



Proposta de marca região das Missões para a cidade de Caen/França¹

Jocelina da Silveira FERREIRA²

Thaís Gonçalves BASTOS³

Andreia Silveira ATHAYDES⁴

Universidade Luterana do Brasil, Canoas, RS

RESUMO

Este trabalho foi elaborado na disciplina “Relações Públicas Internacionais”, objetivando a prestação de assessoria de relações públicas para a esfera governamental. Trata-se de um planejamento de criação e divulgação da marca região das Missões para a cidade de Caen, na França, e de estabelecimento destas como cidades-irmãs, buscando envolver o governo municipal, empresários e a Universidade de Caen.

PALAVRAS-CHAVE: marca região; cidades-irmãs; Missões; França; público-alvo.

1 INTRODUÇÃO

Os Sete Povos das Missões fazem parte de um importante capítulo da história do Rio Grande do Sul. Estes deram origem a cidades prósperas, auxiliaram na delimitação de fronteiras, e foram tema para a formação de um grande folclore regionalista e de tom heroico. A história da região é parte muito importante da cultura gaúcha. Apesar de serem cidades consideradas pequenas, possuem um grande e importante patrimônio histórico e cultural, presente em sua arquitetura e em monumentos que já obtiveram até reconhecimento mundial, é o caso das ruínas presentes em São Miguel, que foram consideradas patrimônio da humanidade pela UNESCO.

A riqueza deste passado, refletido na monumentalidade das Ruínas da Igreja de São Miguel – que vêm sendo consolidadas pela SPHAN (hoje IPHAN – Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional) desde 1937 e que em 1983 foram declaradas pela UNESCO como Patrimônio Histórico e Cultural da Humanidade – é hoje um monumento que atrai turistas de vários pontos do

¹ Trabalho submetido ao XXI Prêmio Expocom 2014, na Categoria Relações Públicas e Comunicação Organizacional, modalidade Projeto de assessoria de comunicação governamental (avulso) do XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul.

² Aluna Líder do Grupo e Estudante de Graduação 5º. semestre do Curso de Relações Públicas da ULBRA, email: jocelina.sf@gmail.com

³ Estudante de Graduação 5º. semestre do Curso de Relações Públicas da ULBRA, email: thaisgbastos@gmail.com

⁴ Orientador do trabalho. Professora Dra. do Curso de Relações Públicas da ULBRA, email: andreia.athaydes@ulbra.edu.br



Brasil e do Mundo, que já encontram na cidade e região circunvizinha infraestrutura turística de acolhimento. (Site Oficial da Prefeitura de São Miguel⁵).

Apesar deste ativo histórico a região ainda precisa aprimorar seu sistema de gestão pública, fazer parcerias internacionais e assim propor e executar melhorias em suas cidades.

2 OBJETIVO

Após definir a Região das Missões como nosso “cliente” e a cidade francesa de Caen como o principal público –alvo desenvolvemos os seguintes objetivos que foram norteadores para todo o desenvolvimento de nosso trabalho:

1. Desenvolver a região explorando todo seu potencial econômico e produtivo.
2. Estabelecer a cidade de Caen como cidade-irmã da Região das Missões, buscando em seu modelo de gestão, referências que irão ajudar no planejamento de melhorias para as cidades.

3 JUSTIFICATIVA

Apesar de todas estas riquezas culturais, as Missões ainda não são uma região tão atrativa em termos turísticos e de negócios por conta de sua localização em relação a capital, e de seu despreparo para o recebimento e a hospedagem de turistas. Outro fato importante a se ressaltar é que a maioria do território missioneiro é formado por zonas rurais, e seu principal produto econômico está no cultivo de grãos, em especial a soja, pois suas terras e seu clima são muito propícios para o desenvolvimento destes. Mesmo com todo esse potencial, a região ainda não se encontra entre as maiores produtoras do grão. Talvez por falta de incentivo aos produtores ou investimento em tecnologia e maquinários, o que torna o trabalho mais difícil.

Além destes fatores, a região anseia pela remodelização de seus meios de transporte, isso irá facilitar o acesso aos visitantes, e a locomoção de seus moradores.

A região abriga também pequenos agricultores, entre eles estão alguns assentados pelo movimento sem terra (MST) espalhados principalmente pelas cidades de São Luiz Gonzaga e com um grande acampamento em Santo Ângelo. (Dado retirado do site oficial do MST⁶). A inserção efetiva destes novos moradores e o aproveitamento econômico de sua produção para a região se faz muito necessária, pois, uma vez que o

⁵ História. Site oficial da Prefeitura de São Miguel das Missões. Disponível em: <http://www.saomiguel-rs.com.br/VisualizaConteudo.aspx?ID=501>. Acessado em: 05/10/2013.

⁶ Ocupação e marcha iniciam Jornada de Lutas no RS. Site do Movimento dos Trabalhadores Rurais sem Terra. Disponível em: <http://www.mst.org.br/node/1082>. Acessado em 05/10/2013.



governo propicia condições de trabalho eficazes, a produção aumenta e acelera gerando um benefício mútuo. Os agricultores conseguem aumentar sua renda e a região eleva suas chances de se tornar líder do estado em produção e exportação.

Quanto ao fator de ensino, a região abriga campus de importantes universidades, é o caso da Universidade Federal do Pampa –UNIPAMPA - presente em São Borja, da Universidade Estadual do Rio Grande do Sul – UERGS - que se encontra nas cidades de São Luiz Gonzaga e São Borja e da Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões - URI – em Santo Ângelo e São Luiz Gonzaga. Essas universidades já possuem programas de intercâmbio, mas ainda de pequena expressão.

A conclusão sobre este cenário é de que a região necessita se aperfeiçoar nas áreas de gestão e administração pública, transportes, expandir seus programas de intercambio estudantis e estreitar suas relações com o mercado exterior para a exportação da soja. Sendo assim o planejamento de assessoria se baseia em criar uma marca gráfica para a região que transmita suas características e valores, estabelecer estratégias e ações que venham ao encontro dos objetivos. Para a aplicação deste planejamento foi escolhida como público-alvo a França e sua cidade Caen.

Território de grandes batalhas como a tomada da bastilha e a guerra de 1940, a França também é reconhecida por seu grande ativo cultural e seus famosos pontos turísticos. Mas, não é só isso que chama a atenção para o país que possui um alto índice de desenvolvimento humano (IDH), é referência em tecnologia de transportes, e em seu sistema de educação. Além disto, está entre os 10 países que mais importaram a soja brasileira⁷ no primeiro trimestre de 2012.

Mais do que divulgar uma marca em território Frances, o objetivo é buscar no país cooperação e conhecimentos, tecnológicos e de gestão, para desenvolver a região das missões. Para isso apostou-se na instituição de uma cidade francesa como irmã da região missioneira.

Caen é uma comuna francesa e se localiza na região da Baixa-Normandia, bastante conhecida por suas construções históricas também devido às batalhas da Segunda Guerra Mundial (tomada de Caen, desembarque da Normandia), as quais deixaram a cidade praticamente destruída. Terra dos vikings, Caen, assim como os povos missioneiros, cultiva muito suas raízes culturais, que se fazem presentes nos monumentos e pontos turísticos da cidade.

⁷ Balanço do Mercado da Soja: Volume e receita recordes nas exportações do 1º trimestre de 2012. Disponível em <http://ruralcentro.uol.com.br/analises/balanco-do-mercado-da-soja-volume-e-receita-recordes-nas-exportacoes-do-1-trimestre-de-2012-2486#y=0> . Acessado em: 09/10/2013



Quanto a sua gestão pública, a cidade possui diversos projetos com vistas à reurbanização, adequação dos espaços públicos às necessidades da população e melhoria dos transportes. Quando o assunto é educação, a cidade é referência, pois além de seu sistema moderno de ensino básico, ela abriga a única universidade da região da Normandia a Unicaen, que é um importante centro de pesquisas e recebe estudantes de todo o país e do mundo.

Foi buscando aprimorar conhecimentos em administração pública através da troca de experiência e estreitar relações no âmbito econômico e acadêmico que Caen foi escolhida a cidade a se tornar irmã da Região das Missões.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS

Para a concepção deste projeto foram desenvolvidos briefings sobre a Região das Missões, a França e a cidade de Caen, utilizando dados disponíveis nos sites oficiais. Estes materiais foram a base para a definição de nossas estratégias, metas e ações durante o processo do planejamento que foi desenvolvido para o ano de 2014. Analisando aspectos culturais, demográficos e econômicos das cidades pode-se estabelecer os objetivos que queríamos atingir. Como público principal determinou-se o setor governamental. Caen é uma cidade modelo em gestão, tecnologia, transportes e infraestrutura local e turística. Foi neste troca de conhecimento da administração pública que decidimos investir. A principal finalidade foi buscar em Caen, e em seu modelo de gestão, elementos que possam ser facilmente aplicados a região e que possibilitem o desenvolvimento e a melhoria de vida da população.

5 DESCRIÇÃO PROCESSO

5.1 Proposta da marca região

A partir das informações coletadas para o *briefing* da Região das Missões, começou-se o processo de planejamento de uma identidade visual que transmitisse as características da região escolhida. Sendo assim, foram levados em conta aspectos como: clima, cultura e a história dos Sete Povos das Missões. A partir disto chegamos ao logotipo final, criando também uma versão em francês, que será veiculada na cidade-irmã (imagem 1 e 2).



(imagem 1: Marca Região das Missões, versão em português)



(imagem 2: Marca Região das Missões, versão em francês)

5.2 Conceito e Valores da marca

Baseando-se no conceito de NORBERTO (2009) de que a marca “são inscrições num produto que têm o poder de levar o observador a um processo de reenvio e de associação; são signos que fazem o indivíduo pensar em certo tipo de característica, em uma região de origem” o objetivo ao criar a marca da região foi retratar sua verdadeira essência.

A linha superior do logotipo representa o contorno do estado do Rio Grande do Sul, bem como sua cor marrom característica do local. As sete cruzes foram inseridas propositalmente à região noroeste, demarcando geograficamente, os povos das missões, cujos símbolos são as próprias cruzeiras missioneiras.

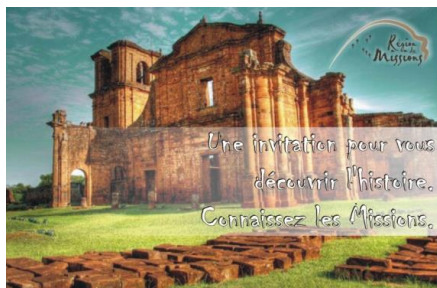
Na grafia das palavras “Região das Missões” foi utilizada uma fonte em referência as ruínas que, historicamente, representam a região.

As tonalidades em marrom chamam atenção à questão histórica e a ligação da região com a terra, onde é desenvolvido o cultivo de diversos produtos na área rural.

5.3 Aplicações da marca-região

A aplicação da marca-região será feita em materiais como Outdoor, cartazes, com aplicação nos pontos do bonde; Adesivos aplicados no TranWay (meio de transporte comum na França que utiliza energia híbrida) e folders que serão entregues nas Universidades e órgãos públicos. Além disto a marca será adotada em documentos e peças gráficas oficiais das cidades integrantes da região, faculdades e empresas parceiras neste planejamento. Aplicação também em camisetas utilizadas durante as viagens e eventos.

Outdoor: Nas principais vias de acesso da cidade. O conteúdo do Outdoor: “Um convite para descobrir a história. Conheça as Missões” (imagem 3).



(imagem 3 – proposta de arte para outdoor)

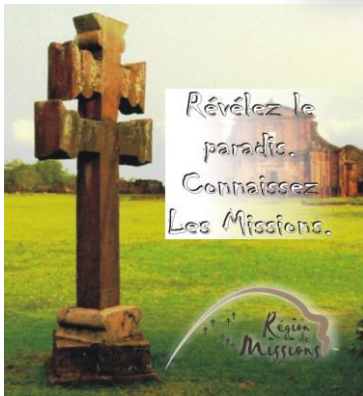


(imagem 4 – aplicação em outdoor na via de acesso a Caen)

TranWay Twisto: É o bonde que circula nas vias de Caen, e passa por toda a cidade. A divulgação no veículo (imagem 5) e nos pontos em que ele circula,



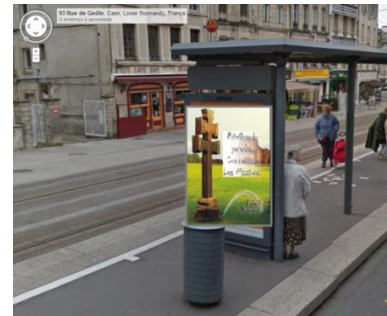
(imagem 5 – aplicação no TranWay)



(imagem 6 – proposta de arte em francês)



(imagem 7 – proposta de arte em português)



(imagem 8 – aplicação da marca em ponto próximo a prefeitura)

5.4 Divulgação da marca região

5.4.1 Públicos de Interesse

- Governo Municipal - Prefeitura de Caen
- Empresários ligados de forma direta ou indireta ao setor agrícola, em especial a soja.
- Unicaen – Universidade da Região da Normandia, referência em pesquisa.

5.4.2 Objetivos Específicos aos públicos de interesse.

- Construir um relacionamento com a cidade de Caen, para que se possa conhecer e aprender sobre os projetos de aperfeiçoamento dos transportes e urbanização, com a finalidade de tomá-los como referência e base para a formulação de projetos locais.
- Estreitar relações com os empresários apresentando a região como referência na produção de grãos, em especial a soja, para despertar o interesse de compra.
- Utilizar a parceria como estímulo para o crescimento da região, se espelhando na cidade-irmã para implantar novos sistemas e se desenvolver social e economicamente.
- Despertar o interesse de professores e estudantes, fazendo com que estes reconheçam a importância do patrimônio histórico da região, agregando assim na receita do turismo, e fazendo com sua história e ativo cultural sejam reconhecidos fora do país.



- Construir parcerias entre a Unicaen e as universidades da região, para haver o intercâmbio de ideias, pesquisas e alunos dos mais variados cursos.

5.5 Estratégias de divulgação

1. Realização de visitas com uma delegação de representantes das Regiões das Missões.
2. Construção de uma relação próxima com o governo do município, especialmente com os segmentos ligados as áreas de transporte, comércio, inovação, planejamento urbano, relações internacionais e turismo.
3. Realização de eventos para os públicos-alvo, que se baseiam em: um jantar formal para a assinatura do termo oficial que estabelece Caen como cidade-irmã da região, congresso a ser realizado em uma das cidades da região com personalidades de Caen que irão falar sobre seu sistema de gestão e coletivas de imprensa após cada evento.
4. Busca de uma parceria, propondo a abertura da Região das Missões para o desenvolvimento de pesquisas e buscando aperfeiçoamento em gestão pública.
5. Busca de empresas irmãs na cidade de Caen, incentivando a compra da soja e criando condições de compra melhores para as empresas que aderirem.
6. Aproximação entre as universidades missioneiras e a Unicaen, para a realização de estudos, viagens, eventos e intercâmbios.

5.5.1 Justificativa das Estratégias

As primeiras estratégias (1 e 2) foram adotadas como forma de aproximação inicial com os públicos de interesse. Os eventos serão realizados de acordo com o público em questão. O ato de assinatura do termo de cooperação entre cidades-irmãs faz necessária a realização de um jantar formal para autoridades, empresários e principalmente para a imprensa que dará visibilidade ao projeto. Já o congresso tem caráter informativo e técnico, será voltado para pessoas que tenham ligação com as áreas em questão como: prefeitos, secretários, diretores de secretaria, agências de planejamento, entre outros. O congresso servirá como base para os estudos e propostas do grupo de trabalho.



A busca de parceria com as empresas de Caen se faz necessária para o eixo econômico do projeto. Criar condições melhores de compra e negociação expandirá a receita com exportações e abrirá o mercado para futuras trocas de produtos e serviços.

A aproximação entre as universidades irá possibilitar o desenvolvimento de novas pesquisas, construção de conhecimento e proporcionará aos alunos a abertura de um intercâmbio na Europa, o que contará muito para suas formações.

5.6 Metas e Ações

Estratégia 1 - Meta: Criação da delegação, que deve ter de 10 a 20 pessoas e realização da viagem até janeiro de 2014.

Ações:

- Designação dos membros da delegação que irão visitar Caen.
- Elaboração do roteiro da visita, incluindo as principais empresas e órgãos de interesse.

Estratégia 2 - Meta: Levantamento das secretárias ou departamentos ligados aos assuntos em questão até janeiro de 2014.

Ações:

- Durante a viagem da delegação, fazer visitas e realizar encontros nestes departamentos com seus respectivos responsáveis.
- Criação de um vídeo institucional, mostrando todo o patrimônio cultural e histórico, e o potencial produtivo da região.

Estratégia 3 - Metas: Elaboração do termo oficial de cidades irmãs até janeiro de 2014.

Realização do jantar com a presença de 100 pessoas, e a imprensa em fevereiro de 2014.

Realização de um congresso na região das missões, para um público aproximado de 500 pessoas até a segunda quinzena de fevereiro de 2014.

Ações:

- Planejamento e realização de um jantar formal em Caen, com a presença dos membros do governo, principais empresários, representantes da Unicaen e imprensa.
- Assinatura oficial do documento que estabelece Caen como cidade irmã das missões.
- Realização de um congresso na região das missões com representantes da França que irão expor seus projetos de mobilidade urbana, planejamento habitacional, administração pública e relações de importação e exportação.



Estratégia 4 - Metas: Escolha dos membros e criação do grupo de trabalho até fevereiro de 2014.

Apresentação do plano de melhorias para a região até agosto de 2014.

Ações:

- Após a volta da delegação, criar um grupo de trabalho encarregado de continuar esta busca pelo aperfeiçoamento das cidades tendo como modelo Caen.
- Realização de reuniões virtuais, poupando custos e diminuindo distância.
- Criação de propostas para a melhoria de transportes, habitação e geração de renda. Adaptando os projetos lá executados para as particularidades da região.

Estratégia 5 - Meta: Levantamento das empresas que tenham ligação com o mercado da soja, direta ou indiretamente, e apresentação da proposta de empresa irmã até abril de 2014. Crescimento do número de exportações do grão em 20% até dezembro de 2014.

Ações:

- Mapeamento das organizações de Caen, ou que possuam filiais na cidade, que utilizam o grão ou compram produtos prontos feitos de soja.
- Realização de visitas aos empresários que podem ser compradores em potencial, ou os que terceirizam a compra e podem se transformar em multiplicadores.
- Apresentação das facilidades de se comprar o grão da Região das Missões aos seus fornecedores.
- Criação de um selo que identifique as empresas parceiras da região, dando a elas condições diferenciadas para a exportação do grão, ou de qualquer outro produto produzido na região.

Estratégia 6 - Metas: Visita da delegação a Unicaen, e realização de viagem com alunos de uma das universidades da região até maio de 2014.

Ações:

- Em parceria com as universidades da região das missões realizar a estruturação de um roteiro para estudantes ou pesquisadores.
- Viabilização das viagens, buscando recursos financeiros públicos ou privados.
- Planejamento de intercâmbios entre as universidades.
- Realização de um evento temático, duas vezes por ano, na universidade de Caen, apresentando a região, suas belezas, ativos histórico e cultural, e levando uma delegação de estudantes para conhecer a Unicaen.



8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Desenvolvemos nosso trabalho com o objetivo de estruturá-lo para que algum dia possa ser utilizado como base e realmente executado. A Região das Missões possui muitos atrativos, mas alguns destes precisam ser melhor explorados, só assim a região poderá se desenvolver de forma econômica e social. Nosso maior objetivo foi estabelecer um planejamento de assessoria governamental voltado para a mudança e a evolução da região.

REFERÊNCIAS

Balanço do Mercado da Soja: Volume e receita recordes nas exportações do 1º trimestre de 2012. Disponível em <http://ruralcentro.uol.com.br/analises/balanco-do-mercado-da-soja-volume-e-receita-recordes-nas-exportacoes-do-1-trimestre-de-2012-2486#y=0> . Acessado em 09 de out. 2013

História. Site oficial da Prefeitura de São Miguel das Missões. Disponível em: <http://www.saomiguel-rs.com.br/VisualizaConteudo.aspx?ID=501> . Acessado em 05 de out. 2013.

NORBERTO, Elaine (2004), Estratégias corporativas de marcas e estratégias sociais de diferenciação: uma análise a partir do automóvel. São Paulo, Tempo Soc. Vol 6 no.2. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-20702004000200009 . Acessado em 20 de out. 2013.

Ocupação e marcha iniciam Jornada de Lutas no RS. Site do Movimento dos Trabalhadores Rurais sem Terra. Disponível em: <http://www.mst.org.br/node/1082> . Acessado em 05 de out. 2013.

Portal Brasil. França. Disponível em: http://www.portalbrasil.net/europa_franca.htm Acessado em 30 de out. de 2013.

Portail Du Gouvernement. Disponível em <http://www.gouvernement.fr/> . Acessado em 14 de out. de 2013.

Prefeitura Municipal de São Luiz Gonzaga. Disponível em: <http://www.saoluizrs.com.br/>. Acessado em 05 de out. 2013.

Prefeitura de Municipal de São Miguel. Disponível em: <http://www.saomiguel-rs.com.br/Publico/PConteudo.aspx?ID=11>. Acessado em 05 de out. 2013

Universidade Caen Base Normandia. Disponível em: <http://www.unicaen.fr/> . Acessado em: 15 de out. 2013.

Ville de Caen. Disponível em: <http://www.caen.fr/> .Acessado em 15 de out. 2013