

## RELATO DE EXPERIÊNCIA

# TÍTULO: PROJETO ELAS E A RECICLAGEM DE RESÍDUOS SÓLIDOS: ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO PARA A VALORAÇÃO DO TRABALHO DAS MULHERES AGENTES AMBIENTAIS EM PONTA GROSSA

Lívia Maria Hass<sup>1</sup>; [22008767@uepg.br](mailto:22008767@uepg.br)  
Paula Melani Rocha<sup>2</sup>; [pmrocha@uepg.br](mailto:pmrocha@uepg.br)  
Lenir Aparecida Mainardes da Silva<sup>3</sup>; [lenir@uepg.br](mailto:lenir@uepg.br)

## RESUMO

O Elas é um projeto de extensão interdisciplinar que busca desenvolver ações extensionistas de reconhecimento e valorização do trabalho das mulheres catadoras das associações de reciclagem de resíduos sólidos em Ponta Grossa. O objetivo geral é reconhecer essas trabalhadoras como agentes ambientais para o processo de sustentabilidade. As ações envolvem três associações de catadores. Este relato apresenta o recorte das ações extensionistas em Jornalismo que atuam em duas frentes: no empoderamento e valorização do trabalho das mulheres catadoras; e na educação ambiental. A discussão traz o planejamento de comunicação elaborado pela equipe e que vem sendo aplicado desde outubro de 2024.

## PALAVRAS-CHAVE

Mulheres. Projeto de Extensão. Agentes Ambientais. Planejamento de Comunicação. Associação de catadoras.

---

<sup>1</sup> Estudante do curso de graduação em Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa. Bolsista de extensão do projeto Reconhecimento e valorização das mulheres na catação de resíduos sólidos vinculadas às associações de Catadores de Materiais Recicláveis de Ponta Grossa-PR, com bolsa de fomento da Itaipu.

<sup>2</sup> Professora associada ao Programa de Pós-graduação em Jornalismo e Graduação em Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa. Pesquisadora Produtividade (CNPq)

<sup>3</sup> Professora associada ao Departamento de Serviço Social da Universidade Estadual de Ponta Grossa. Coordenadora do projeto Reconhecimento e valorização das mulheres na catação de resíduos sólidos vinculadas às associações de Catadores de Materiais Recicláveis de Ponta Grossa-PR, aprovado no edital No. 001/2024 –Parque Tecnológico Itaipu.

## INTRODUÇÃO

O projeto de extensão “Reconhecimento e valoração das mulheres na catação de resíduos sólidos vinculadas às associações de Catadores de Materiais Recicláveis de Ponta Grossa-PR”, cognominado posteriormente como “Projeto Elas”, foi aprovado no edital No. 001/2024 –Parque Tecnológico Itaipu - Edital de Projetos para o programa de Extensão para a Sustentabilidade Territorial. O referido projeto foi criado frente à necessidade de desenvolver ações de reconhecimento e valoração do trabalho de mulheres nas associações de reciclagem em Ponta Grossa. O projeto é interdisciplinar e integra estudantes e professoras dos cursos de Jornalismo, Serviço Social e Engenharia de Alimentos da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG).

As catadoras de resíduos sólidos são maioria no Brasil (Anuário da Reciclagem 2023, 2023). Segundo o Anuário da Reciclagem de 2023, em território nacional foram identificadas 2.941 organizações e 86.878 catadores e catadoras. Somente na região Sul, estão concentrados pelo menos 21.409 catadores e catadoras, dos quais 11.397 estão no Paraná, ou seja 53% do total. Ainda segundo o Anuário, do número total de catadores e catadoras, pelo menos 53,5% são mulheres. O que significa pelo menos 46.519 catadoras em todo o Brasil (Anuário..., 2023).

Em Ponta Grossa estão organizadas, atualmente, três associações de catadores e catadoras que funcionam desde 2006. ACAMARO – Associação dos Catadores de material reciclável do bairro de Oficinas; ACAMARUVA – Associação dos Catadores de material reciclável do bairro de Uvaranas; ACAMARU – Associação dos Catadores de material reciclável da Nova Rússia. E nas três as mulheres são maioria na execução do trabalho.

O trabalho de catadores é reconhecido desde 2002 pelo Ministério do Trabalho, porém os agentes ambientais ainda sofrem com estigmas propagados de fora das associações. Esse foi um dos principais problemas relatados pelas catadoras durante a primeira visita da equipe do projeto Elas à associação ACAMARUVA. O contato foi justamente para conhecer as catadoras, ouvi-las e pensar as ações. De acordo com elas, os preconceitos são externados por moradores dos bairros onde estão instaladas as sedes da associação e por pessoas da cidade em geral, atrapalhando a realização do trabalho.

Além disso, testemunhou-se a falta de segurança e os riscos à saúde decorrentes do trabalho árduo dos catadores e catadoras, debaixo de sol, chuva e no manuseio dos resíduos que chegam em condições precárias - cacos de vidro, ferro, material pontiagudo e resíduos que não são recicláveis. A visita constatou o pouco conhecimento dos moradores da cidade sobre os resíduos que são recicláveis.

As assimetrias de gênero também se reproduzem nesse ambiente de trabalho, embora as catadoras mulheres sejam maioria. Na ACAMARUVA, por exemplo, do total de 29 pessoas, 24 são mulheres. Pesquisa realizada pelo Núcleo Questão Ambiental, Gênero e Condição de Pobreza, vinculado ao Programa de Pós-Graduação da Universidade Estadual de Ponta Grossa, evidenciou a desigualdade de gênero ainda dentro das demais questões. Por isso, o surgimento do projeto se deu através da necessidade de empoderar e valorizar o trabalho de reciclagem feito por essas mulheres, em Ponta Grossa, que atuam como agentes ambientais.



Fonte: Livia Maria Hass

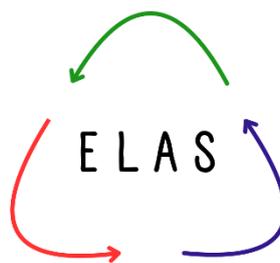
O relato apresenta o planejamento de mídia elaborado pela equipe do curso de jornalismo e as ações extensionistas desenvolvidas em conjunto com toda a equipe do projeto, com o propósito de atingir as seguintes metas: produzir material de comunicação com a intenção de dar visibilidade às catadoras e ao seu trabalho; e desenvolver ações de educação ambiental que gerem desenvolvimento sustentável, proposição de políticas públicas municipais concernentes aos resíduos sólidos e o trabalho da mulher nas associações do município.

## METODOLOGIA

Os encontros são periódicos e realizados em duas configurações: reuniões ampliadas com toda a equipe envolvendo os três cursos de graduação (Engenharia de Alimentos, Serviço Social e Jornalismo); e reuniões semanais com a equipe de cada curso separadamente.

A primeira ação foi pensar uma abreviação do nome do projeto para compor a identidade nas redes sociais e material de divulgação. A partir desse exercício chegou ao codinome “Elas”, que faz menção ao coletivo de mulheres que atuam nas associações, carrega sua valorização e protagonismo como sujeitas, “elas são as agentes ambientais da reciclagem”.

O segundo movimento da estratégia de comunicação foi dar ao Elas uma identidade visual capaz de representar os objetivos do projeto. A identidade visual estabelecida era necessária principalmente para os objetivos que seriam alcançados através das mídias sociais. Inicialmente foi idealizada uma logo que contivesse referências ao trabalho com reciclagem.



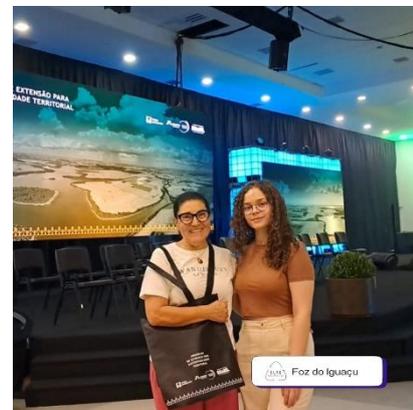
Fonte: Livia Maria Hass

As cores utilizadas remetem ao método de separação no descarte de resíduos sólidos disposto por cores definidas pelo Conselho Nacional do Meio Ambiente, segundo a resolução de número 275/2001, sendo: Vermelho, plástico; Azul, papel e papelão; e Verde, vidro. As cores foram organizadas nas flechas que formam, triangularmente, um ciclo. O nome do projeto se destaca no centro da logo, reafirmando a centralidade das ações do projeto na valorização das mulheres.

Após passar pela aprovação da equipe, a logo passou a ser utilizada na produção de banners para as campanhas do projeto e designs para as redes sociais. A partir da logo, também foram definidas as cores que seriam utilizadas na identidade, produzindo a padronização das mídias sociais e conteúdos a serem realizados futuramente. O exemplo abaixo se refere a segunda postagem feita na rede social Instagram do projeto, na qual apresentam-se os primeiros avanços da equipe em um *post* sob formato carrossel<sup>4</sup>.



Fonte: Lívia Maria Hass



Fonte: Arquivo Projeto Elas

Com a definição da identidade do projeto, iniciou a divulgação nas redes sociais e as ações com a comunidade extensionista propriamente dita. Para isso, ainda em 2024 a equipe reuniu-se com funcionários da Secretaria Municipal do Meio Ambiente para apresentar o projeto, suas intenções e frentes de trabalho. E firmou o compromisso de apresentar os resultados para agregar nas discussões de políticas públicas.

---

<sup>4</sup> Se refere ao formato de publicação que permite a postagem de mais de uma foto ou vídeo.



Fonte: Paula Melani Rocha

O planejamento da Comunicação concebeu um leque de atividades midiáticas que foram organizadas em um quadro e classificadas de acordo com: 1. Ações 2. Público que pretende atingir, 3. Atividades, 4. Objetivos, e 5. Metas que pretende alcançar.

### Quadro 1

Organização das ações idealizadas nas reuniões periódicas de planejamento.

<b>AÇÕES 1</b>	<b>PÚBLICO QUE PRETENDE ATINGIR 2</b>	<b>ATIVIDADES 3</b>	<b>OBJETIVOS 4</b>	<b>METAS QUE PRETENDE ALCANÇAR 5</b>
<b>Instagram</b>	Universidade. Externo ao nicho das catadoras.	Cobertura das oficinas. Conteúdos informativos multimídia sobre reciclagem. Postagem dos trechos do documentário a ser produzido futuramente.	Informar sobre o processo de reciclagem. Dar exposição ao trabalho das catadoras e suas dificuldades. Mostrar os avanços do projeto através da cobertura jornalística.	META 1: Reconhecimento e valorização das mulheres catadoras.  META 4: Educação ambiental.
<b>Campanhas de arrecadação</b>	Universidade e fora.	Post com divulgação no Instagram. Parceria na divulgação das redes do curso e outros projetos de extensão.	Alcançar o maior número de doações possíveis. As primeiras campanhas estão previstas para serem de roupas, bijuteria e brinquedos.	META 2: Melhoria nas condições sociais, de saúde e de segurança no trabalho.  META 5:

				Fortalecimento da relação universidade e comunidade
<b>Produção de material educativo</b>	Em três frentes do projeto: escolas dos bairros, postos de saúde e CRAS.	Contato direto com a população. Conteúdo a serem produzidos e repassados nas oficinas e na futura cartilha.	Trabalhar contra o estigma que os moradores têm sobre as associações e principalmente em relação às catadoras; empoderamento e valorização das agentes ambientais e do resíduo sólido.	META 1: Reconhecimento e valorização das mulheres catadoras.  META 4: Educação ambiental.
<b>Documentário</b>	Externo e interno	A ser produzido para o YouTube (criação de um canal para o projeto) Um produto de 30 min. Gravações ocorrem durante as visitas.	É uma maneira de mostrar o trabalho árduo das catadoras, empoderando e reconhecendo sua profissão e a importância do lixo. Também pode ser capaz de abrir um debate sobre os estigmas e desigualdades, tanto de gênero quanto social.	META 1: Reconhecimento e valorização das mulheres catadoras.  META 4: Educação ambiental.  META 5: Fortalecimento da relação universidade e comunidade
<b>WhatsApp</b>	Catadoras	Um grupo onde os conteúdos que são produzidos por nós também possam alcançá-las. Para que elas também tenham acesso às publicações, textos e vídeos sobre elas.	Pode ser um meio de comunicação com as catadoras mais interativo, eficiente e prático. Talvez o acesso das catadoras às redes sociais como o Instagram, não seja tão eficiente. Além disso, vai reforçar a ideia do autocuidado autovalorização.	META 1: Reconhecimento e valorização das mulheres catadoras.  META 5: Fortalecimento da relação universidade e comunidade.
<b>Produção jornalística</b>	Universitário	Mesacast Elos em Fluxo. Entrevistas, reportagens e outros tipos de conteúdo para os produtos laboratoriais do curso.	Divulgar e informar sobre a importância da reciclagem de resíduos sólidos na questão ambiental e empoderar as catadoras.	META 1: Reconhecimento e valorização das mulheres catadoras.  META 4: Educação ambiental.  META 5:

				Fortalecimento da relação universidade e comunidade.
--	--	--	--	--

Fonte: Livia Maria Hass

A organização nesse formato foi necessária para relacionar as ações que o grupo pretendia executar às metas propostas no Plano de Trabalho do projeto de extensão. Além disso, é capaz de orientar para qual tipo de público cada ação é destinada.

Um dos itens elencados na Tabela 1 consiste em campanhas de arrecadação e sua divulgação. Para este tópico, a equipe deveria pensar em uma campanha que estivesse sincronizada ao trabalho de reciclagem. Por isso, ao produzir o banner, o conceito dos “5 Rs da Sustentabilidade” foi utilizado como lema da campanha. O conceito consiste em cinco palavras que promovem ações de sustentabilidade: Repensar, recusar, reduzir, reutilizar e reciclar. No banner, as cinco palavras estão dispostas com o tamanho da fonte de forma crescente, de acordo com as que mais se adequam à ação de arrecadação.



Fonte: Livia Maria Hass e Vinicius Orza

Os demais elementos dialogam com a proposta da campanha e, principalmente, com a identidade visual do projeto.

### 3. DESENVOLVIMENTO

Diferentemente das outras estratégias de comunicação traçadas no plano de mídia do projeto *Elas*, a abordagem da rede social é essencialmente voltada ao público externo à universidade e ao nicho das agentes, justamente por produzir conteúdos de cunho informativo sobre as múltiplas formas de contribuir com o processo de reciclagem, principalmente a partir do descarte correto dos resíduos sólidos. “Vale destacar que conteúdo relevante nas mídias digitais é aquele prestador de serviço, que adiciona valor ao cotidiano de quem o consome.” (KARHAWI et.al., 2021). E por demonstrar pequena parte da realidade vivenciada pelas agentes ambientais. Todo o trabalho em redes é voltado somente para uma rede social, o Instagram. Embora o projeto esteja ativo desde 2024, sua criação aconteceu apenas em 2025, após os primeiros passos de organização das atividades do projeto.

Durante a realização das primeiras visitas na ACAMARUVA em 2024, o *Elas* percebeu também a necessidade de campanhas de arrecadação de roupas, brinquedos, bijuterias e até mesmo ração para os animais que habitam os arredores da associação e os quais são alimentados pelos catadores e catadoras. Para a divulgação, a equipe utiliza recursos como compartilhamento em redes e panfletagem. Percebeu a necessidade das campanhas com o propósito de trabalhar a sustentabilidade somada à necessidade de estabelecer trocas e vivências com a comunidade envolvida nas ações extensionistas. A abordagem nas redes visa propor a informação dos cinco movimentos que circundam a sustentabilidade para um consumo consciente e preocupado com a questão ambiental e arrecadar o maior número possível de doações, trazer reconhecimento para o projeto e, conseqüentemente, interesse na exploração dos conteúdos produzidos sobre a valorização do trabalho de reciclagem.

Dessa forma, além de cumprir com as metas estabelecidas no plano de trabalho do projeto com um todo, a equipe de comunicação deveria contemplar, no plano de mídia, ações que incluíssem parte das necessidades das catadoras. Segundo Karhawi e Terra (2021), é necessário evitar a ideia de que as mídias sociais são apenas difusão de informações. Portanto, reconhecer o público para o qual são destinados os conteúdos, elencar os objetivos e metas de cada ação e planejar de forma estratégica e organizada sua execução.

É preciso ir além dos itens a serem cumpridos em um planejamento. Uma das atribuições do profissional de comunicação contemporâneo passa pela leitura das complexidades que envolvem os ambientes internos e externos à organização, questões de contexto, cultura, entre outros aspectos. (KARHAWI et.al., 2021)

Para o planejamento comunicacional do projeto Elas foram organizadas as ações e objetivos de forma coerente ao tipo de público que pretende atingir, como demonstrado no Quadro 1, exemplificado acima.

#### 4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A equipe de Jornalismo do projeto de extensão “Elas” não somente produz conteúdos em mídia, mas trabalha diretamente com a projeção de discussões sociais sobre valorização de agentes ambientais e a importância da reciclagem dos resíduos para o meio ambiente. Dessa forma, o planejamento estratégico de mídia encontra-se como parte fundamental do alcance das metas e dos públicos específicos.

#### REFERÊNCIAS

**Anuário da reciclagem 2023.** 2023. Disponível em <https://institutoatmos.org/wp-content/uploads/2024/08/Anuario-da-Reciclagem-2023.pdf> Acesso em 10/03/2025

KARHAWI, Issaaf; FRAZON TERRA, Carolina. Planejamento Estratégico em Comunicação Digital: apontamentos e possibilidades entre a teoria e a prática. **Comunicação & Inovação**, [S. l.], v. 22, n. 49, 2021. DOI: 10.13037/ci.vol22n49.7371.

Disponível em: [https://seer.uscs.edu.br/index.php/revista\\_comunicacao\\_inovacao/article/view/7371](https://seer.uscs.edu.br/index.php/revista_comunicacao_inovacao/article/view/7371). Acesso em: 16/03/2025.

**Relatório Final da Pesquisa.** (In)segurança alimentar; Associação dos Recicladores de Ponta Grossa. Universidade Estadual de Ponta Grossa, 2018.

Disponível em: [RELATORIO-FINAL-DA-PESQUISA INSEGURANCA-ALIMENTAR-ASSOCIACAO-DE-REICLADORES-DE-PONTA-GROSSA.pdf](#). Acesso em: 10/03/2025