

## **I Exposição e Leilão Beneficente Asilo São Vicente de Paula, São Borja - Rio Grande do Sul<sup>1</sup>**

Bruna Karina Gonçalves PEREIRA<sup>2</sup>

Anelice BELMONTE<sup>3</sup>

Gabriele GUIMARÃES<sup>4</sup>

Damaris SILVA<sup>5</sup>

Cleber MORELLI<sup>6</sup>

Victor Silva THEODORO<sup>7</sup>

Kairo Vinícios Queiroz de SOUZA<sup>8</sup>

Carmen ABREU<sup>9</sup>

Universidade Federal do Pampa (UNIPAMPA), São Borja, RS

### **Resumo**

Esse paper tem como principal objetivo destacar a importância da organização de eventos, como ferramenta das Relações Públicas, e apresentar seu potencial em auxiliar na promoção da cidadania e da inclusão social e no desenvolvimento da cultura local. A partir desta perspectiva os acadêmicos de Relações Públicas - ênfase em Produção Cultural da Universidade Federal do Pampa, campus São Borja, desenvolveram, através da disciplina de Produção Cultural I, o evento: "I Exposição e Leilão Beneficente Asilo São Vicente de Paula".

**Palavras-chave:** Asilo; Organização de evento; Relações Públicas; Inclusão Social.

---

<sup>1</sup>Trabalho submetido ao XXI Prêmio Expocom 2014, na Categoria Relações Públicas e Comunicação Organizacional, modalidade Organização de Evento (avulso)

<sup>2</sup>Autora do trabalho. Acadêmica do curso de Relações Públicas - ênfase em Produção Cultural da Universidade Federal do Pampa, campus São Borja. e-mail:

<sup>3</sup>Coautora do trabalho. Acadêmica do curso de Relações Públicas - ênfase em Produção Cultural da Universidade Federal do Pampa, campus São Borja. e-mail:anelice.belmonte@hotmail.com

<sup>4</sup>Coautora do trabalho. Acadêmica do curso de Relações Públicas - ênfase em Produção Cultural da Universidade Federal do Pampa, campus São Borja. e-mail: gabrielleitaqui@hotmail.com

<sup>5</sup>Coautora do trabalho. Acadêmica do curso de Relações Públicas - ênfase em Produção Cultural da Universidade Federal do Pampa, campus São Borja. e-mail: damarisig\_05@hotmail.com

<sup>6</sup>Coautor do trabalho. Acadêmico do curso de Relações Públicas - ênfase em Produção Cultural da Universidade Federal do Pampa, campus São Borja. e-mail: morelli.mendes@yahoo.com.br

<sup>7</sup>Coautor do trabalho. Acadêmico do curso de Relações Públicas - ênfase em Produção Cultural da Universidade Federal do Pampa, campus São Borja. e-mail: victortheodoro1@hotmail.com

<sup>8</sup>Coautor do trabalho. Acadêmico do curso de Relações Públicas - ênfase em Produção Cultural da Universidade Federal do Pampa, campus São Borja. e-mail: kairorp@gmail.com

<sup>9</sup>Orientadora do trabalho. Professora Mestre do curso de Relações Públicas - ênfase em Produção Cultural da Universidade Federal do Pampa, campus São Borja. e-mail: carmengoncalves@unipampa.edu.br

## INTRODUÇÃO

Uma dos trabalhos propostos na disciplina de Produção Cultural I do Curso de Relações Públicas – ênfase em Produção Cultural da Universidade Federal do Pampa é a organização de um evento. O grupo de alunos que assina este trabalho pensou em realizar um evento que pudesse contribuir de alguma forma com a sociedade local. Neste sentido, o grupo propôs a realização de uma exposição de quadros confeccionados por idosos residentes no Asilo São Vicente de Paula, juntamente com a realização de um leilão desses quadros, cuja renda seria revertida integralmente para a instituição.

O Asilo São Vicente de Paula é uma associação civil que tem por objetivo proporcionar casa, alimentação, vestuário e assistência médica aos idosos, sem distinção de sexo, crença religião ou nacionalidade. Os custos de manutenção e assistência per capita dos asilados é de um terço do salário mínimo. Sendo que a entidade é mantida com subsídios dos Poderes Públicos Federal, Estadual e Municipal, e conta também com as classes produtoras, organizações sociais e pessoas de recursos da comunidade de São Borja que contribuem com a instituição.

Para organizar um evento é necessário definir todos os detalhes anteriormente, através de um planejamento. Para Veloso

[...] a organização de eventos obedece a uma sequência lógica pontuada por procedimentos. As primeiras questões a se formalizar são a natureza do evento, o público a quem se destina em quanto importa o investimento financeiro. O custo benefício entra como fator decisivo para se realizar ou não o evento. (2001, p.39)

Assim o grupo definiu primeiramente os objetivos do evento, selecionou o público alvo, as formas de patrocínio – cota única ou parcial –, para então pensar as estratégias de comunicação e metodologias a serem aplicadas para se alcançar as metas anteriormente definidas.

## OBJETIVOS

Esse evento, resultado de um planejamento de Relações Públicas, teve como principal objetivo promover a cultura local e inclusão social através de uma exposição de quadros confeccionados por idosos residentes no asilo São Vicente de Paula, localizado na cidade de São Borja, Rio Grande do Sul. Além do objetivo geral, o evento teve como objetivos específicos: criar uma maior interação do idoso com a população da cidade; valorizar o idoso como ser atuante na sociedade; fomentar à cultura no município; promover a cultura através da inclusão social; e realizar atividades com idosos a fim de integrá-los no meio cultural.

## JUSTIFICATIVA

O Asilo São Vicente de Paula conta com uma força de trabalho total de 14 cuidadores de idosos; 24 colaboradores de apoio entre higienização, lavanderia, rouparia, cozinha, ambulatorial, estética e motorista; 10 especialistas entre psicologia, fisioterapia, nutrição, recreação, pedagogia, serviço social, medicina, odontologia e farmácia; para atender o número de residentes.

A instituição tem como missão desenvolver o atendimento ao idoso, proporcionar o serviço de qualidade em Fisioterapia à comunidade, promovendo a vida com dignidade para o pleno exercício da cidadania. Assim como, ser referencia no atendimento ao idoso, viabilizando qualidade de vida e o exercício da cidadania é o ponto norteador do Asilo, que também se baseia nos valores de justiça e solidariedade, profissionalismo, humanização, respeito e inovação.

Baseado nas intenções do projeto proposto pelo grupo de alunos e articulado com o Asilo, elaborou-se as oficinas e o evento (como foco principal) com o cunho de inclusão, participação e de reverter em benefícios financeiros e humanos para a instituição. Peruzzo destaca,

Há necessidade da formação do estudante de comunicação dar conta de outras possibilidades de trabalho. Preparar-se também para a atuação nas pequenas cidades do interior, no meio rural e **nas organizações do terceiro setor**, por exemplo. O terceiro setor é composto por organizações privadas sem fins lucrativos, mas que desempenham uma função pública, tais como

associações comunitárias, organizações não-governamentais, fundações, etc.  
(PERUZZO, 2003, p.10, grifo nosso)

Para estas entidades é essencial a formação e preservação da imagem das mesmas no contexto em que estão inseridas, neste caso a cidade de São Borja, a fim de manter o sucesso de seu trabalho e a concretização de sua missão, e a partir disso, consolidar novas parcerias, seja de caráter midiático, pessoas físicas ou jurídicas. Kunsch destacou a importância do profissional de Relações Públicas nesse contexto:

Percebemos a comunicação e, especialmente, as Relações Públicas como um instrumento para a criação de cidadania em meio às redes sociais que hoje tomam forma a chamada era da globalização. Sendo a comunicação um processo de relacionamento social, e mister sua interação com outras áreas do conhecimento, para que possa aprimorar essas redes de relacionamentos tão complexas com a qual nos deparamos em nosso campo de trabalho (KUNSCH, 2003, p.78).

Através destas ideias, constata-se a necessidade do trabalho desempenhado pelas Relações Públicas para garantir a efetividade da cidadania e a inclusão social. Instituições do terceiro setor, neste caso o Asilo, necessitam de visibilidade social, para que assim possa transparecer a importância do papel desempenhado pela e para a sociedade. Segundo Pinsky

Ser cidadão é ter direito à vida, à liberdade, à propriedade, à igualdade perante a lei: é, em resumo, ter direitos civis. É também participar no destino da sociedade, votar, ser votado, ter direitos políticos. Os direitos civis e políticos não asseguram a democracia sem os direitos sociais, aqueles que garantem a participação do indivíduo na riqueza coletiva. o direito à educação, ao trabalho, ao salário justo, à saúde, a uma velhice tranquila. Exercer a cidadania plena é ter direitos civis, políticos e sociais (apud BALDISSERA & SILVA, 2011, p. 70)

Partindo desse conceito de cidadania, através da comunicação, especificamente na construção do planejamento e na organização de eventos de Relações Públicas, o projeto conseguiu concretizar todos os seus objetivos, e principalmente, promover a inclusão social, justificando-o como forma de democratizar os direitos humanos e relatar as diferenças socioeconômica existenciais na sociedade contemporânea.

## **MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**

No início do semestre foi elaborado o planejamento do evento, que contemplava todos os recursos necessários para viabilização do acontecimento, bem como as metodologias a serem empregadas para se alcançar os objetivos propostos. Para ZAN

No planejamento de eventos, os indutores ao seu sucesso passam antes e primeiramente pela definição de *razão* de se realizar o evento. O *por quê* deve ser a pergunta mestra a ser corretamente respondida, possibilitando entender e definir seus objetivos - o que se quer alcançar e as estratégias de ação para se atingirem os resultados esperados com a realização do evento (ZAN, 2011, p.144)

Para a efetivação do evento foi necessário: Recursos humanos: 07 acadêmicos do curso de Relações Públicas – ênfase em Produção Cultural; 01 artista plástica; 03 músicos; 01 Recreacionista; 01 Assistente Social; 03 Garçons; e recursos materiais: 01 Câmera fotográfica; 01 Computador com acesso a internet; 30 telas para pintura 30x50; 15 Pincéis nº 20; Bisnagas de tinta acrílica em diferentes cores; 04 Bandejas; Taças em acrílico; Copo plástico; 01 Toalha de mesa; 01 Púlpito; 01 Caixa de som; 01 Microfone; 01 Retroprojeter.

O projeto foi executado em etapas. Na primeira etapa foram realizadas as oficinas de arte com os idosos. As mesmas serviram para instruir e ambientar os residentes do Asilo com a pintura e também para garantir a qualidade final das obras de arte. Ao todo foram três oficinas que ocorreram no decorrer de três semanas ministradas pela artista plástica Thalita Chagas, na instituição. Ao todo foram criados 20 quadros pelos residentes do asilo.

A segunda etapa consistiu na execução de uma pré-exposição dos quadros. Essa pré-exposição ocorreu no próprio Asilo e foi acompanhada de uma apresentação de um músico local. Esse pré-evento foi pensado por que muitos dos idosos não possuíam condições de acompanhar a exposição e o leilão, assim não foram privados de apreciar seu trabalho e puderam aproveitar de um momento de recreação e cultura, visto que dentre os objetivos do trabalho estava a promoção da cultura e inclusão social da terceira idade.

A última etapa foi a efetivação do evento proposto, a exposição juntamente com o leilão. O evento foi realizado no espaço de eventos “Casa do General” no dia 25 de setembro de 2013. No dia do evento, estavam presentes cerca de 70 pessoas, contando com discentes, docentes, empresários, imprensa e comunidade em geral.

## DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Visando a concretização e o sucesso do evento, criou-se um planejamento para nortear o trabalho a ser desenvolvido pela equipe. Assim no início do semestre criou-se ações e estratégias para a produção do evento.

**Captação de recursos:** Para cobrir os gastos de realização do evento o grupo, através do trabalho de captação de recursos, obteve patrocínio total da empresa Pirahy Alimentos da cidade de São Borja

**Estratégias de Divulgação:** Visando otimizar a divulgação do evento foi elaborado também um plano de mídia. Este plano foi apresentado para os meios de comunicação local de interesse do grupo idealizador do evento, assim a cobertura e divulgação de todas as ações foram garantidas. A equipe do projeto criou todos os releases e spot para a mídia local.

**Audiovisual:** Durante as oficinas foram captadas imagens para a criação de um vídeo que representasse todo o projeto. O mesmo foi veiculado no dia do evento para os participantes e para a comunidade local.

**Mídias sociais (*Facebook* e *Sites*):** Todos os releases criados pela equipe foram enviados para sites como: Prefeitura Municipal de São Borja, Asilo São Borja, Deco Almeida, Fabio Giacomelli, entre outros; além de serem publicados em páginas do *facebook*.

**Convite e Cartazes:** A produção do convite, bem como sua distribuição foi feito pela equipe de alunos idealizadores do projeto.

**Distribuição dos cartazes:** Para a distribuição dos cartazes, foi feito um mapeamento dos pontos estratégicos da cidade, tais como: Prefeitura Municipal de São Borja, Câmara Municipal, SENAC, SEBRAE, SINDLOJAS, entre outros.

**Distribuição dos convites:** A distribuição dos convites foi realizada em duas etapas. Presencial: os acadêmicos entregaram para os empresários da cidade de São Borja os convites, e na ocasião apresentavam o projeto. E-mail: para fomentar a importância da participação social no evento, o convite foi enviado novamente por meio digital.

**Confirmação de Participação:** A confirmação foi feita através de meios digitais e por telefone.

**Cobertura Fotográfica:** O evento contou com a participação dos meios de comunicação local para a cobertura do evento, além do apoio de um acadêmico que trabalha com fotografia.

**Cerimonial e Protocolo:** O cerimonial foi produzido antecipadamente para aprovação da coordenadora do evento. No dia do evento, registrava-se a participação de autoridades locais, para serem mencionadas.

Através da tabela abaixo aponta-se os valores em mídia gratuita durante a execução do projeto e no dia do evento

<b>Ação</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Veiculo</b>	<b>Valor em Mídia Gratuita</b>	<b>Retorno</b>
Envio Releases para jornal	5 veiculados	Folha de São Borja	R\$ 500,00	Visualização em média de: 20 mil pessoas
Entrevista	4 entrevistas	Rádio Fronteira	R\$ 200,00	Visualização em média de: 15 mil pessoas
Releases para sites da cidade	9 veiculados	- Flash SB - Deco Almeida - Eunabalada - Fronteira Rs - JJ Betim - Site UNIPAMPA - Prefeitura Municipal	R\$ 1.500	Visualização de 10 mil pessoas por dia
Retorno total			R\$ 2.200,00	Visibilidade do projeto em todo o município e região, de aproximadamente 40 mil pessoas

Todas as ações foram planejadas e executadas para que os objetivos propostos fossem alcançados, assim durante todo o processo o grupo avaliou, e ajustou quando necessário, as estratégias propostas.

## **CONCLUSÃO**

Conclui-se que, através de todo o aporte teórico e prático das Relações Públicas para a organização de evento, a exposição e leilão dos quadros confeccionados pelos idosos residentes no asilo São Vicente de Paula, não foi apenas uma busca por recursos de auxílio financeiro para a instituição, mas também um exercício de cidadania. O evento que foi aberto à comunidade, procurou também promover uma interação dos idosos com a sociedade São-borjense e oferecer a ambos um momento cultural diferenciado dos poucos que acontecem na cidade.

Procurou-se enfatizar também a valorização do idoso como ser atuante na sociedade a fim de promover uma maior inclusão e promover a vida com dignidade para o pleno exercício da cidadania. Além de todos os objetivos alcançados diretamente com o evento, ainda notou-se a grande mudança dentro do ambiente social da instituição e da sociedade em geral, que conheceu melhor a instituição a partir do evento realizado.

Foi possível observar que através de ações de comunicação como a realização do pré-evento, os residentes do Asilo São Vicente de Paula se sentiram novamente pessoas incluídas e valorizadas dentro da comunidade da cidade. O uso da arte como forma de inclusão social acarretou em uma mudança no cotidiano da entidade, a cultura passou a ser reconhecida e apreciada pelos idosos.

Notou-se ainda a grande adesão e participação da comunidade ao evento. Constata-se isso através do montante de R\$ 1.200,00 arrecadados com o leilão dos quadros e com os R\$ 2.200,00 conquistados em mídia gratuita, somando um lucro de R\$ 3.300,00 para o Asilo.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BALDISSERA, Rudimar. SILVA, Magno Vieira da. A comunicação organizacional e a promoção da cidadania. In: MORIGI, Valdir J., GIRARDI, Ilza M. T., ALMEIDA, Cristóvão D. (Org). **Comunicação, informação e cidadania: refletindo práticas e conceitos**. Porto Alegre: Sulina, 2011

KUNSCH, Margarida. **Planejamento de Relações Públicas na comunicação integrada**. São Paulo: Summus, 2003.

PERUZZO, Cícilia Maria Krohling; SILVA, Robson Santos. **Retrato do Ensino em Comunicação no Brasil**. São Paulo: INTERCOM; Taubaté: UNITAU, 2003.





Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação  
XXI Prêmio Expocom 2014 – Exposição da Pesquisa Experimental em Comunicação

VELOSO, Dirceu. **Organização de eventos e solenidades**. Goiânia: AB, 2001.

ZAN, Maria R. C. A. **Patrocínio a eventos: a sinergia da comunicação integrada em marketing**. São Caetano do Sul: Difusão, 2011