

**Projeto Experimental em Relações Públicas:  
Associação Pró-Cultura - Casa das Artes Regina Simonis<sup>1</sup>**

Bruna Luisa Henn<sup>2</sup>

Grazielle Betina Brandt<sup>3</sup>

Universidade de Santa Cruz do Sul

**RESUMO:** O presente trabalho realizado para a disciplina de Projeto Experimental em Relações Públicas apresenta o projeto de comunicação realizado para a Casa das Artes Regina Simonis. Para concretização deste projeto experimental, foi efetuado um diagnóstico da entidade e realizado um plano de comunicação com ações voltadas para os públicos da Associação Pró-Cultura. Este projeto procurou aprimorar e melhorar as atividades da Associação Pró-Cultura com associados e a comunidade, divulgando sua missão, sua imagem, seus princípios e seus objetivos, buscando ainda despertar um maior interesse público da comunidade local pela história da entidade.

**PALAVRAS CHAVE:** projeto experimental; relações públicas, planejamento, terceiro setor, cultura.

## **1. INTRODUÇÃO**

A escolha de elaborar o Projeto Experimental do Curso de Relações Públicas na Pró-Cultura – Casa das Artes Regina Simonis, se deu a partir da possibilidade de colocar em prática os conhecimentos adquiridos no decorrer do curso. Outro ponto relevante para a concretização deste trabalho é o fato de se perceber a necessidade em realizar projetos experimentais em comunicação voltados para a área cultural.

O cenário do mercado cultural vem apresentando novas possibilidades para o profissional de Relações Públicas, ampliando os limites de atuação deste profissional, que pode colocar em prática suas habilidades e competências na área da gestão cultural. O

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XX Prêmio Expocom 2013, na Categoria aluno de graduação, modalidade: Projeto de assessoria de comunicação para o Terceiro Setor.

<sup>2</sup> Aluna estudante do 8º. Semestre do Curso de Comunicação Social – Relações Públicas, email: bruna\_lhenn@hotmail.com.

<sup>3</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social, email: grazibrandt@hotmail.com

profissional de relações públicas trabalha com o objetivo de potencializar os resultados de projetos de comunicação e marketing cultural, atingindo os diversos públicos da empresa.

Para realização deste projeto experimental, foi realizado um diagnóstico da entidade e realizado o planejamento de comunicação e ações voltadas para os públicos da Associação Pró-Cultura.

Este projeto foi dividido em duas partes. A primeira parte detalhou o histórico da organização, a descrição dos seus produtos e serviços, infraestrutura física, situação econômica, estrutura organizacional, identidade corporativa. Após a coleta das informações, foram detectadas as oportunidades, ameaças, fraquezas, potencialidades e problemas de comunicação que definem os objetivos deste projeto. Na segunda parte deste projeto foram aplicadas as ações que visam suprir as necessidades e fraquezas comunicacionais da entidade.

Através das ferramentas de relações públicas foi possível auxiliar a Associação Pró-Cultura no cumprimento da sua missão e dos seus objetivos organizacionais, fortalecendo a imagem e os serviços da entidade, bem como fidelizando o relacionamento com seus diversos públicos.

## **2 OBJETIVOS**

O objetivo geral de realização deste projeto foi o de desenvolver e executar um plano de comunicação para a Casa das Artes Regina Simonis, com a finalidade de diagnosticar suas necessidades e implementar ações que visam fortalecer a imagem da entidade e estreitar o relacionamento com os seus diversos públicos.

Através da realização deste projeto buscou-se ainda trabalhar a visibilidade da entidade a partir do resgate da sua memória institucional, com intuito de divulgar o valor da instituição e evidenciar a sua trajetória.

Entre os objetivos específicos do projeto estão:

- ✓ Propor ações que atendam às necessidades de relacionamento da entidade com os públicos de interesse;
- ✓ Reorganizar a comunicação interna, fortalecendo o fluxo de informações internas, além de criar novas ferramentas de comunicação;
- ✓ Aumentar a visibilidade da entidade a partir do resgate da sua memória institucional, com intuito de divulgar o valor da instituição e evidenciar a sua trajetória;

- ✓ Divulgar os produtos e serviços da CARS e despertar o interesse da comunidade local-regional pela entidade;
- ✓ Aproximar o público associado da organização.
- ✓ Manter o processo de comunicação interno e externo ativo e estruturado na organização.

### **3. JUSTIFICATIVA**

O objetivo de realização deste projeto foi o de desenvolver e executar um plano de comunicação para a Casa das Artes Regina Simonis, com a finalidade de diagnosticar suas necessidades e implementar ações que visam fortalecer a imagem da entidade e estreitar o relacionamento com os seus diversos públicos. Buscou-se ainda trabalhar a visibilidade da entidade a partir do resgate da sua memória institucional, com intuito de divulgar o valor da instituição e evidenciar a sua trajetória.

A escolha da Casa das Artes Regina Simonis como objeto de estudo neste projeto justifica-se pelo fato da mesma ser uma entidade filantrópica de grande notoriedade e importância histórica para o município de Santa Cruz do Sul. Entretanto, a Casa das Artes não possui uma gestão de comunicação com seus públicos estratégicos. O Projeto Experimental buscou aplicar de maneira prática os conhecimentos teóricos adquiridos no decorrer do curso, procurando assim planejar, executar, avaliar e mensurar as atividades de Relações Públicas que podem ser desenvolvidas em uma entidade cultural, bem como contribuir para a formação futura deste profissional. Estas ações foram estruturadas através de visitas a entidade, construção de um briefing e de um diagnóstico que proporcionou identificar os problemas e oportunidades relacionados a ela, propondo soluções para fortalecer a sua imagem institucional perante seus associados e a comunidade local-regional.

### **4. MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**

Para realização do projeto experimental, primeiramente foi realizado um diagnóstico geral da organização e na sequência um diagnóstico de comunicação. Para realização do diagnóstico geral e de comunicação foi efetuada uma entrevista em profundidade com a presidente da entidade e pesquisas aplicadas e direcionadas aos funcionários. Após a

realização das ações propostas no projeto experimental foram realizadas pesquisas de opinião com a comunidade, com o interesse de avaliar as ações de comunicação desenvolvidas ao longo do projeto.

## 5. DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Foram planejadas e executadas dez ações que visaram fortalecer a imagem da entidade e estreitar o relacionamento com os seus diversos públicos.

- **Criação da Missão, Visão e Valores**

A acadêmica se reuniu com a presidência da Associação Pró-Cultura com o interesse de explicar o significado e a importância da missão, visão e valores de uma organização. Apesar da entidade nunca ter estipulado formalmente, os membros da presidência e associados reconhecem a sua filosofia. Todos compreendem que a entidade busca levar arte à comunidade e incentivar a cultura e os artistas locais.

A apresentação da filosofia da organização foi realizada através de slides pela acadêmica e, posteriormente, reafirmada diante da placa que foi fixada no dia 5 de outubro. A arte foi realizada pela acadêmica, que buscou utilizar o formato do logo da Pró-Cultura. O quadro possibilitou que o público se familiarize e conheça a missão, visão e os valores da Associação Pró-Cultural - Casa das Artes Regina Simonis. Além disso, a missão, visão e valores está presente atualmente em todas as ferramentas de divulgação da entidade

- **Mailling list**

Nos meses de setembro e outubro de 2013 foi realizada a ação de cadastramento do *e-mail* e data de aniversário dos associados. Para isso a acadêmica realizou contato telefônico com todos os associados, a fim de obter informações complementares dos associados, com vistas a serem utilizadas em ações futuras.

Foi criado pela acadêmica um *mailling list* em arquivo excel para contatos da diretoria, associados e imprensa, com a finalidade de estruturar e organizar a lista de contatos, manter o banco de dados atualizado e aproximar a Associação do associado.

- **Criação de um acervo de documentação da história da entidade**

Esta documentação tem o interesse de gerar informações para o livro que será publicado após a restauração da Casa das Artes, com estimativa de publicação para o período de 2014. Em função disto, no mês de outubro foi iniciada a ação de resgate de imagens, acervos documentais e virtuais, ou seja, toda a documentação que reflete aspectos significativos da trajetória da entidade, desde sua criação até a atualidade.

A documentação foi estruturada em capítulos, contado a história da Associação Pró-Cultura, eventos realizados, história da Casa das Artes Regina Simonis incluindo o projeto de restauração, resgate da história de Regina Simonis e Gilberto Dassow e também o relatório de atividades. Também foram incluídas clipagens com matérias significativas sobre a entidade. A coleta de informações foi realizada pela acadêmica.

A arte utilizada para a capa do livro foi uma bela imagem do prédio, com o título: Associação Pró-Cultura - Casa das Artes Regina Simonis: uma história a favor das artes. A documentação foi impressa em tamanho A4. Após o esboço da arte feito pela acadêmica, a criação foi feita em conjunto com o acadêmico Lucas Souza, do 5º semestre de Produção em Mídia Audiovisual.

- **Cartão de aniversário para o associado**

A fim de estabelecer uma aproximação com o associado foi criado um cartão de aniversário com a finalidade de fazer com que o associado se sinta especial. Sendo assim, foi criada uma arte para o cartão, com uma mensagem de felicitação. Após o esboço feito pela acadêmica, a arte foi criada em conjunto com o acadêmico Lucas Souza, do 5º semestre de Produção em Mídia Audiovisual. No cartão estão o logo da Associação Pró-Cultura e uma imagem da Casa das Artes. O cartão é enviado por e-mail. Até o momento de finalização do projeto foram enviados três cartões.

- **Informativo virtual**

Com o objetivo de informar o público, a criação desta nova ferramenta de comunicação fez com que a entidade ganhasse maior visibilidade perante seus associados e a

comunidade. O informativo teve sua construção em outubro e foi finalizado em novembro. A edição do mês de novembro trouxe o depoimento da atual presidente e também de um ex-presidente, fotos sobre a exposição que ocorreu em outubro e a divulgação da exposição deste mês. A coleta de informações foi realizada pela acadêmica. A diagramação do informativo foi feita pela acadêmica e pelo estagiário da associação, Carlos César Silva Junior do 2º semestre de Publicidade e Propaganda.

A divulgação do informativo ocorreu por e-mail enviado para os associados, e também foi postado no blog da associação e compartilhado no *facebook*.

- **Suporte de eventos**

Com o objetivo de prestar apoio aos eventos realizados, à acadêmica de relações públicas auxiliou a entidade nos eventos realizados durante o período de setembro, outubro e novembro.

O primeiro passo foi instituir um *check list* para o melhor andamento dos eventos. No total foram 3 exposições e um evento de apresentação do projeto de restauração da Casa de Artes Regina Simonis. A acadêmica participou da organização e execução dos eventos.

- **Reformular layout do blog**

A Associação Pró-Cultura já possuía um blog, porém era pouco atualizado e o layout visual também precisava ser melhorado. Sendo assim, foi reformulado o layout e design do blog para torná-lo mais atrativo e chamar mais a atenção do associado e da comunidade em geral, proporcionando mais visibilidade ao trabalho da entidade. A reformulação do blog foi realizada pela acadêmica em conjunto com o acadêmico Lucas Souza do 5º semestre de Produção em Mídia Audiovisual.

O blog foi atualizado começando pelo nome. Com a finalidade de unificar o trabalho da Pró-Cultura e a Casa das Artes utilizamos os logos de ambas. O layout também foi modificado tornando-o mais limpo, pois antes o blog estava muito poluído de imagens e informações. Ele foi atualizado com a história da entidade, incluindo fatos sobre a vida da artista Regina Simonis e de Gilberto Dassow, eventos que são realizados, imagens e notícias.

- **Criação de vídeo institucional**

Primeiramente a acadêmica realizou o roteiro para gravação do vídeo. Foram convidados para dar depoimento a atual presidente da Associação Pró-Cultura Maria Celita Scherer, o jornalista e poeta Mauro Ulrich e o ex-presidente Bruno Faller. As gravações foram realizadas nos dias 7, 9 e 13 de novembro. A direção de imagens foi feita pela acadêmica. As imagens foram realizadas por Álvaro Neuwand. Foram captadas imagens da fachada do prédio, da sala Regina Simonis, localizada no segundo piso do prédio, do evento realizado no dia 7 de novembro e também a gravação dos depoimentos. A edição do vídeo foi feita pela acadêmica em conjunto com Álvaro Neuwand. A ação resultou no vídeo institucional da entidade.

- **Fanpage no facebook para divulgação de atividades**

A página no *facebook* foi criada pela acadêmica no dia 12 de outubro e até o dia 20 de novembro conta com 315 curtidas. Na descrição da página consta a finalidade da entidade, sua missão, visão e valores e também o telefone, endereço e horário de funcionamento. Na página são divulgadas notícias sobre a entidade, eventos, fotos de eventos e também postagens do blog

- **Criação de acervo fotográfico digital**

As imagens foram realizadas em outubro pelo fotógrafo Bruno Pedry, que registrou a fachada, o espaço interno, sala de exposições, e o espaço superior que conta com a sala de exposições Regina Simonis. As fotos foram divulgadas na página *do facebook* e também no blog da entidade.

## 6. CONSIDERAÇÕES

Com o intuito de fortalecer a imagem institucional da Associação Pró-Cultura – Casa das Artes Regina Simonis e solucionar suas fraquezas comunicacionais, a acadêmica realizou este projeto experimental.

O projeto foi constituído em duas etapas. A primeira foi à realização do diagnóstico, onde houve o reconhecimento da realidade institucional e que gerou a elaboração do plano de Relações Públicas. O plano objetivou solucionar as falhas de comunicação e propor novas ferramentas de comunicação a serem trabalhadas pela entidade. A segunda parte foi a aplicação das ações, a fim de atingir os objetivos propostos no plano.

Antes e após a implementação das ações, foi necessário formular o instrumento de avaliação adequado para a verificação dos resultados, com o interesse de avaliar o cumprimento dos objetivos estabelecidos.

As oportunidades foram aproveitadas em todas as ações. A visibilidade que a entidade tem na cidade de Santa Cruz do Sul ficou ainda mais evidenciada, a partir do trabalho de resgate da sua história. A valorização da entidade foi observada no desenvolver de cada uma das ações. Para aproximar o público interno foram realizadas ações para o cadastramento de dados, a fim de enviar o cartão de aniversário e o informativo, o que resultou em maior participação destes nas ações de comunicação desenvolvidas.

Algumas ações foram sugeridas e não executadas devido ao limite de tempo para execução do projeto, ficando assim a critério de outros acadêmicos e da organização em executar essas ações. A realização do projeto experimental contribuiu para melhorar percepção da entidade no que diz respeito à importância das Relações Públicas para o mundo das organizações sem fins lucrativos, e das ideias planejadas para alcançar resultados a curto médio e longo prazo.

Os resultados conquistados com este trabalho serão fatores relevantes para a minha formação acadêmica e crescimento profissional, na medida em que a Associação Pró-Cultura passou a reconhecer a importância da comunicação como um instrumento eficaz para a sua rede de relacionamentos. Com este reconhecimento por parte da organização adquiri mais segurança e confiança para o mercado de trabalho.

O presente trabalho deu a oportunidade de vivenciar a prática das relações públicas, principalmente quando tive que elaborar ações que se encaixassem no perfil do cliente. Esta

experiência conseguiu sintetizar todo aprendizado, e pude comprovar uma ideia tão estudada no curso: as relações públicas são indispensáveis e, quando feitas de forma estratégica, agregam grande valor à imagem das organizações.

## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. *Planejamento de relações públicas na comunicação integrada*. 4. ed., ver., atual. e ampl. São Paulo: Summus, 2003. 417 p.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. *A comunicação como fator de humanização das organizações*. São Caetano do Sul: Difusão, 2010. 253 p. (Série Pensamento e prática; 3)

MUYLAERT, Roberto. *Marketing cultural e comunicação dirigida*. São Paulo: Globo, 1995.

YANAZE, Mitsuru Higuchi; FREIRE, Otávio; SENISE, Diego. *Retorno de investimentos em comunicação: avaliação e mensuração*. São Caetano do Sul: Difusão, 2010. 423p.