) completam que consolidar a imagem da empresa faz parte de um processo que busca passar a mensagem de maneira clara e objetiva, para obter o sucesso de uma corporação.

Torquato (2008, p.71-72) esclarece que:

Trata-se da mensagem que enaltece, pela informação jornalística, o trabalho da empresa, entidade econômica que deve ser apresentada com o lugar definido na economia de uma nação. Trata-se, na verdade, de desenvolver a fundo uma imagem de empresa, levando-se em consideração que a imagem criada pela publicidade é, frequentemente, artificial. Trata-se de congregar e unificar o conjunto de atividades de uma empresa (a publicidade ou promoção de vendas apresentam não mais que uma imagem parcial).

Para que a empresa trabalhe não só a sua imagem externa, mas seja compreendida de forma mais aprofundada pelo seu público interno, é preciso entender que os tempos mudaram. Inserir conteúdos interativos que façam com que a empresa seja lembrada pela inovação deixando claro que o mais importante não é a quantidade de informação disponibilizada, e sim a qualidade que possibilita alcançar os resultados pretendidos.

Tanto a comunicação interna como a externa, precisam ser propagadas de forma positiva. Em primeira instância pelos seus colaboradores, e também para que a sociedade veja a empresa com bons olhos. De acordo com Duarte (2002) as duas juntas são aparatos da corporação na manutenção e efetivação de sua imagem.

Como contribuição para trabalhar a imagem da empresa e oferecer formas mais atrativas que envolvam o público, no próximo capítulo são

abordadas como auxílio para a criação de informação, as técnicas do webjornalismo.

4 WEBJORNALISMO

A internet propôs mudanças aos formatos de comunicação nas práticas jornalísticas. Com a convergência das mídias, o jornalismo ganhou uma nova face na produção de conteúdos e na veiculação desses. Luz, Queiroz e Woitowicz (2016) explicam que o processo de informação passou a ser feito mais rápido e por meio de várias mídias. Esse avanço obteve a quebra de modelos convencionais e inovações nos métodos de comunicação entre as pessoas.

Com os novos modelos inseridos no ciberespaço, surge o webjornalismo para oferecer ao seu público-leitor a possibilidade de explorar diferentes experiências em um só conteúdo. Canavilhas (2014) explana que a internet não apresenta limites de tempo nem de espaço. A notícia pode ser transmitida a qualquer hora, em seu formato ideal, com diferentes elementos multimídia.

O acesso a texto, gráficos, infográficos, animações, galerias de fotos, vídeos, áudios e links relacionados ao assunto complementam a leitura e motivam a disseminação dos fatos por toda rede. Em razão disto, a abrangência da web torna-se maior do que em veículos tradicionais.

Além da amplitude dos elementos multimídia, a web também disponibiliza a seleção de outros assuntos que se relacionam à informação transmitida, tendo como ponto estratégico a leitura não linear. Pinho (2003, p. 186) discorre que “[...] a informação não linear permite que o internauta navegue pela estrutura do hipertexto sem uma sequência predeterminada, saltando de um ponto para outro, de uma página para outra, de um site para outro.”

Na web, a estrutura do texto atrai os internautas, através de uma leitura agradável, com opções de interação que tornam a mensagem mais analítica e com maior nível de participação dos integrantes envolvidos. “A linguagem deixa de ser linear, ao passo que o público-leitor tem acesso, em uma reportagem multimídia, a uma série de links”, concluem Luz, Queiroz e Woitowicz (2016).

Canavilhas (2014, p. 4) observa que, na web, o texto é mais que frases organizadas seguindo um conjunto de regras preestabelecidas. É

formado por um conjunto de blocos informativos que se relacionam através de hiperligações (*links*). Os internautas preferem ler um texto dividido em blocos do que seguir uma leitura linear, em estilo pirâmide invertida, muitos realizam uma leitura superficial.

Augusto² acrescenta que textos muito rebuscados não combinam com o padrão da web. É necessário escrever bem, de maneira direta e frases curtas. “Importantíssimo: uso de palavras-chave e tags para adequação às estratégias de SEO do Google.” Ela³ ainda explica que usar palavras de destaque em negrito ou itálico, adicionar hiperlinks, intertítulos e listas, otimizam o entendimento das informações.

Outro ponto relevante para o webjornalismo está relacionado ao baixo custo. Para Spyer (2007), a manutenção de um órgão online tem o custo e distribuição reduzidos em relação às outras mídias. Pinho (2003, p.53) acrescenta que:

Os custos de produção da televisão e o mesmo da mídia impressa são bastante elevados. Relativamente, a Internet é pouco dispendiosa. Depois dos investimentos iniciais em hardware e software, o uso da rede tem um custo pequeno: publicar uma informação na World Wide Web ou enviar uma mensagem de correio eletrônico geram despesas irrisórias mesmo comparadas com as tarifas telefônicas de longa distância.

A atratividade da web representa não só as diferentes opções que o jornalismo passa a explorar. Ferrari (2010) completa que a mídia é um instrumento indispensável para o jornalismo contemporâneo, tanto para a elaboração de produtos editoriais interativos, quanto à qualidade atraente que a rede possui como o custo zero e a grande abrangência de temas.

Para atingir a fase que garante toda a interatividade e disponibilização de notícias com estrutura multimídia, o webjornalismo passa por diferentes estágios. A sua primeira geração caracterizada como web 1.0 conta com a transposição de conteúdos para a internet, sem a preocupação de adaptá-los a uma nova forma de oferecer as informações. Primo (2007) aborda que os sites eram trabalhados como unidades isoladas, havia uma imensa

² Cristina Meireles de Almeida Augusto. Comunicação e Marketing no Espro. Entrevista sobre site, comunicação e terceiro setor. 15 mai. 2017.

³ Idem.

quantidade de assuntos, mas a mensagem não era muito interativa e o usuário não tinha autorização para modificá-lo.

Prado (2011) acrescenta que a primeira fase foi a de publicação com navegador, portais, sites, *homepages*, linguagem HTML, e-mail, chats, fóruns, álbuns de fotos e os primeiros sistemas de buscas. Os conteúdos dessa fase na maioria das vezes eram cópias dos jornais impressos, só que na web. A produção de notícias era igual dos impressos, geralmente demorava 24 horas para atualizar, não havia nenhuma preocupação com a inovação de uma narrativa.

Num primeiro momento, os produtos oferecidos eram reproduções de partes dos grandes jornais impressos, que passavam a ocupar o espaço na internet. É muito interessante observar as primeiras experiências realizadas: o que era chamado então de 'jornal *online*', na *web*, não passava da transposição de uma ou duas das principais matérias de algumas editorias. (MIELNICZUK, 2003, p.32)

Após o surgimento da web 1.0, Santos e Nicolau (2012) lembram que as publicações passam a se aperfeiçoarem com o desenvolvimento mais avançado da internet. No final dos anos 90 surge a web 2.0, que mesmo atrelada ao jornal impresso oferece novas experiências para explorar assuntos na rede. A principal diferença da primeira fase é basicamente a abordagem de conteúdo, enquanto o objetivo da segunda é construir informações direcionadas para a web. Na fase inicial, o público é mero consumidor de notícias transpostas sem nenhum tipo de alteração.

Para Mielniczuk (2003), esta segunda etapa pode ser definida como o momento em que o jornalista cria um método diferente e muitos *links* a outros sites, mantendo na internet cópias de todas as matérias do jornal impresso.

Nessa fase ainda, segundo a autora a interatividade começa a ser introduzida. Por exemplo, o e-mail passa a ser utilizado como uma forma de comunicação entre o leitor e o jornalista. Fóruns iniciam o envolvimento dos internautas com comentários e discussões sobre temas diversos. O hipertexto também começa a ser mais explorado, através de *links*, com chamadas para outras notícias que acontecem no período entre as edições, além de aprofundar o tema.

A web 2.0 é implantada basicamente para o usuário, tendo como objetivo desenvolver estruturas e plataformas que cheguem à convergência das mídias. A mudança promove maior interação dos internautas que passam a contribuir com a internet, através da possibilidade de criar conteúdo. A preocupação em produzir informações mais específicas ao novo meio, passa a se relacionar com a necessidade de explorar ainda mais as opções que o suporte disponibiliza.

Ferreira e Navarro (2016) explanam que a segunda geração da internet cria e explora opções para melhorar a experiência na rede, como a manutenção de *links*, redes sociais e outras finalidades.

Conforme o passar do tempo, o cenário foi se modificando devido à popularização do uso da internet e o surgimento de empresas. Logo após o desenvolvimento da web 2.0 e o início da interatividade, o crescimento da rede precisa de mais envolvimento com seu público, o que resulta na transição para a web 3.0.

Ainda de acordo com Ferreira e Navarro (2016), a web 3.0 surge para tentar produzir conteúdos mais originais, através da elaboração de estruturas específicas para a internet. A utilização dos recursos multimídia, as ferramentas de interatividade, a qualidade nos mecanismos de busca e o uso do hipertexto como parte da estrutura narrativa da mensagem, são métodos para organizar e tornar a informação mais atraente ao leitor.

A web 3.0 é inteligente, Santos e Nicolau (2012) discorrem que ela consegue encadear uma palavra à outra, economiza o tempo através dos mecanismos de busca para compreender a vontade do internauta, e disponibiliza resultados que são correspondentes às necessidades de cada pessoa.

Santos e Nicolau (2012) ainda explicam sobre a utilização da web 3.0, que em vários aspectos da vida humana começa a mostrar novas possibilidades para a resolução de problemas cotidianos do cidadão. Ferreira e Navarro (2016, p. 3) acrescentam que a web 3.0 ou web semântica “[...] propõe a revisão dos conteúdos disponíveis, descentralizando o ser humano como o único agente das tarefas online.”

A nova geração da web chega para permitir que seres humanos e máquinas possam trabalhar juntos, com o intuito de explorar o trabalho online. Ferreira e Navarro (2016, p. 3) descrevem que:

Para atingir os propósitos da terceira geração da web, é necessária uma padronização de tecnologias, linguagens e métodos descritivos, de forma que todos os usuários da Web obedeçam a determinadas regras comuns sobre como armazenar dados e descrever a informação armazenada de forma que ela seja utilizada por pessoas e máquinas de maneira automática e sem ambiguidade.

Mesmo com o processo de desenvolvimento da web 3.0, já se ouve falar sobre a web 4.0, que é uma geração auto-organizada por mecanismos inteligentes, fazendo com que a ligação máquina-máquina seja mais eficiente no auxílio de buscas e organização do conhecimento. Paletta e Mucheroni (2013) compreendem que já é realidade, são dados ligados, como encontrados em bibliotecas online e em repositórios que possuem mecanismos de indexação. Eles ainda explicam que a web 4.0 fará uma transformação no mundo. Ela atinge um grande número de participações em redes online e oferta transparência global, colaboração na indústria, entre outros benefícios.

4.1 Características do webjornalismo

Com o processo de desenvolvimento das fases do webjornalismo, o conteúdo jornalístico passa a ter características que auxiliam a difusão da mensagem dentro do veículo online para facilitar a leitura dos usuários. Entre as características, que serão utilizadas no site estão: hipertextualidade, interatividade, personalização, memória, instantaneidade, multimidialidade e usabilidade.

A hipertextualidade disponibiliza ao internauta uma leitura mais interativa, permitindo o aprofundamento do conteúdo. Pádua e Filho (2011) mencionam que ela relaciona-se à leitura de um texto online, representada de forma não linear, o leitor não fica preso à sequência do texto, como é feito em um livro, por exemplo.

O hipertexto possibilita o acesso através de *links* que são remetidos para outras páginas que esclarecem dúvidas e curiosidades sobre o

tema, além de viabilizar a liberdade para o leitor navegar à vontade. Canavilhas (2014) aborda que na hipertextualidade o texto é formado por um conjunto de blocos informativos, que possibilitam a hiperligação dos conteúdos através dos *links*.

Com a rapidez da informação, o público acessa muito conteúdo, com pouco detalhamento. Mielniczuk (2003) explica que o papel do hipertexto surge com o intuito de aumentar o leque de possibilidades em prol do conhecimento, para que o internauta possa ter acesso não apenas à informação restrita de determinado assunto, mas aprofundá-la de forma que a leitura não seja cansativa, com a hiperligação através de outras matérias, vídeos, galeria de fotos, blogs, fóruns. O hipertexto não só aprofunda a leitura, mas oferece diferentes opções de navegação sobre o elemento tratado e que mais interessa o usuário.

Para que o leitor possa navegar em outras informações com acesso menos restrito, participar dos acontecimentos da Aprata, e melhorar os relacionamentos interpessoais, é preciso estruturar o site pensando em diferentes formas de interatividade. Como matérias que não falem apenas de eventos ou recados sobre a instituição, mas, que de alguma forma sejam relevantes para os membros.

Baseada na integração do usuário, as redes sociais utilizadas e as sugestões de notícias abrem espaço para que os alunos façam parte das matérias, tanto na análise crítica sobre os assuntos abordados, como na participação de discussões por meio de comentários e sugestões. A opção de compartilhamento permite a interação com o material postado e traz mais uma opção de mecanismo aos membros da corporação, além dos meios disponíveis para enviar arquivo ou falar com o professor.

A interatividade auxilia o crescimento da aproximação entre os membros de um determinado espaço, para buscar melhores resultados no ambiente. Prado (2011, p.51) discorre que:

No momento em que ele comentar abaixo das matérias, criando um efeito nessa informação, a transparência cresce e aumenta seu raio de aproximação, pois o leitor que tem espaço para opinar fica satisfeito; mesmo que não opine, apenas por saber que pode ter a chance, conseqüentemente volta a procurar mais informação; e mais; acaba por divulgar no boca a boca.

É uma ponte de comunicação entre o leitor e o jornalista, estabelece uma relação entre um e outro, ressalta Canavilhas (2014). Ele ainda completa que a interatividade envolve uma transmissão de poder aos internautas, tanto aos meios de navegação, quanto ao acesso de conteúdos anteriores e possibilidade de leituras entre as informações. Oferece espaço para o público se expressar, impor suas dúvidas, se comunicar com outras pessoas e estabelecer um relacionamento de troca de mensagens com toda a rede.

Para desenvolver uma comunicação que envolva os colaboradores dentro dos assuntos da empresa, Mielckzuk (2003) explica que a interatividade auxilia na abertura de um canal que possibilita organizar a informação no ambiente de trabalho. A liberdade de expressão disponibilizada pela interatividade da web, também se relaciona à outra característica do webjornalismo, a personalização.

De acordo com Prado (2011), através da personalização o leitor tem a oportunidade de percorrer sozinho seu próprio caminho na internet. É possível filtrar o conteúdo desejado, o usuário não perde tempo e não corre o risco de sobrecarregar a informação. “Isso resolve problema de quem gosta de um caderno de um jornal e um de caderno de outro jornal e não quer comprar ou assinar ao mesmo tempo os dois periódicos impressos ou mesmo ter que entrar em duas web páginas.” (PRADO, 2011, p.89).

O menu de navegação do site da Aprata, produzido por esta equipe, está organizado da seguinte forma: em “Instituição” há os itens “Missão, visão e valores”, “Atuação”, “Equipe de trabalho”, “Diretoria”, “História”, “Galeria”, “Estatuto” e “Expediente”; em “Aprendiz” estão “Cursos”, “Calendário da Aprata”, “Depoimentos”, “Fale com o professor”, “Lei do aprendiz”; em “Parceiros” há “Instituições parceiras”, “Seja parceiro”, “Regulamento”; na aba “Voluntários” tem “Como ser voluntário”, “Depoimentos”; já em “Notícias” há “Lista de notícias” e “Sugestões de notícias”. Existem ainda os itens “Inscrições” e “Contato”.

Mielniczuk (2001) relata que os sites permitem as pessoas acessarem somente informações que lhe interessam. Por meio das divisões dos assuntos representados na página da entidade, a configuração de

conteúdo é relacionada de acordo com a particularidade de cada usuário, o que aumenta a atenção para manter sua leitura.

A união de todas as características do webjornalismo proporciona a rapidez e a possibilidade de acessos ilimitados às notícias, que podem ser produzidas e armazenadas de acordo com a necessidade de cada usuário a qualquer momento. Luz, Queiroz e Woitowicz (2016) definem que o jornalismo na web modifica as noções de tempo e espaço.

Através destas mudanças simultâneas, os conteúdos armazenados precisam estar seguros para que possam ser acessados futuramente. No site os conteúdos ficarão armazenados e as notícias podem ser encontradas pelo sistema de busca. A memória na web torna-se responsável pela disponibilização a qualquer momento de todos os dados já transmitidos na rede.

Prado (2011, p. 49) define que a memória “[...] oferece *links* que remetem ao arquivo de material já disponibilizado sobre o mesmo assunto ou assuntos correlatos.” Recuperar conteúdos para contextualizar novas informações é ter o poder em acessar não só apenas publicações textuais, mas, acessar tudo que possa estar relacionado ao tema de interesse do usuário, como documentos, curiosidades, vídeos e imagens.

O armazenamento de todos os conteúdos disponibiliza na rede uma ferramenta de segurança para o público, a notícia em tempo real aumenta a quantidade de informação, em razão disto, as mensagens se propagam rapidamente. A instantaneidade passa a proporcionar ao público, o que alguns meios tradicionais, como a revista, ou até mesmo o jornal impresso não disponibilizam, o imediatismo da notícia.

Luz, Queiroz e Woitowicz (2016) citam que no início a rapidez provocou um impacto na qualidade das notícias. Acabou ocorrendo um empobrecimento na linguagem, diminuição da pesquisa e invasão de materiais de agências de notícias, mantendo a ideia de que o webjornalismo é apenas o do tempo real e que as notícias precisam ser atualizadas e nada mais.

A velocidade na tecnologia proporciona tanto aos publicadores quanto consumidores, explorar diferentes experiências, como ter a notícia em tempo real, ser o primeiro a colocar e agregar a informação na rede. Canavilhas (2014) comenta que explorar novos limites na web, se relaciona à

rapidez de publicar, obter conteúdo e compartilhar com toda a rede em tempo imediato.

Mielniczuk (2003) esclarece sobre o agrupamento de todas as informações transmitidas pela rapidez da instantaneidade, como se as narrativas fossem se agrupando para se tornar apenas uma, sobre determinado acontecimento. Juntas, estariam todas disponibilizadas e armazenadas para o acesso na rede.

A instantaneidade disponibiliza ao webjornalismo ferramentas com grande velocidade de publicação, atualização e proliferação das mensagens. Com todo o imediatismo que a mídia dispõe, o jornalista precisa compreender todas as características que estão ligadas ao webjornalismo e saber aplicar as ferramentas para que sua notícia não seja apenas a primeira a chegar à rede, mas que alcance o público-alvo de maneira transparente, criativa, com diferentes opções de interação para envolvê-lo com a informação.

Dessa maneira, as notícias no site da instituição apresentam uma periodicidade de duas a três matérias por semana, que regulariza o acesso às informações atuais e também oferece a opção de uma lista de matérias publicadas anteriormente, sejam elas sobre algum evento da Aprata ou assuntos incomuns. Augusto⁴ completa que não precisa ter notícias só do local, podem conter informações do setor e interesse do público.

As publicações são elaboradas com recursos da multimídia. Pádua e Filho (2011) entendem o termo como comunicação entre o ser humano e o computador através de vários meios de representação da informação. Com isto, a diversidade dos canais de informação garante ao público opções diferenciadas de acesso ao conteúdo desejado. Para utilizar diferentes meios de interação com o público-alvo, essa característica é indispensável para o trabalho.

Representada através de elementos que juntos facilitam e atraem o usuário para uma leitura leve e interessante, Mielniczuk (2003), define que “[...] no contexto do webjornalismo, a multimídia caracteriza a convergência dos formatos das mídias tradicionais (imagem, texto e som), na

⁴ Cristina Meireles de Almeida Augusto. Comunicação e Marketing no Espro. Entrevista sobre site, comunicação e terceiro setor. 15 mai. 2017.

narração do fato jornalístico em um mesmo suporte.” O internauta acessa uma única informação, ligada a som, texto e imagem ao mesmo tempo, por meio de computadores, celulares, tablets, entre outros dispositivos.

No que se refere ao conceito multimídia, Pádua e Filho (2011) explicam que “[...] a comunicação entre homem e computador se dá através de múltiplos meios de representação de informação como som e imagem animada, além da imagem estática já usada nos aplicativos gráficos.” Logo, o uso da multimedialidade reconfigura o uso de formatos como, texto, animações, hipertexto, slideshow, infográfico, áudio, vídeo e imagens, para adaptar publicações mais interativas na web.

A junção de todos os formatos para narrar um fato jornalístico faz parte da convergência da informação na internet. É como encontrar tudo que precisa em diferentes dispositivos. Prado (2011) explica que é preciso levar em consideração que não se consome mais notícia apenas em uma mídia. Para se adaptar ao uso contínuo de todas as ferramentas multimídia e transmitir conteúdo em rede, o profissional precisa estar preparado e obter o conhecimento sobre o funcionamento da web.

A elaboração do texto não é mais a única dedicação do jornalista. Hoje, pensar na construção da narrativa do texto junto a elementos que disponham interação de maior alcance ao público leitor é essencial para a profissão. Ferrari (2010) aborda a necessidade de trabalhar com vários tipos de mídia, o jornalismo multimídia precisa desenvolver no repórter uma visão multidisciplinar, com noções comerciais e de marketing.

Em razão da convergência das mídias, Silva e Valente (2011) explicam que o jornalista deve participar da evolução tecnológica, se atentar não somente ao texto e ilustração, como ocorria no trabalho do jornal impresso, mas pensar também nos elementos, como infográficos interativos, vídeos, hiperlinks e áudios.

No site da Aprata o conteúdo é trabalhado em diferentes formatos, por meio de vídeos, hiperlinks e fotos para complementar a informação de uma forma mais atrativa. As utilizações dos recursos são equilibrados para manter publicações leves, conhecendo bem o público-alvo e acompanhando opiniões que fazem parte do processo de integração da página na entidade.

Os elementos da multimídia proporcionam que o internauta leia, assista e ouça conteúdos que estejam relacionados ao que realmente lhe interessam. De acordo com Rocha (2011), os elementos reúnem diversos formatos de mídia na mesma narração. Por apresentarem semelhanças entre si, podem ser utilizados variados itens multimidiáticos em apenas um conteúdo.

Além de oferecer mais interação para o público, essa característica, de acordo com Mielniczuk (2003), também promove a participação dos usuários em cada assunto publicado, através de comentários, downloads e compartilhamentos. Esses meios permitem que a informação alcance um grande número de indivíduos na rede. A propagação do conteúdo acontece de maneira instantânea, sua abrangência é ampliada rapidamente de acordo com a quantidade de compartilhamentos e acessos. Quanto mais interessante, acessível e bem estruturada, a informação pode ganhar várias visualizações em poucos minutos.

Todas essas características se tornam possíveis se o meio online obtiver uma usabilidade correta. Carrions (2008, p.54) explica que é preciso pensar na usabilidade e acessibilidade de um veículo online:

Não confunda usabilidade com acessibilidade: Usabilidade é aplicada para que os usuários naveguem sem dificuldades em websites ou consigam um melhor aproveitamento em softwares. É definida como a qualidade de interação de uma interface e seu usuário. Acessibilidade é o termo usado para definir usabilidade para pessoas com algum tipo de deficiência.

Um site possui problemas de usabilidade quando o usuário tem dificuldades em realizar tal tarefa por meio da interface. Muitas vezes ele não sabe como retornar à página anterior. Portanto, a usabilidade tem como objetivo facilitar a navegação do usuário. Spyer (2007, p.97) complementa que é importante “[...] desenvolver um produto adaptado às características psicomotoras do usuário, de modo que o site realize com eficiência as funções para as quais ele foi projetado, e que seu funcionamento faça sentido e produza satisfação ao público-alvo.”

Ao colocar em prática todas as características que o webjornalismo oferece, com notícias cada vez mais atrativas, é preciso que o site esteja adequado, seguindo a estrutura e organização para responder às

expectativas que o projeto apresenta. Serão abordados em um novo subitem os cuidados necessários para planejar um meio digital.

4.2 Planejamento de site

O planejamento é a base do site, canal escolhido pelas autoras do trabalho. Ele organiza a estrutura do veículo jornalístico e a forma que são trabalhados os conteúdos para chamar a atenção do público-alvo.

Tavares (2010, p.124) aborda que “[...] planejar é o processo pelo qual objetivos, metas, estratégias de comunicação, planos de ação, controle, avaliação e investimento otimizam o negócio do cliente.” Assim, é preciso desenvolver táticas de comunicação de acordo com cada necessidade e possibilidade. Barreto e Nóbrega (2014) completam que é necessário planejar para capturar os problemas e com isso ter menores possibilidades de erros.

Para o site se tornar plataforma de consumo dos internautas é preciso muito cuidado e atenção, Nierderst (2002) discorre que a aparência é muito importante, mas o ponto principal é como ele funciona. “Você pode ter conteúdos bons, mas, se seus usuários não encontrarem o que precisam todos os esforços não valerem a pena.”

Spyer (2007) explica que o site é feito de páginas como as casas são compostas por cômodos, que se interligam de uma maneira racional segundo suas utilidades. A ligação ocorre por meio de *links*, ou seja, um site é composto de páginas e *links* dispostos em uma hierarquia que facilite a movimentação do usuário pelo espaço. Uma página bem estruturada indica organização, o que possibilita uma busca fácil. Por exemplo, o internauta não precisa olhar o site inteiro para encontrar uma informação.

Um bom design de interface determina como a estrutura de um site é representada visualmente na página. Nierderst (2002, p. 405) acrescenta que por meio de um bom design é possível entender a informação que está disponível, como o modo de chegar até ela. “Inclui como os itens são agrupados, os sistemas de codificação de cores, metáforas e todos os botões e ferramentas para navegação no site.”

Primeiro passo para a criação de um veículo online que será feito na peça prática, é um esboço da página para ter noção de como ficará. Definir

o assunto, a estrutura, design, cores, imagens e links, ver tudo o que a pessoa precisa de informação, e conhecer a linguagem da internet. Spyer (2007, p.97) descreve:

Em termos gerais um site possui três camadas de informação: a home, que é a área central, as seções internas ou canais e o conteúdo, que pode ser artigo informativo, um arquivo de vídeo ou de áudio, uma imagem, um formulário ou uma combinação desses elementos. O arquiteto procura eliminar as redundâncias do projeto para que o usuário tenha facilidade de se locomover de uma página para outra e sempre encontre o conteúdo que está procurando.

Para o web designer Matheus Henrique Azambuja⁵, que trabalha na empresa Produção Design em Rancharia, é preciso organizar as informações na tela. “Por exemplo, às vezes você abre um site e tem muita coisa junta, você não sabe o que é o quê e nem para onde olhar. Isso mostra que as informações não foram coletadas certas.”

O desenvolvimento da estrutura do site é feita no computador, chamado de protótipo, mas o web designer⁶ revela que é possível fazer no papel e que isso é denominado na comunicação como RAF. Já o web designer Antônio Freitas Filho⁷ da Agência Oxigen Web, em Presidente Prudente, acrescenta que “[...] nesta parte não tem imagem bonita, não tem texto bonito, é tudo fictício, também é preciso pensar nas cores da empresa.”

A cor é fator fundamental em um site, a escolha de uma tonalidade possui critérios técnicos, como aspectos fisiológicos do olho e sensibilidade a determinada cor, assim como fatores culturais, hábitos, idade e contexto.

Carrions (2008) relata que as cores têm influência sobre as pessoas, algumas servem tanto para acalmar quanto para estimular. As frias são verde e azul, podem acalmar e trazer leveza. Já as quentes, vermelho e laranja trazem estímulo, ânimo às pessoas, e devem ser usadas em menor escala e misturadas às demais cores frias, possibilitando o equilíbrio entre os dois tipos.

⁵ Matheus Henrique Azambuja. Web Designer. Entrevista sobre produção de um site. 24 mar. 2017.

⁶ Idem.

⁷ Antônio Freitas Filho. Web Designer. Entrevista sobre planejamento de um site. 16 mar. 2017.

A Aprata é o objeto de estudo do Trabalho de Conclusão de Curso e sua cor institucional predominante é o azul, mantida na página do site. Tendo em mente uma forma de resguardar a originalidade da identidade visual da entidade. Carrions (2008) descreve que o azul remete e estimula a lógica, ponderação, verdade, além de ampliar horizontes, que resultam em uma visão maior sobre os assuntos em volta das pessoas. Azambuja⁸ acrescenta que essa cor também transmite segurança, e é possível enxergar bem, é suave e não irá forçar o olho. Freitas Filho⁹ lembra que utilizando as cores da empresa é mais fácil do usuário identificar o lugar ao qual se refere.

As cores secundárias da instituição são o branco e preto, utilizadas na elaboração do site. O preto aplica-se na criação de textos, de acordo com Carrions (2008), é bom usar letras pretas na parte escrita, pois é cor do mistério, estimula a curiosidade das pessoas, ao mesmo tempo em que se consegue passar despercebido com ela, protege de cargas negativas, mas por outro lado não deixa fluir a energia e, assim, não renova a carga energética do ser humano.

Já o branco, Farina, Perez e Bastos (2009) citam que é vibrante e estimulante, por ser a união de todas as cores. É preciso saber dosar o seu uso, as pessoas já carregam uma determinada vibração. O branco produz troca de energia, favorece clareza e traz a verdade. É preciso tomar cuidado ao usar, pode tornar o ambiente monótono, levando a dispersão, complementa os autores.

O web designer¹⁰ ainda explica que é importante não usar muitas cores, se não a pessoa não vai conseguir ver nada. É preciso deixar o espaçamento entre as letras, as bordas, margens e não adianta colocar texto grande, as pessoas não leem, tem que ser bem direto. Carrions (2008) acrescenta a importância de não associar muitas cores, evitar fundos escuros e cores alternativas para *links*, além de não tornar a tela muito brilhante ou escura.

⁸ Matheus Henrique Azambuja. Web Designer. Entrevista sobre produção de um site. 24 mar. 2017.

⁹ Antônio Freitas Filho. Web Designer. Entrevista sobre planejamento de um site. 16 mar. 2017.

¹⁰ Idem.

O analista de sistemas, Valdemir Michel dos Santos¹¹ responsável pelo site da instituição, retoma que é importante utilizar no máximo três cores, mais que isso o site fica poluído. O local tem que ser de fácil acesso e nunca precisar de mais de três cliques para chegar a determinada informação, pensando sempre na usabilidade como um todo. Augusto¹² complementa que:

Uma vez estabelecida a identidade visual do canal, ela deve ser mantida. Aliás, é interessante, estabelecer uma identidade visual como o todo, que vai desde cartão de visita, papel de carta, uniformes, folhetos, site até peças de sinalização como placas, fachadas e murais.

Para criar um site que tenha um bom funcionamento Freitas Filho¹³, orienta se atentar ao design de informações, como a mensagem está estruturada na página e planejar meios que envolvam o usuário e os façam chegar à informação, através do sistema de navegação.

Rodrigues (2001) esclarece que é preciso também ser criativo ao redigir um conteúdo para uma página online, ser honesto, jogar limpo e ir direto ao assunto. Uma página institucional, seja de uma empresa pequena ou grande, precisa deixar visível a informação principal para o público. O autor dos conteúdos deve estruturar o seu texto para a web, de maneira com que o usuário volte a acessar a página.

Para colocar uma página na internet também é necessário registrar um domínio. Nierderst (2002) explica que o domínio é o alicerce de toda sua identificação na internet. A maior parte das empresas registram o domínio como parte do processo de criação, mas se for registrar sozinho é preciso escolher um site, por exemplo, o “Registro.br” e ver os nomes disponíveis. Precisa dos dados pessoais do responsável pelo site, esse administra a conta e o pagamento anual por volta de R\$ 40,00.

O site fica hospedado na página Kinghost¹⁴, por exemplo, e o pagamento pode ser mensal, semestral, trimestral, anual, bienal e de outras

¹¹ Valdemir Michel dos Santos. Analista de Sistemas. Entrevista sobre produção de um site. 08. mai. 2017.

¹² Cristina Meireles de Almeida Augusto. Comunicação e Marketing no Espro. Entrevista sobre site, comunicação e terceiro setor. 15 mai. 2017.

¹³ Antônio Freitas Filho. Web Designer. Entrevista sobre planejamento de um site. 16 mar. 2017.

¹⁴ <http://www.kinghost.com.br/>

formas, o valor varia de acordo com o plano de cada empresa. Azambuja¹⁵ discorre que o indivíduo adquire o domínio, este vincula junto com a hospedagem e quando a pessoa for acessar esse nome, o domínio levará até o servidor. Chegando ao local, o navegador transforma todos aqueles arquivos que estão lá dentro em vários formatos, como HTML, Java e Script, converte e traz o site para a pessoa.

Matos (2004) explica que, além do domínio e da hospedagem, é possível acompanhar quantas pessoas acessaram a sua página. O levantamento de acessos é realizado por meio de contadores, não somente a quantidade de acessos, como também, através de ferramentas compatíveis, é possível saber quem são as pessoas que navegaram na página.

Se o provedor não estiver apto a fornecer as informações mais detalhadas sobre a página, uma das opções está na possibilidade de instalar um contador. Matos (2004) aborda que, com estas ferramentas, quem desenvolve a página pode acompanhar os resultados obtidos, e se o público-alvo está acessando os conteúdos disponibilizados. Augusto¹⁶ acrescenta que essas ferramentas trazem relatórios completos, de forma gratuita.

Para que todos os resultados pretendidos sejam alcançados, o grupo trabalha tanto a estrutura do site quanto a construção dos conteúdos voltados para a web. Pensar no texto desde sua estrutura facilita a visibilidade para diversos dispositivos, inclusive os móveis. Fernandes e Farias (2014, p. 4) explicam que foi a partir da introdução das plataformas móveis no contexto jornalístico que se expandiu a forma de produzir, distribuir e consumir informações. O analista de sistema¹⁷ acrescenta que o site pode ser tanto para os dois meios, tanto móvel quanto no computador e é possível direcionar também.

Com o intuito de atingir o público-alvo, facilitar o acesso à informação e manter um site interativo, tanto para computadores, como dispositivos móveis, o planejamento é indispensável para a estruturação da

¹⁵ Matheus Henrique Azambuja. Web Designer. Entrevista sobre produção de um site. 24 mar. 2017.

¹⁶ Cristina Meireles de Almeida Augusto. Comunicação e Marketing no Espro. Entrevista sobre site, comunicação e terceiro setor. 15 mai. 2017.

¹⁷ Valdemir Michel dos Santos. Analista de Sistemas. Entrevista sobre produção de um site. 08 mai. 2017.

página. É preciso pensar a página como um todo, desde o seu visual, às formas de publicação de conteúdo.

5 TERCEIRO SETOR

A comunicação no terceiro setor, diferentemente dos demais setores, segundo Lima e Abbud (2013, p. 4), necessita de cuidado, pois “os objetivos e interesses das ONGs são diferenciados das demais organizações... É preciso pensar a comunicação além de um emaranhado de técnicas.”

Alves (2010) complementa que ela é parte fundamental das estratégias de todas as organizações e essencial para alcançar visibilidade e garantir a divulgação da instituição e do trabalho realizado por ela, estabelecer sua imagem da identidade corporativa de forma sólida e positiva junto à sociedade, além de ampliar valores como credibilidade e notoriedade. O autor ainda destaca que:

Mesmo no Terceiro Setor, a competitividade por atenção e visibilidade que garantam participação efetiva na manutenção das ações de desenvolvimento social são extremamente visíveis e aquelas entidades que despertam para a importância da comunicação ficam à frente das demais (ALVES, 2010, p.13).

Para criar e manter uma rede de relacionamentos é preciso, segundo Alves (2010), “investir no processo de comunicação interna da organização, envolvendo todos os integrantes da instituição na construção da identidade corporativa.” São os profissionais da área que refletem os objetivos e o sentido da organização para a sociedade.

Para complementar, Alves (2010) explica que a comunicação é fundamental e deve apresentar canais acessíveis entre os trabalhadores, representantes, gestores e assistidos, para que os mesmos participem do desenvolvimento da empresa, além de contribuírem para propagar a imagem tanto por dentro, quanto por fora da instituição.

Paiva (2009) ainda acrescenta que esses profissionais precisam se sentir à vontade para darem sugestões e críticas sobre o trabalho desenvolvido interna e externamente. Pois, “[...] isso pode servir de material de avaliação e para que o profissional de comunicação possa reestruturar os canais de comunicação internos.”

O contato com a mídia é outra característica importante da comunicação no setor, pois esse relacionamento segundo Paiva (2009), cria

interesse público, além de atender aos veículos, como fonte de atuação, se colocando a disposição para a divulgação dos fatos que interessem à opinião pública ou quando houver debates de assunto polêmico.

Em razão disto, também cita que a instituição deve usufruir da divulgação de informações, estar sempre dedicada às publicações relacionadas a seu interesse, além de manter contatos com a mídia para criar mais visibilidade e possibilitar novas notícias e notas sobre a entidade.

Paiva (2009) relata que a construção de um site da organização é uma eficiente ferramenta, e deve ser mantida constantemente atualizada com notícias, informações extras e fotos. Destaca a importância da estrutura de um site, que deve incluir um histórico sobre a entidade, deixar claro seus valores e missão, proporcionar links que remetam às informações ou instituições que possuam algum vínculo com o local, além de apresentar para o público quem são seus parceiros envolvidos. Com isto, o site gera novos questionamentos e debates, auxilia na movimentação dos usuários, o que contribui para a construção de uma boa imagem.

No entanto, o principal desafio encontrado, especialmente para as empresas do terceiro setor, são as dificuldades no orçamento e obtenção de recursos para o investimento estratégico, planejamento e manutenção da comunicação para se destacar no mercado e divulgar o serviço prestado.

Muitas instituições não possuem profissionais dessa área e em alguns casos são os próprios funcionários que realizam o trabalho. Um exemplo é a entidade Corassol, localizada em Ribeirão Preto – SP, trabalha a mais de 35 anos realizando trabalho social a respeito de educação, cultura, saúde e meio ambiente. Eles não possuem um comunicador e quem cuida e elabora os textos para site ou rede social é a própria psicóloga do local, Denise Freitas¹⁸, ela explica que a presidente sempre lê antes de ser publicado, e faz isso por ter conhecimento de alguns assuntos do lugar.

Porém, o responsável pela comunicação e marketing do Vocação Vitor Matsuoka¹⁹ lembra que “[...] toda organização, do terceiro setor ou não,

¹⁸ Denise Freitas Barata. Psicóloga e gestora de projetos. Entrevista sobre site, comunicação e terceiro setor. 25 abr. 2017.

¹⁹ Vitor Matsuoka. Responsável pela comunicação da Vocação. Entrevista sobre site, comunicação e terceiro setor. 11 mai. 2017.

precisa de um profissional de comunicação. A vida é baseada em relações, e as relações são baseadas em comunicação.”

Alves (2010) destaca que no ambiente organizacional é necessário que se tenha uma comunicação integrada, através disto, a mensagem chegará diretamente ao público-alvo, para fornecer uma relação mais interativa, como a troca de opiniões, ações, experiências, entre outras maneiras de se familiarizar.

Avalia-se que uma relação mais próxima com os públicos mobiliza as pessoas a participarem e colaborarem com as práticas realizadas pela organização. Essa aproximação proporciona maior visibilidade, o que resulta não só no alcance ao público, mas, também é possível obter reconhecimento através de publicações com bons conteúdos e disponibilização de um canal em que o usuário possua diversas formas de interação.

5.1 Instituições modelo

Para o desenvolvimento do site, as autoras realizaram estudos nas áreas de jornalismo online e comunicação empresarial, além de buscar modelos de sites que pudessem atender as exigências notadas na instituição.

Assim, o site produzido neste trabalho é baseado na página do Espro (Figura 1), uma organização sem fins lucrativos, que atende em cidades das regiões sul, sudeste, centro oeste e nordeste, e explora a capacitação profissionalizante dos jovens e a inclusão deles no mercado de trabalho.

FIGURA 1 – Página do Espro

Fonte: ESPRO. 2017. Disponível em: <http://www.espro.org.br>. Acesso em: 18 abr. 2017.

Cristina Augusto²⁰, que atua na área de comunicação e marketing, explica que quando entrou no Espro existia um site bem confuso e com muita informação e em dezembro de 2011 começaram o processo de mudança para o que está no ar atualmente. O conteúdo foi pensado por público e como possuía muita informação, pessoas foram entrevistadas para poder defini-lo melhor.

A profissional²¹ ressalta que é preciso pensar muito bem na escolha dos itens, é no website que se encontra de forma reunida, tudo sobre a empresa. “É necessário avaliar os objetivos que se pretende alcançar e colocar a presença da instituição nos canais que seu público acessa.”

²⁰ Cristina Meireles de Almeida Augusto. Comunicação e Marketing no Espro. Entrevista sobre site, comunicação e terceiro setor. 15 mai. 2017.

²¹ Idem.

Por meio do site é possível fixar a marca, ter facilidade para encontrar informações, relação de custo benefício, além de estabelecer um canal de comunicação com o usuário, estando disponível a qualquer hora e lugar, criando até oportunidades de melhoria, pois o público começa a interagir, principalmente, para reger novas ações, a possibilidade de mensuração de resultados, acrescenta Augusto²².

Outro site analisado é o da Vocação (Figura 2), que trabalha o desenvolvimento de pessoas desde a infância até a colocação no mercado, além de transferir conhecimentos para que empresas atuem nas comunidades, construindo uma dinâmica social mais justa e igualitária.

O veículo passou por mudanças, o nome antes era Ação Comunitária do Brasil e em 2014 a marca Vocação foi adotada e o site refeito. Vitor Matsuoka²³ é responsável pela produção do texto e aborda que o conteúdo é pensando de maneira geral. “[...] é feito a manutenção de redes sociais, relacionamento com a imprensa, criação de material visual, organização de eventos, produção de vídeos de textos, envio de e-mail, marketing.”²⁴

A instituição possui 70 funcionários, mas não existe um departamento de comunicação, o que é feito está dentro do departamento de Mobilização de Recursos, Relacionamento e Marketing. O profissional²⁵ também esclarece que sempre realiza as mudanças visuais no meio online, algo que está em constante mudança – algo observado desde quando as integrantes do trabalho iniciaram a pesquisa para a realização da peça prática. Quando necessita de mudanças na parte de programação, o departamento de Tecnologia da Informação (TI) auxilia na execução.

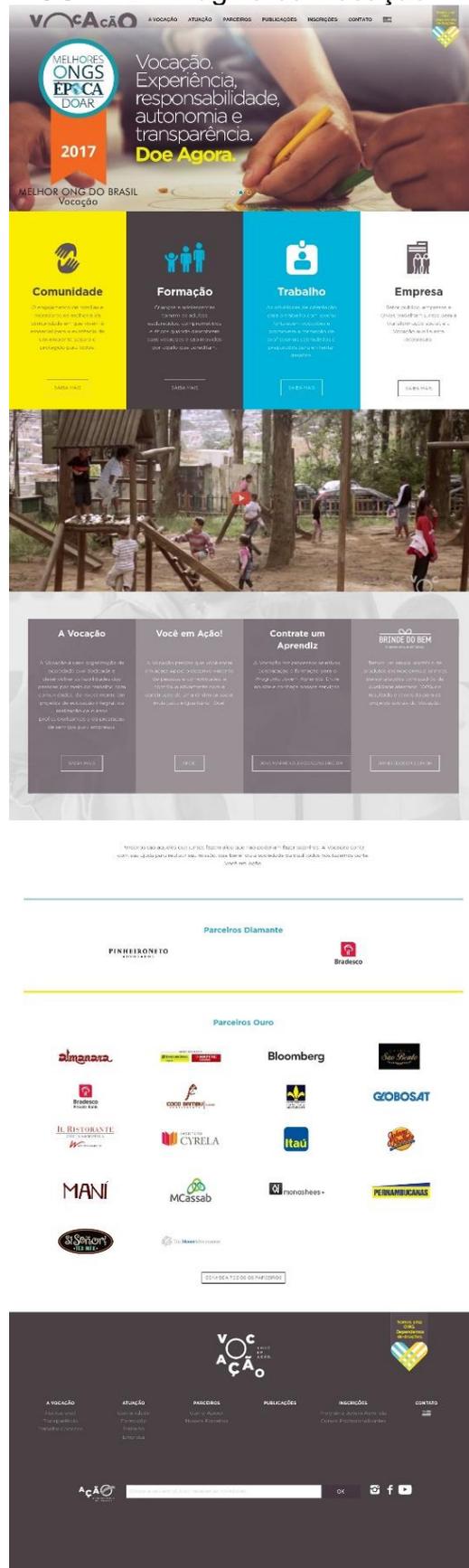
²² Cristina Meireles de Almeida Augusto. Comunicação e Marketing no Espro. Entrevista sobre site, comunicação e terceiro setor. 15 mai. 2017.

²³ Vitor Matsuoka. Responsável pela comunicação da Vocação. Entrevista sobre site, comunicação e terceiro setor. 11 mai. 2017.

²⁴ Idem.

²⁵ Idem.

FIGURA 2 – Página da Vocação



Fonte: Vocação. 2017. Disponível em: <http://www.vocacao.org.br>. Acesso em: 26 out. 2017.

6 APRATA COMO ENTIDADE DE TRANSFORMAÇÃO SOCIAL

Fundada em 01 de Maio de 1998, a Associação Pró-Ranchariense de Apoio ao Trabalho do Aprendiz (Aprata) (ANEXO A), nome adquirido em 2015 a partir da Lei do Aprendiz nº 10.097/2000 determinando que os adolescentes sejam considerados de 14 a 24 anos, substituindo assim, o nome de Associação Pró-Ranchariense de Apoio ao Trabalho do Adolescente. É uma organização sem fins lucrativos que tem como missão capacitar jovens e adolescentes, por meio de ações socioeducativas, além de integrá-los no mercado de trabalho.

Com sede própria, a instituição está localizada à Avenida Comendador Pedro Ferreira Doninho, 326, Jardim Primavera, em Rancharia, São Paulo, como mostra a figura 3. Tendo como visão o reconhecimento pelo crescimento pessoal e profissional desses, promovendo a inclusão. A Aprata age sempre com comprometimento, ética, excelência, transparência e responsabilidade social.

FIGURA 3 – Sede da Aprata



Fonte: Thais Luz

Anteriormente o local funcionava como Casa do Pedrinho, um abrigo para menores que foi desativado pela justiça. Correia, uma das

fundadoras²⁶, discorre que o juiz Ubirajara Maintinguer e a promotora da área de Infância e Juventude, Rita de Cássia Berzamo constataram irregularidades. Na mesma época existia a Guarda Mirim que operava no Ginásio de Esportes e inseria jovens ao mercado de trabalho, que também foi fechada por ordem judicial.

Correia²⁷ contribuía com assuntos relacionados ao atendimento à criança e ao adolescente. A promotora a chamou e disse que precisava de um novo projeto que substituísse essas instituições para tirar os adolescentes da rua e capacitá-los. A fundadora²⁸ descreve que:

Montei o Estatuto, mostrei para um advogado para ver se estava nos conformes, até eu tinha colocado o nome da entidade de Prata (Proteção Ranchariense da Criança e do Adolescente) e como havia uma nova determinação do código civil, o advogado falou que teria que classificar como uma associação e sendo associação é preciso colocar um “A” na frente da sigla, e assim ficou Aprata. No começo era esquisito, mas, hoje as pessoas acostumaram com o nome.

O Rotary Club ajuda em trabalhos sociais desde o início da instituição, e com a saída dos administradores da Guarda Mirim, são eles que assumem o comando. O primeiro vice-presidente e atualmente chefe de patrimônio da Associação, Bruno Henschel²⁹, esclarece que o empresário Luiz Siqueira era o presidente do Rotary, e acatou a ideia se tornando o primeiro presidente da Aprata. A diretoria atual é formada por rotarianos e sócios da entidade, que são divididos em: presidente, 1º vice-presidente, 2º vice-presidente, 1º tesoureiro, 2º tesoureiro, 1ª secretário, 2º secretário, procuradora jurídica, conselho fiscal e conselho deliberativo.

No começo da instituição havia apenas alguns cursos, como costura, datilografia, violão e informática visto que a organização possuía poucos recursos (ANEXO A). Em 2004, o segundo presidente da unidade, Wilson Figueiredo³⁰ conseguiu aumentar os subsídios e obteve verbas de deputados. Foi possível inserir mais computadores e ampliar o curso de

²⁶ Walkyria Maria Dorini Correia. Fundadora. Entrevista sobre a história da Aprata. 21 mar. 2017.

²⁷ Idem.

²⁸ Idem.

²⁹ Bruno Henschel. Primeiro vice-presidente. Entrevista sobre a história da Aprata. 16 mar. 2017.

³⁰ Wilson Figueiredo. Segundo presidente da Aprata. Entrevista sobre a história da Aprata. 21 mar. 2017.

informática, colocar ventiladores nas salas de aula, comprar bebedouro, caixa de som e microfones, contratar professores, criar sala de leitura, expandir os cursos, como de relações interpessoais, aulas de coral, violão, teatro, biscuit, cabeleireiro e padaria artesanal. Também eram feitas visitas em empresas e palestras sobre várias áreas.

Muitos alunos no começo eram os próprios meninos da Casa do Pedrinho. O ex-presidente³¹ relata que havia vários alunos matriculados, mas era pequena a quantidade deles em sala de aula. Apenas quando implantou uma espécie de pontuação que surgiu o interesse de participação dos discentes. Essa tabela era colocada na parede e feita por meio de atividades e frequência, “[...] a empresa queria contratar um aluno, a coordenação ia até a tabela e mandava os três primeiros, se caso esses três não dessem certo, mandava mais”, explica³².

A organização foi crescendo e ganhando espaço na cidade, de 1998 até 2016 seis presidentes passaram pelo local. O atual é Marcos Paulo Nunes Vieira, formado em Direito, tornou-se rotariano em 2009 enquanto morava em São Paulo, mas em 2013 retornou para Rancharia, sua cidade natal. Com o término do mandato do ex-presidente Paulo Henrique Bolque, no final de 2014, teve seu nome indicado para ser o próximo no cargo. “Na época eu não levava jeito para essas coisas, é terceiro setor, mas aceitei, então, fiquei presidente nos anos de 2015/2016”, discorre Vieira³³.

Esse período para ele foi de muitas conquistas, naquele momento ninguém queria se candidatar porque a instituição passava por problemas financeiros e precisava de atenção, principalmente na questão de infraestrutura. Ao final de 2016, participou das eleições novamente e foi reeleito permanece no cargo até o final de 2018. O presidente³⁴ expressa que foi a primeira experiência com o terceiro setor, que é gratificante fazer o trabalho e ser lembrado por muita gente.

³¹ Wilson Figueiredo. Segundo presidente da Aprata. Entrevista sobre a história da Aprata. 21 mar. 2017.

³² Idem.

³³ Marcos Paulo Nunes Vieira. Presidente atual. Entrevista sobre a história da Aprata. 16 mar. 2017.

³⁴ Idem.

Ainda, para Vieira³⁵, o correto na Aprata seria a prestação de serviço ser realizada pelo Poder Público, mas não possuem condições de oferecer toda a assistência, em razão disso, o serviço passa a ser terceirizado. A Prefeitura destina R\$ 16.678,33 por mês. Esse dinheiro é usado para o pagamento de funcionários que são contratados e registrados. Ele³⁶ ainda complementa que, ao total, são sete funcionários atuais sendo uma coordenadora que exerce a função de professora também, uma assistente social, um administrativo, três professores, um *office boy*, e uma auxiliar geral que está afastada por questões de saúde, e, além do salário, recebem uma cesta básica.

Tirando a verba da Prefeitura, o restante do dinheiro é arrecadado por meio de promoções e mensalidade de sócios. A assistente social Ana Paula Silva de Farias³⁷ explica que a entidade conta com 80 sócios e qualquer pessoa pode se tornar um. As doações variam, começam a partir de R\$ 5,00, e o dinheiro é recolhido pelo *office boy* uma vez por mês. A instituição tem 13 estagiários, por meio de uma parceria com as faculdades da região.

Ao total, passaram mais de seis mil alunos pela entidade. Atualmente existem 300 aprendizes de 14 a 24 anos matriculados. Antes, a instituição atendia apenas menor aprendiz, mas, em 2016, com a Lei da Aprendizagem, as empresas foram obrigadas a contratar jovem aprendiz. Um ponto de partida para que a Aprata se tornasse um dos lugares que mais empregam na cidade. “Temos 90 alunos inseridos no mercado de trabalho, eles trabalham seis horas por dia e têm mais duas horas de curso na entidade”, explana a assistente social³⁸.

A entidade possui 19 empresas parceiras, entre supermercados, laticínio, hospital, frigoríficos e lojas. Cada uma que contrata repassa um valor para a instituição, onde o aluno é registrado no nome da Aprata. O presidente³⁹ esclarece que “[...] quando é menor a empresa repassa R\$ 100,00 e maior R\$ 150,00, desse valor é gasto em média R\$ 60,00 com escritório por aluno

³⁵ Marcos Paulo Nunes Vieira. Presidente atual. Entrevista sobre a história da Aprata. 16 mar. 2017.

³⁶ Idem

³⁷ Ana Paula Silva de Farias Cruz. Assistente Social. Entrevista sobre a história da Aprata. 17 mar. 2017.

³⁸ Idem.

³⁹ Marcos Paulo Nunes Vieira. Presidente atual. Entrevista sobre a história da Aprata. 16 mar. 2017.

empregado, o restante fica para promoções e para o caixa da unidade.” Vieira⁴⁰ completa que:

A vantagem da empresa é que se for ver hoje o INSS do funcionário é de 20%, desses 20, 11% quem paga é a empresa e os outros 9% é o funcionário. Como a Aprata é entidade e por lei a contratação sai por aqui, ela é obrigada a pagar a cota patronal que seria esses 11%. Então, isso já é para incentivar, já que a empresa que contrata, em vez de pagar 20% de imposto, irá pagar apenas 9%, ela acaba tendo uma economia.

Para uma empresa fazer parceria com a Aprata é preciso ter uma cota de funcionários, se tiver acima de 10, a empresa é obrigada a admitir um aluno da entidade. O contrato é renovado uma vez por ano com todas as organizações associadas. “Antes, o menor ficava dois anos, agora é apenas um. Assim é melhor, porque a rotatividade é maior e dessa forma o aluno busca dar mais valor ao serviço e se dedica mais nesse período para ser contratado pela empresa”, explica a assistente social⁴¹.

6.1 Público-alvo

Os cursos oferecidos são divididos entre capacitação, aulas para os menores que não estão inseridos no mercado de trabalho, que cursam Informática, Escritório e Comunicação e Linguagem. Para os adolescentes que já estão inseridos no mercado de trabalho, o menor aprendiz, faz os cursos de Informática, Escritório, Técnicas em Serviços de Supermercados, Aprendizagem em Recepção, e Comunicação e Linguagem. O jovem aprendiz, maiores de idade e inserido no mercado de trabalho, tem as aulas de Técnicas em Controle de Qualidade, Segurança do Trabalho, Informática e Técnicas em Escritório.

O presidente⁴² explica que todos os alunos devem cursá-los, diferentemente do que era exigido antes, em que haviam cinco cursos, entre eles o aluno escolhia qual gostaria de realizar. No entanto, o método

⁴⁰ Marcos Paulo Nunes Vieira. Presidente atual. Entrevista sobre a história da Aprata. 16 mar. 2017.

⁴¹ Ana Paula Silva de Farias Cruz. Assistente Social. Entrevista sobre a história da Aprata. 17 mar. 2017.

⁴² Marcos Paulo Nunes Vieira. Presidente atual. Entrevista sobre a história da Aprata. 16 mar. 2017.

ocasionava a desistência dos estudantes no meio do curso. A estratégia de todos os cursos é adotada para manter a regularidade dos alunos. Farias⁴³ acrescenta que, ao refletir sobre a didática do estudo, o objetivo da Aprata é retirar o adolescente da rua e capacitá-lo para que possua crescimento profissional, e disponibilizar a oportunidade de inclusão no mercado de trabalho.

Vieira⁴⁴ compara que a Associação é semelhante a uma escola, todos os alunos podem ser matriculados, independentemente de sua classe social, com a alternativa de realizar as diversas atividades no decorrer do ano. “Hoje tem aula de informática, amanhã de técnicas de escritório, de segurança do trabalho e só na outra semana que ele volta a ter aula de informática e assim por diante.”

Com o objetivo de manter a organização dentro da entidade, são estabelecidas normas para aprimorar o comportamento dos alunos, tanto dentro da instituição, o que resulta na melhoria da convivência entre os membros, como também no ambiente externo, para orientá-los a se adaptarem seja na escola ou até mesmo no mercado de trabalho. “Nas salas de aula é proibido o uso de celulares, não pode ir com qualquer roupa, precisa estar bem apresentável, quando for fazer uma entrevista, como cabelo cortado, roupa limpa, uniforme e calça jeans”, acrescenta a assistente social⁴⁵.

Farias⁴⁶ também explica sobre as necessidades do local, que é preciso aumentar o espaço, contratar mais profissionais para atender à demanda e incluir novos projetos. Para o presidente⁴⁷, também é necessário mexer na infraestrutura do local, mas ele relata que a instituição já conseguiu mudar muitas coisas. “Agora conta com ar-condicionado nas salas de aula, data show, cadeiras almofadadas, forros e pisos novos, coisas que em escola nenhuma de Rancharia é encontrada.”

⁴³ Ana Paula Silva de Farias Cruz. Assistente Social. Entrevista sobre a história da Aprata. 17 mar. 2017.

⁴⁴ Marcos Paulo Nunes Vieira. Presidente atual. Entrevista sobre a história da Aprata. 16 mar. 2017

⁴⁵ Ana Paula Silva de Farias Cruz. Assistente Social. Entrevista sobre a história da Aprata. 17 mar. 2017.

⁴⁶ Idem.

⁴⁷ Marcos Paulo Nunes Vieira. Presidente atual. Entrevista sobre a história da Aprata. 16 mar. 2017.

A aluna do jovem aprendiz, Jéssica Tayna Borges dos Santos⁴⁸, discorre que entrou na Aprata como menor aprendiz, aos 14 anos, mas ficou apenas seis meses e se desvinculou. Com o projeto Jovem Aprendiz, retornou à instituição aos 20, e conseguiu um emprego na parte de embalagem do frigorífico da cidade. Para Santos:

A Aprata ajuda bastante na capacitação, são coisas que a gente não está acostumada no cotidiano, então são vários assuntos, matérias bem diversificadas, então vai conhecendo de tudo um pouco. Os professores sempre têm novas coisas para estarem passando, a questão de atualidade e conhecimentos gerais também, todas as aulas eles procuram estar inovando.

Os interessados no projeto Jovem Aprendiz vão até a unidade, fazem o cadastro e aguardam serem chamados para a entrevista, que pode ser em três empresas da cidade, dois frigoríficos e um laticínio. O contrato tem validade de um ano. Após o período, se a empresa tiver interesse, pode efetivar o jovem. Desde o segundo semestre de 2016, devido à Lei da Aprendizagem 10.097/2000⁴⁹, ampliada pelo Decreto Federal nº 5.598/2005, os alunos passaram a ser contratados somente por um ano.

O Menor Aprendiz pode se inserir a partir dos 14 anos para a capacitação na entidade, e aos 16 tem a oportunidade de entrar no mercado de trabalho nas demais empresas da cidade. A menor aprendiz, Stephany Caroline Silva Irineu⁵⁰, alcançou a lei antiga, entrou na entidade com 14 anos e aos 16 atingiu a pontuação para conseguir o primeiro emprego. “Fiz duas entrevistas, em uma empresa de veículos e outra no frigorífico, a segunda deu certo.” O contrato acabou no meio do ano de 2017 e a instituição fez uma carta de referência para a jovem e ela foi contratada como balconista de frios no Supermercado Avenida da cidade.

Danilo dos Santos Rodrigues⁵¹, atendido pela Guarda Mirim e depois pela primeira turma da Aprata, também relata a experiência de como a instituição ajudou na sua capacitação. Atualmente, trabalha de faqueiro no

⁴⁸ Jéssica Tayna Borges dos Santos. Jovem Aprendiz. Entrevista sobre os projetos da instituição. 17 mar. 2017.

⁴⁹ <http://site.aprendizlegal.org.br/lei/>

⁵⁰ Stephany Caroline Silva Irineu. Jovem Aprendiz. Entrevista sobre os projetos da instituição. 17 mar. 2017.

⁵¹ Danilo dos Santos Rodrigues. Aluno da primeira turma da Aprata. Entrevista sobre a Aprata no seu período de transição. 21 mar. 2017.

frigorífico da cidade. A experiência na Associação o fez adquirir responsabilidade desde cedo. Naquele tempo o pai havia falecido e acabou se tornando o homem da casa. Como tinha apenas 14 anos, o único meio de conseguir um emprego dentro das leis seria pela instituição. O primeiro serviço foi em uma loja de veículos, local em que ficou um mês e depois conseguiu uma vaga como repositor em um supermercado e ficou por dois anos.

Rodrigues⁵² acompanhou uma parte da Guarda Mirim até se tornar Aprata, e discorre que na antiga instituição não existiam cursos, eram apenas palestras aos sábados no período da manhã, realizadas em uma escola estadual, além disso, eram feitas visitas em empresas da cidade. “Para conseguir emprego existia uma espécie de lista, que tinha um ranking, quem tivesse mais presença nas palestras ficava em primeiro lugar para arrumar emprego.” Ele⁵³ ainda relata que antigamente a comunicação era bem complicada, para obter informação era preciso ir até a sede da entidade.

Para Tatiane Patricia dos Santos⁵⁴, que também foi aluna da primeira turma da Aprata, a instituição proporcionou o primeiro emprego na secretaria de administração da Prefeitura. “[...] eu fiquei dois anos e eu adorava trabalhar lá, foi o meu melhor serviço até hoje.” Atualmente trabalha como autônoma e tem um filho de um ano, já deixou claro que quando ele estiver com 14 irá colocá-lo na unidade.

Santos⁵⁵ revela que algumas mudanças foram feitas desde quando teve sua formação na entidade, pois os cursos eram feitos duas vezes por semana e era possível escolher o período no dia em que queriam realizar as aulas, além de que quando se obtinha um emprego não era necessário fazer as aulas na Aprata. “Na época, a comunicação era por recados repassados em sala de aula e quase não existia celular e telefone, o funcionário da instituição ia até a casa dos alunos e havia reuniões de vez em quando aos sábados”, explica.

⁵² Danilo dos Santos Rodrigues. Aluno da primeira turma da Aprata. Entrevista sobre a Aprata no seu período de transição. 21 mar. 2017.

⁵³ Idem.

⁵⁴ Tatiane Patricia dos Santos. Aluna da primeira turma da Aprata. Entrevista sobre o começo da Aprata. 30 mar. 2017.

⁵⁵ Idem.

6.2 Comunicação na Aprata

Para regularizar e oferecer um sistema de comunicação que alcance o público de maneira mais eficaz na Aprata, a assistente social⁵⁶ explica que a entidade necessita de um veículo oficial em que se estabeleçam todas as informações do ambiente.

Assim, a ideia do grupo consiste em estabelecer um veículo de informação para a unidade, no caso o site, devido à carência de uma periodicidade de repasse das informações. Uma vez que os fatos que ocorrem são direcionados ao presidente, funcionários e professores somente uma vez por semana. “É sempre com pautas por escrito e vamos discutindo os assuntos e tentando resolver durante a semana. Com os alunos, as informações ocorrem por meio dos professores e com o pessoal da diretoria é praticamente todo dia.” Ela⁵⁷ ainda discorre:

Esse ano foi implantado representante de classe, em que eu vou fazer reuniões mensais com eles para passar sobre as informações da Aprata, ideias, promoções e projetos. Então vai existir um representante por turma, são sete turmas, mais quatro turmas que trabalham.

Santos⁵⁸ relata que, quando tem alguma dúvida, pergunta na secretaria e que na maioria das vezes recebe as informações em sala de aula. “Colocam cartazes avisando quando não tem aula. Tem também o grupo do WhatsApp da sala, e sempre eles passam alguma informação, e um vai repassando para o outro.” Ela ainda aborda que a Aprata tem uma página no Facebook que é pouco atualizada e seria importante ter um veículo oficial de comunicação, assim todos acessariam as informações disponíveis e evitaria a propagação de boatos.

⁵⁶ Ana Paula Silva de Farias Cruz. Assistente Social. Entrevista sobre a história da Aprata. 17 mar. 2017.

⁵⁷ Idem.

⁵⁸ Jéssica Tayna Borges dos Santos. Jovem Aprendiz. Entrevista sobre os projetos da instituição. 17 mar. 2017.

Já Irineu⁵⁹ acrescenta que falta um veículo de comunicação oficial da Aprata. O site ajudaria muito na instituição, daria para conter as informações e novidades, uma vez que as pessoas estão muito ligadas à internet.

O presidente⁶⁰ relata que é preciso melhorar a comunicação no local constantemente. “[...] falar que está 100% não está e tem que ir melhorando. Eu assumi, eu melhorei, o próximo presidente que assumir vai melhorar, então é assim, tem que dar uma continuidade, porque os tempos vão mudando.”

Para Farias⁶¹, a criação do site facilita o contato direto com o aluno, as informações da entidade podem ser publicadas diretamente nele e dessa forma melhora o trabalho no local. “Tanto o público externo quanto o interno seriam beneficiados, às vezes, as pessoas não têm como vir até a entidade e pelo site poderiam saber as informações.” Ela acrescenta que, quanto mais comunicação visual tiver, será bom para obter mais parceiros e passar a informação corretamente dentro do ambiente de trabalho.

Para Correia⁶², a ideia de implantar um site na entidade é muito importante, é preciso saber mais sobre a entidade. Tem muitas coisas que ocorrem e as pessoas não ficam sabendo, há uma falta de comunicação. “Hoje em dia a comunicação tem que ser via internet, os outros meios são demorados e ainda mais lá que são jovens e todos acessam a internet, mas é preciso saber levar a informação corretamente.”

O professor de informática⁶³, Caio Gharib, complementa que o veículo seria muito bom e poderia trabalhar essa questão em sala de aula. “[...] posso chegar e abordar as informações da Aprata e trabalhar o site direto no projetor com eles e estimular o uso.”

Algumas informações necessárias que o veículo deve conter, de acordo com a assistente social⁶⁴ e o professor de informática⁶⁵, são históricos,

⁵⁹ Stephany Caroline Silva Irineu. Menor Aprendiz. Entrevista sobre os projetos da instituição. 17 mar. 2017.

⁶⁰ Marcos Paulo Nunes Vieira. Presidente atual. Entrevista sobre a história da Aprata. 16 mar. 2017.

⁶¹ Ana Paula Silva de Farias Cruz. Assistente Social. Entrevista sobre a história da Aprata. 17 mar. 2017.

⁶² Walkyria Maria Dorini Correia. Fundadora. Entrevista sobre a história da Aprata. 21 mar. 2017.

⁶³ Caio Gharib. Professor. Entrevista sobre o estudo na instituição. 24 mar. 2017.

⁶⁴ Ana Paula Silva de Farias Cruz. Assistente Social. Entrevista sobre a história da Aprata. 17 mar. 2017.

conteúdos da entidade, fotos, informações de inscrições, cursos, como fazer para se tornar voluntário, parceiros, como a entidade funciona, datas de promoções, palestras, enquetes, eventos, endereço, telefone, e-mail e como a entidade se mantém.

Para manter o site e cuidar da parte de comunicação na associação, a assistente social pretende futuramente contratar algum profissional. “É muito importante divulgar e estimular o trabalho aqui dentro”, conclui a assistente⁶⁶.

⁶⁵ Caio Gharib. Professor. Entrevista sobre o estudo na instituição. 24 mar. 2017.

⁶⁶ Ana Paula Silva de Farias Cruz. Assistente Social. Entrevista sobre a história da Aprata. 17 mar. 2017.

7 PROJETO EDITORIAL SITE DA APRATA

7.1 Introdução

O site da Associação Pró-Ranchariense de Apoio ao Trabalho do Aprendiz (www.aprata.com.br), foi criado devido à necessidade de uma comunicação mais elaborada na instituição, conforme as dificuldades relatadas e encontradas pelas autoras.

Com o objetivo de melhorar a comunicação na entidade e assim aproximar o público interno das atividades realizadas, a página contém informações sobre a Aprata e abrange características como a hipertextualidade, interatividade, personalização, memória, instantaneidade, multimídia e usabilidade. Contém galeria de fotos, vídeos, e matérias que foram pensadas conforme as visitas na Associação, por meio de conversas com os alunos e colaboradores, utilizando o valor notícia com o grau de importância que pudesse despertar a curiosidade principalmente para o público interno.

Com base nisso, o conteúdo do site é dividido da seguinte forma: em “Instituição” há os itens “Missão, visão e valores”, “Atuação”, “Equipe de trabalho”, “Diretoria”, “História”, “Galeria”, “Estatuto” e “Expediente”; em “Aprendiz” estão “Cursos”, “Calendário da Aprata”, “Depoimentos”, “Fale com o professor”, “Lei do aprendiz”; em “Parceiros” há “Instituições parceiras”, “Seja parceiro”, “Regulamento”; na aba “Voluntários” tem “Como ser voluntário”, “Depoimentos”; já em “Notícias” há “Lista de notícias” e “Sugestões de notícias”. Existem ainda os itens “Inscrições” e “Contato”. Todos os materiais são produzidos pelas próprias alunas.

Os recursos multimidiáticos da página são voltados principalmente ao público interno, com o intuito de disponibilizar um espaço para que possam acompanhar a rotina do local, interagindo por meio de mensagens, comentários, envio de anexos e formulários para professores e diretoria, melhorando a comunicação, além de conhecer uns aos outros, já que nem todos estão presentes no mesmo horário. Quanto ao público externo, faz com que a Associação tenha mais visibilidade e contribua para que os projetos sociais e eventos realizados sejam divulgados.

Pensando em uma plataforma que seja agradável para o público, a definição das cores do site foi uma das preocupações da equipe. A paleta de cores partiu das predominantes do logotipo da Aprata, o azul de maior destaque na instituição, o branco para a neutralidade do fundo e o preto para os textos, como referido no subtítulo quatro sobre planejamento de site.

7.2 Objetivos

7.2.1 Objetivo geral

Produzir um site para a Aprata (Associação Pró-Ranchariense de Apoio ao Trabalho do Aprendiz), a fim de trabalhar a comunicação interna na entidade.

7.2.2 Objetivos específicos

- Estreitar o relacionamento com os membros da Aprata para definição do conteúdo jornalístico;
- Melhorar a visibilidade da instituição para o público interno e consequentemente para o público externo, contribuindo com a comunicação do terceiro setor;
- Divulgação dos projetos realizados na Aprata junto aos seus diferentes públicos;
- Possibilitar a facilidade da busca por informações e serviços prestados pela instituição.

7.3 Justificativa

O site da Aprata tem o intuito de explorar novas possibilidades de relacionamento com os membros, além de atingir a opinião pública sobre os projetos oferecidos pela instituição.

O trabalho visa mostrar o quão essencial é uma boa comunicação no terceiro setor, algo que hoje encontramos apenas no setor público e privado. O site contribui para que empresas sem fins lucrativos possam compreender a

necessidade em dar atenção ao seu público interno e motivar o ambiente organizacional, deixando claro a importância desse setor ocupar um espaço na mídia e os benefícios que isso oferece às organizações.

Alves (2010) explica que a comunicação no terceiro setor é parte fundamental das estratégias de todas as instituições e essencial para alcançar visibilidade, garantir a divulgação do trabalho realizado por ela e estabelecer sua imagem e identidade corporativa de forma sólida e positiva junto à sociedade ampliando valores como credibilidade e notoriedade.

Para interagir com os membros da instituição, os recursos midiáticos, vídeos, fotografias e textos auxiliam tanto no maior interesse dos envolvidos em compartilhar opiniões, como na publicação dos fatos que ocorrem na entidade.

O grupo percebeu a necessidade do site para o desenvolvimento da comunicação na Aprata, devido à necessidade existente de um meio mais elaborado que atinja diretamente os membros. Portanto, entende-se que a comunicação do terceiro setor foi valorizada ao melhorar seu envolvimento com a sociedade, o que pode ocasionar visibilidade, novos voluntários e oportunidade de captação de recursos.

7.4 Público-alvo

O site tem como público-alvo os membros ligados à entidade, entre eles estão 300 alunos, com faixa etária de 14 a 24 anos, do sexo feminino e masculino, que frequentam ensino fundamental, médio e curso superior e possuem renda familiar de até dois salários mínimos (classe social D); sete funcionários com faixa etária de 20 a 50 anos, do sexo feminino e masculino, com ensino médio e curso superior completo obtendo a renda de dois a três salários mínimos (classe social C); 100 colaboradores de ambos os sexos com ensino médio e curso superior completo e renda de dois a quatro salários mínimos (classe social C), 19 fornecedores de médio e grande porte, do sexo feminino e masculino, com ensino médio e curso superior completo, e todas as pessoas que são atingidas direta ou indiretamente pela instituição. O site também dispõe conteúdo ao internauta que venha a ter interesse sobre os assuntos relacionados à entidade.

7.5 Linha editorial

O site tem como foco assuntos voltados à instituição, com a intenção de manter um bom relacionamento e organizar o método de comunicação com o público interno. Ele também visa divulgar os trabalhos e projetos realizados e atingir a opinião pública sendo disponibilizado num meio onde muitos têm acesso.

A escolha pela internet como o principal veículo de comunicação é devido ao grande alcance de pessoas que o meio oferece. Além disto, um dos pontos colocados em questão está no avanço da tecnologia atual, presente cada vez mais no cotidiano das pessoas.

Todo o conteúdo do site é realizado, revisado e corrigido pelas autoras e orientadora do trabalho. Foram produzidas 29 notícias, todas pautadas com assuntos da entidade, seja projetos em salas de aulas, inscrições, palestras, competições, alunos que se destacam, histórias de vida, empresas parceiras, funcionários, reformas, sonhos, dedicação, aprendizes e trabalhos. A periodicidade é de duas a três matérias por semana no espaço de notícias, com uma linguagem informativa e dinâmica. O conteúdo trabalhado também possui hiperlinks para materiais criados no site, o que permite um complemento da informação de uma forma mais atrativa.

As pautas e entrevistas são realizadas pelas integrantes. As fontes para o conteúdo são a população, a instituição e, em casos necessários, especialistas no assunto em questão, utilizando as técnicas jornalísticas, como, por exemplo, a maneira das notícias serem escritas no jornalismo online, o conteúdo facilita compreensão da leitura na web feita pelo usuário.

Já na questão da usabilidade, o site é desenvolvido de forma que seja possível acessá-lo e manuseá-lo de forma ágil e simples. Carrions (2008, p.54) caracteriza a ferramenta como um instrumento de melhor proveito em *softwares* e eliminação das possíveis dificuldades enfrentadas por usuários, criando a "qualidade de interação", sendo um elo entre a interface e seu usuário. Sua estrutura também traz particularidades da instituição que está citado nos subtítulos seguintes.

7.6 Técnicas e linguagens jornalísticas

As características do webjornalismo auxiliam na elaboração da informação do meio online. Partindo delas, as técnicas utilizadas no site são: hipertextualidade, interatividade, personalização, memória, instantaneidade e multimídia.

De acordo com Pádua e Filho (2011), a leitura de um texto na internet é feita de forma não linear, ou seja, o leitor não fica preso a uma sequência de um texto, assim o hipertexto disponibiliza ao internauta uma leitura mais interativa, permitindo o aprofundamento do conteúdo. Na página da Associação, é encontrado nas notícias, que pelos hiperlinks levam o usuário a obter mais informação a respeito do assunto.

Pensando na questão de interatividade, as redes sociais utilizadas, como Facebook e Instagram, abrem espaço para o público interagir com o material postado por meio de comentários nas matérias. Há ainda abas que permitem o envio de sugestões de notícias, a realização de contato por e-mail com os funcionários da instituição, além da possibilidade de compartilhamento do conteúdo.

Canavilhas (2014) explica que a interação auxilia o crescimento da aproximação entre os membros de um determinado lugar, oferecendo um espaço para o público se expressar, impor suas dúvidas, se comunicar com outras pessoas, estabelecendo um relacionamento de troca de mensagens com toda a rede.

A personalização do site foi pensada no usuário e os conteúdos são visíveis e divididos por assuntos, assim ele consegue percorrer sozinho seu próprio caminho na internet. De acordo com Prado (2011), essa característica possibilita que o internauta tenha um acesso mais fácil para encontrar o conteúdo desejado, pois o material é filtrado, além de não sobrecarregar a informação.

No entanto, com o avanço tecnológico a internet proporciona cada vez mais rapidez na postagem de conteúdos e isso demanda um espaço para serem armazenadas essas informações e poderem ser acessadas no futuro com segurança. No webjornalismo essa característica se denomina como memória, na qual todo o conteúdo elaborado no meio fica guardado e pode ser

encontrado a qualquer momento. No site da Aprata, as notícias podem ser localizadas pelo sistema de busca disponibilizado ao lado dos títulos. Já os outros conteúdos da página não possuem o sistema devido a algumas informações estarem no formato estático, ou seja, não sofrem grandes alterações e só é possível colocar o sistema de busca quando está no banco de dados. Dessa forma, o programador encontrou dificuldades para inserir a busca em todo o site todo. Porém, todos os conteúdos possuem fácil acesso de localização tanto no menu quanto nas páginas internas.

Em relação à instantaneidade, proporciona ao webjornalismo velocidade na publicação, atualização e propagação das mensagens. Ela permite explorar diferentes experiências e leva ao público o que os meios tradicionais não disponibilizam que é o imediatismo da notícia. A periodicidade das matérias é duas a três por semana, com uma linguagem informativa e dinâmica. Afinal, a qualidade das informações é mais relevante, uma vez que a grande quantidade de mensagens, com pouco aprofundamento, não garante ao leitor um bom conteúdo.

Os conteúdos possuem ainda a característica multimídia que, segundo Mielniczuk (2003), [...] “no contexto do webjornalismo, a multimídia caracteriza a convergência dos formatos das mídias tradicionais, na narração do fato jornalístico em um mesmo suporte”. O internauta acessa uma única informação, ligada ao som, texto e imagem ao mesmo tempo, por meio de computadores, celulares, tablets, entre outros dispositivos.

O site, por exemplo, possui esse item na aba “História” em que texto, vídeo e fotos complementam a informação. Nos “Depoimentos” e “Voluntários” são encontrados vídeo e texto, e as matérias na aba “Notícias” possuem texto e imagens com hiperlinks que aprofundam o conteúdo, além da possibilidade de um link que leva o usuário ao acesso dos vídeos.

No vídeo institucional, no entanto, será acrescentado a Língua Brasileira de Sinais, Libras, sendo acessível a qualquer usuário que tiver contato com o vídeo, para que melhor possam conhecer a entidade. Mesmo não sendo possível o acréscimo dessa linguagem no vídeo para a entrega do TCC para a banca, ele será acrescentado para a banca de defesa.

Todas essas características complementam os conteúdos do site, deixando mais fácil a maneira com que o internauta entenda e acesse as informações.

7.7 Projeto gráfico

O projeto gráfico é terceirizado pelo analista de sistema Valdemir Michel dos Santos. Os estudos de jornalismo online realizados pelas pesquisadoras deste TCC auxiliam para o desenvolvimento e definição do conceito de site.

7.7.1 Página inicial

A página inicial do site (Figura 4) contém o cabeçalho, na parte superior da tela, com o logotipo que foi reformulado durante o projeto, por estar desatualizado, que serve de link para a home. Em seguida aparecem os ícones das redes sociais (*Facebook, Instagram, Youtube, LinkedIn e Google Plus*) no canto superior direito, que auxilia as pessoas ao acesso sobre tudo que acontece na entidade e possibilita também o compartilhamento das novidades em suas redes social, além de criar um contato mais fácil por esses meios.

FIGURA 4 – Página inicial da Aprata

APRATA
Associação Pró-Ranchariense de Apoio ao Trabalho do Aprendiz

Instituição ▾ Aprendiz ▾ Inscrições Notícias ▾ Parceiros ▾ Voluntários ▾ Contato

Você conhece a importância da profissionalização?

REFORMAS
ASSOCIAÇÃO RECEBE MELHORIAS DE INFRAESTRUTURA

TREINAMENTO
Simulado prepara alunos para provas futuras

DESENVOLVIMENTO
Aprendizes trabalham com criações de empresas na entidade

REFLEXÃO
Conscientização sobre o meio ambiente estimula rancharienses a pensar no fu

ENSINAR
Em comemoração ao dia dos professores, funcionários recebem homenagens

VÍDEO INSTITUCIONAL

Sua ajuda tem um grande valor!

APOIE

PARCEIROS

magazineluiza

ROTARY INTERNATIONAL

DERCO DISTRIBUIDORA

HOSPITAL E MATERNIDADE DE RANCHARIA

Romera

APRATA
Associação Pró-Ranchariense de Apoio ao Trabalho do Aprendiz

Informações de Contato

Avenida Comendador Pedro Ferreira
Doninho, 326 - Jd Primavera
Rancharia - SP - CEP 19600-000
(18) 3265-3689
contato@aprata.com.br

Associação Pró-Ranchariense de Apoio ao Trabalho do Aprendiz - Todos os Direitos Reservados - Desenvolvido por AgileDW

Política de Privacidade

Fonte: Aprata. 2017. Disponível em: <http://www.aprata.com.br>. Acesso em: 26 nov.2017.

Os menus de navegação (Figura 5), horizontal, fixo e com fonte *opensans* (Figura 6) são links que remetem o usuário as demais páginas do site. Seguem da seguinte forma: instituição, aprendiz, inscrições, notícias, parceiros, voluntários e contato. Durante a navegação no site, em qualquer das seções que se encontre o usuário, o menu e o selo estará presentes.

FIGURA 5 – Menus



Fonte: Aprata. 2017. Disponível em: <http://www.aprata.com.br>. Acesso em: 26 nov. 2017.

FIGURA 6 – Fonte *Opensans*



Fonte: Valdemir Michel dos Santos

Junto à barra de menus, no canto superior direito, está localizado o botão “Apoie” (Figura 7), selo fixo na barra do menu, que surgiu como ideia para incentivar as pessoas a colaborarem com a instituição, não somente em dinheiro, mas também com trabalho voluntário ou qualquer outro tipo de ajuda. Clicando no ícone, uma página é aberta com informações para que o usuário possa realizar a colaboração financeira. É encontrada também nessa página, a frase “conheça outras formas de contribuir aqui” (Figura 8) que tem a intenção de estimular as pessoas a ajudar a instituição se cadastrando e fazendo parte assim dos voluntários da entidade (Figura 9).

FIGURA 7 – Selo



Fonte: Valdemir Michel dos Santos

FIGURA 8 – Apoio

APRATA
Associação Pró-Ranchiense de Apoio ao Trabalho do Aprendiz

Instituição - Aprendiz - Inscrições - Notícias - Parceiros - Voluntários - Contato

APOIE

A Aprata busca possibilitar aos jovens o crescimento no mercado de trabalho, proporcionando capacitação técnica, além das primeiras experiências profissionais.

Apoie nossa missão contribuindo com nosso projeto. Sua doação possui grande valor tanto para nossa instituição, quanto para promover grandes mudanças na vida e carreira dos nossos aprendizes. Você pode realizar sua doação mensal depositando todos os meses diretamente na conta da Aprata, ou se preferir [clique aqui](#) e faça o seu cadastro.

Você também pode realizar a doação, indo até a Aprata no horário de funcionamento, caso preferir nosso office boy vai até a sua casa ou empresa.

Dados Bancários

Favorecido:
Associação Pró-Ranchiense de Apoio ao Trabalho do Aprendiz
CNPJ: 53.305.625-00/1-69

Banco do Brasil 001
Agência: 6754-7
C/C: 373-5

APRATA
Associação Pró-Ranchiense de Apoio ao Trabalho do Aprendiz

Informações de Contato
Avenida Comendador Pedro Ferreira
Dorinha, 326 - Jd Primavera
Rancharia - SP - CEP 19600-000
☎ (18) 3265-5689
✉ contato@aprata.com.br

Associação Pró-Ranchiense de Apoio ao Trabalho do Aprendiz - Todos os Direitos Reservados - Desenvolvido por: AgilWeb

Política de Privacidade

Fonte: Aprata. 2017. Disponível em: <http://www.aprata.com.br/Home/Apoie>. Acesso em: 26 nov.2017.

FIGURA 9 – Como ser voluntário

VAPRATA
Associação Pró-Renascimento de Apoio ao Trabalho do Aprendiz

Instituição - Aprendiz - Inscrições - Notícias - Parceiros - Voluntários - Contato

COMO SER VOLUNTÁRIO

O voluntariado promove o desenvolvimento social, colaborando positivamente com a melhoria do outro. A solidariedade e a motivação fazem a diferença na construção de um mundo melhor. Sua ajuda tem grande valor para nossa Instituição e para a sociedade, seja um voluntário.

Preencha formulário ou entre em contato pelo telefone (18) 3265-3689.

Preencha com suas informações pessoais

Home

Seu nome completo

CPF

000.000.000-00

Email

email@email.com.br

Telefone Fixo

(00) XXXX-XXXX

Celular

(00) XXXXX-XXXX

Endereço

Logradouro

Rua Exemplo

Número

Nº

Bairro

Bairro

Estado

Acre

Cidade

Cidade

Cadastrar

VAPRATA
Associação Pró-Renascimento de Apoio ao Trabalho do Aprendiz

Informações de Contato

Avenida Comendador Pedro Ferreira
Dorinho, 326 - Jd Primavera
Rancharia - SP - CEP 19600-000
☎ (18) 3265-3689
✉ contato@aprata.com.br

Associação Pró-Renascimento de Apoio ao Trabalho do Aprendiz - Todos os Direitos Reservados - Desenvolvido por AgênciaDW

f i+ y+ w+ g+

Política de Privacidade

Fonte: Aprata. 2017. Disponível em:
<http://www.aprata.com.br/Voluntario/ComoSerVoluntario>. Acesso em: 26 nov.2017.

Adiante seguem três banners, que foram criados com a intenção de atrair o usuário para o assunto, deixando o site mais chamativo e dinâmico. O primeiro (Figura 10) relata a importância da profissionalização que, ao clicar, um vídeo em formato de *storytelling* é aberto abordando o tema da valorização dos cursos de capacitação em relação à busca de se ingressar no mercado de trabalho.

FIGURA 10 – Profissionalização



Fonte: Valdemir Michel dos Santos

O segundo (Figura 11) traz o *slogan* da entidade e demonstra um jovem realizando a sua inscrição nos cursos, e ao clicar, leva o usuário ao acesso da página de inscrições. Já o terceiro banner (Figura 12) mostra que a empresa só tem a ganhar ao contratar aprendizes, basta dar a primeira oportunidade. Essa aba encaminha as empresas para se cadastrar e fazer parte dos parceiros da Aprata.

FIGURA 11 – Slogan e inscrições



Fonte: Valdemir Michel dos Santos

FIGURA 12 – Parceiros



Fonte: Valdemir Michel dos Santos

A segunda tela da página inicial é separada em duas colunas (Figura 13): a parte de notícias, com a principal em destaque e outras mais abaixo, contendo chapéu, título e fotografia. No lado direito, a página contém dois banners: um com a foto da entidade, que leva o usuário ao vídeo institucional, e outro que remete ao Apoie, ao ser clicado, leva para a página da ajuda financeira.

FIGURA 13 – Parte central da página inicial



Fonte: Aprata. 2017. Disponível em: <http://www.aprata.com.br>. Acesso em: 26 nov.2017.

Adiante seguem os logotipos de todas as 19 empresas (Figura 14) que são parceiras da Aprata. Ao final encontra-se o rodapé, que contém as informações da instituição, como logotipo, nome, endereço, telefone para

contato e e-mail. Abaixo contém a barra das redes sociais e informações da empresa que fez o site. Depois segue o termo de política de privacidade do site (APÊNDICE C). O material foi criado pelas autoras do trabalho e revisado por um promotor de justiça para que fosse validada a criação.

FIGURA 14 – Parceiros e Rodapé



Fonte: Aprata. 2017. Disponível em: <http://www.aprata.com.br>. Acesso em: 26 nov.2017.

7.7.2 Menu de navegação

Os menus de navegação estão subdivididos em itens que trazem os objetivos da instituição, a história do local, o trabalho realizado, equipe de trabalho, cursos oferecidos, depoimentos de quem passou pela Aprata e de quem ajudou e/ou ajuda, os parceiros que contribuem para o funcionamento da entidade e notícias veiculadas para o público interno.

No item "Instituição" é possível encontrar informações sobre a Aprata, como mostra a figura 15.

FIGURA 15 – Menu instituição



Fonte: Aprata. 2017. Disponível em: <http://www.aprata.com.br>. Acesso em: 26 nov.2017.

O “Missão, visão e valores”, permite a todos os públicos conhecer melhor a instituição e aborda a identidade, a razão, os princípios e os objetivos por ela traçados (Figura 16).

FIGURA 16 – Missão, visão e valores



The image shows a screenshot of the Aprata website. At the top, there is a navigation menu with links for 'Instituição', 'Aprendiz', 'Inscrições', 'Notícias', 'Parceiros', 'Voluntários', and 'Contato'. The main content area is divided into three sections: 'MISSÃO', 'VISÃO', and 'VALORES'. The 'MISSÃO' section features a large photo of the Aprata building and text stating: 'Capacitar jovens e adolescentes por meio de ações sócioeducativas, além de integrá-los no mercado de trabalho.' The 'VISÃO' section includes a smaller photo and text: 'Ser uma instituição do terceiro setor reconhecida pelo crescimento pessoal e profissional dos jovens e adolescentes, além de promover a inclusão social.' The 'VALORES' section lists: 'Comprometimento, Ética, Excelência, Transparência e Responsabilidade Social'. At the bottom, there is a contact information section with the Aprata logo, address, phone number, and email. Social media icons for Facebook, Instagram, YouTube, and Google+ are also present.

MISSÃO

Capacitar jovens e adolescentes por meio de ações sócioeducativas, além de integrá-los no mercado de trabalho.

VISÃO

Ser uma instituição do terceiro setor reconhecida pelo crescimento pessoal e profissional dos jovens e adolescentes, além de promover a inclusão social.

VALORES

Comprometimento, Ética, Excelência, Transparência e Responsabilidade Social

Informações de Contato

Avenida Comendador Pedro Ferreira
Dorichó, 326 - Jd Primavera
Rancharia - SP - CEP 19600-000
☎ (18) 3265-3699
✉ contato@aprata.com.br

Associação Phi Rancheense de Apoio ao Trabalho de Aprendiz - Todos os Direitos Reservados - Desenvolvido por AgnêDW

Política de Privacidade

Fonte: Aprata. 2017. Disponível em: <http://www.aprata.com.br/Missao>. Acesso em: 26 nov.2017.

A “Atuação” trata do desempenho da Aprata perante a sociedade e na vida dos jovens e adolescentes que por lá passam ou já passaram. Busca levar um resumo de como está a entidade e o que ela oferece atualmente. (Figura 17).

FIGURA 17 – Atuação



VAPRATA
Associação Pró-Rancharense de Apoio ao Trabalho do Aprendiz

Instituição - Aprender - Inscrições - Notícias - Parceiros - Voluntários - Contato

ATUAÇÃO



A Aprata atua por meio de ações sócioeducativas, através de cursos profissionalizantes para Menor e Jovem Aprendiz. A entidade trabalha com ética e prioriza a qualificação profissional dos membros matriculados.

A Associação proporciona aos jovens oportunidades para a inserção profissional, uma iniciativa que estimula a habilidade dos alunos e o crescimento do mercado de trabalho, além de oferecer benefícios tanto aos adolescentes quanto às empresas que os contratam, com registro em Carteira de Trabalho, dentro das leis trabalhistas, garantidas pela Instituição.

Estão matriculados 300 adolescentes e jovens de 14 a 24 anos. Os cursos oferecidos são gratuitos, a entidade não cobra taxa para a inscrição.

São eles: comunicação e linguagem, escritório, informática, recepção, técnicas em serviços de supermercados, técnicas em controle de qualidade, técnicas em escritório, técnico em segurança do trabalho.

VAPRATA
Associação Pró-Rancharense de Apoio ao Trabalho do Aprendiz

Informações de Contato
Avenida Comendador Pedro Fereira
Dorinho, 326 - Jd Primavera
Rancharia - SP - CEP 19600-000
☎ (18) 3255-3689
✉ contato@aprata.com.br

Associação Pró-Rancharense de Apoio ao Trabalho do Aprendiz - Todos os Direitos Reservados - Desenvolvido por: AgniOW

Política de Privacidade

Fonte: Aprata. 2017. Disponível em: <http://www.aprata.com.br/Atuacao>. Acesso em: 26 nov.2017.

“Equipe de trabalho” traz um pequeno resumo dos cargos, nome completo, data de admissão e e-mail para contato dos sete funcionários que compõem a instituição e possibilita um futuro melhor para os jovens de Rancharia (Figuras 18 e 19).

FIGURA 18 – Equipe de trabalho

VAPRATA
Associação Pró-Rancharias de Apoio ao Trabalho do Aprendiz

Instituição ▾ | Aprendiz ▾ | Inscrições | Notícias ▾ | Parceiros ▾ | Voluntários ▾ | Contato

Ana
Assistente Social
VER MAIS...

Caio
Professor de Informática
VER MAIS...

Clayton
Auxiliar administrativo
VER MAIS...

Guilherme
Office Boy
VER MAIS...

João
Professor de Comunicação e Linguagem
VER MAIS...

Márcia
Coordenadora Pedagógica e Professora
VER MAIS...

Saulo
Professor Técnico em Segurança do Trabalho
VER MAIS...

Informações de Contato:
Avenida Comendador Pedro Ferreira
Dorinho, 326 - Jd Primavera
Rancharia - SP - CEP 19600-000
☎ (18) 3205-9689
✉ contato@aprata.com.br

Associação Pró-Rancharias de Apoio ao Trabalho do Aprendiz - Todos os Direitos Reservados. Desenvolvido por: AgêDW

Política de Privacidade

Fonte: Aprata. 2017. Disponível em: <http://www.aprata.com.br/Equipes>. Acesso em: 26 nov.2017.

FIGURA 19 – Informações completas

APRATA

Instituição | Agência | Inscrições | Notícias | Passagens | Voluntários | Galeria

Márcia Rosa Oreste
Cargo: Coordenadora Pedagógica e Professora

• 01-12-2006
• coordenacao@aprata.com

Resumo
Márcia é formada em Administração pela Faculdade de Rancharia, grupo Uniwag, Possui Pós em Gestão Estratégica de Pessoas pelo Senac de Presidente Prudente. Entrou na instituição como auxiliar administrativo e três anos depois passou a ser coordenadora da instituição. Com a oportunidade de trabalhar, passou a dar aulas nos cursos. Hoje ela encontra satisfação com os alunos.

Associação de Contato
Associação Comunitária Peixe Fomeado
Bairro: Sítio - Jd. Primavera
Rancharia - SP - CEP: 13600-000
Tel: (16) 3320-2606
e-mail: contato@aprata.com.br

Associação Comunitária Peixe Fomeado - Todos os Direitos Reservados - Associação - Agência

Política de Privacidade

Fonte: Aprata. 2017. Disponível em: <http://www.aprata.com.br/Equipes/Equipe/6>.
Acesso em: 26 nov.2017.

No item “Diretoria” é apresentado os nomes e funções de cada integrante da diretoria executiva, conselho fiscal e deliberativo da Aprata. A diretoria é composta por membros do Rotary Club de Rancharia, clube sem fins lucrativos que presta serviços voluntários em vários lugares do mundo (Figura 20).

FIGURA 20 – Diretoria

DIRETORIA

DIRETORIA EXECUTIVA

Presidente:
Marcos Paulo Nunes Viera

1º Vice-presidente:
Antônio Aparecido Pascolto

2º Vice-presidente:
Carlos Aparecido Miura Rodrigues

1º Tesoureiro:
João Ricardo Alvarez Nicolosi

2º Tesoureiro:
Ângelo Augusto Cardoso Pascolto

1º Secretário:
José Ricardo Mazini

2º Secretária:
Rafael Carlos da Silva

Relações Públicas:
Antônio Carlos Fernandes Dias

Procuradora Jurídica:
Soliane Malagueta

CONSELHO FISCAL

Titulares:
Arthur Ernest Lamers
Antônio Glaudir Balan Junior
Carlos Aparecido Miura Rodrigues

Suplentes:
Wilson Figueiredo
Joaquim Carlos da Silva
Nelson Kenji Hossomi

Conselho Deliberativo:
Lucilene Maria Bressani da Silva
Bruno Henschel
José Fernandes Dias
Sueli de Souza Coletto Correia
Carlos Gomes
Paulo Henrique Bolque
Renato Paes de Oliveira
José Rubens Frasson
Maria Gleide do Nascimento
Edileusa Silveira Marques
Rosângela de Oliveira

Informações de Contato
Av. Comandante Pedro Ferreira
Opinção, 326 - Jd. Primavera
Rancharia - SP - CEP 13600-000
Tel: (14) 3265-2658
contato@aprata.com.br

Fonte: Aprata. 2017. Disponível em: <http://www.aprata.com.br/Diretoria>. Acesso em: 26 nov.2017.

Abordar por meio de vídeo, fotos e texto o passado e presente da instituição, esse é o papel do item “História”. Além de educativo a aba com uma linguagem dinâmica permite o usuário conhecer informações sobre a entidade e o público atendido (Figura 21).

FIGURA 21 – História



HISTÓRIA

A Aprata é uma organização sem fins lucrativos, que há mais de 19 anos capacita jovens para o mercado de trabalho. A história da instituição começa em Rancharia, sob os cuidados do Rotary Club que vêm auxiliando com os trabalhos sociais.

Ao longo de sua trajetória, novos recursos trouxeram grandes mudanças ao ambiente. Cresceram o número de parcerias, colaboradores, voluntários e alunos da casa. Os cursos e estrutura física foram ampliados para atender melhor às necessidades da comunidade.

O plano de ensino para oferecer qualificação profissional, está no trabalho de capacitação por meio de novos conhecimentos sobre o mercado de trabalho, atuação e oportunidades para garantir aos jovens o primeiro emprego.

Proporcionar um futuro melhor aos jovens é o principal objetivo da Aprata. Fazer com que os alunos comecem a pensar na carreira profissional e garantir um lugar no mercado de trabalho.

A organização estará sempre de portas abertas para proporcionar novas oportunidades!

Informações de Contato
 Avenida Comendador Pedro Ferreira
 Dorinho, 326 - Jd Primavera
 Rancharia - SP - CEP 19600-000
 (18) 3265-3689
 contato@aprata.com.br

Associação Pró-Ranchariense de Apoio ao Trabalho do Aprendiz - Todos os Direitos Reservados - Desenvolvido por AgitoDV

Política de Privacidade

Fonte: Aprata. 2017. Disponível em: <http://www.aprata.com.br/Historia>. Acesso em: 26 nov.2017.

O “Galeria” contém dois subitens, onde o espaço multimídia apresenta fotos e vídeos dos acontecimentos da Aprata e de quem passou pela instituição (Figuras 22 e 23). Ao abrir a galeria de fotos, uma página com capa,

título e crédito de cada álbum é aberta e eles contam com cerca de 40 fotos. Quando clicado, uma página é aberta com a possibilidade de visualizar as fotos em miniaturas e em tamanho maior. As legendas das fotos não foram inseridas por que o programa que o criador do site utiliza não permite a inserção delas.

FIGURA 22 – Galeria de Fotos



Fonte: Aprata. 2017. Disponível em: <http://www.aprata.com.br/Fotos>. Acesso em: 26 nov.2017.

FIGURA 23 – Vídeos

Fonte: Aprata. 2017. Disponível em: <http://www.aprata.com.br/Videos>. Acesso em: 26 nov.2017.

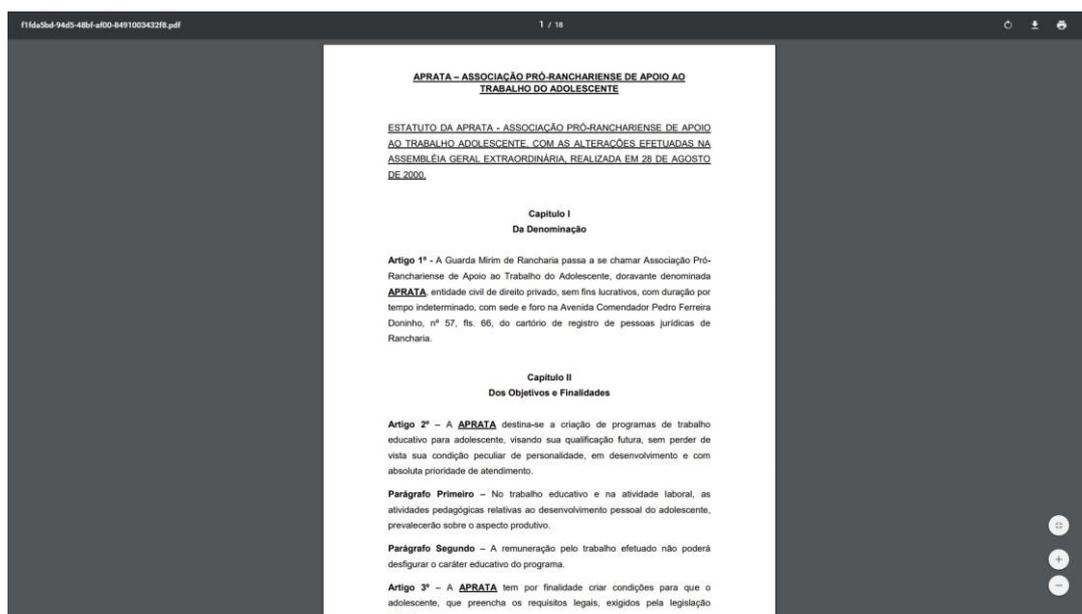
“Estatuto” disponibiliza um arquivo em pdf em que possibilita o internauta a ter acesso ao estatuto da Aprata (Figura 24). O documento é aberto em outra página e pode ser lido por todos na íntegra (Figura 25).

FIGURA 24 – Estatuto Aprata



Fonte: Aprata. 2017. Disponível em: <http://www.aprata.com.br/Estatuto>. Acesso em: 26 nov.2017.

FIGURA 25 – Estatuto na íntegra



Fonte: Aprata. 2017. Disponível em: <http://www.aprata.com.br/Arquivos/Estatuto/f1fda5bd-94d5-48bf-af00-8491003432f8.pdf>. Acesso em: 26 nov.2017.

Para finalizar, o menu possui uma aba chamada “Expediente” (Figura 26). Nela conta as informações de como foi criado o site, as autoras responsáveis e a universidade de atuação. O item serve também para completar os direitos autorais da página.

FIGURA 26 – Expediente



Fonte: Aprata. 2017. Disponível em: <http://www.aprata.com.br/Home/Expediente>. Acesso em: 26 nov.2017.

No espaço do “Aprender” (Figura 27), o usuário pode ter acesso aos cursos oferecidos, além do depoimento de jovens que estão ou já passaram pela Aprata e tiveram suas vidas transformadas pela instituição. É a aba onde o aluno tem o contato direto com o professor e a possibilidade de enviar arquivos para os mesmos, além de ficar por dentro do calendário da entidade.

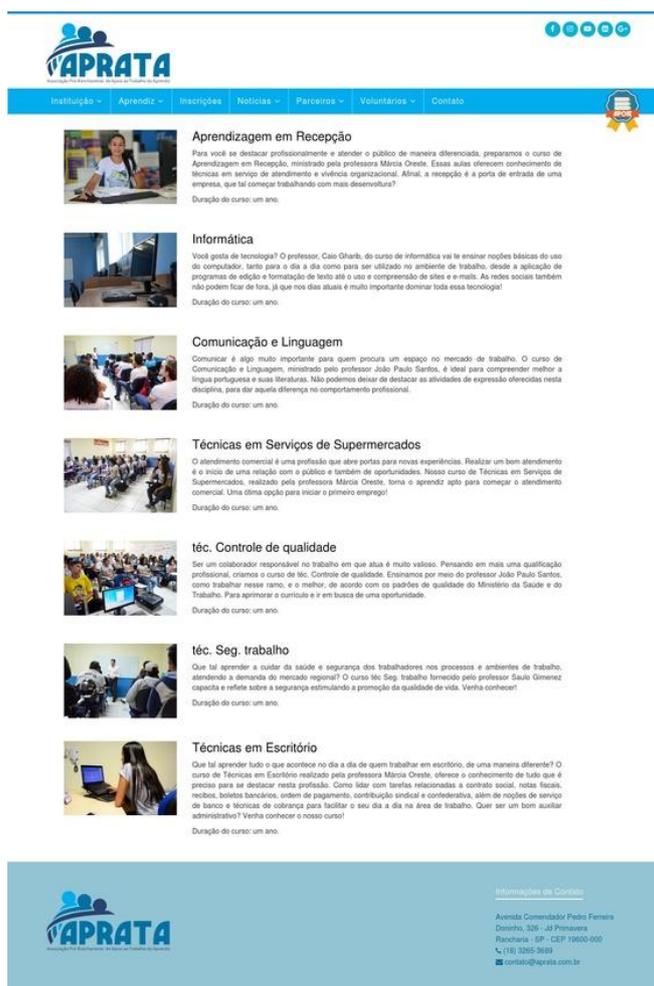
FIGURA 27 – Menu Aprendiz



Fonte: Aprata. 2017. Disponível em: <http://www.aprata.com.br>. Acesso em: 26 nov.2017.

O item “Cursos” leva o usuário a conhecer os cursos que são prestados pela entidade, com um breve resumo e o tempo de cada. Os sete cursos disponibilizados pela instituição atingem tanto o projeto do Jovem Aprendiz quanto Menor Aprendiz (Figura 28).

FIGURA 28 – Cursos



APRATA

Instituição - Aprendizagem - Inscrições - Notícias - Parceiros - Voluntários - Contato

Aprendizagem em Recepção
Para você se destacar profissionalmente e atender o público de maneira diferenciada, preparamos o curso de Aprendizagem em Recepção, ministrado pela professora Marcia Orestes. Essas aulas oferecem conhecimento de técnicas em serviço de atendimento e vivência organizacional. Afinal, a recepção é a porta de entrada de uma empresa, que tal começar trabalhando com mais desenvoltura?
Duração do curso: um ano.

Informática
Você gosta de tecnologia? O professor, Caio Gharib, do curso de informática vai te ensinar noções básicas do uso do computador, tanto para o dia a dia como para ser utilizado no ambiente de trabalho, desde a aplicação de programas de edição e formatação de texto até o uso e compreensão de files e e-mails. As redes sociais também não podem ficar de fora, já que nos dias atuais é muito importante dominar toda essa tecnologia!
Duração do curso: um ano.

Comunicação e Linguagem
Comunicar é algo muito importante para quem procura um espaço no mercado de trabalho. O curso de Comunicação e Linguagem, ministrado pelo professor João Paulo Santos, é ideal para compreender melhor a língua portuguesa e suas literaturas. Não podemos deixar de destacar as atividades de expressão oferecidas nesta disciplina, para dar aquela diferença no comportamento profissional.
Duração do curso: um ano.

Técnicas em Serviços de Supermercados
O atendimento comercial é uma profissão que abre portas para novas experiências. Realizar um bom atendimento é o início de uma relação com o público e também de oportunidades. Nosso curso de Técnicas em Serviços de Supermercados, realizado pela professora Marcia Orestes, toma o aprendiz apto para começar o atendimento comercial. Uma ótima opção para iniciar o primeiro emprego!
Duração do curso: um ano.

téc. Controle de qualidade
Ser um colaborador responsável no trabalho em que atua é muito valioso. Pensando em mais uma qualificação profissional, criamos o curso de téc. Controle de qualidade. Ensinamos por meio do professor João Paulo Santos, como trabalhar nesse ramo, de o melhor, de acordo com os padrões de qualidade do Ministério da Saúde e do Trabalho. Para aprimorar o currículo e em busca de uma oportunidade.
Duração do curso: um ano.

téc. Seg. trabalho
Que tal aprender a cuidar da saúde e segurança dos trabalhadores nos processos e ambientes de trabalho, atendendo a demanda do mercado regional? O curso téc. Seg. trabalho, ministrado pelo professor Saulo Genesio, capacita e reflete sobre a segurança estimulando a promoção da qualidade de vida. Venha conhecer!
Duração do curso: um ano.

Técnicas em Escritório
Que tal aprender tudo o que acontece no dia a dia de quem trabalha em escritório, de uma maneira diferente? O curso de Técnicas em Escritório, ministrado pela professora Marcia Orestes, oferece o conhecimento de tudo que é preciso para se destacar nesta profissão. Como lidar com tarefas relacionadas a contrato social, notas fiscais, recibos, boletins bancários, ordem de pagamento, contribuição sindical e confederativa, além de noções de serviço de banco e técnicas de cobrança para facilitar o seu dia a dia na área de trabalho. Quer ser um bom auxiliar administrativo? Venha conhecer o nosso curso!
Duração do curso: um ano.

Informações de Contato
Avenida Comendador Pedro Ferraes
Domínio, 326 - Jd Primavera
Rancharia - SP - CEP 13600-000
At: (15) 3305-9693
contato@aprata.com.br

Fonte: Aprata. 2017. Disponível em: <http://www.aprata.com.br/Cursos>. Acesso em: 26 nov.2017.

Para se ter acesso aos acontecimentos da instituição, o item “Calendário da Aprata” (Figura 29) vem auxiliar o público a estar por dentro das datas comemorativas e das promoções que são realizadas. Uma forma para que tanto o público interno quanto externo possa colaborar para que a entidade cresça e proporcione melhores condições para os jovens.

FIGURA 29 – Calendário da Aprata

CALENDÁRIO DA APRATA
Nesse espaço você fica sabendo tudo sobre a programação da entidade. Confira!

15/10/2017
Confraternização dos Professores

20/12/2017
Sorteio da Rifa de Cesta de Natal

Informações de Contato:
Avenida Comendador Pedro Ferreira
Daninho, 326 - Jd Primavera
Rancheira - SP - CEP 19600-000
☎ (18) 3265-9889
✉ contato@aprata.com.br

Associação Pró-Rancheirama de Apoio ao Trabalho do Aprendiz - Todos os Direitos Reservados - Desenvolvido por Agê/DW

Política de Privacidade

Fonte: Aprata. 2017. Disponível em: <http://www.aprata.com.br/Agenda>. Acesso em: 26 nov.2017.

“Depoimentos” na aba “Aprendiz” proporciona ao usuário, em formato de vídeo, depoimentos de jovens que estão ou passaram pela Aprata. Eles contam as suas experiências na instituição e a importância que a mesma teve em suas vidas. (Figura 30).

FIGURA 30 – Aprendizizes

APRATA
Associação Pró-Renascimento do Apoio ao Trabalho de Aprendiz

Instituição ~ Aprendiz ~ Inscrições ~ Notícias ~ Parceiros ~ Voluntários ~ Contato

APRENDIZES

Você ficou curioso para saber como a Aprata pode modificar a sua vida profissional? Preparamos alguns depoimentos de alunos que já passaram ou ainda estão se capacitando em nossa Instituição, para falar mais um pouco sobre como a capacitação pode abrir portas na sua carreira profissional

6,000 Ex-Alunos	300 Na Instituição	90 Trabalhando
--------------------	-----------------------	-------------------

Associação Pró-Renascimento de Apoio ao Trabalho de Aprendiz

Informações de Contato:
Avenida Comendador Pedro Ferreira
Dorinho, 326 - Jd Primavera
Rancharia - SP - CEP 13600-000
(11) 3255-3669
contato@aprata.com.br

Associação Pró-Renascimento de Apoio ao Trabalho de Aprendiz - Todos os Direitos Reservados - Associação de Apoio ao Trabalho de Aprendiz - APTOW

Política de Privacidade

Fonte: Aprata. 2017. Disponível em: <http://www.aprata.com.br/Aprendiz>. Acesso em: 26 nov.2017.

O item “Fale com o Professor” (Figura 31) proporciona aos jovens um espaço para enviar suas mensagens e/ou anexo de arquivos, e assim ter um acesso mais fácil com o professor da instituição.

FIGURA 31 – Fale com o professor

The image shows a web page from APRATA with a contact form titled "FALE COM O PROFESSOR". The page header includes the APRATA logo and navigation links: "Instituição", "Aprendiz", "Inscrições", "Notícias", "Parceiros", "Voluntários", and "Contato". The main heading "FALE COM O PROFESSOR" is followed by a short paragraph: "Você tem alguma dúvida ou até mesmo algo que queira compartilhar com nossos professores? Esse espaço foi pensado para disponibilizar um meio em que falar com o professor fica ainda mais fácil. Aproveite a ferramenta para se comunicar com eles." Below this is a form titled "Preencha as informações" with fields for "Nome" (with a placeholder "Seu nome completo"), "Email" (with a placeholder "email@email.com.br"), "Telefone" (with a placeholder "(XX) XXXXX-XXXX"), and "Professor" (with a dropdown menu showing "Caio"). There is a large "Texto" area for a message, an "Arquivo" section with a "Choose File" button and the text "No file selected", and an "Enviar" button at the bottom. The footer contains the APRATA logo, contact information: "Avenida Comendador Pedro Ferreira, Dorinho, 326 - Jd Primavera, Rancharia - SP - CEP: 13600-000, (18) 3255-2688, contato@aprata.com.br", and social media icons for Facebook, Instagram, YouTube, and Google+. It also includes the text "Associação Pró-Rancharias de Apoio ao Trabalho do Aprendiz - Todos os Direitos Reservados" and "Política de Privacidade".

Fonte: Aprata. 2017. Disponível em: <http://www.aprata.com.br/Aprendiz>. Acesso em: 26 nov.2017.

“Lei do Aprendiz” disponibiliza um documento em arquivo pdf sobre a lei que rege os aprendizes. Ela proporciona os jovens a oportunidade de estarem por dentro dos direitos que lhes são assegurados (Figura 32).

FIGURA 32 – Lei do Aprendiz



Fonte: Aprata. 2017. Disponível em: <http://www.aprata.com.br/LeiAprendiz>. Acesso em: 26 nov.2017.

Já nas “Inscrições” (Figura 33), o internauta que busca a capacitação para o mercado de trabalho tem a oportunidade de se cadastrar, por meio de um formulário, dos projetos oferecidos. O preenchimento do formulário permite que o processo de cadastramento seja agilizado e depois de feita a inscrição, a entidade entra em contato para que a pessoa leve as cópias dos demais documentos e agenda uma entrevista.

FIGURA 33 – Inscrição

Fonte: Aprata. 2017. Disponível em: <http://www.aprata.com.br/Inscricao/Cadastro>. Acesso em: 26 nov.2017.

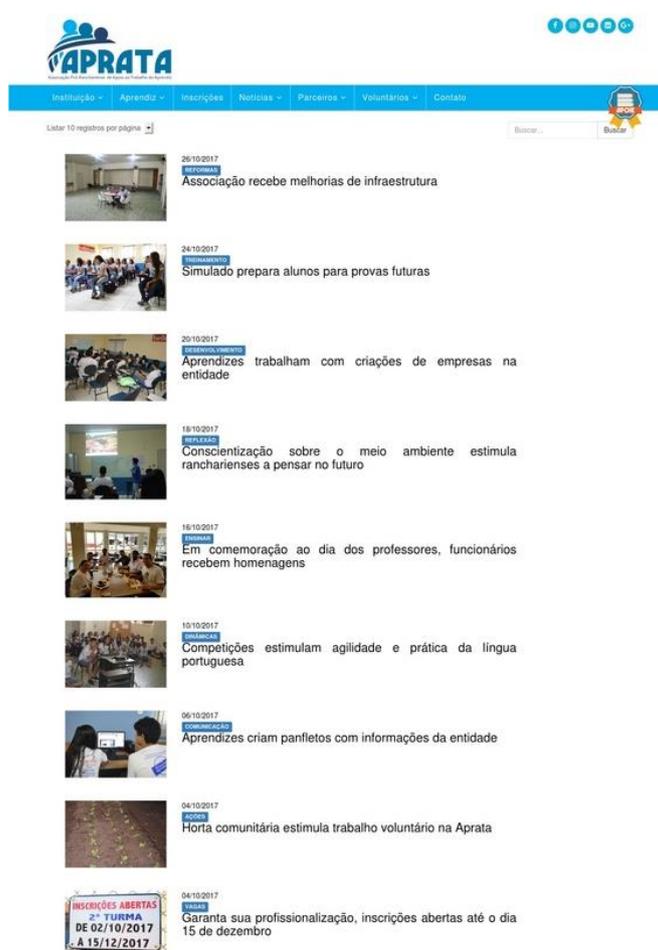
No menu das “Notícias”, uma aba intitulada “Lista de Notícias” (Figura 34), foi criado para armazenar as matérias publicadas no site. O ítem possui 29 matérias pautadas e produzidas com assuntos da entidade, sejam projetos em salas de aulas, inscrições, palestras, competições, alunos que se destacam, histórias de vida, empresas parceiras, funcionários e reformas, sonhos, dificuldades e trabalho para que os públicos internos e externos acompanhem as informações da instituição. A opção de busca também é encontrada nessa área e as palavras que estão nas matérias podem ser encontradas.

As matérias (Figura 35) são compostas por: título, data de publicação, crédito do autor, até três fotografias em horizontal ou vertical com legenda e crédito da foto, ambos no rodapé da imagem, texto, com fonte

Gidugu (Figura 36). Em alguns casos, o uso de hiperlink para que se possa aprofundar no assunto tratado ou ver matérias relacionadas. A linha fina, com base nas aulas de Jornalismo Online, não será utilizada nas matérias por não ser comum ao meio. A aba também possui a opção de comentar as matérias e compartilhar nas redes sociais.

As palavras-chaves são negritadas no texto para auxiliar o trabalho do mecanismo de busca na procura de notícias desejadas. De acordo com a Cartilha de recomendações de SEO para jornalistas online o texto negrito possibilita destaque às palavras-chave importantes do conteúdo discutido. Quando é inserido a tag , o buscador identifica essa expressão em destaque no texto, indicando que é relevante à busca.

FIGURA 34 – Notícias



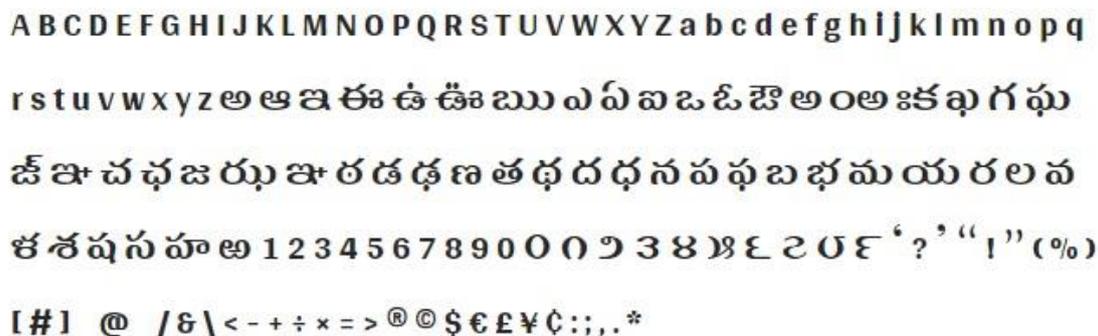
Fonte: Aprata. 2017. Disponível em: <http://www.aprata.com.br/Noticias>. Acesso em: 26 nov.2017.

FIGURA 35 – Matéria



Fonte: Aprata. 2017. Disponível em: <http://www.aprata.com.br/Noticias/Noticia/8>. Acesso em: 26 nov.2017.

FIGURA 36 - Fonte *Gidugu*



Fonte: Google Fonts. 2017. Disponível em: <https://fonts.google.com/specimen/Gidugu>. Acesso em: 26 nov. 2017.

Para completar o menu, “Sugestões de Notícias” (Figura 37) utiliza a participação do interna na construção das matérias que são

publicadas, por meio das sugestões de pauta que será possível ser enviada preenchendo o formulário disponível. Dessa forma também, o responsável pela criação das matérias poderá ter um contato maior com o público e saber aquilo que o usuário gostaria de saber da instituição.

FIGURA 37 – Sugestões de notícias

Fonte: Aprata. 2017. Disponível em: <http://www.aprata.com.br/Noticias/Sugestao>. Acesso em: 26 nov.2017.

“Parceiros” (Figura 38) foi criado para estimular as empresas a firmar parceria com a Aprata. Atualmente, são 19 parceiros e um formulário e regulamento está disponível para que mais empresas possam visitar e se juntar àquelas que já colaboram para que a entidade possa melhorar as condições de vida de muitos jovens e familiares.

FIGURA 38 – Menu Parceiros



Fonte: Aprata. 2017. Disponível em: <http://www.aprata.com.br>. Acesso em: 26 nov.2017.

A aba “Instituições parceiras” ressalta os logo das empresas parceiras apresentando todos aqueles que colaboram com a entidade e diretamente na vida dos jovens e suas famílias. Não foi utilizado o nome em cada uma, pois o próprio logotipo cumpre o papel (Figura 39).

FIGURA 39 – Empresas parceiras



Fonte: Aprata. 2017. Disponível em: <http://www.aprata.com.br/Parceiros>. Acesso em: 26 nov.2017.

No item “Seja parceiro” um formulário é disponível para que as empresas que desejam se tornar um parceiro da Aprata possam se cadastrar de forma rápida e prática e entrar assim para a lista daqueles que ajudam a Associação. O formulário é enviado para um e-mail da entidade que entra em contato com a empresa (Figura 40).

FIGURA 40 – Seja parceiro

SEJA PARCEIRO

A Aprata busca transformar a realidade social dos jovens e adolescentes. Para alcançar nossos objetivos e trabalhar o bem comum, precisamos de parceiros, que assim como nós, de diversas formas, querem manifestar a cidadania e proporcionar qualidade de vida à sociedade. Conheça o nosso regulamento, participe e junte-se a nós.

Preencha formulário ou entre em contato com a entidade (18) 3265-3689

Preencha com as informações da Empresa

Razão Social
Nome da Empresa

Cnpj
000.000.000-00

Email
email@email.com.br

Telefone Fixo
000.0000.0000

Área de Atuação

Endereço

Logradouro
Rua Exemplo

Número
Nº

Bairro
Bairro

Estado
Acre

Cidade
Cidade

Cadastrar

Informações de Contato

Avenida Comendador Pedro Ferreira
Dorinho, 326 - Jd Primavera
Rancharia - SP - CEP 19000-000
☎ (18) 3265-3689
✉ contato@aprata.com.br

Associação Pró-Renascimento de Acri ao Trabalho do Aprendiz - Todos os Direitos Reservados - Desenvolvido por AgilSoft

Política de Privacidade

Fonte: Aprata. 2017. Disponível em: <http://www.aprata.com.br/Parceiros/SejaParceiro>. Acesso em: 26 nov.2017.

O “Regulamento” conduz os usuários sobre os passos que as empresas devem seguir para se tornar um parceiro e colaborar dessa obra. O ato proporciona uma melhoria na própria instituição, mas também na vida dos jovens e suas famílias, algo que é o objetivo da Aprata (Figura 41).

FIGURA 41 – Regulamento

The image shows a screenshot of the Aprata website's 'REGULAMENTO' page. At the top, there is a navigation menu with links for 'Instituição', 'Aprendiz', 'Inscrições', 'Notícias', 'Parceiros', 'Voluntários', and 'Contato'. The main heading is 'REGULAMENTO' in large blue letters, followed by the sub-heading 'Competências das empresas'. Below this, there is a numbered list of seven items detailing the responsibilities of companies. The footer contains the Aprata logo, contact information, and social media icons.

REGULAMENTO
Competências das empresas

1. Matricular o aprendiz nos cursos de aprendizagem, ministrando pela Aprata, de acordo com o calendário e programações oferecidas;
2. Cumprir com suas obrigações enquanto empregador, pagamento da remuneração dos aprendizes, pagamento de encargos sociais e outros;
3. Designar formalmente um empregado monitor responsável pela coordenação dos exercícios práticos e acompanhamento do aprendiz no estabelecimento;
4. Realizar a ambientação na empresa com o aprendiz antes o início das aulas na Aprata;
5. Descontar da remuneração do aprendiz e o equivalente aos dias que houver faltado no curso, sem justificativa;
6. Acompanhar, semanalmente, através da "Caderneta de Acompanhamento", o desempenho e a frequência do mesmo;
7. Dar ciência, através de assinatura, do resultado do aproveitamento e frequência do aprendiz, conforme registro da Instituição.

Informações de Contato
Avenida Comendador Pedro Ferreira
Dorinha, 326 - Jd Primavera
Racchiana - SP - CEP 19605-000
☎ (18) 3265-3689
✉ contato@aprata.com.br

Associação Pro-Racchianense de Apoio ao Trabalho do Aprendiz - Todos os Direitos Reservados - Associação Pro-Agrícola
Política de Privacidade

Fonte: Aprata. 2017. Disponível em: <http://www.aprata.com.br/Parceiros/Regulamento>. Acesso em: 26 nov.2017.

No item “Voluntários” (Figura 42), é possível ter o conhecimento de como se tornar um colaborador da Aprata e ajudar a manter de pé essa instituição que transforma vidas além da própria cidade.

FIGURA 42 – Menu Voluntários



Fonte: Aprata. 2017. Disponível em: <http://www.aprata.com.br>. Acesso em: 26 nov.2017.

No ambiente “Depoimentos” as pessoas que colaboram com a fundação da instituição e as que atuam na entidade ganham espaço para contar sobre a entidade, a importância do ato realizado, além de como é possível se tornar um voluntário da Aprata que é algo tão importante para a instituição do terceiro setor (Figura 43).

FIGURA 43 – Voluntariado

VOLUNTARIADO

Ser voluntário é mais do que contribuir com a sociedade, é ter a certeza de estar promovendo o bem, ajudando ao próximo e a si mesmo. Nossos voluntários compartilharam um pouco sobre a importância e a contribuição que nos trazem ao longo desses anos. Que tal vivenciar um pouco essas experiências e partilhar um pouco de boa ação? Precisamos de voluntários, junte-se à nos.

ESTER SANTOS

Informações de Contato

Avenida Comandador Pedro Ferreira
Dornob, 326 - Jd Primavera
Rancharia - SP - CEP 19600-000
☎ (18) 3265-3689
✉ contato@aprata.com.br

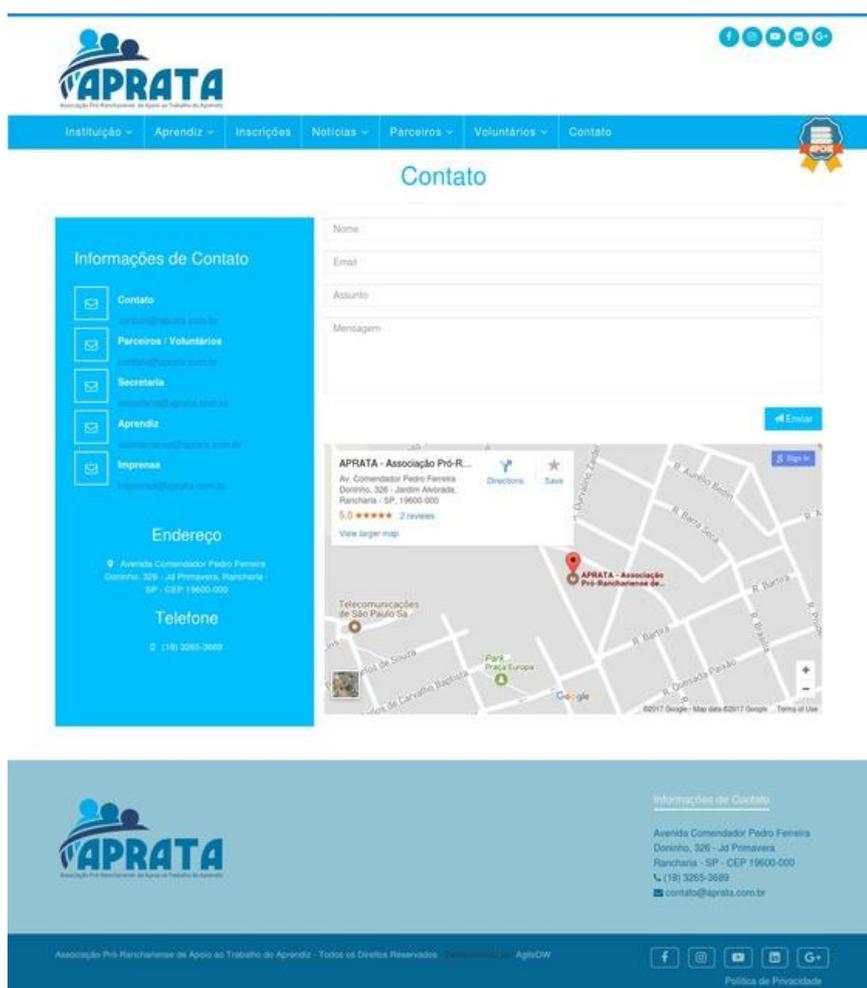
Associação Pró-Rancharias de Apoio ao Trabalho do Aprendiz - Todos os Direitos Reservados - Associação - AgriOW

Política de Privacidade

Fonte: Aprata. 2017. Disponível em: <http://www.aprata.com.br/Voluntario>. Acesso em: 26 nov.2017.

Por fim, no item “Contato” (Figura 44) é voltado para a área institucional e o usuário tem a possibilidade de enviar perguntas, saber a localização da associação, além de ter acesso a e-mails, como de contato, secretaria, aprendiz e imprensa, que auxiliará a esclarecer as suas dúvidas e dificuldades.

FIGURA 44 – Contato



Fonte: Aprata. 2017. Disponível em: <http://www.aprata.com.br/Home/Contato>. Acesso em: 26 nov.2017.

7.7.3 Logotipo atualizado

O contato com a instituição trouxe várias ideias para as autoras do trabalho juntamente com a orientadora, uma delas foi dar uma nova cara para o logotipo da instituição. Dessa forma, a ideia elaborada pelo analista de sistema Valdemir Michel dos Santos foi se basear no slogan da Aprata, “A ponte entre você e sua carreira”, com faixas acima do nome Aprata, que remetesse a ponte entre o aluno e o mercado de trabalho, além dos bonecos representarem os jovens que estão matriculados. A cor foi pensada de acordo com a predominante da entidade que é o azul e a fonte escolhida para o nome da instituição é a *churchill* (Figura 45).

Com o logotipo finalizado, os responsáveis pela Aprata tiveram acesso para que fosse possível a aprovação e assim a utilização na *homepage* do site. O resultado da criação é possível ver na figura abaixo.

FIGURA 45 – Logo atualizada



7.8 Recursos técnicos

Para a realização do trabalho são utilizados cinco computadores das respectivas marcas CCE, Positivo, Lenovo e dois Dell, uma câmera fotográfica da marca Nikon modelo D5200 das próprias alunas e uma câmera da marca Nikon Modelo D7000, um gravador e um tripé, ambos disponibilizados pela Facopp. Além de um computador da LG do criador do site e um drone modelo e marca Dji Phantom3 Std/2.7k.

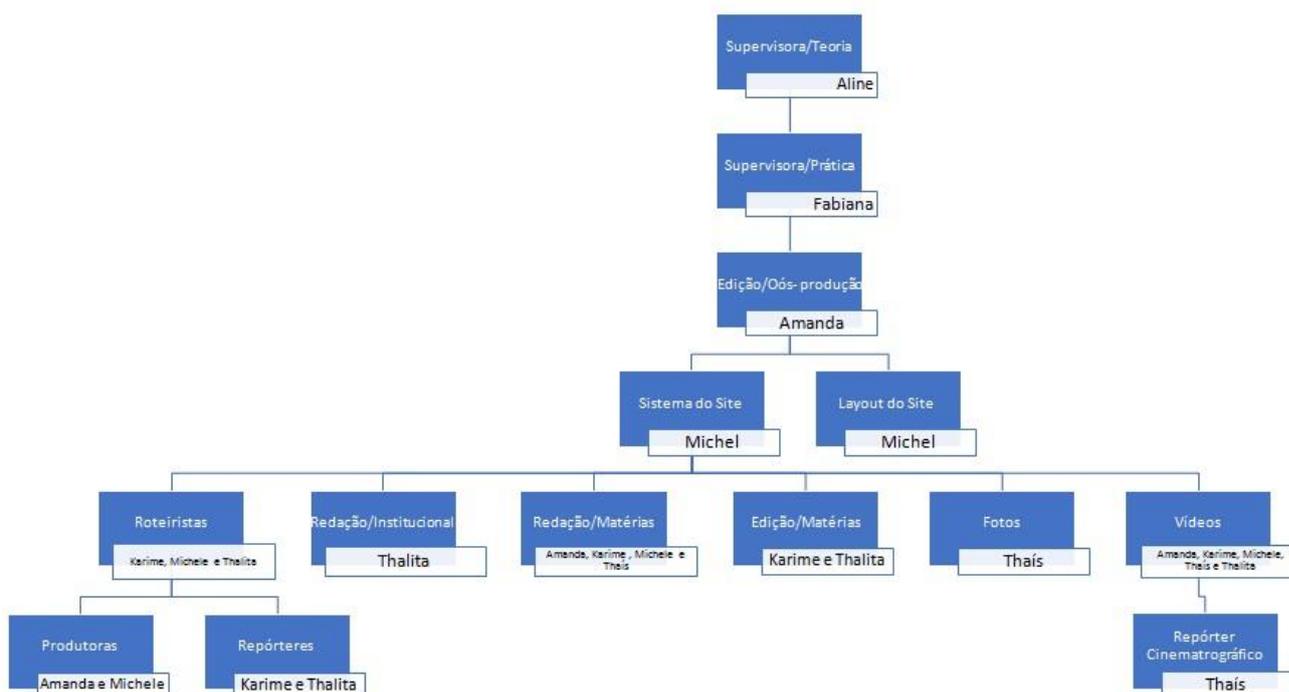
7.9 Recursos financeiros

As alunas/pesquisadoras tiveram gastos de R\$ 800,00 com transporte para o deslocamento até a cidade de Rancharia/SP, sede da Aprata, e Presidente Prudente/SP, para o desenvolvimento do trabalho, além de gastos com a realização de entrevistas, custos com ligações telefônicas e alimentação. Com o desenvolvimento e produção do site foram gastos o valor de R\$ 500,00. Para a criação do vídeo *storytelling*, os gastos foram de R\$ 250,00 e a filmagem de drone R\$ 182,00. Totalizando o valor de R\$932 para a peça prática.

Quanto ao domínio e a hospedagem, eles sempre serão pagos pela instituição. O valor do domínio é anual e já foi pago R\$ 40,00 para o ano de 2017. Já a hospedagem é efetuado todos os meses pela entidade o pagamento de R\$ 46,80. Os demais gastos foram divididos em partes iguais entre as integrantes do projeto até dezembro de 2017.

7.10 Recursos humanos

As responsáveis pelo planejamento e implantação do site são: Amanda Assunção Brito, Karime Peres Vilela, Michele dos Santos, Thais Fernanda da Silva Luz e Thalita Cortez Oliveira Trindade, sob orientação da professora Aline Paiva Blasechi Garcia, supervisora teórica, e Fabiana Aline Alves, supervisora prática, como mostra o organograma.



8 MEMORIAL DESCRITIVO

O memorial descritivo esclarece ao leitor todas as etapas realizadas para o desenvolvimento do trabalho, visto que as alunas tiveram diversas atividades ao longo da peça prática que contribuíram para melhorar o site, pensando em um canal interno eficaz para a instituição. Os relatos evidenciam os momentos em que o grupo utilizou a teoria aplicada à prática, por meio de ideias, estratégias, convívio e dificuldades que foram encontradas nas tarefas executadas para a realização da peça prática.

O projeto teve início no 5º termo, quando as alunas Karime Vilela e Michele Santos perceberam que havia interesse por áreas em comum, como online, fotografia, televisão e o jornalismo empresarial. Elas conversaram sobre a possibilidade de trabalhar a área do Jornalismo Empresarial e expandiram os pensamentos para iniciar o TCC.

No 6º termo começam as aulas de Metodologia de Pesquisa em Jornalismo I para auxiliar na elaboração do pré-projeto. As ideias já estavam surgindo para serem desenvolvidas e colocadas em prática, quando as estudantes Amanda Brito, Thaís Luz e Thalita Cortez, que mesmo se identificando com outros campos, aceitaram o desafio e compuseram a equipe, visto que dentro do Jornalismo Empresarial poderiam trabalhar diferentes possibilidades nas áreas abordadas.

As acadêmicas saíram à procura de um tema para o projeto e durante a aula de Jornalismo Empresarial com o professor doutor Roberto Mancuzo Júnior, aprenderam mais sobre o assunto e viram que precisavam escolher comunicação interna ou externa, pois as duas juntas eram muito abrangentes.

Após ouvir dicas em sala de aula, foram efetuadas pesquisas sobre a importância do jornalismo no terceiro setor e quais canais seriam interessantes a trabalhar o projeto. As alunas realizaram pesquisas em diferentes instituições do terceiro setor, entre elas, Fundação Futuro da cidade de Assis, Legião Mirim de Tupã, Guarda Mirim de Rio Claro, Guarda Mirim de Sorocaba, Corassol de Ribeirão Preto, Fundação Mirim de Araçatuba, Casa Acolhedora Vovô Antônio em Barretos, Associação Riopretense de Promoção

do Menor (Arprom) de São José do Rio Preto, todas localizadas no estado de São Paulo.

Depois das pesquisas nas organizações, as integrantes perceberam que as corporações não possuíam profissionais voltados a área de comunicação para trabalhar o fluxo informacional no ambiente interno. Com a finalidade de modificar o cenário da comunicação interna em uma companhia do terceiro setor, a ideia do grupo era implantar um blog, mas, em conversa, a professora doutora Fabiana Aline Alves, explicou mais sobre algumas plataformas que poderiam ter melhor utilização.

Para trabalhar um canal que fizesse a diferença no terceiro setor, o grupo decidiu planejar e implantar um site. As alunas começaram a pesquisa para encontrar uma instituição que aceitasse a criação do meio online. A primeira proposta foi trabalhar com a Casa do Pequeno Trabalhador. A aluna Karime, que já conhecia a entidade e possuía convívio com o local, procurou a coordenação para fazer a proposta e obter informações, mas a entidade tinha vínculo com uma agência de publicidade, o que dificultaria o trabalho do grupo na reestruturação do site.

A aluna Michele que já tinha contato com outro local do terceiro setor em Rancharia teve a ideia de procurar a assistente social para conseguir informações. Desta conversa, foi verificado que a instituição era carente de um meio de comunicação moderno, já que o trabalho era voltado aos jovens, a aluna percebeu que era essencial o uso de uma ferramenta tecnológica para aprimorar a relação entre os membros da organização.

Pensando que a proposta era o que o grupo gostaria de trabalhar, a estudante conversou e passou todas as informações que havia coletado com a colaboradora da Aprata para o grupo. As integrantes concordaram e ficaram empolgadas, pois sabiam que o trabalho realmente faria a diferença para o público da entidade.

Um dos questionamentos quanto ao trabalho foi a localização da Aprata, as alunas Karime e Thalita moravam em Presidente Prudente, Amanda em Bastos, Thaís em João Ramalho e apenas a Michele em Rancharia. Mesmo com algumas dificuldades que a equipe poderia encontrar em razão da distância, foi pensado que Rancharia ficava no centro de todas as cidades, e que com força de vontade, tornou-se possível a realização do trabalho.

Nasce assim o “Planejamento e Implantação de um Site para a Associação Pró-Ranchariense de Apoio ao Trabalho do Aprendiz.” O primeiro passo foi procurar os professores que conheciam sobre a área para indicar livros e, com isso, as leituras e elaborações de fichamentos começaram.

O pré-projeto do TCC foi aprovado pela banca de qualificação com poucas correções em 10 de novembro de 2016 e as integrantes puderam avançar para a elaboração do Trabalho de Conclusão de Curso.

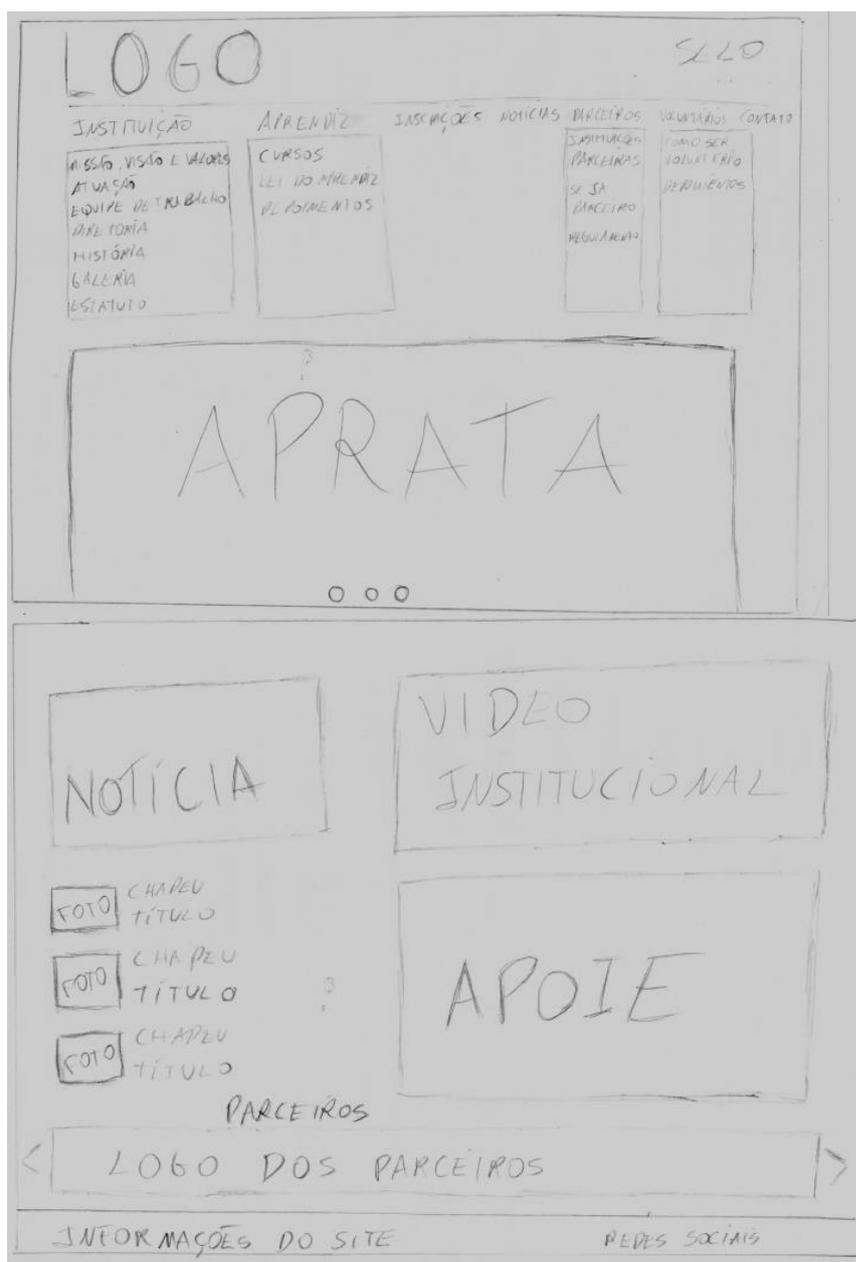
No primeiro semestre de 2017 iniciaram as orientações da peça teórica com a professora Aline Blasechi. Os encontros ocorriam de 15 em 15 dias, às quintas-feiras, das 17h às 19h. Ela explicou um pouco sobre a área, deu algumas dicas e a cada orientação era apresentado um novo capítulo escrito. As atividades sempre foram divididas entre as alunas, junto com as normas da ABNT, entrevistas e pautas.

No dia 27 de abril de 2017, as alunas foram até a entidade para conhecer mais a fundo os colaboradores, instalações e conseguir informações sobre os projetos, eventos e acontecimentos da instituição. O tempo estabelecido entre a peça teórica e o início da peça prática auxiliou na aproximação do grupo com os envolvidos no funcionamento da Aprata e suas atividades.

No segundo semestre de 2017, começam as orientações para a produção da peça prática e, por problemas de saúde, a orientadora do grupo teve que se afastar. Assim a professora doutora Fabiana Aline Alves assumiu como orientadora do trabalho. Os encontros começaram no dia 01 de agosto, programados para todas as terças-feiras, das 19h às 20h30.

Durante as férias, Amanda Brito, com ajuda e ideias de todo o grupo, construiu o RAF do site e na primeira orientação explicou todo o conteúdo que estava sendo proposto. No entanto, a orientadora sugeriu algumas mudanças para melhorar o funcionamento dos itens e reformular a estrutura do RAF. Para exemplificar, a figura 46 mostra a projeção da página do site.

FIGURA 46 – RAF do Site



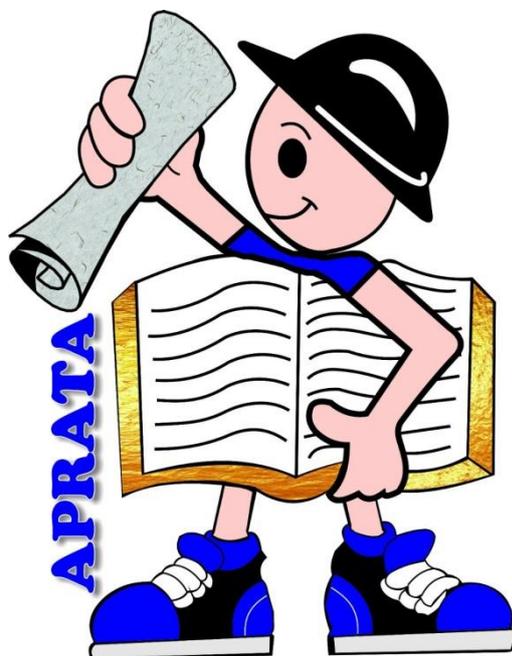
Fonte: Amanda Assunção Brito

Para dar início à construção do meio digital e mudanças que poderiam melhorar sua estética, em primeiro momento, a aluna Michele efetuou contato com a assistente social Ana Paula Silva Farias, quando foi sugerida uma mudança no logotipo da entidade. A ideia, porém, não foi aceita, pois poderia ocasionar transtornos quanto à imagem da empresa que já estava consolidada.

O analista de sistema Valdemir Michel dos Santos foi contratado pelas alunas para a criação do site e também propôs a ideia de mudar o

logotipo para modernizá-lo. Após a orientação, que trouxe novamente a sugestão da orientadora em mudar o logo da entidade, Michele apresentou um novo modelo para a instituição. Baseada no slogan “A ponte entre você e sua carreira”, a nova arte possui faixas acima do nome Aprata, que remete a ponte entre o aluno e o mercado de trabalho, além de bonecos que representam jovens que estão matriculados no local. O retorno da diretoria foi positivo, solicitaram apenas que fosse acrescentado o nome completo da organização abaixo do desenho e em seguida a mudança foi aprovada. A figura 47 mostra como era e a 48 como ficou o produto atualizado.

FIGURA 47 – Logotipo antigo da Aprata



Fonte: Aprata

FIGURA 48 – Logotipo atual



Fonte: Valdemir Michel dos Santos

Pensando na plataforma escolhida pelo grupo, as primeiras orientações foram voltadas para compreender e buscar atender às necessidades que a Aprata apresentava em relação a quais tipos de informações, atratividade e contexto o site precisava para ser composto. Uma das ideias do grupo sempre esteve ligada às plataformas multimídia para utilizar uma linguagem moderna e atrativa, que estivesse ligada aos jovens, que abrangem a maior parte do público da instituição. Os produtos para compor a multimídia do site foram disponibilizados em galeria de fotos, vídeos com participação dos membros, *storytelling* e banners.

Para manter em ordem o processo de construção do veículo, na primeira etapa, a divisão das tarefas operacionais foi estipulada de acordo com a habilidade de cada integrante do grupo. Todas as estudantes ficaram com tarefas e prazos a serem cumpridos, no início, Michele ficou responsável pelo contato direto com a assistente social, Thalita se responsabilizou pela construção textual da página, Karime ficou com a parte de elaboração dos roteiros, Thaís com a produção de fotos e vídeos, já a parte de edição e auxílio na elaboração do site junto ao Michel ficou destinada a Amanda.

Com a localização mais próxima à Aprata, a aluna Michele desde o começo manteve contato com os membros e a assistente social, o que facilitou o diálogo e possibilitou ao grupo o conhecimento sobre tudo o que acontecia na organização, além de esclarecer dúvidas sobre conteúdos para o site, informações sobre as ações e fatos que ocorriam no local, entre outras notícias.

No início da produção, a tarefa de escrever todo o conteúdo textual para compor as informações do veículo foi designada a duas pessoas do grupo. Michele ajudou com os textos voltados às informações técnicas sobre a instituição e organizou os e-mails dos colaboradores, para anexar ao item de contato da entidade. As escritas também foram elaboradas pela integrante Thalita, que ficou com a parte de desenvolver textos para os menus, trabalhando uma linguagem mais solta e curta, voltada ao estilo da web, além de se inspirar na linguagem utilizada em um dos sites de modelo para o grupo, que é a página da Vocação.

Ao analisar o site da Vocação, as alunas e orientadora começaram a pensar sobre o que poderia ser utilizado na *homepage* do site.

Foram idealizados três banners para que o visual ficasse mais atrativo e chamasse a atenção do público para os assuntos abordados. Algumas ideias foram sugeridas para a composição. Entre as primeiras propostas, ficou em análise a possibilidade de fazer um vídeo ou *stop motion* para mostrar a importância da profissionalização. A aluna Thalita também propôs implantar o “Mural Aprata”, com a ideia de disponibilizar registros efetuados dentro da instituição, com fotos, vídeos, trabalhos e ações efetuadas pelos alunos em sala de aula ou atividades externas feitas pelos professores do local.

Foi efetuado o contato com a coordenadora, Márcia Oreste, os professores e a assistente social para identificar se já haviam atividades realizadas pelos alunos para preencher o mural, uma vez que, em visita à instituição, Thalita percebeu nas paredes de uma das salas de aula, trabalhos efetuados pelos alunos com recortes de revistas, que expressavam um pouco sobre cada um deles, o que originou a ideia de elaborar o produto.

O material que a instituição já possuía não seria o suficiente para disponibilizar um mural atrativo, o grupo precisou produzir mais fotos, porém, em orientação ficou decidido que não poderiam ser utilizadas, por questões estéticas. Uma nova ideia surgiu da orientadora Fabiana, utilizar um dos projetos propostos na disciplina de Comunicação e Educação para dar vida ao mural e transformá-lo em um espaço voltado para divulgar os projetos realizados pelas integrantes do grupo. Porém, como a entrega do TCC era antes do término do trabalho, a ideia foi adiada.

Depois de algumas sugestões para compor a multimídia do veículo, ficou decidido a realização de fotos da Aprata em 360°, para a criação de um dos *banners*, porém, por falta de ferramentas que estivessem à disposição do grupo e dificuldade de locomoção até Rancharia do professor Rubens Cardia, a ideia precisou ser substituída. Rubens auxiliou com o material para aprendizagem e informações necessárias para que Thaís aprendesse a técnica. Todas as integrantes do grupo, junto à orientadora, começaram a pensar em outros conteúdos para manter os *banners* diferenciados.

Devido à falta de recursos para produzir as fotos em 360°, foi preciso decidir outros mecanismos que proporcionassem modernidade ao site. Em orientação, as alunas sugeriram a utilização de um drone para gravar

imagens da instituição e utilizá-las no vídeo institucional. Com a confirmação da orientadora, as alunas começaram a procurar por profissionais que pudessem efetuar o trabalho, foram feitos orçamentos para que contratassem alguém que pudesse se deslocar até Rancharia.

No dia 26 de agosto, todas as alunas foram para Aprata participar das gravações de entrevistas, as alunas Karime e Thalita fizeram o papel como repórteres, Amanda e Thaís ficaram responsáveis pela gravação das sonoras, Michele auxiliou com o agendamento e produção das pautas. Foram gravados depoimentos dos aprendizes atuais e antigos da instituição, presidente, e pessoas que ajudaram na construção da Aprata.

Os registros somaram muito para o trabalho, pela quantidade de informações que poderiam ser utilizadas, tanto no vídeo institucional, como na história da entidade, aprendizes e voluntário. A decupagem das entrevistas foram feitas por todas as alunas, para facilitar a construção dos roteiros que foram elaborados pela Karime e Michele, auxiliando o trabalho da Amanda nos processos de edição.

Para completar as gravações que ainda precisavam ser feitas na instituição, no dia 31 de agosto, Amanda e Thaís foram terminar a produção das imagens, com a ajuda da Michele que deu suporte com os entrevistados. As filmagens foram registradas e, assim, Amanda conseguiu dar continuidade à edição dos vídeos que seriam disponibilizados no site.

Após as gravações, a proposta em utilizar o drone para o vídeo institucional começa a ganhar forma. O profissional Fábio Figueirinha foi contratado no dia 15 de setembro, sob as orientações da aluna Michele que passou o orçamento para o grupo e todas concordaram em fechar o contrato com o mesmo. No dia 18 de setembro foram feitas as imagens de todo espaço externo da Aprata para complementar o vídeo da instituição, a aluna Thaís acompanhou as gravações junto ao Fábio para dar dicas e garantir que todas as imagens necessárias fossem gravadas.

Além da utilização do drone, em reunião, para o site também foi proposto a construção de um *storytelling* para falar sobre a importância da profissionalização. As alunas Michele e Thalita elaboraram o roteiro e como a Michele já conhecia uma pessoa que pudesse fazer o vídeo, entrou em contato e trouxe ao grupo os valores cobrados e prazos a serem cumpridos.

O estudante de Publicidade e Propaganda Jonathan Nascimento foi contratado pelo grupo para elaborar o videografismo e a produção do *storytelling* com o tema proposto pelas alunas, que é a importância da profissionalização. As integrantes o contrataram para efetuar o trabalho, porém, depois de algumas tentativas para verificar como estava ficando o vídeo, no dia 26 de setembro, o estudante conversou com a Amanda e disse que não poderia entregar o trabalho por problemas pessoais.

O grupo todo começou a pensar em quais profissionais poderiam ser contratados para fazer o *storytelling* e entregar no prazo, o que seria mais difícil já que estava em cima da hora. Porém, Michele conseguiu o contato do publicitário, Ricardo Milano, que aceitou fazer o vídeo de acordo com o roteiro que já estava pronto para ser colocado em prática.

De imediato, o profissional começou a criar os personagens da história e na mesma semana já tinham pequenos trechos de como estava o desenvolvimento do vídeo. Ele sempre apresentava os conteúdos que iam sendo feitos para o grupo, que junto a orientadora iam sugerindo algumas mudanças e aprovações. Em todo o tempo de orientações para a peça prática, foi utilizado um grupo no WhatsApp para que as alunas, junto à orientadora, pudessem discutir sobre as tarefas e desenvolvimentos ao longo da produção da página.

No dia cinco de outubro, o publicitário enviou o vídeo para que fosse aprovado pelo grupo. Poucos ajustes foram destacados pela orientadora, o que foi resolvido rapidamente, concluindo o vídeo sobre a importância da profissionalização para um dos *banners* estipulados. Em seis de outubro foi definido o formato das notícias que seriam disponibilizadas na página. O analista Michel efetuou uma pesquisa nos sites das demais instituições e propôs algumas mudanças para o modelo de apresentação das notícias da Aprata.

Com o vídeo institucional finalizado, a Amanda pediu sugestões ao jornalista Wesley Colatti sobre o roteiro e questões técnicas, o mesmo sugeriu algumas ideias para melhorar as cenas e narrativa, pensando em um formato mais dinâmico. As dicas foram repassadas para o grupo e orientadora, que concordaram que as pontuações efetuadas eram válidas. A aluna também entrou em contato com o jornalista Carlos Shirosawa, que deu dicas para

melhorar os vídeos e vinheta. Em seguida, a Amanda se dispôs a ajustar o que estava em seu alcance para melhorar o dinamismo da vinheta e depois apresentou para a o grupo, junto à orientadora.

Outros ajustes ainda estavam sendo estudados pelo grupo, um dos itens que ficou a ser trabalhado era o *slogan* do site que, primeiramente seria exposto ao lado do logo. Porém, em orientação, foi considerado que a frase junto ao slogan poderia “pesar” o topo da página, então ficou resolvido colocar o slogan em formato de *banner*, substituindo o *banner* do Mural, que ainda não estava totalmente definido por conta do término do trabalho de educação. No dia 14 de outubro, o analista criou o *banner* com o slogan da Aprata, que foi inspirado no site da Unoeste e aprovado pelo grupo e orientadora.

No mesmo dia Michel também apresentou mais uma opção de arte que entraria para compor o terceiro *banner* que ainda precisava ser fechado. O conteúdo da imagem teve como base a informação voltada à contratação dos aprendizes. Thais foi até a instituição para elaborar uma foto de uma aluna que é exemplo na entidade para compor o banner.

Após a orientação do dia 10 de outubro, as tarefas novamente foram divididas entre conteúdo teórico e prático, para adiantar a conclusão do site. Amanda ficou sob responsabilidade de reformular o projeto editorial, revisar os anexos e apêndices, trabalhar com os vídeos e alimentar o site.

Já Michele ficou responsável em auxiliar a Amanda com o projeto editorial, orientar o Michel na finalização dos *banners* e informações que ainda estavam faltando para concluir a produção da página. E na parte de analisar o resumo, siglas e memorial descritivo, a aluna Thalita se dispôs a revisar e complementar o que faltava, além de auxiliar com a gravação de *offs* para os vídeos.

Para finalizar a atualização do conteúdo teórico, a aluna Karime ficou responsável para revisar os agradecimentos, introdução, considerações finais, e ajustar a conta da instituição no LinkedIn. Na parte prática, a integrante Thaís se dispôs a organizar as fotos da galeria e vídeos para ajudar a Amanda a atualizar o site. Foram realizados no total, a produção de cinco vídeos, entre eles, depoimento dos aprendizes, história da Aprata, voluntários, vídeo institucional e *storytelling* sobre a importância da profissionalização.

Para iniciar a produção das notícias, os assuntos abordados foram pensados de acordo com as visitas realizadas na entidade, durante a vivência do grupo dentro do local, nas conversas com os alunos e colaboradores. O valor notícia foi aplicado de acordo com o grau de importância dos acontecimentos da instituição para atrair o público interno e também para que as informações fossem interessantes aos alunos, com a oportunidade de descobrir um pouco mais do que ocorre dentro da Aprata.

Algumas histórias chamaram atenção do grupo, como alunos que estão realmente colocando em prática o que aprendem ali dentro, como é o processo de preparação para que os membros possam se destacar em avaliações, além de ressaltar que existem aprendizes que já estão investindo em novas formas de empreendedorismo.

O grupo também buscou alunos que possuíssem talento em determinadas habilidades para incentivar a capacidade de outros alunos a buscarem fazer o que gostam e traçar seus objetivos. Também usar como exemplo as experiências de aprendizes que já passaram pela instituição, e que atualmente já garantiram seus espaços no mercado de trabalho, para ampliar o interesse de quem está se preparando para a carreira profissional.

As produções das pautas e notícias foram elaboradas pela Amanda, Karime, Michele e Thaís que realizaram as entrevistas na sede da Aprata. As gravações aconteceram tanto na área externa, quanto interna. O pátio da organização e uma sala disponibilizada pela assistente social, também contribuíram para os cenários das filmagens.

Em relação aos registros de fotos, vídeos e gravações de entrevistas que pudessem preencher o site, Thaís ficou responsável. Ela fotografou alunos, colaboradores e membros ligados à instituição, dando vida ao conteúdo de mídia da plataforma. As legendas das fotos ficaram sob responsabilidade da Michele e da Amanda. Já a fase de edição de texto e revisão do material produzido ficou sob supervisão de Thalita e orientadora Fabiana. Com as matérias já concluídas, o grupo, junto à orientadora, definiu o cronograma de postagens das notícias. Foi estipulado que seriam publicadas de duas a três matérias por semana.

No processo de manter o nome da Aprata disponível para diferentes públicos na web, as redes sociais também precisavam estar

ativadas. Para divulgar os vídeos realizados ao longo do trabalho, a Thaís criou um canal no Youtube com todo o material de mídia divulgado no site, além de abrir uma conta no *Instagram*, voltada à divulgação de fotos e LinkedIn, uma rede social de negócios. O Facebook da Aprata foi reativado pela aluna Michele, que junto a Thalita reformulou a apresentação da página. Todas as integrantes do grupo ficaram como administradoras responsáveis pela organização e divulgação de fotos, textos e vídeos já disponíveis no site.

Para a manutenção e existência do site, a Aprata se comprometeu e já efetuou o pagamento do domínio anual do site, no valor de R\$ 40,00, que ficou preestabelecido como www.aprata.com.br. A hospedagem também é paga todo mês pela entidade, no valor de R\$46,80. A plataforma Windows foi utilizada para o meio online, com linguagem ASP.NET MVC 5. Já a ferramenta escolhida para formular relatórios completos dos *views* do site, de forma gratuita, foi o Google Analytics.

Nas últimas semanas, o analista Michel atendeu todos os requisitos estipulados nas orientações para a conclusão do site. Foram realizados por ele e pelo grupo testes de utilização, bem como a qualidade de reprodução dos vídeos, fotos e ferramentas de interatividade.

Finalizada a etapa de produção de todo o conteúdo para a nova plataforma do local, as estudantes utilizaram as últimas semanas antes da entrega oficial do trabalho para revisar a parte teórica do TCC, bem como compartilhar o que foi modificado e produzido para complementar o conteúdo teórico. No dia 23 de outubro as alunas e orientadora assistiram a última atualização e aprovaram a edição do vídeo institucional, realizada pela aluna Amanda.

No dia seguinte, o site foi apresentado à diretoria da instituição, que aprovou o conteúdo e visual da página. Em reunião, o grupo decidiu que o lançamento do veículo será no dia 15 de dezembro, dia do jantar de confraternização na entidade.

No dia 24 de outubro, último dia de orientação antes da entrega do trabalho para a banca de qualificação, a orientadora Fabiana realizou a leitura e algumas mudanças nas matérias produzidas e no memorial descritivo. Para que o trabalho estivesse completo tanto na peça teórica como prática, as alunas revisaram os itens que ainda faltavam algumas informações. No dia de

26 de outubro, a aluna Thais esteve na entidade para finalizar algumas fotos necessárias para completar a mídia do site.

Foi solicitado que o grupo enviasse alguns itens da peça teórica que ainda precisavam ser revisados pela orientadora no dia 27 de outubro para que pudesse revisar o conteúdo e aprovar a impressão, que foi realizada no dia 30 de outubro e entregue na Hemeroteca.

No dia 14 de novembro, o grupo recebeu as considerações da banca, após a retirada, se reuniram para efetuar a leitura das correções e separar o que cada integrante ficaria responsável em ajustar. A aluna Amanda ficou encarregada de corrigir o projeto editorial, revisar o capítulo do terceiro setor e ajustar a edição dos vídeos e incluir a Língua Brasileira de Sinais, Libras, realizado pelo aluno Rafael Moreira. No entanto, a edição do elemento no vídeo não foi possível para a entrega das correções para a banca, mas ele será acrescentado para a banca de defesa.

Michele auxiliou a Amanda no projeto editorial e no capítulo do terceiro setor. Também fez correções de pontuações do TCC, revisão do texto institucional, colocou mais hiperlinks na página de notícia, elaborou o termo de política de privacidade. Durante a elaboração do termo precisou da ajuda da Karime, que juntas enviaram para um promotor de justiça ler e orientadas por ele fizeram alterações, por exemplo, texto em formato de tópicos e não corrido como estava.

Os ajustes e finalização do memorial descritivo foram efetuados pela Thalita, que também auxiliou na correção das pontuações do conteúdo teórico da pesquisa, reformulou o texto institucional de alguns itens do site que precisavam ser ajustados. Karime revisou a introdução, considerações finais, metodologia, resumo. Já a aluna Thais alterou o organograma, sumário, lista de figuras, siglas e reformulou o roteiro do vídeo institucional.

Na mesma semana, no dia 17, em orientação, as alunas passaram as correções realizadas pela banca para a orientadora Fabiana, que esclareceu algumas dúvidas do grupo e sugeriu novas formas de manter a página mais interativa para os alunos. Foi decidido que a página teria um calendário da entidade, opções de comentários dos leitores nas notícias e também uma área voltada a sugestões de matérias, além de uma ferramenta em que os alunos pudessem entrar em contato com os professores, enviar

mensagem e anexo de arquivos, através do “Fale com o Professor” disponibilizado no menu Aprendiz. Também foi discutido sobre como surgiu criação do site, e a orientadora deu a ideia de criar um item chamado “Expediente”, com os nomes das autoras do trabalho e explicando que o veículo faz parte de um trabalho de conclusão de curso.

O próximo encontro da equipe e orientadora ficou agendado para o dia 20 de novembro, na qual o grupo apresentou as tarefas realizadas por cada integrante, andamento das correções e dúvidas. A orientadora efetuou a leitura das modificações realizadas e propôs a produção de novas notícias pela aluna Thais. Solicitou ainda a produção de notícias até, minimamente, o dia da banca de defesa do trabalho, no dia 11 de dezembro.

No dia 23 de novembro as alunas Karime e Michele elaboraram nove pautas com conteúdos internos para a produção de notícias, que foram apuradas por elas, com ajuda da Thaís. No mesmo dia, Karime, Michele e Thalita se reuniram para finalizar o termo de Política de Privacidade da página, memorial descritivo, resumo e considerações finais. Amanda também realizou de sua casa a conclusão do projeto editorial e edição dos vídeos.

Os ajustes técnicos do site sugeridos pela banca e orientadora foram concluídos pelo Michel no dia 24 de novembro. A impressão do TCC foi efetuada no dia seguinte e a entrega do trabalho realizada no dia 27 de novembro, pela aluna Thalita, na Hemeroteca, concluindo a etapa de revisão da parte teórica e prática.

O próximo capítulo apresenta as considerações finais do trabalho. Por meio deste, o grupo expõe os questionamentos e ideias apreendidas ao decorrer da pesquisa.

9 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Quando foi pensando em trabalhar com a Associação Pró-Ranchariense de Apoio ao Trabalho do Aprendiz não se imaginou despertar o olhar dos jovens para o futuro. Nos momentos de contato físico da equipe com os estudantes, alguns perguntavam sobre a vida na faculdade, a inserção no ensino superior, suprimindo até mais do que o grupo esperava deles.

Trabalhar com o terceiro setor acrescentou conhecimentos para a vida acadêmica das futuras jornalistas, mas, além disso, trouxe uma bagagem pessoal recheada de emoção, luta, dificuldades e, o mais importante, todas essas vivências formarão profissionais humanizadas, que não buscam só seus objetivos, mas contribuir para a formação de cidadãos conscientes.

A Aprata é de imenso significado para a população ranchariense, levando até aos menos favorecidos à oportunidade de se inserir no mercado de trabalho por meio de cursos profissionalizantes e também oferece aos assistidos palestras que façam deles jovens que queiram crescer, sonhar, tendo grande papel para uma sociedade mais justa.

Várias cidades na região de Presidente Prudente contam com uma instituição que insere jovens no mercado de trabalho, algumas com uma comunicação mais organizada, outras ainda carentes nesse aspecto. Porém, a intenção da equipe desde o início era levar aos internos, muito mais do que já estavam acostumados, fixando uma proximidade que não só servisse para resultados teóricos, mas que auxiliasse na formação de pessoas curiosas e que buscam se informar do espaço que as rodeiam.

De acordo com os objetivos propostos, o estudo possibilitou aplicar estratégias do Jornalismo Empresarial e do webjornalismo, melhorando o relacionamento da instituição com o público interno. Quanto ao Jornalismo Empresarial, o grupo pôde vivenciar uma ferramenta atual de comunicação desse meio. Todo o conteúdo do produto ser pensado e direcionado para uma de suas vertentes, que é a comunicação interna. A análise da comunicação social na instituição permitiu que fossem exploradas informações despercebidas dentro do ambiente empresarial. E para fazer com que o público interno ficasse mais próximo da associação foram criadas ferramentas de interatividade.

“Fale com o Professor” serve para que o aprendiz mande mensagens e trabalhos para os educadores. O ícone “Sugestões de Notícias” é utilizado para que os internautas deem sugestões de pautas para o site. No menu do “Aprendiz”, encontra-se o “Calendário”, nele estão as datas comemorativas da Aprata. E, nas notícias, existe a opção de comentários, em que é possível opinar sobre as matérias.

No webjornalismo, a interatividade, ou seja, a possibilidade das pessoas interagirem entre si e com os assuntos do site, mostra que os mecanismos interativos facilitam a comunicação e um trabalho cooperado gera melhores resultados. Qualquer pessoa pode compartilhar em suas redes sociais ou com quem preferir o conteúdo exposto nessa peça prática em questão. O público pode escolher ver o vídeo no site ou no Youtube, por meio de um hiperlink. Por meio desse recurso, quando se abre uma notícia é possível visitar a galeria de fotos e outros conteúdos relacionados daquela matéria. O site é multimídia, atraindo o público para explorar o conteúdo que nele existe. O espaço precisa de uma atualização contínua promovida por um profissional da área, no qual a instituição pretende investir.

Outra indagação feita pelas discentes eram as peculiaridades que o terceiro setor possuía e como os profissionais da área atuavam para atingir o sucesso em seu trabalho. É possível extrair disso que, pelos recursos das instituições serem limitados, nem tudo terá o investimento desejado, os projetos podem não se concretizar da forma como foi pensada, mas é um meio totalmente esperançoso, que luta por verbas por meio de pedidos à sociedade e ao poder público, e que realiza uma tarefa não só profissional, mas de grande cunho social. Para se sair bem nesta área, o jornalista terá que interagir com todos os membros da entidade, conhecer o lado social, porém, é um processo de humanização que todos deveriam experimentar alguma vez na vida, um trabalho muito satisfatório.

O projeto em si respondeu aos problemas informacionais que existiam na entidade e foram encontrados recursos para essas dificuldades. Foi estabelecido um vínculo com o público-alvo, no qual definiram conteúdos e táticas para a divulgação da mensagem jornalística. Nas visitas que o grupo fazia, surgiam histórias de vida e acontecimentos que mereciam compor o quadro de notícias do site.

O público interno precisa estar orientado sobre tudo que acontece no local, isso é necessidade no mundo dos negócios. O TCC trouxe às alunas a resposta quanto à inquietação das formas de comunicação presentes na instituição, sendo possível uma análise dos acertos e desacertos. Quanto mais próximo do jovem o profissional de comunicação estiver, melhor sairá seus resultados.

O vídeo institucional encontrado no site foi pensado do começo ao fim para atrair o público, foram visualizados audiovisuais empresariais para que as ideias comesçassem a surgir. O roteiro (APÊNDICE B) foi elaborado antes da produção das imagens, já com o que se queria para a edição. O audiovisual levou as integrantes do trabalho a conhecer as famílias dos jovens, dando a oportunidade até deles opinarem de que forma seria melhor a abordagem da imagem, a continuação das cenas e histórias que mereciam adentrar o conteúdo do produto para que a imagem positiva da corporação fosse exposta.

Nas obras de Torquato (2008) e Cahen (2012), encontram-se afirmações que dizem que o público interno gosta de se ver nos conteúdos oferecidos, de enxergar a realidade deles e é isso que o site leva a esse público. Campos (2012) discorre que o Jornalismo Empresarial é todo o sistema que está adentrado o noticiário institucional em seus veículos e se volta tanto para o público interno quanto ao externo. Aborda conteúdos relacionados às políticas e histórias da organização, além de assuntos como lazer e entretenimento.

É possível observar que no jornalismo atual as áreas se mesclam. O Jornalismo Empresarial contemporâneo está dependente das plataformas online para atuar nas corporações e acaba sendo uma forma eficaz de inserir conteúdos, hoje o acesso à internet está mais fácil e o custo de produção também é inferior referente a outras plataformas.

O site faz com que o fluxo informacional se estabeleça como algo positivo a todos os membros da Aprata. O público ficará informado de tudo que ocorre na instituição, poderá ter um contato digital com o professor, dar sugestões de notícias, conhecer mais o local por meio de conteúdos elaborados. No advento da tecnologia, torna-se um veículo propício à organização.

O ambiente virtual é útil para que as pessoas que cooperam para o desenvolvimento da entidade fiquem por dentro dos acontecimentos, servindo também para que tenham a corporação como referência, fora que contribui para a organização das informações. É um contato mais instantâneo com os internos e o veículo é um meio de encontrar dados da instituição, como a história, eventos, funcionários e a rotina. Embora não seja o foco do TCC, a sociedade em geral pode ter acesso ao site, conhecendo o trabalho da entidade. A Associação Pró-Ranchariense de Apoio ao Trabalho do Aprendiz tem a intenção de continuar com o produto jornalístico criado nessa pesquisa, a fim de manter o fluxo informacional, por meio de uma plataforma multimídia.

REFERÊNCIAS

- ALVAREZ, B. **Cartilha de recomendações de SEO para jornalistas online**. 2011. Disponível em: <http://seonojornalismo.com.br/libraries/down/Cartilha_SEO_no_Jornalismo.pdf>. Acesso em: 25. nov. 2017.
- ALVES, R. **A Comunicação no Terceiro Setor: desafios para visibilidade de mercado**, Minas Gerais, Universitário Newton Paiva, 2010. Disponível em: <<http://blog.newtonpaiva.br/pos/wp-content/uploads/2013/02/E2-PP-24.pdf>>. Acesso em: 21 mar. 2017.
- AZEVEDO, M. **O Terceiro Setor e o Direito Ambiental - ONG's: desenvolvimento, estratégia de atuação e gestão**. São Paulo: Meio Jurídico, 2006.
- BARRETTO, C; NÓBREGA, K. Planejamento Estratégico: como é realizado pelas empresas de comunicação organizacional. **Quipus**, Universidade Potiguar, v. 3, n. 1, dez., 2014. Disponível em: <<https://repositorio.unp.br/index.php/quipus/article/download/531/481>>. Acesso em: 26 out. 2016.
- BUENO, W. **Comunicação empresarial: Alinhando teoria e prática**. Barueri, SP: Manole, 2014.
- CAHEN, R. **Comunicação Empresarial: a imagem como patrimônio da empresa e ferramenta de marketing**. Rio de Janeiro: Best Steller, 2012.
- CAMPOS, M. Jornalismo empresarial para o público interno: reflexões sobre segmentação e identidade. In: SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA COMUNICAÇÃO, 17, 2012, Ouro Preto. **Anais eletrônicos...** Ouro Preto: Intercom, 2012. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2012/resumos/R33-0992-1.pdf>>. Acesso em: 11 fev. 2017.
- CAMPOS, M. Jornalismo empresarial para o público interno: reflexões sobre segmentação e identidade. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUDESTE, 17, 2012, Ouro Preto. **Anais eletrônicos...** Ouro Preto: Intercom, 2012. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2012/resumos/R33-0992-1.pdf>>. Acesso em: 11 fev. 2017.
- CANAVILHAS J. Hipertextualidade: Novas arquiteturas noticiosas. In: CANAVILHAS, J. (Org) **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**, 2014. p. 3-25. Disponível em: <http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20141204-201404_webjornalismo_jcanavilhas.pdf>. Acesso em: 20 set. 2016.

- CARDOSO, C; GALLON, V; DE LUCA, M. M. M. Reputação corporativa e o disclosure socioambiental de empresas brasileiras. In: CONGRESSO ANPCONT, 6, 2012, Florianópolis. **Anais eletrônicos...** Florianópolis: Associação Nacional dos Programas de Pós Graduação em Ciências Contábeis, 2012. Disponível em: < <https://cgg-amg.unb.br/index.php/contabil/article/view/563>>. Acesso em: 20 set. 2016.
- CARDOSO, R. Fortalecimento da Sociedade Civil. In: IOSCHPE, Evelyn Berg (Org.). **3º Setor Desenvolvimento Social Sustentado**. 3. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2005.
- CARRIONS, W. **Design para Web designers**. Rio de Janeiro: Brasport, 2008.
- CLEMEN, P. **Como implantar uma área de comunicação interna: nós, as pessoas, fazemos a diferença: guia prático e reflexões**. Rio de Janeiro: Mauad, 2005.
- COLAUTO, D. et al. Identificação de canais de comunicação mercadológica utilizados como mecanismos para delineamento do planejamento estratégico. **Contexto**, Porto Alegre, v. 6, n. 9., p.1-23, 2006. Disponível em: < <http://seer.ufrgs.br/ConTexto/article/download/11250/6646>> Acesso em: 08 mar. 2017.
- CURVELLO, J. **Comunicação interna e cultura organizacional**. 2. ed. Brasília: Casa das Musas, 2012.
- DENZIN, N. K; LINCOLN, Y. S. **Planejamento da Pesquisa Qualitativa – Teorias e Abordagens**. Porto Alegre: Artmed, 2006.
- DUARTE, J; MOUTINHO, A. **Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia: teoria e técnica**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- ESTRELLA, C; BENEVIDES, R; FREITAS, R. **Por dentro da comunicação interna: tendências, reflexões e ferramentas**. Curitiba: Champagnat, 2010.
- FARINA, M; PEREZ, C; BASTOS, D. **Psicodinâmica das Cores em Comunicação**. 5. ed. São Paulo: Blucher, 2009.
- FERNANDES, A; PEREIRA, C. A gestão da identidade corporativa como ideal – um estudo de caso. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUL, 10, 2009, Blumenau. **Anais eletrônicos...** Blumenau: Intercom, 2009. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2009/resumos/R16-1003-1.pdf>> Acesso em 28 mai. 2017.
- FERNANDES, S, T; FARIAS, W, S. A notícia na sua mão: a informação está no Facebook. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 37, 2014, Foz do Iguaçu. **Anais eletrônicos...** Foz do Iguaçu: Intercom, 2014. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2014/resumos/R9-2255-1.pdf>> Acesso em: 18 mar. 2017.

FERRARETTO, E, K; FERRARETTO, L, A. **Assessoria de Imprensa: teoria e prática** 7. ed. São Paulo: Summus, 2009.

FERRARI, P. **Jornalismo digital**. 4. ed. São Paulo: Contexto, 2010.

FERREIRA, W; NAVARRO, L. **Jornalismo Colaborativo e as modificações nas redações** – Análise de produção RPC TV Ponta Grossa, 2015. Disponível em: <<http://www.portalintercom.org.br/anais/sul2015/resumos/R45-0915-1.pdf>>. Acesso em: 28 fev. 2017.

FORNI, J. **Gestão de Crises e Comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2015.

GIL, A. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GIL, A. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GRAZZIOLLI, A. et al. **Manual de Procedimentos para o Terceiro Setor - Aspectos de Gestão e de Contabilidade para Entidades de Interesse Social**. 2015. Disponível em: <http://portal.convenios.gov.br/images/manuais/Manual_de_Procedimentos_para_o_Terceiro_Setor.pdf>. Acesso em: 04 mar. 2017.

GOLDENBERG, M. **A arte de pesquisar: como fazer pesquisa qualitativa em Ciências Sociais**. 11. ed. Rio de Janeiro: Record, 2009.

HACK, F; PÉRSIGO, P. Comunicação Empresarial, Políticas de Comunicação: Caso Fundação Luterana de Diaconia. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUL, 14, 2013, S. Cruz do Sul. **Anais eletrônicos...** S. Cruz do Sul: Intercom, 2013. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/sul2013/resumos/R35-0455-1.pdf>>. Acesso em: 13 fev. 2017.

IOSCHPE, E, B. **3º setor: desenvolvimento social sustentado**. 2. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2005.

KUNSCH, Margarida M. Kröhling. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. São Paulo: Summus, 2003.

LE MOS, C; GAUDIO, R. Publicações Jornalísticas Empresariais. In: DUARTE, J.; MOUTINHO, A. **Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia: teoria e técnica**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

LAKATOS; MARCONI. **Fundamentos da metodologia científica**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

LIMA, M; ABBUD, M. A Utilização das Mídias Sociais em Organizações Não Governamentais na Região Norte Brasileira. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO NORTE, 12, 2013, Manaus. **Anais eletrônicos**... Manaus, 2013. Disponível em:

<<http://portalintercom.org.br/anais/norte2013/resumos/R34-0384-1.pdf>>.

Acesso em: 21 mar. 2017.

LIPKIN, N; PERRYMORE A. **A geração Y no trabalho**. São Paulo: Elsevier, 2010.

LUZ, A; QUEIROZ, L; WOITOWICZ, K. Jornalismo multimídia na internet: Convergência e estratégias de divulgação no site Cultura Plural. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUL, 17, 2016, Curitiba. **Anais eletrônicos**... Curitiba, Intercom, 2016. Disponível em:

<<http://www.portalintercom.org.br/anais/sul2016/resumos/R50-1751-1.pdf>>.

Acesso em: 28 fev. 2017.

MANZINI, E. Considerações sobre a elaboração de roteiro para entrevista semiestruturada. In: MARQUEZINE: M. C.; ALMEIDA, M. A.; OMOTE; S. (Orgs.). **Colóquios sobre pesquisa em Educação Especial**. Londrina, Eduel, 2003. Disponível em:

<https://www.marilia.unesp.br/Home/Instituicao/Docentes/EduardoManzini/Consideracoes_sobre_a_elaboracao_do_roteiro.pdf>. Acesso em: 10 mar. 2017.

MATOS, L. **Aprenda a criar sites**. São Paulo: Digerati Books, 2004.

MATTELART, A; MATTELART, M. O Domínio da Comunicação. In: **História das Teorias da Comunicação**. 9. ed. São Paulo: Loyola, 2006, p.159-187.

MIELNICZUK, L. **Jornalismo na Web**: Uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual. 2003. Disponível em:

<poscom.tempsite.ws/wp-content/uploads/2011/05/Luciana-Mielniczuk.pdf>.

Acesso em: 28 fev. 2017.

MIELNICZUK, L. **Características e implicações do jornalismo na Web**.

2001. Disponível em:

<http://comunicaufma.webs.com/mielniczuk_caracteristicasimplicacoes.pdf>.

Acesso em: 05 mar. 2017.

NASSAR, P. **Comunicação interna**: a força nas empresas. 2. ed. São Paulo: Associação Brasileira de Comunicação Empresarial, 2005.

NIERDERST, J. **Aprenda Web Desing**. Rio de Janeiro: Ciência Moderna, 2002.

OAB. **Cartilha sobre Aspectos Gerais do Terceito Setor**. 2011. Disponível em: <http://www.oabsp.org.br/comissoes2010/direito-terceiro-setor/cartilhas/revisao%202011cartilha_revisao_2007_final_sem%20destaque%20de%20alteracoes.pdf>. Acesso em: 04. mar. 2017.

OLIVEIRA, Cíntia Pierote de; MANOLESCU, Friedhilde Maria Kustner. A importância do terceiro setor. In.: XIV ENCONTRO LATINO AMERICANO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA e X ENCONTRO LATINO AMERICANO DE PÓS-GRADUAÇÃO, 2010. **Anais eletrônicos...** São José dos Campos, Universidade do Vale do Paraíba, 2010. Disponível em: <http://www.inicepg.univap.br/cd/INIC_2010/anais/arquivos/0020_0210_01.pdf> Acesso em: 08 mar. 2017.

PÁDUA, W; FILHO, P. **Multimídia: conceitos e aplicações**. 2. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2011.

PAIVA, L. **Os desafios da Comunicação no Terceiro Setor: um estudo de caso da Fundação Ricardo Moysés Júnior**. Juiz de Fora, Minas Gerais, 2009. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2009/resumos/R14-1029-1.pdf>>. Acesso em: 21 mar. 2017.

PALETTA, F; MUCHERONI, M. O desenvolvimento da WEB 3.0: Linked Data e DBPEDIA. **Prisma**, São Paulo, n. 25, 2014. Disponível em: <revistas.ua.pt/index.php/prismacom/article/download/3047/pdf_30>. Acesso em: 06 mar. 2017.

PIMENTA, M. **Comunicação Empresarial**. São Paulo: Alínea, 2002.

PINHO, J. B. **Jornalismo na Internet: Planejamento e produção da informação on-line**. 3. ed. São Paulo: Summus, 2003.

PRADO, M. **Webjornalismo**. Rio de Janeiro: LTC, 2011.

PRIMO, A. **O aspecto relacional das interações na Web 2.0**. Brasília, 2007. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/limc/PDFs/web2.pdf>>. Acesso em 28 fev. 2017.

SILVIA, M; VALENTE, M. Mídia digital, cultura da convergência e mobilidade: análise do jornal Valor Online. In: ENCONTRO NACIONAL DE HISTÓRIA DA MÍDIA, 8, 2011, Guarapuava. **Anais Eletrônicos...** Guarapuava, Unicentro, 2011. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/8o-encontro-2011-1/artigos/Midia%20digital-%20cultura%20da%20convergencia%20e%20mobilidade%20analise%20do%20jornal%20Valor%20Online.pdf/view>>. Acesso em: 18 mar. 2017.

ROCHA, L. A utilização de elementos multimídia no jornalismo online: a cobertura do G1 sobre o Tsunami no Japão. Unicentro. In: ENCONTRO NACIONAL DE HISTÓRIA DA MÍDIA, 8, 2011, Guarapuava. **Anais Eletrônicos...** Guarapuava, Unicentro, 2011. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/8o-encontro-2011-1/artigos/A%20utilizacao%20de%20elementos%20multimidia%20no%20jornalismo%20online%20a%20cobertura%20do%20G1%20sobre%20o%20Tsunami%20no%20Japao.pdf/at_download/file>. Acesso em: 18 mar. 2017.

RODRIGUES, B. **Webwritging**: Pensando o texto para a mídia digital. São Paulo: Berkeley, 2001.

RODRIGUES, L; GIURLANI, S. **25 anos de Assessoria de Imprensa no Brasil**. São Paulo: Germinal, 2006.

SANTOS, E; NICOLAU, M. Web do futuro: a cibercultura e os caminhos trilhados rumo a uma Web semântica ou Web 3.0. **Revista Temática**, São Paulo, v. 8, n. 10, out., 2012. Disponível em: <http://www.insite.pro.br/2012/Outubro/web_semantica_futuro.pdf>. Acesso em: 28 fev. 2017.

SPYER, J. **Conectado**: o que a internet fez com você e o que você pode fazer com ela. Rio de Janeiro: Zahar, 2007.

TACHIZAWA, T. **Organizações não governamentais e terceiro setor**: criação de ONGs e estratégia de atuação. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

TAVARES, M. **Comunicação Empresarial e plano de comunicação**: integrando teoria e prática. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

TORO, J. O papel do Terceiro Setor em sociedades de baixa participação (Quatro teses para discussão). In: IOSCHPE, E. (Org). **3º Setor Desenvolvimento Social Sustentado**. 3. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2005.

TORQUATO, F. **Tratado de comunicação organizacional e política**. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

VICENTE, M. **História e Comunicação na Ordem Internacional**. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2009. Disponível em: <<http://books.scielo.org/id/b3rzk/pdf/vicente-9788598605968-03.pdf>>. Acesso em: 08 mar. 2017.

ANEXOS

ANEXO A
FOTOS ANTIGAS DA APRATA



1 – Inauguração da nova sede da A.P.R.A.T.A., no antigo prédio da Casa do Pedrinho

No dia 01 de maio de 1998 é inaugurada na cidade de Rancharia a Aprata. Na ocasião o presidente Wilson Figueiredo, realiza o discurso de inauguração da nova sede.

Fonte: Acervo do Museu da Biblioteca Pública Municipal Castro Alves de Rancharia.



Turmas do ano de 2000 realizam aulas de datilografia e informática na nova sede da Aprata. Nessa época foi implantado o curso de informática, onde os alunos puderam aprender sobre o sistema que era novidade.

Fonte: Acervo do Museu da Biblioteca Pública Municipal Castro Alves de Rانcharia.



Em 2002 alunos da instituição praticam aula de coral e violão, cursos que foram aperfeiçoados na época.

Fonte: Acervo do Museu da Biblioteca Pública Municipal Castro Alves de Rancheira.



Em 2004, o prédio da instituição passa por reformas e criação de novas salas.

Fonte: Arquivo Aprata.

**ANEXO B
ENTREVISTAS**

WALKYRIA MARIA DORINI CORREIA DORINI

Fundadora da Aprata

Data da entrevista: 24/03/2017

Meio: Pessoalmente

1 - O que levou a senhora a fazer parte da instituição?

Olha lá naquele prédio existia uma instituição chamada Casa do Pedrinho, um lugar que abrigava meninos e era administrado por uma diretoria que era meio arcaica e que não quiseram se adequar ao Estatuto da Criança e do Adolescente. O presidente não dava atenção para a burocracia que é necessária para a entidade. Era ele e a mulher dele que administrava. Então, ele fazia umas coisas assim que não se cabia em entidade nenhuma. Por exemplo, a mulher dele ia lá cozinhar para os meninos, fazia coisas que não cabem em uma instituição. E isso fazia com que os meninos ficassem muito apegados a ela e na hora da separação é difícil sabe, porque aqui eles ficavam até certo período, não lembro se é 16 ou 18 anos.

Então eles tinham que se adequar a individualidade deles, não podia ser do jeito que era, todo mundo dormindo em um dormitório só, sem um espaço que individualizasse a presença deles. Era uma coisa muito artesanal a instituição. Ela vivia por meio do dinheiro do povo e verba da Prefeitura que passava recurso. Eles tinham muitas dificuldades na prestação de recursos, tinha uma dificuldade, enfim de uma diretoria bem constituída.

O que aconteceu, veio o Dr. Ubirajara Maintinguer, que era juiz aqui em Rancharia e constatou todas essas irregularidades, dificuldades que tinham de obedecer às normas do Estatuto, aí o que ele fez, fechou a entidade. Eu lembro que muitos alunos no começo eram da Casa do Pedrinho e já ficaram ali na instituição. Uns foram devolvidos para a família, foi feita uma pesquisa quem tinha algum membro da família, tinha menos que 20. Então, era o juiz e a promotora da Infância e Juventude Dr^a Rita de Cássia Berzamo. Na época eu mexia muito com essa parte de atendimento a criança e adolescente, já que essa parte praticamente foi eu que institui aqui em Rancharia, como o Conselho Tutelar, Apae, Casa Abrigo atual, todas essas entidades começaram pela minha mão. Eu era delegada de ensino, a Apae foi constituída bem na época da minha aposentadoria e eu fui trabalhar na Apae como voluntária e fiquei muito envolvida com essa parte de criança e adolescente e fui trabalhando para as entidades. Hoje eu sou mais envolvida com Aprocar.

Então voltando para a Aprata a promotora me chamou e disse que precisávamos reorganizar. Fechou a Casa do Pedrinho e nós precisamos aproveitar essa estrutura que temos e precisamos cuidar da criançada que está por aí, os adolescentes. E na época teve muitos casos de furtos, umas coisas assim que precisava de um direcionamento. Existia também a Guarda Mirim, mas ela também não cumpriu com as regras do Estatuto. Então montei o Estatuto, mostrei para um advogado para ver se estava nos conformes, até eu tinha colocado o nome da entidade de Prata (Proteção Ranchariense da Criança e do Adolescente) e como havia uma nova determinação do código civil, o advogado falou que teria que classificar como uma associação e sendo associação é preciso colocar um "A" na frente da sigla, e assim ficou Aprata. No começo era esquisito, mas hoje as pessoas acostumaram com o nome.

Então pode-se dizer que eu, junto com o juiz e a promotora que tivemos a ideia de fundar a Aprata.

2 – A senhora participou do começo da instituição?

Eu não participei do funcionamento da instituição, apenas da organização e foi justamente a pedido da promotora da infância e da juventude que achou que deveria ter alguma coisa para substituir a entidade que tinha sido fechada.

Eu fiz o Estatuto e passei ele para frente e falei agora vocês vão cumprir (risos) porque na época eu já estava com outras incumbências, eu estava com o Conselho Tutelar, Aprocar, Apae que me dava um trabalho danado. Foi aí que o seu Luiz Siqueira entrou, ele foi o primeiro presidente junto com o Bruno Henschel de vice-presidente, mas aí eu perdi o vínculo com esse povo lá na Aprata. Eu estava com outras coisas para cuidar e via que lá estava em boas mãos e achava que não precisava estar me envolvendo e meu tempo era curto. Inclusive nessa época me chamaram para trabalhar na Prefeitura, então eu tinha essas oito horas do dia ocupada, mais a casa e filhos para cuidar.

Na época não se ouvia falar muito em terceiro setor, então, terceiro setor que cuida particularmente das ONGs, então, Aprata é uma ONG, é uma instituição não governamental, recebe subvenção da prefeitura. Inclusive eu participei da prefeitura como secretária de planejamento, que é responsável pelo orçamento da prefeitura e fiz questão de incluir no orçamento verbas destinadas ao orçamento da Aprata. Então hoje ela é ainda subvencionada pela prefeitura.

3 – Como era para ser presidente na época?

Para ser presidente na época tinha que ter todo critério que tem que ter uma associação de acordo com o Estatuto, registrado, diretoria provisória de cada entidade. Aí essa diretoria provisória registrou em cartório e a entidade se oficializou entidade, que até o entanto não era. **A Paula disse que para ser presidente da Aprata tem que ser do Rotary ou sócio e o Rotary acatou essa ideia?** O Siqueira na época fazia parte do Rotary, por isso deve ter esse vínculo até hoje.

4 – Como a senhora vê a instituição?

Eu vejo assim elogiando, até porque com certeza está funcionando de acordo com a proposta do Estatuto da Criança e do Adolescente, eu vi que está sendo apadrinhada pelo Rotary e isso é muito bom, porque eles fazem campanha e tem as salas mobiliadas que eu vi pelo Facebook da Paula.

5 – Em quais locais a senhora já trabalhou?

Eu tenho 82 anos, me aposentei com 50 anos. Primeiro eu fui professora de primário, aí foi criado um órgão de professores aqui em Rancharia chamado SEOP, que era do estado. Naquela época aqui em Rancharia era a sede de delegacia de ensino aí um dos que foram meu diretor na escola me convidou para trabalhar nesse SEOP como orientadora de matemática, e eu me afastei da sala de aula e fui trabalhar como coordenadora e diretora, depois prestei concurso para supervisão e fui supervisora de ensino aí fui nomeada delegada

de ensino e ai me aposentei porque não aguentei mais essas politicagens atrás de mim. (risos). Assumi uma função de jornalismo, tenho até carteirinha, mas não cheguei a fazer curso. Minha irmã tinha um jornal aqui em Rancharia, chamado A Tribuna. Na época do Prefeito Carlito, fizeram uma reunião para nomear uma diretoria para Apae e colocaram o meu nome sem consultar e depois só me comunicou que eu estava eleita vice-presidente da Apae e eu acabei aceitando, foi ai que começou o trabalho em entidade. Depois fui vereadora e fui eleita, mas lá não podia fazer o que eu queria, depois fui secretária de planejamento na Prefeitura e hoje sou voluntária em algumas entidades e sou sócia da Aprata. Acho que a Aprata foi a única instituição que eu não trabalhei, dei apenas o start.

6 – Como a senhora se sente em ter feito parte de tantos trabalhos voluntários no terceiro setor?

É uma satisfação, porque é um exemplo que eu recebi dos meus pais, tanto é que a Apae de Rancharia tem o nome da minha mãe Norita Tavares Dorini, ela era professora e assim meio de contrabando ela admitia na sala dela alunos com deficiência auditiva ou visual, ela levava eles sem ser matriculados, porque não podia na escola receber alunos com necessidades especiais e depois ela levava para a casa dela para fazer o trabalho mais especial. Então isso tudo incentivava. E assim muito apreço que eu tenho pelas crianças e acho que é importante cuidar delas.

O meu trabalho voluntário no terceiro setor remonta a 1982, ocasião da minha aposentadoria, eu achei que era importante eu continuar trabalhando pelo município, pelas entidades, então a partir da minha aposentadoria eu fui fazer trabalho voluntário na Apae, fiquei 13 anos trabalhando lá e depois eu entrei na parte política, fui vereadora e continuei ajudando as entidades, depois fui convidada para assumir a secretaria de planejamento, que também me deu oportunidade pra continuar trabalhando pelas entidades. Rancharia, eu acho que é a campeã das cidades aqui da região em termos de assistência social. Hoje eu sou conselheira de uma instituição que se chama Aprocar (associação de proteção a criança e ao adolescente), é uma casa abrigo, só que hoje em dia chama-se casa de acolhimento ao invés de casa abrigo, e assim a gente continua trabalhando enquanto puder pelas entidades e pelo bem de rancharia e contamos com vocês pra ajudar.

7 - Qual a mensagem você deixa para as pessoas realizarem trabalho voluntário?

Eu acho que a gente tem que ajudar, e às vezes me perguntam, nossa, mas a senhora não tem problema nenhum na família, como é que a senhora se dispõe a ajudar, justamente por isso, porque eu não tenho é que eu preciso ajudar os demais, é uma forma de agradecer a Deus essa bênção.

Se nós queremos que Rancharia cresça, evolua, tenha grandes vitórias na parte cultural, na parte assistencial, acho que todos devem ajudar e colaborar, é muito importante, e é uma coisa assim que tem que estar no coração de cada um.

8 - A nossa ideia é implantar um site na instituição, quais os benefícios que o site traria?

É importante isso, é preciso divulgar as entidades, tem muita coisa que acontece e as pessoas não ficam sabendo, há uma falta de comunicação. Hoje em dia a comunicação tem que ser via internet, os outros meios são demorados. E ainda mais lá que são jovens e todos acessam a internet, mas é preciso saber levar informação corretamente. Eu com essa idade sempre usei tecnologia, fiz curso de informática em 1995 e sempre me atualizei nessas coisas.

BRUNO HENSCHERL

Primeiro vice-presidente da Aprata

Data da entrevista: 16/03/2017

Meio: Pessoalmente

1 – Como surgiu a ideia de fundar a Aprata?

A ideia foi a seguinte, a Guarda Mirim e a Casa do Pedrinho funcionava com algumas irregularidades. Na época o promotor Ubirajara Maintinguer e o Luiz Siqueira fizeram uma reunião com o Rotary e sugeriram para que mudasse, fundasse a Aprata. E daí foi a ideia do Ubirajara e do Luiz Siqueira que foi o primeiro presidente e eu acabei sendo o vice. A Aprata surgiu porque o juiz queria tirar os jovens das ruas e capacitar para incorporar no mercado de trabalho. Assim foi fundada a Aprata, e o Rotary acatou essa causa e daí até hoje foi só Rotarianos que ficaram a presidência e diretoria. Ah, para ser presidente da Aprata tem que ser rotariano ou sócio da entidade, é uma exigência do Estatuto. Para ser sócio precisa pagar uma taxa por mês de qualquer valor. Eu entrei como vice-presidente, fui tesoureiro por vários anos e hoje sou chefe de patrimônio.

2 – Como foi o processo de fundação da instituição?

Ninguém se omitiu, principalmente a parte do Rotary. O grande obstáculo foi para transferir a Casa do Pedrinho para Aprata. A Casa do Pedrinho não existia mais e no papel continuava, para fazer a mudança para Aprata demorou muito. Inclusive eu fui um dos últimos presidentes da Casa do Pedrinho. Na época os funcionários da casa do Pedrinho se demitiram, eles falavam que como o Rotary vai comandar, pois quem cuidava antes era a Maçonaria e o Lions. Mas depois aos poucos a rotina da associação foi mudando.

3 – Como foi a aceitação das pessoas?

Alguns agiram bem, já outros não. Com o tempo acabaram aceitando, mas o primeiro impacto é muita responsabilidade. Por ser voluntário é muito difícil achar as pessoas, quase ninguém se oferece para ajudar.

4 – De que forma era a comunicação na época?

Era por meio de recados e panfletos, quase não existia telefone e internet. Hoje melhorou bastante, os recados são repassados em sala de aula para os alunos e os professores sempre estão conversando.

5 – Como é visto o desempenho da Aprata?

Hoje é raro encontrar em Rancharia uma sala de aula igual à daqui, com ar-condicionado, cadeira almofadada, data show. Percebo que a instituição cresceu muito na cidade.

6 – Como se sente sendo um dos fundadores de uma instituição que proporciona melhor qualidade de vida para a sociedade?

Sinto orgulho e apesar de eu não ter sido presidente, eu sempre achei meu cargo com uma grande responsabilidade. Então, eu busco sempre ajudar na instituição para estar sempre promovendo a Aprata.

WILSON FIGUEIREDO

Segundo Presidente da Aprata

Data da entrevista: 28/03/2017

Meio: Pessoalmente

1 – Como a Aprata surgiu?

Aprata ela era a antiga Guarda Mirim, então como funcionava, o comerciante pegava alguém que ele conhecia e registrava lá e depois colocava na empresa para trabalhar. No caso se o Ministério do Trabalho chegasse no estabelecimento eles mostravam que o menor era da Guarda Mirim. E o que aconteceu, estava funcionando totalmente errado. O local era no Ginásio de Esportes da cidade. Ai teve um juiz o Ubirajara que ele veio e constatou todas essas irregularidades, que não podiam trabalhar do jeito que estava trabalhando. Ela precisa ser regularizada no Estatuto. E o que foi feito, eles montaram um novo projeto e deu o nome de Aprata e deu para o Rotary Club cuidar, na época quem era o presidente do Rotary era o Luiz Siqueira. Então com certeza ele deve ter aceitado a cuidar da Aprata, o presidente ficava por dois anos e depois podia se reeleger mais dois, que foi o caso do Siqueira. Na época a Casa do Pedrinho estava desativada e então precisava ocupar aquele lugar com algum projeto social e esse se encaixou. Não podia mais naquela época ter a finalidade que a Casa do Pedrinho tinha antigamente. Se tivesse uma criança que estava órfã, ou a mãe brigou e estava largada do pai, o menor ia para Casa do Pedrinho e lá eles cuidavam, então a lei determinava que não poderia ser mais assim. Então como o prédio iria ficar sem finalidade ele pegou e fez essa transição para Aprata. E quando mudou para a Aprata o Siqueira colocou a parte de informática, que não tinha. Conseguiu alguns computadores e começou a tocar a instituição.

2 – Como se tornou presidente?

Eu já era do Rotary então seu Luiz que na época também era do Rotary ficou por quatro anos e depois eu entrei e fiquei mais quatro, fiquei de 2002 a 2006. Quanto eu entrei existia os cursos de informática, violão, datilografia e o de costura que quando mudou para a Aprata o Siqueira colocou a parte de informática e esses outros cursos que não tinham.

Quando eu entrei conseguimos aumentar o subsídio da Prefeitura, por exemplo, a Prefeitura repassava mil reais conseguimos dez mil, foi um grande aumento na época. (telefone toca) e conseguimos outras verbas por meio dos deputados, que na época vereadores ajudaram, o Dispensário Santo Antônio doou alguns computadores. Nós colocamos a sala de computação e aumentamos a quantidade de computadores e os cursos. Na época eu lembro que tinha duas escolas de informática em Rancharia e eu peguei as apostilas deles e montamos uma para Aprata. Depois com o aumento dos computadores, nós inserimos a aula de digitalização. Porque em vez de aprender datilografia que era na máquina de escrever o aluno já aprendia no computador que era bem mais rápido. E depois aprendia a informática. Aumentamos os cursos para curso de relações interpessoais, aulas de coral, violão, teatro, biscuit, cabeleireiro, padaria artesanal, criamos uma sala de leitura, era feito visitar em empresas e palestras sobre várias áreas. No começo era pequena a quantidade de aluno em sala de aula, então eu implantei uma pontuação. E essa pontuação que mandava o aluno para o mercado de trabalho. E isso fez com que o pessoal fosse mais para as aulas.

Chegou a ter uns 450 alunos e foi à época que tinha mais alunos empregados, 115. Essa pontuação era feita em um papel em formato de tabela e colado na parede. A empresa queria contratar um aluno, a coordenação ia até a tabela e mandava os três primeiros, se caso esses três não descem certo mandava mais três e depois acabava. Porque senão eles queriam escolher alguém que tivesse em uma posição mais baixa e isso não é justo com os que se esforçavam. Essa pontuação era feita por meio de atividades avaliadas e frequência. Quando o menor era inserido no mercado de trabalho ele ia fazer um curso específico da área que ele está trabalhando. Tinha uns 15 funcionários na época, entre professores de coral, cozinha, violão, informática, assistente social, coordenadora, office boy, financeiro, manutenção, limpeza. Os adolescentes eram registrados no nome da instituição e as empresas repassavam R\$ 50,00 por aluno contratado na empresa. Esse dinheiro era usado para pagar encargos sociais. Até hoje passaram 6 presidentes: Luiz Siqueira por 4 anos, eu, Sebastião Pereira da Cruz, Luiz Antônio Biagi, Paulo Henrique Bolque e Marcos Paulo Nunes Vieira que é o atual.

3 – Houve muita dificuldade na época?

Eu fazia muitos projetos e passava para a assistente social, lembro que na época conseguimos uma verba para colocar um bebedouro com água gelada para os alunos, compramos aparelho de som e microfone para poder dar as palestras, colocamos ventiladores na sala de aula, e teve doação de computadores do dispensário.

4 – Como era a informação naquele tempo?

Além da participação em sala de aula, tinha o acompanhamento escolar, a coordenadora pegava a frequência escolar. Quando o aluno faltava muito na Aprata tinha o office boy que levava um recado para os pais comparecerem na Aprata e chegando lá a assistente passava o que estava acontecendo, se a frequência estava fraca. Com os funcionários fazia reunião mensal de acordo com a necessidade. Eu lembro que antes do meu mandato quase não existia informática, então o escriturário da época ia às residências com carta. Eu dedicava duas horas do meu dia para ir a Aprata todos os dias para acompanhar o trabalho.

5 – Como você vê a entidade hoje?

Vejo que ela está crescendo, teve um tempo que estava com a quantidade de aluno baixa, mas agora aumentou. Conseguiu encaixar mais gente no mercado de trabalho, porque quanto mais gente colocar no mercado de trabalho, mais gente irá ter para atender. Depois que deixei a instituição eu só faço parte da diretoria do Rotary e ajudo como sócio a Aprata. Eu sou corretor de seguros e tenho 56 anos.

6 – Vantagens que o site traria para a instituição?

Hoje está tudo informatizado, então um site iria ajudar muito. Seria um meio de divulgação da Aprata, porque muita gente não sabe o que acontece ali dentro.

7 – Como foi a experiência de trabalhar com o terceiro setor?

É sempre bom aprender coisas novas, eu já havia trabalhado com outras entidades, mas nunca havia sido presidente, a Aprata foi a primeira. Quando eu me tornei presidente eu me empenhei bastante, foi um desafio porque tinha muita coisa para ser feita. Não tinha opções de presidente, como sempre né, é sempre assim (risos). A diretoria tinha pessoas do Rotary e voluntários que ajudavam muito a associação.

MARCOS PAULO NUNES VIEIRA

Presidente atual da Aprata

Data da entrevista: 16/03/2017

Meio: Pessoalmente

1 – Como se tornou presidente da instituição?

Eu sou rotariano desde 2009, fui rotariano em São Paulo, na verdade eu sou de Rancharia mais morei muitos anos lá. Em 2013 voltei para Rancharia, entrei para o Rotary daqui e no final de 2014 iria acabar o mandato do Paulo Bolque que era o presidente da época. E em reunião com o Rotary, indicaram o meu nome à presidência, na época eu não levava jeito para essas coisas, é terceiro setor, mas aceitei. Então eu fiquei de presidente o ano de 2015/2016. São dois anos e pode ter reeleição. No final de 2016 acabou meu mandato, aí o Rotary falou para tentar mais uma vez, muitos alunos vieram conversar comigo, pais

de alunos, funcionários, ai peguei e aceitei de novo. Então eu vou ficar mais aqui 2017/2018. Esse período foi de várias conquistas, na época ninguém queria se candidatar porque o local estava com problemas financeiros e na questão de infraestrutura.

2 – O prédio da Aprata foi adquirido de que forma?

Esse prédio era da antiga Casa do Pedrinho o que aconteceu, nós entramos com uma ação compulsória, ganhamos a causa. Estava no nome Casa do Pedrinho, mas esse nome acabou só estava no papel, nós entramos na justiça, agora o prédio está sendo transferido para Aprata. Esse na verdade, esse prédio foi doação, quem doou para a Casa do Pedrinho foi o Pedrão, Augusto Pedro Neto. Ele que doou por livre espontânea vontade. Hoje a Aprata é sede própria.

3 – Quais são os objetivos da Aprata?

Hoje têm mais ou menos uns 300 alunos que frequentam a entidade. O objetivo é pegar o aluno, dar curso de capacitação, para inserir ele no mercado de trabalho. Lógico isso tem diversas finalidades, muitas vezes os alunos que estão estudando aqui eles estão deixando de fazer coisas erradas na rua. Tem pais que tem condições financeiras e quer que o filho venha estudar aqui, tem que aprender, mas no começo não era assim.

4 – Quais as necessidades da instituição?

Hoje nós estamos pegando firme na infraestrutura, tem muita coisa pra fazer, mas já fizemos muita também. A instituição hoje não deve um centavo para ninguém, as contas dela estão em dia e tem um pouco de dinheiro em caixa pra uma eventual despesa, acontece alguma coisa, algum funcionário pede demissão a gente tem que demitir funcionário e tem que pagar os direitos trabalhistas. Então a gente tem um caixa para isso. Caiu essa parede aqui, tem que arrumar ela. Então a gente tem uma reserva para isso hoje. Mas o que nós estamos focando é na infraestrutura. Estamos precisando construir mais salas de aula, estamos atrás de verbas de deputados, precisamos comprar computadores, estamos precisando hoje pelo menos mais uns 20 computadores novos. Então assim, são diversas coisas, e agora vamos começar mexer no telhado, pra sanar goteiras e vazamentos. Colocamos pisos, praticamente em todas as salas. A Aprata tem forro PVC, o frigorífico fez uma parceria adotando uma sala de aula e reformou-a toda. Hoje a instituição conta com ar-condicionado nas salas de aula, data show, cadeiras almofadadas, forros e pisos novos, coisas que em escola nenhuma de Rancharia é encontrado.

5 – Como a Aprata é vista hoje?

A Aprata na cidade deve estar hoje entre o 5º maior empregador de Rancharia. Até um ano atrás, era dos 14 aos 18 anos, só que o Ministério do Trabalho falou que estava errado. Aqui em Rancharia tem três empresas de porte

grande, e eles são obrigados a contratar pessoas de 18 a 24 anos, porque o jovem aprendiz é dos 14 aos 24 anos e não aos 18 como era antes.

O que aconteceu se as empresas não contratarem, elas levam multa do Ministério do Trabalho, então cada empresa teve que contratar mais alunos e assim aumentou o número deles empregados.

A vantagem da empresa é que se for ver hoje o INSS do funcionário é de 20%, desses 20, 11% quem paga é a empresa e os outros 9% é o funcionário. Como a Aprata é entidade e por lei a contratação sai por aqui ela é obrigada a pagar a cota patronal que seria esses 11%. Então, isso já é para incentivar, já que a empresa que contrata, em vez de pagar 20% de imposto, irá pagar apenas 9%, ela acaba tendo uma economia.

Fizemos semelhante a uma escola, não tem classe social, hoje para o aluno estudar aqui, ele não escolhe o curso, ele vai ter aula de diversos assuntos que a Aprata oferece, e isso é muito interessante para o aluno. Hoje tem aula de informática, amanhã de técnicas de escritório, de segurança do trabalho e só na outra semana que ele volta a ter aula de informática e assim por diante.

6 – Qual que é o lado negativo e positivo que as empresas que contratam enxergam?

A empresa quer que o funcionário trabalhe só que a legislação diz que o funcionário tem que ficar duas horas diárias no ensino, aqui essas duas horas, é obrigatório. Então nós temos dois turnos, na parte da manhã e na parte da tarde. Tem que trabalhar o horário normal de trabalho, que são oito horas diárias, só que o aluno ele fica seis horas na empresa e duas horas aqui. Muitas empresas precisam do aluno oito horas, mas ele tem que cumprir duas horas aqui. E se o aluno não vier aqui se ele começar a faltar no curso, isso é falta disciplinar, rescinde o contrato e acaba tendo quebra de contrato.

Então, quando a empresa vira parceira da Aprata ela vê um lado negativo, mas depois ela acaba compreendendo, porque é o objetivo. Com o passar do tempo, a empresa enxerga a importância do estudo para o aluno, pois o que está aprendendo aqui ele vai aplicar lá na empresa. Então a empresa acaba tendo resultado com isso.

O contrato que é feito é com prazo determinado, tem data de início e de fim. Muitas vezes a empresa gosta tanto desse funcionário que ela não quer deixar que ele saia da empresa, por lei o contrato dele tem que ser extinto pela Aprata e deixa de ser um jovem aprendiz e a empresa o contrata e acaba efetivando na empresa.

A Aprata sofre fiscalização da Prefeitura, do Ministério Público, tem que fazer prestação de contas, do Ministério Público, Ministério do Trabalho de Presidente Prudente e do Tribunal de Contas do Estado. Todo ano vem alguém aqui do Tribunal para ver e fiscalizar. Porque o nosso maior parceiro é a Prefeitura, tá. A Prefeitura é a maior parceira de todas as entidades, então ela manda todo mês o dinheiro, esse dinheiro está em contrato.

7 – A entidade recebe verbas de quais lugares?

Hoje está dando mais de R\$ 200.000,00 por ano. Então o que acontece, essa verba da Prefeitura ela repassa para Aprata. Então isso é um contrato que é para emitir o pagamento dos funcionários, pagamento de água, energia e

material de escritório e telefone. E fora essa verba da prefeitura tem outras verbas como vendas de batatas, promoções e os sócios. O correto na Aprata seria o serviço ser prestado pelo Poder Público, pois é obrigação da Prefeitura, a Aprata, Asilo, é tudo obrigação do Poder Público, mas ele não tem condições de oferecer tudo isso, então meio que terceiriza, a gente faz o serviço aqui.

8 – Como funciona a questão do trabalho do aluno na empresa?

A entidade possui contrato com 19 empresas, três dessas é destinada para o jovem aprendiz e o restante para menor aprendiz. Cada uma que contrata repassa um valor para a instituição, onde o aluno é registrado no nome instituição. Quando é menor a empresa repassa R\$100,00 e maior R\$150,00, desse valor é gasto em média R\$ 60,00 com escritório por aluno empregado, o restante fica para promoções e para o caixa da unidade. Até os 18 anos os alunos não podem desenvolver trabalhos insalubres de periculosidade, então são cheios de regras e as empresas têm que cumprir.

9 – Como é estabelecida a comunicação na entidade?

Sempre tem que melhorar, não pode ser hipócrita, falar que está 100% não está e ai tem que ir melhorando. Eu assumi, eu melhorei o próximo presidente que assumir irá melhorar. Então é assim, tem que dar uma continuidade, porque os tempos vão mudando, os tempos são outros. Geralmente quando tem que passar recados, marcam reuniões ou é falado na própria sala de aula.

10 – De que forma o site poderá ajudar na comunicação da Aprata?

Irá ajudar no que tange a comunicação, a entidade necessita ter visibilidade, precisa ser conhecida, e ainda, com o tempo as matriculas dos alunos poderá ser online.

11 – O que o site tem que conter para ajudar na comunicação da Aprata? E como pensa em manter o veículo?

Tem que conter uma divulgação sobre o que é a entidade, o que ela faz, fotos, como entrar para instituição. Depois de pronto faremos uma reunião para estudar a contratação de algum profissional no futuro.

12 – O que precisa para se tornar um voluntário ou sócio?

Não tem exigência nenhuma, é só chegar aqui e participar, não tem exigência. Hoje nos temos quase 80. Têm sócios que variam as doações, tem sócio que dá R\$ 20,00, tem sócio que dá R\$ 10,00, tem sócio que dá R\$5,00 é o valor que quer. E a entidade vive de dinheiro de sócios, Prefeitura, mais o dinheiro de promoções, como batata e rifas. Cada dois meses faz promoção de batata e rifa faz todos os meses. E a gente recebe uma contra partida das empresas, porque o aluno que está estudando aqui está trabalhando na empresa, então o salário desse aluno, a empresa repassa para Aprata e ela repassa para os alunos. Também é repassado o décimo terceiro, 1/3 das férias, repassa tudo. E a empresa ela paga o adicional a mais, que é o custo administrativo. A Aprata

paga o escritório e o restante do dinheiro fica para uma eventual palestra de alguma firma ou pagar os direitos dos funcionários. Para se tornar voluntário é só vir até a instituição e fazer o cadastro.

13 – Como é trabalhar com o terceiro setor?

É o meu primeiro contato com o terceiro setor. O que é gostoso é que é gratificante você estar fazendo uma coisa e seu nome estar sendo lembrado e muita gente elogiando. Eu não vou falar que eu fiz tudo, têm as pessoas que trabalham, os membros e a sociedade que ajuda. Às vezes deixo de fazer meu trabalho para me dedicar aqui, mas no final somos recompensados.

14 - Como conciliar com a vida profissional e pessoal?

É difícil, porque a vida profissional é o meu ganha pão, eu sou advogado e sou pecuarista, então a minha vida é bem corrida e a família está em primeiro lugar, tem filho, tem esposa, tem pai, mãe, avó, então é assim, uma coisa complicada e corrida. E a Aprata, quem exerce a presidência, ela nos toma um tempo de pelo menos de um a dois dias na semana. Então assim, é difícil você conciliar, mas como é um cargo temporário, então você faz bem feito para você pegar depois e sair para outro entrar também, então não é um cargo, uma coisa vitalícia.

Você sabe que durante a presidência, um mandato de dois anos você dá o sangue, você faz o melhor para a instituição e no caso da minha vida profissional para dar conta muitas vezes tenho que sentar escrever de madrugada minhas peças processuais ou fazer no final de semana, feriado e durante a semana eu corro, é Aprata, audiência, serviços bancários entre outras coisas.

15 - Dê um conselho para as pessoas se tornarem voluntárias?

É uma coisa muito legal, eu acho que faz bem para a pessoa, eu estou super contente. O ano que vem termina minha gestão, eu tenho que passar o bastão pra outro. Eu tenho que passar porque vai chegar outra presidência, outra diretoria, com novas ideias, com certeza com ideias melhores que a minha, que a atual diretoria. É uma coisa muito legal a pessoa trabalhar como voluntariado, trabalhar no Terceiro Setor, você tá fazendo bem para si mesmo, bem pro município, bem para as pessoas, está fazendo um papel social que é muito importante. Eu aconselho a todos que façam trabalho voluntariado, é bom para gente e para os outros também. Eu estou à disposição, se precisar de mim eu estou a disposição, vou continuar sendo sócio, pagando a mensalidade de todos os meses. Se entrar uma diretoria sem experiência você tem que auxiliar.

ANA PAULA SILVA DE FARIAS

Assistente Social da entidade e responsável do local

Data da entrevista: 17/03/2017

Meio: pessoalmente

1 – Como entrou na instituição?

Em 2009 eu estava terminando minha faculdade de serviço social e eu já trabalhava em uma instituição, ai surgiu uma vaga na Aprata, eu fiz uma seletiva, passei por uma psicóloga e tinha cinco candidatas, escolheram uma por Q.I, porque ela era mais velha, tinha passado pelo Conselho Tutelar, só que ela não utilizava informática. Ela não tinha o hábito, ela achava que aqui era só fazer roda de conversa. Aqui a assistente social é mais a diretora e administradora do que assistente social. Eu faço a parte social mais é bem menor, minha parte é mais voltada para recursos, documentação, esse tipo de coisa. E ai ela não aguentou dois dias e me chamaram e eu topei, pedi a conta do outro serviço e entrei.

2 - Quais foram os empregos que passou e como conseguiu capacitação para isso?

Eu comecei com 14 anos em um viveiro de mudas enchendo saquinhos de terra, em Rancharia. Depois fui ajudar minha mãe a vender pão porque meu pai ficou desempregado e não tinha condições. Com 16 anos fui trabalhar em uma fábrica de botas, fazia serviço de Office boy, ia ao banco, minha mãe trabalhava nessa fábrica, mas eles pagavam muito pouco. Com 18 anos, eu entreguei currículo no Supermercado central e entrei lá para trabalhar, ficava na feirinha.

Terminei o colegial e fui fazer um curso pré-vestibular a noite em uma escola, que o meu sonho sempre foi fazer faculdade e estudar. Fazia também curso de informática. Então duas vezes na semana eu não ia no cursinho porque ia para o curso de informática. Eu sempre quis estudar, nunca aceitei que eu ia ficar no supermercado. Ai eu descobri o Programa Escola da Família, prestei o vestibular na Faculdade Toledo em Presidente Prudente, uma menina me ajudou a fazer meu cadastro. Nos dois primeiros meses eu paguei as taxas da faculdade e depois ganhei a bolsa. Trabalhava no programa escola da família todos os finais de semana para pagar a faculdade, então os quatros anos da faculdade foram todos bancados pelo governo.

Na escola da família eu fiquei um ano e meio em Bastos e o restante em Rancharia. Em Bastos porque eles mandam para cidade que tem vaga na região.

Durante esse tempo fazia estágio no Dispensário que é um lugar que ajuda famílias carentes. Esse estágio era obrigado pela faculdade para fazer estágio remunerado. Nesse estágio apareceu uma vaga para eu trabalhar com o projeto “Educando para Vida”, que era um projeto voltado para menor infrator. De manhã eu fazia estágio na parte de assistência social e a tarde eu trabalhava como orientadora pedagógica nesse projeto menor infrator que atendia liberdade assistida e prestação de serviços comunitários lá do Fórum. Foi assim que eu fui adquirindo experiência com os adolescentes. Em 2009 eu estava acabando a faculdade e em 2010 surgiu a vaga aqui na Aprata, ai eu

tentei e passei. Quando apareceu essa oportunidade aqui eu não pensei duas vezes, porque eu tinha acabado de me formar e não estava nem com o diploma na mão, e eu precisava ter um espaço. Quando você termina a faculdade você quer buscar um lugar, então eu sempre gostei de trabalhar com adolescente, então eu vim para cá, mas eu vim crua, eu fui aprendendo com o tempo e tentando aplicar o que eu aprendi na faculdade. Tem muita diferença da prática, mas eu tentei e aprendi muita coisa. Estou aqui há sete anos.

3 - Como é o serviço social na prática?

A prática do serviço social não é você falar que está ajudando alguém, você não ajuda ninguém, você só está ajudando o direito dele e orientando porque muitas vezes ele não sabe. Então a assistente social, não faz caridade ele só garante o direito do cidadão que ele não conhece. Então assim, ela garante e auxilia e orienta para que ele consiga mudar de vida, para que ele consiga ter força de buscar uma melhoria e até porque às vezes ele tá numa situação ele não consegue ver uma luz no fim do túnel. Então a gente consegue direcionar e tentar com os meios que a gente tem formar uma rede forte para tentar melhorar aquela família em busca do crescimento e da mudança.

4 - Como surgiu a Aprata?

A Aprata surgiu dia 01 de maio de 1998, a Aprata, tá, ela veio do fim da Guarda Mirim, que era uma instituição que tinha aqui antes, mas ela trabalhava irregular, então a Aprata veio através de uma associação montada pelo Rotary para fazer um trabalho correto, seguindo a lei, que é a Lei 10.097, que é a lei que embasa a gente aqui, no programa de qualificação do aprendiz. A Aprata é uma associação que teve seu nome alterado em 2015 a partir da Lei 10.097/2000 que determina que os adolescentes agora são considerados dos 14 aos 24 anos e assim houve a substituição para Associação Pró-Ranchariense de Apoio ao Trabalho do Aprendiz. É uma entidade filantrópica, que cuida do trabalho social com os alunos, através de capacitação para encaminhar para o mercado de trabalho, então a gente não foca somente no mercado de trabalho, a gente foca em formar o aluno para quando ele for buscar o primeiro emprego, ou buscar a faculdade ele ter uma noção maior e uma busca maior de conhecimento.

5 – Quais os objetivos da Aprata?

O principal objetivo da Aprata é tirar o adolescente da rua e capacitá-lo para que ele busque crescimento pessoal e profissional e tenha um diferencial em sua vida através do estudo. O nome Aprata foi que juntaram as palavras e formaram Aprata, pois eles tinham que montar uma associação e sempre era escolhida fundação ou guarda mirim, aí resolveram mudar.

6 - Quais os cursos que a entidade possui?

Hoje nós temos 300 alunos na Aprata, desses 300, 90 estão trabalhando, o restante estão aguardando e fazendo cursos para arrumar o primeiro emprego, alguns só querem estudar na Aprata não querem trabalhar, então eles só

querem capacitação profissional, que para eles também é importante, porque entrega certificado. Os cursos de Informática, Comunicação e Linguagem, que é português e curso voltado para área administrativa, que agora a gente está fazendo uma reformulação porque eles precisam aprender um curso antes de trabalhar e outro curso quando vão trabalhar, então são dois focos diferentes.

A gente divide assim: em capacitação que é para os menores que não estão inseridos no mercado de trabalho, eles fazem curso de Informática, Escritório e Comunicação e Linguagem. Depois tem o menor aprendiz que já está inserido no mercado de trabalho e faz os cursos de Informática, Escritório, Técnicas em Serviços de Supermercados, Aprendizagem em Recepção, e Comunicação e Linguagem. Ai por depois também tem o jovem aprendiz é maior de idade e já está inserido no mercado de trabalho e participam dos cursos de Técnicas em Controle de Qualidade, Segurança do Trabalho, Informática e Técnicas em Escritório. Então a gente tem vários leques, tem mercado, tem empresas grandes, tem escritório de advocacia, tem vários lugares.

A coordenadora Márcia, ela que cuida da parte toda dos professores, então ela montou apostilas e tem um cronograma que a gente segue durante o ano, sempre atualizar essa apostila, esses slides, todos os anos, porque se não vão ficando muito defasados , então assim, toda essa parte de coordenação, matéria, o que vai ser dado em sala de aula, cronograma, é tudo com a Marcia, ela que controla, ela que monta. Antigamente a gente fazia apostilas para os alunos, só que ai com o tempo, como a gente tem que mudar todo o ano, ela foi ficando muito desatualizada, ai agora a gente faz em slides, os professores todos trabalham com slides em salas de aula, então todo sistema de slide tem que passar para a coordenadora olhar antes, então tem todo um cronograma, tudo que vai ser dado em um ano de aula.

7 – Como são os atendidos na entidade?

A gente trabalha com toda classe social hoje, diferente de antigamente que era por renda. O aluno tem que ser bom na escola, na Aprata e no serviço, tem que casar os três, ele tem que dar exemplo. E aqui na Aprata tem regras, normas e as roupas certas de vestir, não pode usar celular na sala de aula. Para fazer uma entrevista tem que ir com cabelo cortado, roupa limpa, uniforme, calça jeans. Essas regras são coladas nas salas, então no primeiro dia de aula a gente tem um slide que é seguido, então é passado para todas as salas como que funcionam as regras da Aprata. Então assim o aluno tem que seguir as nossas regras, procurar ter bom comportamento, boa pontuação e boa nota, se não ele não consegue uma pontuação para trabalhar, se não ele não fica aqui. O aluno que dá problema na sala de aula, ele é retirado da sala, ele vem para a minha sala, eu converso com ele e chamo o pai, eu nunca converso com ele sozinho, para o pai estar ciente do que esta acontecendo, mas graças a Deus nós não temos problema com aluno aqui, porque ou ele entra e segue nosso ritmo ou ele não fica

A gente trabalha o pessoal também, porque as vezes o aluno chega aqui e ele ta desmotivado, ele tem vários problemas na casa dele, ele tem várias dificuldades, tanto de aprendizado quanto de comportamento, fala, então nosso trabalho não é só formar ele dar uma capacitação, é mudar o pensamento dele e também mostrar que é igual para todo mundo, quem faz a diferença é você. Não importa da onde você veio, não importa se você é rico ou se é pobre. Aqui

nós temos alunos de todas as classes, tanto aluno de escola particular, quanto aluno bem pobre assim, que não tem condições, tem dos sítios, temos alunos com problema mental, psiquiátrico, temos alunos que vem da Casa Abrigo, Lar, temos alunos de todos os tipos, então a gente procura olhar pelos corredores, olhar quem precisa de mais atenção, fazer reunião em sala de aula, falar com o professor, porque o nosso trabalho não é só capacitar é formar e dar uma direção para esse aluno.

8 – Qual a realidade dos adolescentes hoje?

A realidade está complicada com projeto, imagina sem. Porque assim a cidade tem o que oferecer, mas para o adolescente não, então Aprata da um norte. Aqui em Rancharia é a Aprata e a Etec, porque muita gente não tem condição de ir para fora para fazer um curso. Aqui fazem curso de informática de graça, quem quer consegue aproveitar bastante, porque não é só informática, tem português, comunicação e expressão, área de escritório. A gente tenta focar no didático aqui igual como se fosse uma faculdade, tem data show, apresentação e seminário.

Então cidade pequena como Rancharia que só tem 33 mil habitantes a gente não tem muita opção de serviço, aqui ou você trabalha no comércio ou nos frigoríficos, então a Aprata abre um leque para o primeiro emprego, porque é a maior dificuldade né, porque é muito preconceito você trabalhar, então a gente abre esse leque para poder instruir os alunos, dar uma capacitação melhor e já ir direcionar para algumas empresas, a maioria das empresas. A maioria dos alunos que trabalham pela Aprata, eles acabam sendo contratados para essas empresas depois, é tipo assim, 70 % dos alunos que trabalharam nessa empresa, a maioria se render, e tiver um bom rendimento durante um ano de contrato eles acabam ficando. O BetterBeef é um dos maiores contratantes e um dos maiores parceiros, para você ter uma ideia o ano passado de 25 alunos, eles contrataram 23. Só 2 que não teve jeito.

9 – Quais os problemas enfrentados pela instituição?

O maior problema que a gente teve nesses anos é que as empresas só contratam porque são obrigadas pelo Ministério do Trabalho, se não faz isso, elas não contratavam. Tanto é que as empresas que estão aqui hoje, elas não estão fazendo trabalho social, elas apenas estão sendo obrigadas por uma Lei de Aprendizagem que um promotor, auditor fiscal fala que tem que contratar. Porque ninguém contrata porque é legal, porque no custo o menor é caro, só que tem o benefício de você treinar alguém para deixar do jeito que você quer e poder aproveitar. Agora melhorou um pouco por causa do Jovem Aprendiz nos frigoríficos e laticínio.

10 – Quais são as necessidades da instituição?

A maior necessidade da entidade é ter profissionais bem qualificados para atender demanda e incluir novos projetos, porque nosso espaço está pequeno pelo tanto de projeto e ideias que temos. Hoje a maior necessidade é fazer mais salas para poder abranger mais o número de cursos e pessoas aqui na entidade, visando maior número de capacitação.

11 - Como funciona o quadro de funcionários e voluntários?

Todos que fazem parte da diretoria são voluntários, os únicos que recebem são os funcionários, no caso professores e administrativo. Todos os lugares que tiver entidade e for da presidência é voluntário. Está saindo uma lei que estão querendo pagar para o presidente. Na realidade o trabalho do presidente é um trabalho social, então assim, eles doam um tempo dele, às vezes deixa o serviço para poder vir aqui.

Hoje nós somos em uma assistente social que é responsável técnica que sou eu, ai tem um administrativo, um Office boy, dois professores e a coordenadora, tem mais um professor que vem uma vez por semana que ele é horista e a coordenadora de manhã também da aula porque ela é formada em administração, então além de coordenadora ela também vai para a sala de aula dar aula e uma auxiliar geral que está afastada por questões de saúde.

12 – Como são feitas as escolhas das empresas para fazerem parceria com a Aprata?

A empresa para fazer parte da Aprata precisa ter uma cota de funcionários. Acima de 10 funcionários a empresa é obrigada a contratar um menor ou jovem aprendiz. Esse contrato é renovado de ano em ano. E a gente vai renovando e colocando outro no lugar automaticamente. Antes o menor ficava dois anos agora é apenas um. Assim é melhor, porque a rotatividade é maior e dessa forma o aluno busca dar mais valor ao serviço e se dedica mais nesse período para ser contratado pela empresa. Temos 90 alunos inseridos no mercado de trabalho, eles trabalham seis horas por dia e tem mais duas horas de curso na entidade.

13 - O que as empresas pensam de contratarem aprendizes?

Eles acham muito caro ter um menor aprendiz, eles não pensam no investimento, de você poder moldar um aluno para ele ficar a cara da sua empresa, você poder ajudar formar alguém, então as empresas que tem aluno aqui em Rancharia são obrigadas pelo Ministério do Trabalho.

O lado positivo é que algumas empresas já têm uma visão diferenciada, elas dão mais valor ao aluno, elas investem, elas contratam assim que terminar o contrato e elas dão valor para o nosso trabalho que elas vêem que estamos aqui não enchendo lingüiça e sim dando um curso de qualidade, procurando manter eles atualizados e mostrando tudo que ta no mercado para eles

14 – Como é estabelecida a comunicação no local?

Nós temos reunião com o presidente, ele vem uma vez por semana, a gente passa informações pra ele do que está acontecendo e com os funcionários eu faço reunião semanal. A parte de coordenação quem desenvolve é a Marcia, mas ela está de licença maternidade, então eu estou fazendo a coordenação, diretoria e assistência. É sempre com pautas por escrito e vamos discutindo os assuntos e tentando resolver durante a semana. Com os alunos as informações ocorrem por meio dos professores e com o pessoal da diretoria é

praticamente todo dia. Eu até já mudei minha mesa para a secretaria para ver se eles melhoram.

Com os alunos a gente passa as informações para os professores e os professores passam na sala de aula. E esse ano foi implantado representante de classe, em que eu vou fazer reuniões mensais com eles para passar sobre as informações da Aprata, ideias, promoções e projetos. Então vai existir um representante por turma, são sete turmas, mais quatro turmas que trabalham.

15 – Como funciona o trabalho voluntário na entidade?

A gente tenta angariar sócios pelo Facebook ou boca a boca, e a partir de cinco reais por mês ele pode ajudar, aí ele tem que ir à instituição deixar todos os dados, qualquer pessoa pode ser sócio ou voluntário. O office-boy vai buscar todos os meses o dinheiro na casa da pessoa é a vantagem dela e ajudar o próximo. A Aprata agradece com cartão no final do ano. Na época da eleição para presidente ele pode votar, temos 80 sócios estamos tentando chegar a 100. Os voluntários têm os estagiários da faculdade, eles prestam o serviço aqui e também ajudam vender as rifas e as promoções. São 13 voluntários estagiários.

A nossa principal verba vem da prefeitura, por meio de um convênio que é fechado anualmente e eles mandam R\$ 16.678,33 por mês e as promoções todos os meses. Os menores aprendizes e os jovens como que funcionam: eles trabalham na empresa e vem para cá fazer cursos. Só que são registrados pela Aprata. Então para registrar no nome da Aprata a gente pede uma cota da empresa. Por jovem é R\$ 150,00 e menor R\$ 100,00. Esse dinheiro vai para o escritório, então a gente por cabeça em média 60 reais com o escritório e o restante que sobra é para promoção.

16 - Deixe uma mensagem que estimule as pessoas a fazerem parte do trabalho voluntário, visto que hoje é muito difícil encontrar?

Eu trabalho na Aprata e sou voluntária em outros lugares quando precisa. Não só eu como outros funcionários. É que é assim, a gente tenta conscientizar as outras pessoas da importância do trabalho, por mais que parece ser pouco, você estar indo lá lavar uma louça ou uma promoção, seja uma ou duas vezes no ano, ela faz a diferença na vida das pessoas que estão lá dentro da instituição, porque todo aquele dinheiro, aquele recurso ele vai ser voltado para a melhoria do trabalho desenvolvido lá dentro. Então a gente pede que as pessoas venham mais a entidade conhecer, porque quando você não conhece o trabalho você não quer ajudar e o que acontece aqui em Rancharia é muito isso, a gente tem muitas entidade que fazem trabalho igual a Aprata com outros tipos de setores e a gente sente muita dificuldade, então a gente pede para a população se conscientizar, porque o nosso trabalho é em prol de muita gente, então se tiver pessoas que possam ajudar a gente vai conseguir melhorar ainda mais e atender ainda mais pessoas e que trabalho voluntário é muito bom, a gente não está fazendo para a pessoa, a gente tá fazendo para Deus. O trabalho voluntário não é só ir até a entidade e ajudar em alguma coisa lá, é você ajudar o próximo em tudo, então assim, ser voluntário é muito importante e a gente sabe que hoje em dia o ser humano não está se

preocupando muito com o outro ele pensa muito em si, então vamos ajudar gente porque está difícil

17 – Para você como uma empresa do terceiro setor faz diferença na sociedade?

Ela tem que fazer um bom trabalho visando melhorias na vida de outras pessoas, crescimento pessoal e profissional.

Hoje em dia trabalhar com o Terceiro Setor é muito complicado, porque nosso caso que tem que trabalhar com capacitação profissional, a gente não consegue ter muito investimento do governo. Então temos uma dificuldade muito grande porque tem que se virar e as pessoas ainda acham que nosso trabalho ainda é pouco que a gente recebe uma verba boa da prefeitura e não se esforça, não corre atrás, então assim, trabalhar no Terceiro Setor não é fácil, apesar de estar crescendo bastante com esse um monte de coisa que esta acontecendo no Brasil né, esses monte de ONG falsa, ai as pessoas ficam com complexo de ajudar de querer contribuir, então é ficam complicado.

18 - Qual o seu sentimento em poder contribuir com a formação desses jovens?

É gratificante quando você vê o jovem, muitos voltando falando que passaram por aqui e olhando e vendo a mudança que a Aprata já teve, pra nós é como se fosse no sentido de dever cumprido, como também a gente fica triste quando a gente perde algum, quando sabe que alguém desistiu, mas assim, a gratificação é esta, você ver os alunos dando depoimentos, os alunos sendo contratados pela empresa, voltando e falando da importância que a Aprata foi na vida dele. Então pra gente é assim formidável.

19 – Como o site ajudaria na entidade? Tanto interno, quanto externamente?

Facilitaria o nosso contato direto com o aluno, pois tem muita coisa que poderia estar publicando direto no site que facilitaria para ele ver, como matérias, dicas de filmes, de livros e eventos. É porque, às vezes, as pessoas não têm como vir até a entidade e pelo site poderiam saber as informações de como que funciona, o que está acontecendo, informações, telefone, e-mail, por exemplo, quantos cursos têm aqui, quem são os professores, como a gente trabalha, como arrecada dinheiro, da onde vem a verba, essas coisas. Eu acho que quanto mais comunicação visual ele puder ter vai ser bom para conseguirmos mais parceiros como também para a gente divulgar o trabalho e passar a informação aqui dentro. Tem que ser um site chamativo, para chamar a atenção dos alunos, professores e o pessoal aqui dentro.

20 – Como pretende manter o site?

Pretendo contratar alguém depois para alimentar o site e cuidar da parte de comunicação aqui na associação. Talvez até algumas das integrantes do TCC. Porque é muito importante divulgar e estimular o trabalho aqui dentro.

DANILO DOS SANTOS RODRIGUES**Menor atendido na época da Guarda Mirim e transição para a Aprata****Data da entrevista:** 21/03/2017**Meio:** Pessoalmente**1 – O que o levou a entrar na Aprata?**

A necessidade de arrumar um emprego e como eu era menor de idade esse acabava sendo o único meio na época. E na época meu pai havia falecido e as coisas em casa já estavam difíceis e quando ele morreu ficaram mais ainda e eu acabei me tornando o homem da casa, pois era só eu, minha irmã e minha mãe.

2 – Como foi a sua experiência na instituição?

A experiência foi muito boa eu fiz muitas amizades. Eu entrei ainda era Guarda Mirim, e depois que passou a ser Aprata. Naquela época a gente se reunia na escola Dom Antônio aos sábados de manhã e participávamos de palestras e fazíamos visitas nas empresas como a Cargill, Laticínio, Frigorífico e outras. Na Guarda Mirim não existiam cursos. Eu também ganhei responsabilidade aprendi dar valor ao salário que ganhava e no emprego também. Já na Aprata criaram cursos de costura, violão, informática e eu aprendi a tocar violão nessa época.

3 – Como foi seu primeiro emprego?

Não precisei de entrevista a Automar Veículos solicitou um funcionário da Aprata e como eu era o primeiro da lista fui contratado na função de lavar e enxugar carros. Mas eu fiquei poucos dias, não deu certo, eu fazia meu serviço tudo de uma vez e depois acabava e eu ficava parado, só de eu ter aquela malandragem, enrolar um pouco não, aí as pessoas sempre viam eu parado, achavam que eu estava enrolando e mandaram eu embora.

4 – Como era para arrumar emprego na época?

Ah, existia uma espécie de lista, uma espécie de ranking sabe, quem tivesse mais presença nas palestras ficava em primeiro lugar para arrumar um emprego. Não existiam cursos, eram apenas palestras aos sábados.

5 – Como era a comunicação na época?

Era bem complicada, para saber de alguma coisa, de alguma programação ou para deixar um recado era difícil a gente tinha que ir à sede da Aprata. Mas vejo que hoje em dia melhorou bem.

6 – Como a Aprata ajudou na sua formação?

Me ajudou muito através dela aprendi duas profissões lavar carro e repositor de supermercado, porque depois que sai da Automar eu entrei no Supermercado Avenida e fiquei até completar 18 anos, porque naquela época você entrava

com 14 anos, arrumava emprego com 16 e ficava até completar 18. Depois se a empresa quisesse contratava você.

7 – Qual mensagem para as pessoas que querem entrar na instituição?

Que os alunos aproveitem bem os cursos oferecidos lá porque tudo que se aprende lá nada é perdido sempre terá utilidade em algum momento da vida, olha meu exemplo. Quando se aprende a trabalhar cedo a gente dá mais valor ao trabalho.

TATIANE PATRICIA DOS SANTOS

Menor atendida no início da Aprata

Data: 30/03/2017

Meio: Pessoalmente

1 – Por que entrou na instituição?

Eu queria arrumar um emprego e na época o único meio era pela Aprata, por questão da idade. Eu entrei com 15 anos, lá eu fazia cursos duas vezes por semana, no período da manhã. Tinha o período da tarde também, mas eu escolhia fazer de manhã. Também fazia alguns bicos, em salão de cabeleireiro e ajudava a mulher a vender verdura perto de casa.

2 – Como era a informação na época?

Na época a comunicação era por recados repassados em sala de aula e quase não existia celular e telefone, o funcionário da instituição ia até a casa dos alunos e havia reuniões de vez em quando aos sábados.

3 – Quais os cursos que existiam?

Tinha aula de violão, datilografia, informática e costura e o aluno escolhia qual queria fazer.

4 – O que precisava para entrar e conseguir emprego pela instituição?

Na época não me lembro direito, mas eu acho que era pela determinada renda que a família tinha. Conseguia emprego aos 16 anos e precisava atingir uma pontuação, que era conquistada por meio de palestras e frequência nas aulas.

5 – Como foi o seu primeiro emprego?

Eu entrei com uns 15 anos, aos 16 arrumei um emprego em uma loja de roupa, mas não me adaptei e depois consegui na secretaria de administração da Prefeitura, na qual eu fiquei dois anos e eu adorava trabalhar lá, foi o meu melhor serviço até hoje. Não continuei porque mudou o prefeito e venceu meu prazo. Quando eu entrei no serviço eu não ia mais fazer curso, era só o trabalho mesmo, apenas o pagamento que era efetuado na Aprata, então só ia para receber.

6 – Qual o aprendizado que a Aprata lhe acrescentou?

A Aprata me ajudou em várias questões, como aprendizado naquela época aprendi bastante coisa, tinha datilografia, eram cursos que não precisavam pagar e acabava ajudando no desempenho. As palestras também ajudavam bastante. Tinha gincanas que estimulavam bastante.

7 – Como você vê a Aprata hoje?

Considero a Aprata hoje uma entidade importante, porque ajuda muito os jovens. Agora que pode entrar até os 23 melhorou ainda mais. Eu já enxergo até adiante, tenho um filho de um ano e quando ele estiver com 14 anos quero colocar ele lá. Hoje trabalho como autônoma e estou com 33 anos.

JÉSSICA TAYNA BORGES DOS SANTOS

Jovem Aprendiz

Data da entrevista: 17/03/2017

Meio: Pessoalmente

1 – Como decidiu entrar para a instituição?

Eu entrei na Aprata com 14 anos, como menor aprendiz, eu fiquei seis meses e sai, aproveite bem pouco. Quando você é mais novo, você não tem muito interesse, então para mim eu não tinha o porquê de aprender essas coisas, era tempo perdido. Então agora a gente vê se tivesse continuado seria mais fácil. Depois que eu sai, terminei o ensino médio e fui trabalhar de babá, e acabei entrando no curso de pedagogia. Consegui um estágio na área, pela prefeitura com dois anos de contrato, depois resolvi voltar para a Aprata como Jovem Aprendiz. Aqui a gente cumpre determinadas horas para empresa, no caso seis horas e as outras duas horas é aqui na Aprata fazendo curso, completando a carga horária de 8 horas por dia. Quem trabalha tem cursos todos os dias e quem não trabalha é só alguns dias da semana. O curso é separado.

2 – Como a Aprata ajuda na sua capacitação?

A Aprata ajuda bastante na minha capacitação, são coisas que a gente não está acostumada no cotidiano, então são vários assuntos, matérias bem diversificadas. Você vai conhecendo de tudo um pouco. Os professores sempre têm novas coisas para estarem passando, a questão de atualidade e conhecimentos gerais também, todas as aulas os professores procuram estar inovando.

3 – Você nota diferença nos adolescentes que não tem a mesma formação que a sua?

É o que eu falo, eu me arrependo de não ter concluído o curso do menor aprendiz, porque quando você faz parte tudo é uma experiência melhor para entrar no mercado de trabalho. Porque querendo ou não você vai conseguir só com 18 anos um serviço que não seria pela Aprata, então você já tem uma bagagem e acaba sendo mais fácil, agora se você não tem fica difícil, porque aí você não sabe nada.

4 – Como é estabelecida a comunicação na Aprata?

A gente pode ir perguntar na secretaria e as informações são passadas muitas vezes em sala de aula. Por exemplo, colocam cartazes avisando quando não tem aula. Tem também o grupo do WhatsApp da sala, e sempre eles passam alguma informação, daí um vai repassando para o outro. Seria bom também ter um veículo oficial de comunicação, assim todos entrariam e as informações estariam lá para todos os alunos verem. Eu entrei em novembro de 2016 no Jovem Aprendiz.

5 – Como funcionam os cursos na Aprata?

O Jovem Aprendiz você vem e faz entrevista para trabalhar, os lugares são no laticínio, frigoríficos: Better Beef e Palmali. Você faz a entrevista e assim que você passar é contratado por um ano. Automaticamente assim que você começa a trabalhar você passa a fazer os cursos aqui. Não é igual o menor aprendiz que primeiro você tem que se capacitar para depois trabalhar. Eu trabalho na parte de embalagem, sou registrada como auxiliar geral no Better Beef e gosto muito. É um ano de contrato, se for um bom funcionário continua.

6 – O que precisa melhorar na instituição?

Olha, está melhorando bastante, em questão de infraestrutura, porque pintou, trocou piso, colocaram ar-condicionado nas salas, data show, alguns computadores estavam com problemas, mas já foram arrumados semana passada.

7 – Vantagens que um site traria para a instituição?

Olha tem o Facebook, então se tem uma promoção divulga lá, a Paula divulga muitas coisas pelo dela. Então tendo um site, daria para conter todas as informações e novidades nele, porque hoje as pessoas estão muito ligadas à internet. Então seria um meio de informar mais sobre as coisas que acontecem.

8 – Como você vê a instituição?

Não sei se é porque é o começo, mas o pessoal fala que vai chegar ao final e vai ser cansativo, mas eu vou sentir saudade. É bom porque a gente tem amizade, tem total liberdade de conversar com a Paula, ela é amiga da gente, tem o horário de intervalo, a gente faz bastante amizade. Mas as vezes dá um pouco de sono, pois acorda muito cedo e a aula é teórica aí acaba cansando.

9 – Quais melhorias a Aprata lhe proporcionou?

Muita coisa, porque aqui a gente aprende muito, a gente pensa que não, mas todo momento há troca de informação. Exemplo a aula que a gente está tendo de equipamentos de segurança eu tinha uma visão de usar por usar e aqui a gente aprende que não. Muitas vezes o pessoal que entra na empresa não tem o conhecimento que a gente tem aqui, porque eles entram e estão ali

trabalhando e eles acham que tem que usar por obrigação e aqui a gente aprende que não, e eles explicam o porquê e as normas.

Na questão de controle de qualidade a gente aprende lá que é a prática e aqui a teoria. Então fica mais fácil de conciliar e é nessa parte que gente acaba evoluindo mais que o outro. Tem gente que fala, ah mais você acaba trabalhando menos horas e depois fica só na teoria sentado, mas aqui a gente está aprendendo também, então é lá e aqui, vamos conciliando os dois.

10 – O que sua família pensa a respeito da instituição?

Moro com meus pais e eles veem a Aprata como um lugar que dá bastante oportunidade, porque muitas pessoas estão empregadas hoje em questão da Aprata. Então assim, o menor já vai criando uma responsabilidade, ele já pode ajudar em casa e desde cedo ele vai aprendendo a ter responsabilidade, porque desde cedo você vai trabalhar, e assim aprende a cumprir horário e adquirir conhecimento.

STHEFANY CAROLINE SILVA IRINEU

Menor Aprendiz

Data da entrevista: 17/03/2017

Meio: Pessoalmente

1 – Como decidiu entrar para a instituição?

Minha mãe que me falou sobre a Aprata. No começo era cansativo, tinha aula quase todos os dias, tinha uma vez na semana que eu fazia aula das 13h30 até 17h30 e ainda o ensino médio de manhã e morava muito longe daqui. E a mesma coisa aconteceu quando eu comecei a trabalhar que eu tive que mudar o período escolar para a noite e eu trabalhava de manhã, eu vinha a tarde para Aprata e depois ia para a escola à noite. No começo isso atrapalhou o rendimento na escola, mas depois fui recuperando, porque aqui eles olham suas notas e frequência na escola. Hoje já estou acostumada. Eu trabalho no Better Beef, na parte de controle de qualidade e estou na instituição desde os 14 anos, com 16 anos atingi a pontuação e consegui o emprego. Eu fiz duas entrevistas, em uma empresa de veículos e outra no frigorífico, a segunda deu certo e o contrato acaba no meio do ano de 2017, mas minha chefe disse que vou ser contratada pela empresa.

2 – Como a Aprata ajuda na sua capacitação?

É boa, ajuda muito porque no serviço exige muito, principalmente a aula de comunicação, que mostra como a gente se expressa, as caras e bocas, quando não gostou de uma coisa, mas tem que ficar quieta. Tem também a hierarquia que existe dentro da empresa, que eu acho que é a parte mais burocrática.

3 – Como é a comunicação na entidade?

Acho que falta um veículo de comunicação oficial da Aprata, porque assim as informações seriam repassadas de uma maneira melhor, não ocorreriam tantos boatos e as pessoas de fora poderiam saber mais do que acontece aqui.

4 – Quais as melhorias que a Aprata lhe proporcionou?

Primeiro foi possibilitar um serviço, porque trabalhar aos 16 anos registrada é bom, e por outro caminho não conseguiria. E eu moro com meus pais e em casa, todos trabalham assim eu ajudo também. Mudou praticamente tudo, minha rotina, antes eu ficava em casa comendo, assistindo televisão, a pessoa aprende a dar mais valor no serviço, principalmente quando está chegando no final do contrato, como é o meu caso.

5 – Você nota diferença nos adolescentes que não tem a mesma formação que a sua?

A falta de interesse, as vezes por não dar prioridade no serviço, não agradecer por ter aquilo, tudo bem que no começo é difícil, mas a falta de interesse é o principal que vejo. Os cursos preparam mais com certeza, porque a cada dia da semana é uma aula diferente, então é atualidade, técnico em escritório, e até mesmo quem trabalha no mercado, todos os alunos da sala tem aula de supermercado entendeu. Então isso ajuda muito, você levou o currículo lá e entrou por um acaso, e aqui na Aprata a gente acaba sendo capacitado para isso.

6 – Como você vê Aprata hoje?

Cada vez crescendo mais, porque quando eu entrei aqui, eram poucas pessoas, e hoje já tem um grande número de alunos e está bem visível no mercado. Eu tenho uma boa convivência aqui dentro, quem chegou agora acha que a Paula é brava, mas eu tenho um bom relacionamento com ela e sou até representante da sala.

7 – Como está se saindo no mercado de trabalho?

Eu acho que estou indo bem, eu tenho bom comportamento, não falto, se eu tenho uma coisa para fazer eu faço, não deixo para depois. O lado ruim é que é muita cobrança, cobra tudo de errado lá dentro, faço relatório. Entro às 7h e saio às 13h. Penso no futuro em fazer fisioterapia, o curso que eu mais gosto na entidade é de auxiliar de escritório.

CAIO GARIBE**Professor de Informática e Conhecimentos Gerais da Aprata****Data:** 24/03/2017**Meio:** Pessoalmente**1 – Como você entrou para a entidade?**

Eu entrei porque na época eles estavam precisando de um professor de violão, e eu tinha esse curso e eu sou músico e então eu vim e comecei a dar aula de violão. O pessoal estava precisando de umas ideias de cursos de capacitação e eu dei a ideia para a Marcia (coordenadora que está de licença maternidade) para criar um curso de conhecimentos gerais porque tem muita gente que não sabe do assunto, não conhecem nada fora de Rancharia e daí eu comecei a dar aula disso porque minha faculdade é de humanas e eu já havia feito matérias relacionadas ao assunto. Eu sou formado em produção fonográfica, que é música e tecnologia e licenciatura em música, pela Unoeste e a Universidade Estadual de Ponta Grossa.

Eu era horista, só trabalhava dois dias da semana, e a Andressa antiga professora que dava aula de informática passou em um concurso e saiu da Aprata. Então eles precisavam de um professor para substituir e como minha faculdade envolvia tecnologia e tive aula de informática também, e eu dominava a área, fiz curso quando era jovem e sou muito curioso nessa área, me colocaram para dar essa matéria. Eu passei a ser contratado da Aprata esse tempo todo. Eu já fui office boy, vendedor de consórcio, empacotador, garçom, trabalhei em lan house e músico. Hoje eu tenho 26 anos.

2 – O que faz para inovar as aulas?

Trabalho bastante assuntos recentes, para não ficar só na matéria e tornar maçante. Eu trago bastante notícia relacionada à tecnologia. Tento puxar o lado da informática, os programas que a gente utiliza sempre, o lado do smartphone também, o Word, Excel e fica de uma maneira mais interessante para eles. Questões das redes sociais, como pega vírus, sites que podem entrar. Eles podem sugerir alguma coisa e no começo da aula eles sempre trazem assuntos que querem debater.

3 – Você recebe alguma motivação na instituição?

Como eu estou um pouco longe da área que eu sou formado a minha motivação é mais o feedback que eu tenho dos alunos. Se eles estão satisfeitos com a aula isso acaba me motivando. O trabalho dentro da sala de aula que me motiva.

4 – Como é a questão de comunicação na instituição?

Era muito ruim, mas está melhorando, tentamos organizar por meio de reuniões semanais.

5 – Sobre o desempenho dos alunos, o que você tem a dizer?

Melhorou, através do conteúdo que a gente dá, a gente acaba selecionando uns, vê quem está levando a sério e quem não. Na primeira semana de aula os que percebem que não vão levar a sério desistem.

6 – Como é ser professor em uma entidade filantrópica? Já tinha alguma experiência nessa área?

É ruim pelo salário não depender da própria entidade e bom ao mesmo tempo de que a Aprata acaba gerando oportunidade para os jovens. Porque os cursos de informática são muito básicos e eles acabam não atualizando, já aqui eu tento passar coisas novas. É um prazer eu poder participar acrescentando coisas que eu sei que não tem em outros lugares.

7 – Qual a sua visão da Aprata hoje?

Nem aparece o mesmo lugar, era horrível antigamente. Trabalhava porque eu precisava a didática era ruim, os computadores eram ruins, era muito calor, não tinha ar condicionado. Hoje é gostoso dar aula aqui.

8 – Como você vê a Aprata no futuro?

Eu fico imaginando no crescimento, não sei se estarei aqui, por conta do salário que raramente sobe. E os professores muitas vezes saem por causa disso. É difícil planejar carreira aqui dentro, porque você não tem visão de quando terá aumento. Hoje não me imagino fora daqui, mas vejo que a Aprata crescerá muito mais futuramente.

9 – Qual a contribuição do site para a entidade?

Seria muito bom, por conta de promoções e informar os alunos e professores. Para mim professor de informática seria bom, eu poderia trabalhar essa questão na sala de aula, posso chegar e abordar as informações da Aprata e trabalhar o site direto no projetor com eles e estimular o uso. Para a pessoa daqui eu acredito que seria muito bom inserir o dia que será a entrevista do aluno, conteúdo da entidade, histórico do local, fotos e vendas das promoções, palestras, enquetes, como se tornar voluntário, fazer tipo um ranking para ver qual aluno vendeu mais coisas da promoção, enfim toda informação seria bem-vinda. E eu poderia ajudar estimulando eles a buscarem o que esta acontecendo na entidade e pedir para que eles realmente acessem.

ANTONIO FREITAS FILHO

Web designer na Agência Oxigen Web em Presidente Prudente.

Data: 16/03/2017

Meio: Pessoalmente

1 – O que é necessário para criar um site?

É primeiramente o cliente tem que ter em mente o que ele quer fazer, se ele quer apresentar um produto, se ele quer representar a empresa dele. O Site é para vocês?

2 – O site é para Aprata, uma instituição do terceiro setor, como se fosse Casa do Pequeno Trabalhador.

Nesse caso a gente marca uma reunião com o cliente, e a gente vai identificar na reunião o que vai ser necessário ter no site, o conteúdo. Após essa reunião, ele preenche um briefing por e-mail ou por um formulário no nosso site. E com essas respostas, a gente começa a desenvolver as ideias e entra em um processo da criação do site.

3 – Como você coloca as páginas na internet? O que é necessário?

É, com esse briefing preenchido, a gente resume ele, mostra para o cliente, faz três processos. Que é a parte do “wireframe”, que é o esqueleto do site, onde as informações vão se encaixar. Nessa parte não tem imagem bonita, não tem texto bonito, é tudo fictício, também é preciso pensar nas cores da empresa.

4 – Sempre é utilizada essa parte de cores da empresa? Exemplo: Cores usadas no logo da empresa, sempre vai ser utilizada no site que vocês criam?

Isso.

5 – As cores da instituição são branco, preto e azul, nós temos que usar essas cores no site?

Sim, para começar a comunicação na empresa, se todo material da empresa tiver essas cores, no site é mais fácil do usuário identificar que estamos falando dessa empresa.

6 – Como funciona o domínio e a hospedagem do site?

Essa parte já é no processo final, eu só faço desenho. Aqui na equipe são três etapas, quem desenha, quem programa e quem fica intermediando isso com o cliente entendeu? No meu caso eu só desenho, marco e faço as reuniões com os clientes.

7 – Quais os cuidados que devemos ter para não poluir um site visualmente?

Colocar todas as informações resumidas e necessárias só, assim não ficar colocando muita coisa igual. Por exemplo, se você for falar de um assunto no começo não precisa repetir em baixo.

8 – O que a gente pode fazer para que as pessoas tenham interesse de acessar o site e torná-lo mais acessível?

Na internet tem um trabalho que chama SEO, que é integrado com o Google que no caso já é outra pessoa. Depois que o site está implementado e está no ar certinho, é essa pessoa vai fazer esse trabalho de SEO.

9 – E para impulsionar fora da internet que dica você nos dá?

Hoje em dia a gente integra com o Facebook, que ainda é dentro da internet e a própria empresa pode estar divulgando isso né, através de uma técnica impressa.

10 – Tem algum elemento que você acha necessário para um site ficar mais atrativo?

Tem, tem as tendências atuais de design e tem a parte de conteúdo, se você não tiver um conteúdo você não vai chamar atenção se ele não for bom, se ele for relevante de acordo com quem vai acessar o site gostaria de estar vendo, ele vai ter bastante acesso.

11 – Quais elementos que podem ser usados no site, como foto e vídeo?

De vídeo, foto, texto né, comentário é uma coisa legal também, porque se uma pessoa comentou, você comenta em cima e vai criando um chat como se fosse um chat.

12 – Qual é a função da cor no site? Por que é fundamental?

A cor ela destaca os demais elementos, por exemplo, no botão se você por uma cor que contraste com o fundo, você tem um fundo branco e um botão verde, aquela cor vai chamar atenção né. Então por isso que o site não pode ser poluído, ela gera um contraste.

13 – Em relação o logo, vocês criam ou o cliente já traz a arte pronta?

Geralmente o logo vem, quando ela vem ultrapassada, porque, por exemplo, a gente mexe com internet, e internet é um negócio totalmente atualizado se a gente ver que ela está meio desatualizada, a gente pergunta pra ele se ele quer atualizar o logo, se ele quer atualizar a marca dele, e a gente cria outra em cima.

14 – Essa de impulsionar o site com o Google, tem custo? Como funciona?

Tem um custo à parte, esse é um trabalho de marketing né.

15 – E através disso você consegue ver tudo, quem visualiza?

Consegue ver da onde vêm os cliques, quantos cliques teve, quem vai te responder melhor isso vai ser a Jaqueline, que é a parte dela. E dentro do site também, você tem a navegação do menu, qual o link mais acessado, você tem todos esses dados.

16 – Qual a quantidade máxima de cores que podem ser usadas em um site?

Eu costumo trabalhar com três cores, uma cor primária, uma secundária e uma de destaque.

17 – No caso da Aprata que as cores são azul, preto e branco, como ficaria?

No caso da web, é tem umas cores comprovadas que chamam mais atenção que as outras. Por exemplo, o verde e o laranja, elas são mais atrativas né, na internet. Então você pode estar utilizando essas cores, sem medo que não vai ter problema nenhum, principalmente em botão.

18 – E qual cor não é recomendada para uma página da internet?

Cor muito fria vai depender o layout. Se o layout do seu cliente for com cores frias não teria tanto problema assim. Mas é sempre legal você contrastar, por exemplo, tem um preto, coloca um amarelo, são cores que se destacam entre as duas.

19 – O que fazer antes de criar um site?

Geralmente antes de começar o site, a gente pega algumas referências, por exemplo, pega cinco que o cliente gosta, e muitas vezes não são bonitas. Ai a gente tenta pegar na internet outros melhores de referência, de visual e conteúdo, por exemplo, Casa do Pequeno Trabalhador, uma referência, por exemplo, o que eles estão falando, o que eles dão destaque na *homepage*, esse tipo de coisa, ai você mensura e vê qual é mais relevante e coloca isso pro seu. Sempre com o pensamento de melhorar o que já é bom né. Se você tem um site bom, tentar melhorar ele. Quando você copia coisa boa, você faz uma coisa melhor.

20 – Sabemos que criar um site não é fácil, o que você tem a nos dizer sobre isso?

Tem toda uma parte de estrutura, tem a parte de criação com o usuário, o site está conversando com quem está acessando? Está tipo assim clica aqui,

acesse aqui, esse tipo de linguagem faz diferença aqui também, você não pode deixar tão solto assim.

21 – Vocês só trabalham com essa parte aqui na agência?

Site, marketing digital, cardápio, cartão de visita.

22 – Você fica com a parte de montar estruturas, depois que passa por você, o que acontece?

Depois que o desenho está pronto do site, é a parte de alimentação né. Por exemplo, desenhei, programou ai vai alimenta, fica um período 15 dias, depende de o cliente mandar material para ir para o ar, enquanto ele não tiver certinho ele não vai pro ar, porque ele pode não ir completo. Depois que o site tá no ar, a gente divulga no nosso Facebook, e a pessoa faz o trabalho dela.

23 – A maior fonte de divulgação seria o Facebook, por quê?

Porque em 2015 ou 14 o número de móveis inscritos por residência é superior ao número de computadores. Então você tem mais mobilidade dentro de casa do que no computador, tanto que hoje os sites eles são desenvolvidos mais pensando no celular do que no próprio desktop que é o computador. Otimizar as imagens, não colocar muita imagem. Por exemplo, você está em um 3G, e acessa o site nesse caso ai ele vai consumir toda a banda do seu 3G. Então utilizar imagens leves né, não muito pesadas é ideal também.

MATHEUS HENRIQUE AZAMBUJA

Web Designer na empresa Produção Design em Rancharia

Data: 24/03/2017

Meio: Pessoalmente

1 – O que é necessário para criar um site?

O que a gente precisa para criar um site, a gente precisa primeiro de tudo entender o que seu cliente quer, que é a parte mais difícil, de verdade. Porque às vezes começa fazer uma coisa sem antes coletar tudo que ele precisa, mas ai ele fala não era isso que queria, eu queria isso mais isso. Então o certo é você coletar tudo que seu cliente precisa para você poder começar a trabalhar em cima da ideia dele. Depois de você coletar toda essa parte dos requisitos, das informações que precisam ser mostradas, você precisa trabalhar em cima de um layout para aplicar isso, ou seja, você saber organizar as informações na tela. Por exemplo, às vezes você abre um site e tem muita coisa junta, você não sabe o que é o quê e nem para onde você olha. Isso mostra que as informações não foram coletas certas. Na hora de encaixar ele teve que encaixar da maneira que ele entendeu. Vai chegar lá na frente o cliente vai recusar, pois não é o que o cliente queria. Então primeiro de tudo, é reunir as informações básicas e entender o que o cliente quer depois de coletar tudo você vai correr atrás de fazer um layout, jogar isso na tela literalmente, organizar as informações, para você poder começar.

A gente faz um protótipo, aqui a gente faz isso no computador, mas você pode fazer no papel, os publicitários chamam de RAF, já vi gente que eles recortam os quadradinhos e vão colando em uma folha para simular como seria o site no papel. Essa seria a segunda etapa. A etapa da prototipagem funciona assim, você organiza, faz do jeito que você entende, porque você é um web designer, você tem que entender o que é melhor para ele. Nessa parte de prototipagem é a etapa que você vai mostrar para seu cliente como ficaria uma ideia de como ficaria o site. Ele tem que dar a opinião dele, às vezes você vai mostrar para ele, olha eu vou fazer dessa maneira, mas o cliente vai falar não era bem isso que eu queria, as vezes ele queria um outro modelo de site, alguma coisa diferente, ele queria trocar alguma informação de lugar. O certo é você definir durante a prototipagem do site, porque depois você vai mudar e vai virar uma confusão. Ai depois disso, escolher uma boa plataforma para você desenvolver isso.

2 – Quais plataformas que você indica?

Então a plataforma varia muito do que você precisa, por exemplo, se você precisa de um blog rápido assim, o WordPress vai usufruir, vai suprir as necessidades, um blog rápido. Se você quiser trabalhar mais no WordPress você vai precisar de uma pessoa que entende mais. Porque assim o WordPress é bem amplo, porém se você não souber mexer com ele você não vai conseguir extrair todos os recursos que ele pode oferecer. O WordPress é uma plataforma muito usada para blog. A Globo usa WordPress. Todos aqueles blogs da Globo, do G1, é tudo WordPress. O G1 inteiro é WordPress. Geralmente quando você vai fazer um site, dependendo do site, vai levar um tempo. Site é mais ou menos um ano, o sistema é outra coisa. O sistema levaria até dois anos para ser desenvolvido inteirinho, completamente. Um site varia de dois meses a um ano pra você desenvolver ele completo, 100% todo documentado.

3 – O que precisa para colocar uma página na internet?

Primeiro de tudo precisa de um domínio. Domínio é, por exemplo, seusite.com.br, esse é o seu domínio. Você precisa primeiro registrar o domínio, e pagar cerca de R\$ 40,00 por ano. Esse domínio é como se fosse um endereço que vai te levar até onde o site fica. Domínio não é nada mais que um nome, um nome onde tem um registro, dentro dele que vai te levar ao site. O site fica em um lugar chamado hospedagem, você pode pagar ela mensal ou anual. O domínio geralmente é anual, a hospedagem você pode fazer um plano para pagar anual, mensal, trimestral, bienal e outros tipos e o valor depende. Então ai, você pega o domínio, vincula esse domínio junto com a hospedagem, quando a pessoa acessar esse nome, ele vai te levar lá no servidor. Chegando lá, o navegador vai transformar todos aqueles arquivos que estão lá dentro de vários formatos, HTML, CSS, JAVA, SCRIPT, vai converter esse e vai trazer o site para você.

4 – Quais cuidados devem ser tomados para não poluir o site?

Então, tem uma área específica chamada experiência de usuário e design interação, são duas coisas totalmente voltadas a isso, a não poluir o site. Para você fazer um site para ele ficar bonito não poluído, você tem que primeiro coletar as informações que o cliente quer que era aquela primeira etapa e depois você precisar filtrar. Filtrar bem juntamente a ideia de design interação de usuário, você tem que pensar como vou colocar aqui para ele ficar um site, esse é o trabalho do web designer, organizar as informações, e para você organizar essas informações você tem que ter estudado essa experiência de usuário.

A experiência de usuário imagina que é um estudo que foi feito do que o usuário quer na internet. O usuário geralmente, essa experiência de usuário ela muda, vai agregando, vai mudando conforme os anos vão passando. Por exemplo, se você ver um site de 1990 e ver um site de hoje, você vai ver uma grande diferença, lá provavelmente eles não tinham essa ideia de fazer um site bonito e organizado. Como se fosse você desenvolvendo um site para uma bicicletaria onde ela vende bicicleta, quando você entra no site o que você está querendo procurar? Bicicleta. Você precisa reunir as informações para que elas fiquem primeiramente visíveis ali para que logo que você entrar você já veja uma organização do produto que você quer achar. Então organizado com o logo, levar o site juntamente com as cores do logo, não usar muitas cores, se não você vai chegar no site e não vai conseguir ver nada. É preciso deixar o espaçamento entre as letras, as bordas, margens e não adianta você colocar um texto grande, as pessoas não leem tem que ser bem direto. E outra coisa importante que diz nesse estudo de experiência de usuário, é que a primeira página do site, primeira tela, quando você abre o site a primeira coisa que você tem ver sem rolar a barra é entender o que é aquilo. O designer de interface é se preocupar com o usuário.

5 – Sobre as cores da instituição azul, branco e preto, daria para usar elas no site que estamos planejando?

Na aula da Fernanda Sutkus, a gente estudou a teoria das cores, então a gente teve que estudar o que a cor azul transmite que é segurança, transmite conforto, você consegue ver bem, é uma cor suave, não vai forçar seu olho se você usar um tom legal de azul. E a cor branca tranquilidade, calma. Se você tem um blog, por exemplo, tem que ter um fundo branco, porque a pessoa tem que ler tranquilamente, imagina se você coloca um fundo preto com uma fonte branca?

Geralmente você vai montar o layout do site, uma das etapas é você definir quais as cores que vai usar, por exemplo, imagina que o Instagram, depois que ele reformulou o logo dele ficou com um monte de cor estranha, eles escolheram especificamente, duas cores para usar no site. Tudo bem que ele nem aparece tanto no Instagram, mas é um exemplo. Se o seu logo tem X cores, o certo é você fazer um logo novo. Porque um logo geralmente depende do que você quer, para uma instituição eu não acho bacana um logo colorido, é totalmente meio fora do padrão.

VALDEMIR MICHEL DOS SANTOS**Analista de Sistemas****Data da entrevista:** 08/05/2017**Meio:** Pessoalmente**1 - O que é necessário para um site onde o público-alvo é jovem?**

A linguagem do site tem que ser mais clara e simples, ter cores mais vibrantes, ser integrado com redes sociais e otimizado para móvel e com o um layout limpo e moderno.

2 - De que forma trabalhar a multimídia?

Pode ser inserida uma galeria de fotos, galeria de vídeos, fazer transmissão de palestras, essas coisas. Da para trabalhar bem forte essa questão de multimídia no site, porque é um veículo que possibilita explorar bem esses itens.

3 - Quais as plataformas mais viáveis?

Precisa ver o foco de vocês, se será no dispositivo móvel ou no computador, por exemplo. O mesmo site pode ser para os dois meios, mas tem como direcionar mais para um tipo de plataforma. O mais indicado para a Aprata seria o site com maior foco no computador, pois ficaria mais fácil para o público interno acessar na própria instituição, já que existe uma sala de informática no local. Mas isso não quer dizer que ele não possa acessar pelo celular também.

4 - Quais cuidados tomar para ter o visual adequado?

Tem que desenvolver o site de acordo com público deles, no caso deles não tem necessidade de propaganda, no máximo apenas um guia de parceiros em baixo. E pensar na questão de usabilidade.

5 – Sobre as cores quais são indicadas para a instituição?

As cores indicadas são as cores da empresa, no caso da Aprata o azul e o branco para manter a identidade visual da empresa, porque já pensou pegar as cores laranja e verde, isso não tem nada em comum com a entidade. Utilizar sempre no máximo três cores, mais que isso fica poluído.

6 - Quais as contribuições que o site pode oferecer a entidade?

Ir facilitar a comunicação, dar mais visibilidade, que hoje em dia quando você quer saber de alguma coisa a primeira que você faz é procurar o site do que está procurando.

7 - Quais elementos são essenciais para que o site fique atrativo?

O site tem que ser de fácil acesso, mais de três cliques a pessoa não vai atrás. É preciso pensar na questão de usabilidade. Além de ser sempre atualizado com novas notícias e informações.

8 - O que é necessário para colocar um site na internet?

Domínio, uma empresa de hospedagem e o próprio site. O domínio é o endereço pelo qual o site será acessado e este endereço que vai facilitar sua chegada até o servidor da empresa de hospedagem onde seu site está armazenado que ao invés de o usuário ter de digitar um extenso endereço IP do servidor usará ele e por ultimo os arquivos do site desenvolvido dentro do servidor.

9 - Como você indicaria o menu para o site da Aprata?

É de acordo com o que a instituição irá querer inserir. Um modelo padrão com a home, o logo da empresa e os seguimentos missão, visão valores, história, estatuto, diretoria ai depois outro menu alunos, professores, parceiros, galeria de fotos, de vídeos, notícias, como se tornar voluntários e doadores, como se tornar aluno, contato e endereço tudo de uma forma que fique claro e de simples acesso para o usuário.

CRISTINA MEIRELES DE ALMEIDA AUGUSTO

Comunicação e Marketing no Espro

Data da entrevista: 15/05/2017

Meio: E-mail

1 - Fale sobre seu currículo na área da comunicação.

Atuo na área de Comunicação, há mais de 20 anos, com experiência em indústria, serviços e terceiro setor. Sou Técnica em Design Gráfico, bacharel em Comunicação Social, com especialização em Produção Editorial, MBA em Marketing e Pós em Gestão da Comunicação em Mídias Digitais. Fui instrutora de Produção Gráfica e Editoração. Fiz cursos Content MKT e *GoogleAdwords*. Minha expertise: Comunicação Corporativa, Marketing, Domínio na Produção de Conteúdo, Assessoria de Imprensa, Mídias digitais, Design Gráfico, Produção Gráfica, Planejamento de Eventos.

2 - Conte-nos sobre as experiências com o terceiro setor.

O Espro foi a primeira instituição na qual trabalhei. É gratificante trabalhar num local que transforma vidas. Mas aprendi que há uma característica neste segmento: é preciso muito cuidado para não perder de vista a profissionalização e processos da instituição. Há uma tendência a não haver documentos, registros, tudo ficar na cabeça das pessoas que, se vão embora, causa transtorno para quem fica dificultando o trabalho e possibilitando erros. O Espro tem todo um trabalho para manter-se como uma ONG profissionalizada. E isto é um diferencial.

3 - Como começou a trabalhar no Espro?

Na época, em 2011, trabalhava na área de Comunicação Interna da Atento e fui chamada para o processo seletivo para a vaga de Coordenação de Comunicação e Marketing do Espro. Em virtude da multidisciplinaridade da minha formação, fui escolhida pois aqui cuido de Comunicação Externa, Interna, Marketing Digital, Identidade Visual e Eventos.

4 - Quais os objetivos da instituição?

Como instituição beneficente, nossa missão é promover inclusão social por meio de ações socioeducativas, mediação de acesso e integração ao mundo do trabalho.

São três os pilares de atuação da instituição: formação para o mundo do trabalho, aprendiz e departamento de desenvolvimento social.

O Espro capacita, prepara e encaminha jovens para empresas em diversas regiões do país, por meio de sua inserção em Programas de Socioaprendizagem de acordo com a Lei 10.097/00 (Lei do Aprendiz). Essa preparação se dá sendo uma das principais ações sociais disponibilizadas pelo Espro: a Formação Profissional para o Mundo do Trabalho, curso gratuito, com foco comportamental, que oferece grande diferencial na formação de jovens em alta vulnerabilidade e auxilia significativamente o seu ingresso e adaptação no mundo do trabalho.

5 - Quantos profissionais trabalham na instituição? Quantos são do departamento de comunicação? Quais são esses profissionais?

Em torno de 560 colaboradores em todo o Brasil. Em São Paulo são cerca de 300. Na área de comunicação temos a Gerência, a Coordenação, 3 analistas (2 jornalistas e 1 designer) e 1 auxiliar (aspirante ao vestibular de Jornalismo).

6 - Os jornalistas que trabalham na instituição colaboram para o desenvolvimento da corporação em quais aspectos?

Atualmente, a produção de conteúdo é fundamental no escopo da Comunicação Corporativa. Temos até o termo *Content Marketing* como estratégia de produção de conteúdo com utilidade e de qualidade para criar seguidores.

Ninguém mais adequado para produzir este material do que um jornalista. Outros profissionais de Comunicação também ocupam estas funções, mas a condição básica do jornalista é o domínio da língua portuguesa, construção de textos e a capacidade crítica e analítica – aspecto fundamental nas áreas de Comunicação.

No entanto, é preciso que o profissional se alimente de todas as possibilidades que a Comunicação oferece: design, fotografia, vídeo, publicidade, mídias, ferramentas de tecnologia, internet – pois para um bom desempenho da área, a multidisciplinaridade dos profissionais é fundamental. Ainda mais em tempos de equipes enxutas.

7 - Como é a atuação deles no trabalho de comunicação interna e externa?

Os profissionais da área de comunicação do Espro são multidisciplinares. Além da necessidade, em virtude da equipe enxuta, estímulo esta realidade, pois agrega desenvolvimento e possibilidades de carreira ao profissional. Como agente de inclusão e transformação social, o Espro busca manter interação permanente com os públicos prioritários, não apenas na orientação e no atendimento a jovens e suas famílias ou no fortalecimento de parcerias com empresas. Como instituição presente na vida das comunidades há quase quatro décadas, o Espro se vê também como disseminador de conhecimentos que ajudem a evidenciar a importância da socioeducação para o trabalho.

A manutenção de diversificados canais de comunicação, a participação constante em eventos setoriais e a realização periódica de ações de relacionamento compõem a estratégia de diálogo com a sociedade, visando contribuir para que temas como socioaprendizagem, capacitação e oportunidades de primeiro emprego estejam sempre na agenda nacional.

Por seu alcance, a internet é a grande plataforma de comunicação do Espro, que, além de contar com um grande portal institucional, tem atuação intensa nas redes e mídias sociais, em sintonia com o perfil, os hábitos e os interesses dos jovens, parcela majoritária de sua teia de relações e demandante de abordagens próximas de sua realidade e de suas formas de expressão.

A área é composta por: Coordenadora de Comunicação e MKT: responsável pelo direcionamento da equipe e pela condução, revisão e aprovação dos projetos e atividades da área.

Analista Pleno de Comunicação: responsável pelas redes sociais, *adwords*, campanhas, artigos para a imprensa e apoio à assessoria de imprensa. Quem ocupa esta posição hoje é formado em Jornalismo. (Comunicação Externa)

Analista Jr. de Comunicação: responsável pela assessoria de imprensa e elaboração de textos para intranet, portal e comunicados. Quem ocupa esta posição hoje é formado em Jornalismo. (Comunicação Interna)

Analista Pleno de Comunicação: responsável pela criação de peças gráficas e materiais para web. Quem ocupa esta posição hoje é formado em Design.

Auxiliar de Comunicação: Realiza atividades administrativas, *followup* com imprensa e acompanhamento das redes sociais. Quem ocupa esta posição hoje está cursando Jornalismo.

8 - Os conteúdos são elaborados de que forma? Quem faz as matérias?

Os analistas Pleno e Jr. de Comunicação conforme descrição acima. Eu também produzo conteúdo, crio mote para campanhas, roteiros para vídeos, cartas específicas, edição e revisão do Relatório Anual e conteúdo para os canais.

9 - A estrutura de um texto online carece de quais cuidados?

A característica de velocidade da informação no meio digital, por muitas vezes, ocasiona erros de digitação, ortografia, concordância. Assim é primordial um cuidado reforçado com a revisão dos textos. Textos muito rebuscados não

combinam com o padrão web. Escreve bem, mas de forma direta e com frases curtas.

Importantíssimo: uso de palavras-chave e tags para adequação às estratégias de SEO do Google. *Link building*: uso de hiperlinks no texto que faz com que seu conteúdo ganhe relevância. Usar negrito ou itálico em palavras de destaque, adicionar hiperlinks, utilizar-se de intertítulos, listas para maior organização do texto e para otimizar o entendimento das informações.

10 - A comunicação e informação no Espro são trabalhadas de que forma?

A área de Comunicação além de desenvolver suas próprias ações com base no Plano Anual de Comunicação – construído com base nos objetivos estratégicos da instituição, atende a todas as áreas da instituição que precisam de peças institucionais on-line e off-line.

Nós categorizamos a comunicação da seguinte forma: Comunicação Interna: Responsável pela divulgação interna e direta sobre atividades da instituição ou temas afins e endomarketing. Comunicação Externa: Responsável por toda a divulgação sobre o Espro feita fora da instituição e ações de marketing institucional. Identidade Visual: Administra e garante a padronização e divulga a marca Espro. Eventos: Responsável por eventos institucionais e comerciais para promover a visibilidade da marca, alinhada com a identidade visual e as ações de marketing.

Temos um procedimento da Política da Qualidade que estabelece diretrizes para que a Gestão da Marca seja desenvolvida por meio de canais de comunicação Interna e Externa, eventos e pela padronização da linguagem (Manual de Redação e Estilo) e da Identificação Visual do Espro para que estejam alinhados e realizados satisfatoriamente.

Assim, todas as solicitações de outras áreas, são abertas por chamado pela ferramenta Help Desk Espro de forma a ser estabelecido prazo de execução para cada demanda e controle centralizado das solicitações.

Após o recebimento da solicitação, a área de Comunicação analisa o seu conteúdo e verifica se está de acordo com o Planejamento Estratégico do Espro. Caso não esteja e sendo constatadas discrepâncias, a área de Comunicação reporta suas considerações via trâmite no Help Desk para que a áreas solicitantes tome as providências.

Nessa etapa do processo, também é avaliado pela área de Comunicação se será necessário o aval da Superintendência para o atendimento da solicitação. Situações onde esse aval é necessário podem envolver, mas não se limitando a: aprovação de campanhas com valores elevados, materiais impressos que serão distribuídos a públicos-alvos específicos, notícias de alto impacto (positivo ou negativo), ações inéditas, etc. A Superintendência pode, nessa etapa do processo, abortar a solicitação em função do contexto da organização no momento.

Durante a produção, o serviço de terceiros pode ser necessário, por exemplo, o tratamento de imagens, emissão de provas digitais, edição de vídeos, produção de brindes, etc. Nesses casos, a área de Comunicação especifica o trabalho, pesquisa primeiro fornecedor e como apropriado, a área solicitante, deve prosseguir com a área de Compras para providências. A área de Comunicação dará o suporte técnico.

Para utilização de imagem (foto/vídeo) ou voz, para fim de publicidade e propaganda, deve ser feita a checagem da existência do Termo de Cessão de Uso de Imagem e Voz devidamente assinado. Para material produzido para fins jornalísticos (incluindo notícias, cases, depoimentos, testemunhos) para boletins internos e externo, não há necessidade da assinatura do documento, apenas autorização verbal ou por e-mail do entrevistado.

Após a produção, o gestor da área de comunicação valida o serviço e verifica se está conforme os requisitos de entrada definidos na solicitação. Caso sejam constatadas discrepâncias, o produto é redirecionado dentro da área de Comunicação para que possam ser feitos os ajustes necessários.

Caso não sejam constatadas discrepâncias, o serviço é enviado à área solicitante para análise e aprovação. Após a análise pela área solicitante, um parecer é enviado via trâmite de chamado Help Desk à área de Comunicação. Se o serviço for reprovado, as restrições devem estar declaradas no trâmite para que a área de Comunicação tenha as orientações necessárias sobre quais providências serão tomadas. Sendo aprovado, uma aprovação formal deverá enviada pelo trâmite.

Após todo o processo de avaliação e aprovações, o produto é disponibilizado para a entrega, a qual pode ser feita pela área de Comunicação (e-mails, revisões de site, comunicados, notícias de intranet, fotos, etc). Como apropriado, o produto é enviado à área solicitante para que tome as providências necessárias para a confecção, caso seja necessário (materiais impressos, por exemplo).

A entrega também pode ser feita por meio da disponibilização de arquivos para as áreas de pré-impressão de indústrias gráficas. Para casos de materiais impressos que serão utilizados nas filiais fora da região metropolitana de São Paulo por exemplo, a logística de gerar o material impresso próximo aos polos é mais favorável do que imprimir em São Paulo e despachar via transportador.

11 - Como foi implantado o setor de comunicação?

Foi implementado antes de eu chegar aqui! Assim, não sei de muitos detalhes, mas era apenas um analista que produzia internamente todas as necessidades de comunicação da instituição: apresentações PPT, folhetos, banners, assessoria de imprensa, eventos, criação e produção de site e intranet. Posteriormente foi contratada uma coordenadora e mais um analista para conteúdo, o profissional que já estava aqui, ficou mais dedicado ao design. Em 2011 foi contratada gerências para as áreas – até então o Espro só possuía coordenadores – inclusive para a área de Comunicação Foi aí que a coordenadora antiga foi dispensada e eu entrei. Desde então, o período que tivemos mais colaboradores foi entre 2012 e 2013: analista pleno e jr. para conteúdo; designer off-line; designer web; analista para eventos.

12 - A ideia de inserir um site institucional surgiu a partir de que e há quanto tempo?

Já havia um site bem confuso, com muita informação. Quando eu entrei estava começando o processo para o que está no ar atualmente. Foi colocado no ar em dezembro de 2011. Em virtude de falta de verba, não conseguimos

atualizá-lo. Solicitação que faço desde 2014 e, neste momento, estamos em fase de aprovação de contrato para iniciarmos um novo projeto.

13 - A comunicação antes do veículo oficial ocorria de que maneira?

É claro que o website de uma empresa é de fundamental importância, mas não podemos dizer que o seja o “veículo oficial”, em virtude da variedade de canais disponíveis e dos públicos que cada um atinge.

O que devemos ter é uma “comunicação institucional e oficial” não importa em qual canal seja. O que é primordial é que, em qualquer lugar que você veja uma comunicação da instituição, ela possua uniformidade de discurso e identidade visual.

Creio que antes do site, a comunicação se restringia a mala direta, folhetos, participação em eventos, comunicação presencial por meio de representantes da empresa. Falo isso, com base em minha experiência em outros locais em que trabalhei.

14 - Discorra sobre os benefícios que o site proporcionou?

O website é onde você encontra de forma reunida, tudo sobre uma empresa. Vale ressaltar que as páginas em Facebook ou LinkedIn tem substituído as consultas rápidas sobre a empresa.

Então é necessário avaliar os objetivos que se pretende alcançar e colocar a presença da instituição nos canais que seu público acessa.

O que esperamos com um site: Fixação da marca, retorno financeiro, facilidade para disseminar informações, estabelecer um canal de comunicação com o usuário; estar com ele em qualquer hora e em qualquer lugar; boa relação custo X benefício; oportunidades de melhoria, pois seu público começa a falar com você e, principalmente, para reger novas ações, a possibilidade de mensuração de resultados. A partir do número de acessos das páginas do seu site, por exemplo, você começa a perceber quais pontos deve atacar para uma comunicação mais assertiva.

15 - A estrutura do site foi pensada de que forma?

Por público. Para que o usuário encontrasse rapidamente o que estava procurando. Uma vez que o site possuía muito conteúdo. Estes públicos foram entrevistados para obtermos suas expectativas no início do projeto do site.

16 - Qual a periodicidade das notícias?

Pela característica on-line e real time da ferramenta, quanto mais atualizações houver, melhor. No entanto, uma notícia por dia, pelo menos, já é um bom começo. Vocês não precisam só ter notícias da instituição. Podem replicar notícias do setor, de interesse do seu público.

17 - Como funcionam as mudanças visuais do veículo?

Uma vez estabelecida a identidade visual do canal, ela deve ser mantida. Aliás, é interessante, estabelecer uma identidade visual como o todo, que vai desde

cartão de visita, papel de carta, uniformes, folhetos, site até peças de sinalização como placas, fachadas e murais.

18 - Como é trabalhada a multimídia?

“Menos é Mais”, os recursos devem ser equilibrados. O mais importante neste caso é acompanhar as tendências e, em tudo, tudo o que forem fazer, a definição e conhecimento do público alvo é fundamental. Por exemplo, antes dizíamos que gerar conteúdo on-line para a terceira idade era descabido. Atualmente, os netos os ensinam a usar tablets e celulares, o que tornou este público maravilhado com as hipóteses de tecnologia. A exibição de um vídeo de forma intuitiva e clara, com certeza, será um sucesso para eles.

19 - Os acessos são controlados de que maneira? Descreva a obtenção do retorno do público.

Quando se constrói um site, você tem a possibilidade de se cadastrar com a conta de e-mail (interessante criar uma para os fins de Comunicação) no Google Analytics. Trata-se de uma ferramenta que traz relatórios muito completos, de forma gratuita.

20 - Existe conteúdo específico para o público interno e externo?

Deveria, Michele, rsrs! Pois a abordagem deve variar de acordo com o público. Na nossa realidade e na de vocês, é bem provável que, com poucos recursos e pessoal, seja complicado fazer esta nuance. Atualmente, estabelecemos uma fala Institucional que serve para ambas. Meu sonho é conseguir fazer textos diferentes para cada um. Rsrs. O que fazemos para diferenciar, em virtude da demanda de trabalhos, é escrever os textos para comunicação interna usando a terceira pessoa do plural. Assim, carregamos a característica básica que rege a comunicação interna: gerar orgulho e pertencimento.

Exemplo: Comunicação Externa: Espro recebe prêmio “Fornecedores de Confiança de RH” Comunicação Interna: Estamos entre os Fornecedores de Confiança de RH.

21 - A maioria das instituições do terceiro setor possuem dificuldades no departamento de comunicação. Durante nossas pesquisas vimos que a maioria dessas não possuem um profissional de comunicação. Qual a importância desses profissionais para trabalhar a imagem e a identidade tanto interna quanto externa da instituição?

É fundamental para a profissionalização destas instituições! Não só no que tange ao material produzido, mas principalmente porque o profissional de comunicação é o guardião da marca. Ele deve conhecer tudo sobre ela, como surgiu, por quê, os objetivos da instituição, os públicos que ela atinge. É a imagem dela que está sendo projetada quando qualquer material é produzido. E isso é muito sério. Principalmente se a comunicação é feita sem critérios, pois a imagem passada será de uma instituição amadora, sem muita abrangência, credibilidade ou força.

Interna: um profissional de comunicação consegue estabelecer um diálogo criativo, imparcial e envolvente. Pois é um profissional com formação e dedicado a este fim. Normalmente nas instituições é um “faz-tudo” que encabeça várias atividades, inclusive as de comunicação. Além de não ser formado, tem várias outras questões na cabeça – como um caixa que não fecha naquele mês – causando a falta de foco e de ideias que revertam a situação.

Externa: fundamental para a construção e divulgação da imagem da instituição para o mundo. Deve ser responsável, embasada em objetivos e resultados desejados, profissional e frequente.

Para ambas as situações é exigido que o profissional seja bem formado e informado, uma pessoa que goste de saber sobre o que está acontecendo no mundo, sobretudo em sua área de atuação, tendências tecnológicas, de consumo, de comportamento. Frequentar exposições, estudar história da arte e assuntos pertinentes à comunicação.

Não pode ser uma pessoa que faz um “layout bonitinho.” Tudo que for criado para a instituição tem de ter embasamento técnico de conceito.

Importante desenhar um plano de Comunicação para o ano, assim como pauta anual de temas que vão reger as ações, envio de press releases, campanhas e eventos.

Este profissional deve treinar os colaboradores com a nova abordagem da marca (media training), treinar porta-vozes, gerar um manual de identidade de marca para que parceiros utilizem o logo de forma correta. Interessante gerar um manual de redação e estilo, especificando termos que devem ou não ser ditos.

Tudo isso deve partir de uma reunião inicial com os administradores, sugiro ser levantada uma matriz SWOT e, a partir das necessidades apontadas iniciar um trabalho norteado aos resultados que se deseja alcançar.

Uma comunicação realizada a parte dos objetivos estratégicos não passa de uma comunicação efusiva e sem resultados concretos. Vocês farão muita coisa, apagarão muitos incêndios, mas não conseguiram ver um retorno suntuoso. A comunicação de uma instituição, seja ela privada ou do terceiro setor, deve ser integrada. Interna e externa; objetivos X ações; alinhada e “comprada” pelo gestor maior. Se a liderança não comprar o projeto, os colaboradores não se sentem parte também e ele não decola.

VITOR MATSUOKA

Comunicação e Marketing na Vocação

Data da entrevista: 11/05/2017

Meio: E-mail

1 - Fale sobre seu currículo na área da comunicação.

Formei em 2012, em Relações Públicas. Já trabalhei e fiz estágio em várias áreas: assessoria de imprensa, eventos, comunicação interna e externa, comercial, marketing. Posso enviar meu currículo depois, se ajudar de alguma forma.

2 - Conte-nos sobre as experiências com o Terceiro Setor.

Sempre gostei do terceiro setor, mas minha primeira experiência foi na Vocação mesmo. Uma amiga me disse que a vaga estava aberta, e tinha tudo a ver comigo: uma ong de educação. Tem sido uma experiência bacana, apesar de bem diferente do que havia imaginado. A Vocação é bem organizacional; tinha imaginado algo mais orgânico talvez.

Fora a Vocação, participo como voluntário em uma organização chamada Shuyodan.

3 - Como começou a trabalhar na Vocação?

Então, estava conversando com minha amiga e disse que queria mudar de emprego. Ela já tinha trabalhado na Vocação e disse que essa vaga estava aberta. Enviei o currículo e participei do processo seletivo.

4 - Quais os objetivos da instituição?

Construir uma dinâmica social mais justa e igualitária, impactando efetiva e positivamente a vida das pessoas e de suas comunidades por meio da formulação, implantação e disseminação de metodologias onde crianças e jovens possam fortalecer seus Projetos de Vida. Uma sociedade que defende e constrói um país rico em oportunidades, onde pessoas e comunidades se desenvolverão em sua plenitude.

5 - Quantos profissionais trabalham na instituição? Quantos são do departamento de comunicação? Quais são esses profissionais?

A instituição tem mais ou menos 70 funcionários. Não existe um departamento de comunicação propriamente dito. A comunicação está dentro do departamento de Mobilização de Recursos, Relacionamento e Marketing. Dedicado a comunicação só eu. Na verdade agora eu e mais uma pessoa que veio agregar ao time. Fora isso, o departamento conta com mais duas pessoas e a gestora da área.

6 - De que forma o setor de comunicação colabora para o desenvolvimento da corporação em quais aspectos?

Fazendo a comunicação de maneira geral. Atualizando o site, fazendo a manutenção de redes sociais, relacionamento com a imprensa, criação de material visual (apresentações, folhetos, relatório de atividades, etc), na organização de eventos, produção de demandas pontuais com vídeos e afins, produção de textos, envio de email marketing, entre outros.

7 - Como é a sua atuação no trabalho de comunicação interna e externa?

A comunicação interna quase não existe. Ela é basicamente e-mails de avisos. Tem algumas coisas que são feitas pelo RH, como lista de aniversariantes do mês. A comunicação externa é basicamente tudo da resposta anterior.

8 - Os conteúdos são elaborados de que forma? Quem faz as matérias?

Eu mesmo.

9 - A estrutura de um texto online carece de quais cuidados?

Em geral eu produzo os textos. Dependendo para onde e para que sigo algumas regras (como produção de um release, por exemplo).

10 - A ideia de inserir um site institucional surgiu a partir de que e há quanto tempo?

Não sei há quanto tempo temos o site institucional. Em 2014 passamos por um processo de branding em que adotamos a “marca” Vocação (antes era Ação Comunitária do Brasil). Nessa ocasião o site institucional foi refeito com a identidade adotada.

11 - Qual a periodicidade das notícias?

Nosso site é estático, não temos uma página de notícias.

12 - Como funcionam as mudanças visuais do veículo?

Temos um “admin” e eu altero por lá. Quando precisamos de algo mais sofisticado em relação à programação, recorro ao departamento de TI.

13 - Como é trabalhada a multimídia?

Temos mídias online e off-line, institucionais e sob demanda. Mas sempre seguindo o manual da marca. Cada mídia tem seu propósito e sua linguagem.

14 - Existe conteúdo específico para o público interno e externo?

A comunicação interna quase não existe. Eu sei é uma pena.

15 - A maioria das instituições do Terceiro Setor possuem dificuldades no departamento de comunicação. Durante nossas pesquisas vimos que a maioria dessas não possuem um profissional de comunicação. Qual a importância desses profissionais para trabalhar a imagem e a identidade tanto interna quanto externa da instituição?

Eu como profissional de comunicação sou suspeito, rs. Acredito que absolutamente toda organização, do terceiro setor ou não, precisa de um profissional de comunicação. A vida é baseada em relações, e as relações são baseadas em comunicação.

16- Como é implantada a comunicação nesse setor?

Ainda trabalhamos muito sob demanda. Agora, estamos com uma consultoria de marketing externa que vai nos ajudar a criar um planejamento.

DENISE FREITAS BARATA

Psicóloga e Gestora de Projetos na Corassol

Data da entrevista: 25/04/2017

Meio: Pessoalmente

1 - Como é trabalhada a comunicação institucional na empresa?

Temos redes sociais como Facebook, Instagram e WhatsApp, o próprio site é um meio onde os internos buscam informações da entidade. O WhatsApp é mais para que as pessoas tirem dúvidas, façam questionamentos a nós. O Terceiro Setor é um meio complicado, porque tudo que se diz, dependendo da forma, acaba estourando para o nosso lado, se algo der errado.

2 – E a opinião pública, de que forma buscam atingir?

Por exemplo, teve dia da gratidão, costumamos comemorar para agradecer a comunidade à ajuda que eles nos oferecem e aí mandamos para algumas revistas da cidade e eles participam de alguns eventos conosco. Fazemos alguma coisa no centro, para lembrar mesmo. Por mais que se tenha dificuldades buscamos sempre ser gratos pelas ajudas.

Acredito que o site tenha ajudado a instituição a ter mais visibilidade em relação a sociedade. O Corassol existe há trinta e seis anos, então, a maioria dos nossos colaboradores já são fixos, já temos um reconhecimento legal na cidade. Como um critério de transparência aos internos da entidade procuramos sempre deixar claro tudo que acontece aqui dentro. O site ajudou muito quanto a isso.

Quanto ao meio externo, a TV não sede muito espaço para o terceiro setor, são poucas as vezes em que conseguimos inserir algo. Teve uma experiência com a TV, que foi das inscrições para os cursos profissionalizantes que a instituição oferece, e a procura foi fantástica, atingiu muita gente. Recebemos inscrições de bairros distantes, a visibilidade foi maior. A repercussão é outra. Deu pra constatar que quando algo vai para a televisão abrange mais público. Rádio sempre coloca alguma coisa, é difícil o mês que não entra algo da Corassol em alguma rádio daqui de Ribeirão.

3 - As matérias do site são escolhidas a partir de quais critérios?

Terceiro setor é humanização, é preciso estar inteirado a tudo, você precisa trabalhar o enfoque da entidade, estar atento às dificuldades dos assistidos, conversar constantemente, querer buscar soluções para que o convívio seja agradável, não só pra eles, mas para a instituição em geral.

Geralmente quem elabora os textos para o site sou eu, mas a presidente sempre lê antes de ser publicado. Por eu ser psicóloga eu tenho um certo conhecimento de alguns assuntos abordados nas matérias, então, em relação a isso é tranquilo.

4 – Há interesse do público quanto às matérias?

O curso que temos para adolescentes é ministrado pelo Ministério do Trabalho. Então, os adolescentes vêm aqui, uma vez por semana para capacitação. E

buscamos uma abordagem diferente para que esse curso não fique monótono. E esses adolescentes gostam de se ver nas matérias, quanto maior é a participação deles na produção da matéria, maior o retorno. Eles gostam de estarem lá, temos um projeto para que eles contem os sonhos deles, o projeto de vida de cada um, e eles estão muito ansiosos para ver o resultado. É um concurso isso, que os primeiros textos vão para o site, será feita uma matéria né, deles contando as perspectivas que possuem para a vida.

Temos a ideia de até construir um blog, mas ainda não temos pessoas para escreverem os textos, tem muito conteúdo para serem explorados, mas infelizmente não tem quem faça os textos. Até conteúdo técnico mesmo para que as pessoas compreendam a metodologia.

5 – Como funciona o hibridismo de mídia no site?

Dentro do site temos um espaço onde são inseridos vídeos da instituição. Trabalhamos com fotos, textos tem alguns, mas geralmente são curtos, porque ninguém dá muita atenção se o texto foi muito longo. Áudio é uma coisa que não inserimos ainda, mas pensamos em algumas coisas para estar colocando a questão do áudio no site.

6 - Quais os profissionais envolvidos na manutenção do site?

Aqui todos são envolvidos na questão de conhecimento, o pessoal de apoio como psicólogas e assistentes sociais, professores, a diretoria. Todos sabem como agir, de que forma, qual é o princípio norteador, os valores para desenvolver nas crianças, todos estão envolvidos.

Temos um moço aqui que é responsável pela parte técnica do site, ele cuida da parte de design, ele é inteirado a questão da estética do veículo.

Não temos um departamento de comunicação fechado. Já tentamos contratar jornalistas, fizeram testes aqui, mas não teve êxito. Falta humanização em muitos desses profissionais, os que ficaram aqui com a gente alguns dias, não se inteiravam com os internos, não buscavam conteúdos. Acabamos desistindo, mas é algo a se pensar, queremos muito um departamento eficiente, que esteja preocupado na disseminação das informações.

APÊNDICES

**APÊNDICE A
PAUTAS**

PAUTA 01

PRODUTORA: Michele Santos

RETRANCA: Início / Aprata

Data: 24/03/2017

HORA: 16h00

LOCAL: Rua Dona Rosa Miguel, 490. Centro – Rancharia (SP)

ROTEIRO: 16h - Entrevista na casa da fundadora. Telefone: (18) 3265-7454

PROPOSTA: Entrevistar uma das fundadoras da Aprata, Walkyria Maria Dorini Correra, 82, sobre a fundação da instituição.

SUGESTÕES DE PERGUNTAS

- 1 - O que levou a senhora a fazer parte da instituição?
- 2 – A senhora participou do começo da instituição?
- 3 – Como era para ser presidente na época?
- 4 – Como a senhora vê a instituição?
- 5 – Em quais locais a senhora já trabalhou?
- 6 – Como a senhora se sente em ter feito parte de tantos trabalhos voluntários no terceiro setor?
- 7 - Qual a mensagem você deixa para as pessoas realizarem trabalho voluntário?
- 8 - A nossa ideia é implantar um site na instituição, quais os benefícios que o site traria?

PAUTA – 02

PRODUTORA: Michele Santos

RETRANCA: Início / Aprata

Data: 16/03/2015

HORA: 10h

LOCAL: Aprata – Rancharia (SP)

ROTEIRO: 10h – Entrevista na Aprata. Telefone: (18) 99746459.

PROPOSTA: Entrevistar o chefe de patrimônio da Aprata, Bruno Henschel, 64. Também foi o primeiro vice-presidente da instituição e tesoureiro por vários anos.

SUGESTÕES DE PERGUNTAS

- 1 – Como surgiu a ideia de fundar a Aprata?
- 2 – Como foi o processo de fundação da instituição?
- 3 – Como foi a aceitação das pessoas?
- 4 – De que forma era a comunicação na época?
- 5 – Como é visto o desempenho da Aprata?
- 6 – Como se sente sendo um dos fundadores de uma instituição que proporciona melhor qualidade de vida para a sociedade?

PAUTA – 03

PRODUTORA: Michele Santos

RETRANCA: Início/ Aprata

Data: 28/03/2017

HORA: 16h00

LOCAL: Diaseg Corretoras de Seguro, Avenida Pedro de Toledo, 600 –
Centro, Rancharia (SP)

ROTEIRO: 16h - Entrevista na Diaseg Corretora de Seguro, Telefone: (18)
996013006.

PROPOSTA: Entrevistar o segundo presidente da Aprata, Wilson Figueiredo,
56, sobre o começo da Aprata.

SUGESTÕES DE PERGUNTAS

- 1 – Como a Aprata surgiu?
- 2 – Como se tornou presidente?
- 3 – Houve muita dificuldade na época?
- 4 – Como era a informação naquele tempo?
- 5 – Como você vê a entidade hoje?
- 6 – Vantagens que o site traria para a instituição?
- 7 – Como foi a experiência de trabalhar com o terceiro setor?

PAUTA – 04

PRODUTORA: Michele Santos

RETRANCA: História / Aprata

Data: 16/03/2017

HORA: 11h

LOCAL: Aprata – Rancharia (SP)

ROTEIRO: 11h – Entrevista na Aprata. Telefone: (18) 997915183

PROPOSTA: Entrevistar o presidente atual da Aprata, Marcos Paulo Nunes Vieira, 41, e abordar como é a instituição.

SUGESTÕES DE PERGUNTAS

- 1 – Como se tornou presidente da instituição?
- 2 – O prédio da Aprata foi adquirido de que forma?
- 3 – Quais são os objetivos da Aprata?
- 4 – Quais as necessidades da instituição?
- 5 – Como a Aprata é vista hoje?
- 6 – Qual que é o lado negativo e positivo que as empresas que contratam enxergam?
- 7 – A entidade recebe verbas de quais lugares?
- 8 – Como funciona a questão do trabalho do aluno na empresa?
- 9 – Como é estabelecida a comunicação na entidade?
- 10 – De que forma o site poderá ajudar na comunicação da Aprata?
- 11 – O que o site tem que conter para ajudar na comunicação da Aprata? E como pensa em manter o veículo?
- 12 – O que precisa para se tornar um voluntário ou sócio?
- 13 – Como é trabalhar com o terceiro setor?
- 14 - Como conciliar com a vida profissional e pessoal?
- 15 - Dê um conselho para as pessoas se tornarem voluntárias?

PAUTA – 05

PRODUTORA: Michele Santos

RETRANCA: História / Aprata

Data: 17/03/2017

HORA: 16h

LOCAL: Aprata – Rancharia (SP)

ROTEIRO: 16h - Entrevista na Aprata. Telefone: (18) 996275191

PROPOSTA: Entrevistar a Assistente Social, Ana Paula de Farias, 32, sobre a Aprata e como é o local atualmente.

SUGESTÕES DE PERGUNTAS

- 1 – Como entrou na instituição?
- 2 - Quais foram os empregos que passou e como conseguiu capacitação para isso?
- 3 - Como é o serviço social na prática?
- 4 - Como surgiu a Aprata?
- 5 – Quais os objetivos da Aprata?
- 6 - Quais os cursos que a entidade possui?
- 7 – Como são os atendidos na entidade?
- 8 – Qual a realidade dos adolescentes hoje?
- 9 – Quais os problemas enfrentados pela instituição?
- 10 – Quais são as necessidades da instituição?
- 11 - Como funciona o quadro de funcionários e voluntários?
- 12 – Como são feitas as escolhas das empresas para fazerem parceria com a Aprata?
- 13 - O que as empresas pensam de contratarem aprendizes?
- 14 – Como é estabelecida a comunicação no local?
- 15 – Como funciona o trabalho voluntário na entidade?
- 16 - Deixe uma mensagem que estimule as pessoas a fazerem parte do trabalho voluntário, visto que hoje é muito difícil encontrar?
- 17 – Para você como uma empresa do terceiro setor faz diferença na sociedade?

18 - Qual o seu sentimento em poder contribuir com a formação desses jovens?

19 – Como o site ajudaria na entidade? Tanto interno, quanto externamente?

20 – Como pretende manter o site?

PAUTA – 06

PRODUTORA: Michele Santos

RETRANCA: Início / Aprata

Data: 21/03/2017

HORA: 17h

LOCAL: Em sua residência – Rua Adamo Passianoto, 68, Jardim Primavera, Rancharia (SP)

ROTEIRO: 16h - Entrevista na casa do primeiro aluno. Telefone: (18) 997814945

PROPOSTA: Entrevistar um dos primeiros menores atendidos na Aprata, Danilo dos Santos Rodrigues, 33, sobre como era o local no início.

SUGESTÕES DE PERGUNTAS

- 1 – O que o levou a entrar na Aprata?
- 2 – Como foi a sua experiência na instituição?
- 3 – Como foi seu primeiro emprego?
- 4 – Como era para arrumar emprego na época?
- 5 – Como era a comunicação na época?
- 6 – Como a Aprata ajudou na sua formação?
- 7 – Qual mensagem para as pessoas que querem entrar na instituição?

PAUTA – 07

PRODUTORA: Michele Santos

RETRANCA: Início/ Aprata

Data: 28/03/2017

HORA: 16h00

LOCAL: Rua Bandeirantes, 174, Jardim Primavera. Rancharia, (SP)

ROTEIRO: 16h - Entrevista na casa da primeira aluna. Telefone: (18) 997138691

PROPOSTA: Entrevistar uma das primeiras alunas da Aprata, Tatiane Patricia dos Santos, 33, sobre como era os cursos e a instituição na época.

SUGESTÕES DE PERGUNTAS

- 1 – Por que entrou na instituição?
- 2 – Como era a informação na época?
- 3 – Quais os cursos que existiam?
- 4 – O que precisava para entrar e conseguir emprego pela instituição?
- 5 – Como foi o seu primeiro emprego?
- 6 – Qual o aprendizado que a Aprata lhe acrescentou?
- 7 – Como você vê a Aprata hoje?

PAUTA – 08

PRODUTORA: Michele Santos

RETRANCA: Projetos / Aprata

Data: 17/03/2017

HORA: 14h

LOCAL: Aprata – Rancharia (SP)

ROTEIRO: 14h - Entrevista na Aprata. Telefone: (18) 996114999

PROPOSTA: Entrevistar a Jovem Aprendiz Jéssica Tayna Borges dos Santos, 21, sobre os projetos da Aprata e como é o local.

SUGESTÕES DE PERGUNTAS

- 1 – Como decidiu entrar para a instituição?
- 2 – Como a Aprata ajuda na sua capacitação?
- 3 – Você nota diferença nos adolescentes que não tem a mesma formação que a sua?
- 4 – Como é estabelecida a comunicação na Aprata?
- 5 – Como funcionam os cursos na Aprata?
- 6 – O que precisa melhorar na instituição?
- 7 – Vantagens que um site traria para a instituição?
- 8 – Como você vê a instituição?
- 9 – Quais melhorias a Aprata lhe proporcionou?
- 10 – O que sua família pensa a respeito da instituição?

PAUTA 09

PRODUTORA: Michele Santos

RETRANCA: Projetos / Aprata

Data: 17/03/2017

HORA: 15h

LOCAL: Aprata – Rancharia (SP)

ROTEIRO: 15h - Entrevista na Aprata. Telefone: (18) 997601838

PROPOSTA: Entrevistar a Menor Aprendiz Sthefany Caroline Silva Irineu, 17, sobre os projetos da Aprata e como é o local.

SUGESTÕES DE PERGUNTAS

- 1 – Como decidiu entrar para a instituição?
- 2 – Como a Aprata ajuda na sua capacitação?
- 3 – Como é a comunicação na entidade?
- 4 – Quais as melhorias que Aprata lhe proporcionou?
- 5 – Você nota diferença nos adolescentes que não tem a mesma formação que a sua?
- 6 – Como você vê Aprata hoje?
- 7 – Como está se saindo no mercado de trabalho?

PAUTA 10

PRODUTORA: Michele Santos

RETRANCA: Cursos / Aprata

Data: 24/03/2017

HORA: 17h00

LOCAL: Aprata, Rancharia (SP)

ROTEIRO: 17h - Entrevista na Aprata. Telefone: (18) 991696774

PROPOSTA: Entrevistar o professor Caio Gharib, 26, sobre os cursos e entidade.

SUGESTÕES DE PERGUNTAS

- 1 – Como você entrou para a entidade?
- 2 – O que faz para inovar as aulas?
- 3 – Você recebe alguma motivação na instituição?
- 4 – Como é a questão de comunicação na instituição?
- 5 – Sobre o desempenho dos alunos, o que você tem a dizer?
- 6 – Como é ser professor em uma entidade filantrópica? Já tinha alguma experiência nessa área?
- 7 – Qual a sua visão da Aprata hoje?
- 8 – Como você vê a Aprata no futuro?
- 9 – Qual a contribuição do site para a entidade?

PAUTA 11

PRODUTORA: Michele Santos e Thalita Cortez

RETRANCA: Produção / Site

Data: 16/03/2017

HORA: 11h30

LOCAL: Agência Oxigen Web – Rua Paulo Marques, 663, Presidente Prudente, São Paulo.

ROTEIRO: 16h - Entrevista na Agência Oxigen Web. Telefone: (18)997814945

PROPOSTA: Entrevistar web designer Antônio Freitas Filho, 25, sobre o que é necessário para criar um site.

SUGESTÕES DE PERGUNTAS

- 1 – O que é necessário para criar um site?
- 2 – O site é para Aprata, uma instituição do terceiro setor, como se fosse Casa do Pequeno Trabalhador?
- 3 – Como você coloca as páginas na internet? O que é necessário?
- 4 – Sempre é utilizada essa parte de cores da empresa? Exemplo: Cores usadas no logo da empresa sempre vão ser utilizadas no site que vocês criam?
- 5 – As cores da instituição são branco, preto e azul, nós temos que usar essas cores no site?
- 6 – Como funciona o domínio e a hospedagem do site?
- 7 – Quais os cuidados que devemos ter para não poluir um site visualmente?
- 8 – O que a gente pode fazer para que as pessoas tenham interesse de acessar o site e torná-lo mais acessível?
- 9 – E para impulsionar fora da internet que dica você nos dá?
- 10 – Tem algum elemento que você acha necessário para um site ficar mais atrativo?
- 11 – Quais elementos que podem ser usados no site, como foto e vídeo?
- 12 – Qual é a função da cor no site? Por que é fundamental?
- 13 – Em relação o logo, vocês criam ou o cliente já traz a arte pronta?
- 14 – Essa de impulsionar o site com o Google, tem custo? Como funciona?
- 15 – E através disso você consegue ver tudo, quem visualiza?
- 16 – Qual a quantidade máxima de cores que podem ser usadas em um site?

- 17 – No caso da Aprata que as cores são azul, preto e branco, como ficaria?
- 18 – E qual cor não é recomendada para uma página da internet?
- 19 – O que fazer antes de criar um site?
- 20 – Sabemos que criar um site não é fácil, o que você tem a nos dizer sobre isso?
- 21 – Vocês só trabalham com essa parte aqui na agência?
- 22 – Você fica com a parte de montar estruturas, depois que passa por você, o que acontece?
- 23 – A maior fonte de divulgação seria o Facebook, por quê?

PAUTA 12

PRODUTORA: Michele Santos

RETRANCA: Produção/ Site

Data: 24/03/2017

HORA: 18h30

LOCAL: Empresa Produção Design – Rua Felipe Camarão, 840, Centro, Rancharia (SP)

ROTEIRO: 16h - Entrevista na empresa Produção Design. Telefone: (18) 996346549

PROPOSTA: Entrevistar web designer Matheus Henrique Azambuja, 23, sobre o que é necessário para criar um site.

SUGESTÕES DE PERGUNTAS

- 1 – O que é necessário para criar um site?
- 2 – Quais plataformas que você indica?
- 3 – O que precisa para colocar uma página na internet?
- 4 – Quais cuidados devem ser tomados para não poluir o site?
- 5 – Sobre as cores da instituição azul, branco e preto, daria para usar elas no site que estamos planejando?

PAUTA 13

PRODUTORAS: Amanda Brito, Karime Vilela e Michele Santos

RETRANCA: Site / Aprata

DATA: 08/05/2017

HORA: 19h

LOCAL: Rua Adamo Passianoto, 71, Jardim Primavera, Rancharia.

ROTEIRO: 19h - Entrevista na casa do analista de sistemas. Telefone: (18) 99651-7989.

PROPOSTA: Entrevistar o analista de sistema, Valdemir Michel dos Santos, 29, sobre o que é necessário para criar um site e como será o site da instituição.

SUGESTÕES DE PERGUNTAS:

- 1 - O que é necessário para um site onde o público-alvo é jovem?
- 2 - De que forma trabalhar a multimídia?
- 3 - Quais as plataformas mais viáveis?
- 4 - Quais cuidados tomar para ter o visual adequado?
- 5 – Sobre as cores quais são indicadas para a instituição?
- 6 - Quais as contribuições que o site pode oferecer a entidade?
- 7 - Quais elementos são essenciais para que o site fique atrativo?
- 8 - O que é necessário para colocar um site na internet?
- 9 - Como você indicaria o menu para o site da Aprata?

PAUTA 14

PRODUTORAS: Amanda Brito, Karime Vilela e Michele Santos

RETRANCA: Site / comunicação / terceiro Setor

DATA: 15/05/2017

LOCAL: Rua Barão de Itapetininga, 255 6º andar – Centro – São Paulo. Espro

ROTEIRO: Entrevista por e-mail: cristina.meireles@espro.org.br ou imprensa@espro.org.br. Telefones: (11) 2504-1174 (11) 2699-0412.

PROPOSTA: Entrevistar a responsável pela comunicação e marketing no Espro, Cristina Meireles de Almeida Augusto, para entender como é trabalhada a comunicação em uma empresa do Terceiro Setor, além de compreender a importância de um site para a instituição.

SUGESTÕES DE PERGUNTAS:

- 1 - Fale sobre seu currículo na área da comunicação.
- 2 - Conte-nos sobre as experiências com o terceiro setor.
- 3 - Como começou a trabalhar no Espro?
- 4 - Quais os objetivos da instituição?
- 5 - Quantos profissionais trabalham na instituição? Quantos são do departamento de comunicação? Quais são esses profissionais?
- 6 - Os jornalistas que trabalham na instituição colaboram para o desenvolvimento da corporação em quais aspectos?
- 7 - Como é a atuação deles no trabalho de comunicação interna e externa?
- 8 - Os conteúdos são elaborados de que forma? Quem faz as matérias?
- 9 - A estrutura de um texto online carece de quais cuidados?
- 10 - A comunicação e informação no Espro são trabalhadas de que forma?
- 11 - Como foi implantado o setor de comunicação?
- 12 - A ideia de inserir um site institucional surgiu a partir de que e há quanto tempo?
- 13 - A comunicação antes do veículo oficial ocorria de que maneira?
- 14 - Discorra sobre os benefícios que o site proporcionou?
- 15 - A estrutura do site foi pensada de que forma?
- 16 - Qual a periodicidade das notícias?
- 17 - Como funcionam as mudanças visuais do veículo?

18 - Como é trabalhada a multimídia?

19 - Os acessos são controlados de que maneira? Descreva a obtenção do retorno do público.

20 - Existe conteúdo específico para o público interno e externo?

21 - A maioria das instituições do terceiro setor possuem dificuldades no departamento de comunicação. Durante nossas pesquisas vimos que a maioria dessas não possuem um profissional de comunicação. Qual a importância desses profissionais para trabalhar a imagem e a identidade tanto interna quanto externa da instituição?

PAUTA 15

PRODUTORAS: Amanda Brito, Karime Vilela e Michele Santos

RETRANCA: Site / comunicação/ terceiro setor

DATA: 11/05/2017

LOCAL: Rua Amacás, 243 - Campo Limpo - São Paulo.

ROTEIRO: Entrevista por e-mail: vitor.matsuoka@vocacao.org.br Telefone: (11) 9692271359 ou (11) 5843-2910.

PROPOSTA: Entrevistar o responsável pela comunicação externa e interna da instituição Vocação, Vitor Matsuoka. Assim irá ser compreendido como é trabalhada a comunicação na instituição.

SUGESTÕES DE PERGUNTAS:

- 1 - Fale sobre seu currículo na área da comunicação.
- 2 - Conte-nos sobre as experiências com o terceiro setor.
- 3 - Como começou a trabalhar na Vocação?
- 4 - Quais os objetivos da instituição?
- 5 - Quantos profissionais trabalham na instituição? Quantos são do departamento de comunicação? Quais são esses profissionais?
- 6 - De que forma o setor de comunicação colabora para o desenvolvimento da corporação em quais aspectos?
- 7 - Como é a sua atuação no trabalho de comunicação interna e externa?
- 8 - Os conteúdos são elaborados de que forma? Quem faz as matérias?
- 9 - A estrutura de um texto online carece de quais cuidados?
- 10 - A ideia de inserir um site institucional surgiu a partir de que e há quanto tempo?
- 11 - Qual a periodicidade das notícias?
- 13 - Como é trabalhada a multimídia?
- 14 - Existe conteúdo específico para o público interno e externo?
- 15 - A maioria das instituições do terceiro setor possuem dificuldades no departamento de comunicação. Durante nossas pesquisas vimos que a maioria dessas não possuem um profissional de comunicação. Qual a importância desses profissionais para trabalhar a imagem e a identidade tanto interna quanto externa da instituição?

16 - Como é implantada a comunicação nesse setor?

PAUTA 16

PRODUTORA: Karime Vilela

RETRANCA: Site / comunicação/ terceiro setor

DATA: 25/04/2017

LOCAL: Rua Legionário Maurício, 69 - Ipiranga, Ribeirão Preto - SP,

ROTEIRO: Entrevista pessoalmente, às 9h. Telefone: (16) 3934-9998.

PROPOSTA: Entrevistar a psicóloga e gestora de projetos, Denise Freitas Barata responsável pela parte de comunicação da instituição Corassol. Assim irá ser compreendido como é trabalhada a comunicação no local.

SUGESTÕES DE PERGUNTAS:

- 1 - Como é trabalhada a comunicação institucional na empresa?
- 2 – E a opinião pública, de que forma buscam atingir?
- 3 - As matérias do site são escolhidas a partir de quais critérios?
- 4 – Há interesse do público quanto às matérias?
- 5 – Como funciona o hibridismo de mídia no site?
- 6 - Quais os profissionais envolvidos na manutenção do site?

APÊNDICE B
ROTEIRO INSTITUCIONAL

Roteiro institucional Áudio descritivo

Trilha e ao longo do vídeo abaixar o volume.

Sobre o fundo branco surge o logo da Aprata.

Sobre o fundo azul surge, em branco as palavras “Associação Pró-Ranchariense de Apoio ao Trabalho do Aprendiz.”

Foto antiga da instituição surge em branco às palavras “Desde 01 de Maio de 1998.”

Close no logo da instituição, bem lentamente.

Close no sorriso de um adolescente.

Pernas da adolescente entrando na Aprata, câmera de baixo para cima.

Com o drone, aquela imagem ampla da instituição vista de cima, sobrepor o mapa da cidade que evidencia a Aprata.

Um homem e uma mulher entrando de mãos dadas (Pais de jovens).

Uma turminha de jovens entrando na instituição e se interagindo.

Carro da instituição estacionado dentro da mesma, dirigido por pessoa vinculada.

Jovens em círculo interagindo, falando sobre a instituição (A intenção são falas rápidas, com palavras-chaves)

Lara Silveira, Aprendiz - (inserir depois de “aí eu acabei me desenvolvendo”, em voz over, abaixar som da trilha original)

Ana Paula Farias, Assistente Social – (Sobrepor, fala rápida)

Helder Souza, ex-aprendiz – (Sobrepor, fala rápida)

Produção: Michele Santos e Karime Vilela

Roteiro: Karime Vilela

Reportagem: Karime Vilela e Thalita Cortez

Edição: Amanda Brito.

Imagens: Thaís Luz

Narração: Thalita Cortez

Arte Gráfica: Amanda Brito

Videografismo: Amanda Brito

Intérprete de Libras: Rafael Moreira

Áudio descrição: Thaís Luz

Edição de imagens e pós-produção: Amanda Brito

Orientação: Fabiana Alves

“Planejamento e implantação de um site para a Associação Pró-Ranchariense de Apoio ao Trabalho do Aprendiz.”

Peça prática do Trabalho de Conclusão de Curso “vídeo institucional para entidade do terceiro setor que foi usado no site, desenvolvido na Faculdade de Comunicação Social Jornalista Roberto Marinho de Presidente Prudente, Unoeste.

Presidente Prudente, 2017.

APÊNDICE C
TERMO POLÍTICA DE PRIVACIDADE DO SITE

Política de Privacidade

Associação Pró-Ranchariense de Apoio ao Trabalho do Aprendiz (Aprata) se preocupa com a segurança e privacidade de seus usuários e por isso garante normas que todos devem seguir de acordo com a Lei nº 10.964/14 (Marco Civil da Internet)

É de extrema importância que todos leiam essa Política de Privacidade da Aprata, antes de confirmar qualquer tipo de cadastro no site, pois ao utilizar os serviços disponibilizados pelo veículo entende-se que a pessoa leu e concordou com os termos estabelecidos. Também é aconselhável que revise com certa frequência, pois pode ser modificada a qualquer momento.

O que não fornecemos

- A Aprata assegura, por meio do Art. 3º em não divulgar sem autorização o e-mail do internauta que se cadastrar em páginas que requerem preenchimento de dados pessoais, como inscrição, voluntários, fale com o professor e sugestões de notícias. A não ser que sejamos obrigados por lei para fazê-lo ou se violar nossos termos.
- Não enviar mensagens ao correio eletrônico do internauta, sem que o mesmo tenha solicitado.

O que fornecemos

- Preservar a identidade do internauta, mantendo sigilo enquanto o mesmo navega nas páginas do site.
- De acordo com o Art. 5º ao acessar o site recebe automaticamente o protocolo de internet do seu computador, endereço de IP, a fim de obter informações que nos ajudam a aprender sobre seu navegador e sistema operacional.

Não é permitido

- Não é permitido ao usar os serviços do site conforme o Art. 7º transmitir ou divulgar ameaças, material racista, pornografia infantil ou qualquer outro que viole a legislação em vigor no país.
- Propagar vírus de computador, programas invasivos ou outras formas de programas de computador que causem danos permanentes ou temporários nos equipamentos do destinatário.
- Transpor tipos ou quantidades de dados que causem falhas em serviços ou equipamentos na rede da Aprata ou na internet.
- Usar a rede para tentar ou realizar acesso não autorizado a dispositivos de comunicação, informação ou computação.
- Forjar endereços de máquinas, de rede ou de correio eletrônico, na tentativa de responsabilizar terceiros ou ocultar a identidade ou autoria.
- Destruir ou corromper dados e informações de outros usuários, violando assim a privacidade desses.
- Distribuir via correio eletrônico, comentários e formas similares de comunicação, mensagens não solicitadas do tipo “corrente” e mensagens em massa, além de enviar grande quantidade de mensagens idênticas ao mesmo destinatário por correio eletrônico.
- Violar o direito autoral alheio reproduzindo material sem prévia autorização segurança na Aprata.