



Encontro Inter-regiões - Sul

Região Sul - Evento virtual
De 1 a 31 de outubro de 2020



EXPOCOM - RELATÓRIO DE PRODUÇÃO DO TRABALHO

INSCRIÇÃO	00437
INSTITUIÇÃO	Universidade Federal do Pampa
CAMPUS	São Borja
CIDADE	São Borja
UF	RS
CATEGORIA	RP
MODALIDADE	RP04
TÍTULO	Projeto de Assessoria de Comunicação do RePaginando
ESTUDANTE-LÍDER	Maria Eduarda Fagundes dos Santos
CURSO ESTUDANTE-LÍDER	Relações Públicas
COAUTOR(ES)/ ORIENTADOR(ES) CURSOS:	Alef Carvalho da Rosa (Universidade Federal do Pampa); Cleicy Calichio Cano (Universidade Federal do Pampa); Guilherme Santos da Silva (Universidade Federal do Pampa); Elisa Lübeck (Universidade Federal do Pampa); Fernanda Sagrilo Andres (Universidade Federal do Pampa); Paula Daniele Pavan (Universidade Federal do Pampa)

DESCRIÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO:

O presente trabalho tem como finalidade a apresentação do projeto de assessoria de comunicação para o evento RePaginando à Exposição de Pesquisa e Produção Experimental em Comunicação. O projeto foi desenvolvido no primeiro semestre de 2019, através do projeto integrador interdisciplinar, que contou com as disciplinas de Gestão de Eventos e Cerimonial e Protocolo, Comunicação Integrada e Redação em RP II, do curso de Bacharelado em Relações Públicas da Universidade Federal do Pampa (Unipampa). O RePaginando foi um evento executado no dia 25 de maio de 2019 pelo curso de Relações Públicas da Unipampa e tinha como temática: "inovação, criatividade e sustentabilidade", visando trazer reflexões acerca de hábitos cotidianos na cidade de São Borja. O evento foi realizado no Museu Memorial Casa de João Goulart e era destinado aos discentes da Unipampa, porém, como era realizado em local público, abriu-se espaço para a participação da comunidade local. Para atender à temática proposta pelo cliente, o RePaginando foi idealizado a partir de uma programação que tinha em sua essência a sustentabilidade com o adendo da inovação, buscando tornar o evento informativo e descontraído. Para isso, o RePaginando, que tinha o objetivo de trazer à discussão repaginar hábitos, moda e cultura, foi um evento com um bate-papo sobre veganismo e moda sustentável e com um desfile de modelos vestindo apenas peças de roupas dos brechós locais. Além disso, para finalizar, foi servido um cardápio vegano e ovo-lacto vegetariano para que o público pudesse degustar. Algumas outras atividades de interação como, por exemplo, sorteio de brindes também fizeram parte do evento. O objetivo principal da equipe de assessoria de comunicação do evento era atingir o público-alvo de forma eficiente, a fim de mostrar a importância do debate acerca de hábitos responsáveis e conscientes e incitá-los a comparecerem ao evento, através da criação de um espaço íntimo, confortável e acolhedor. Diante disso, tendo em vista que para o êxito de um evento faz-se necessária uma boa comunicação entre os organizadores e seu público-alvo, a equipe de assessoria ficou responsável por elaborar um plano de comunicação que incluisse toda a parte de divulgação, relacionamento com o público, criação da identidade visual, gerenciamento das mídias sociais, contatos com a imprensa e todas as outras questões comunicacionais que se fizeram necessárias antes, durante e após o evento, perpetuando os valores de sustentabilidade, um dos princípios fundamentais do RePaginando.

DESCRIÇÃO DAS PESQUISAS REALIZADAS:

O número de pessoas preocupadas em adotar hábitos de vida mais sustentáveis vem crescendo de maneira considerável nos últimos anos, não só no Brasil, mas também no mundo todo. Segundo uma pesquisa realizada pelo IBOPE em 2018, 14% de população brasileira se declarava vegetariana, que não consome carnes e derivados, o que se significa um crescimento histórico em comparação com os anos anteriores. Além da crueldade com os animais, a preocupação com a degradação do planeta está entre um dos principais fatores para que pessoas deixem de consumir produtos advindo desta indústria. Uma outra pesquisa aponta que o número

de pessoas adeptas de brechós também tem aumentado e se tornado tendência no mundo atual. Nos últimos anos, a conscientização sobre o impacto da indústria da moda vem ganhando espaço e, segundo a GlobalData, os valores movimentados por este segmento deverá aumentar exponencialmente nos próximos anos. Dessa forma, percebemos que número de pessoas interessadas em um estilo de vida livre do consumo em excesso está aumentando, o que acaba sendo positivo para o meio ambiente, pois rompe com os preceitos capitalistas de consumo sem necessidade, que gera resíduos prejudiciais para a natureza e para manutenção dos ecossistemas. Assim, a indústria da carne e da moda demonstram-se como grandes causadoras de poluição e devastação do meio ambiente, e a adoção de hábitos conscientes faz com que esses impactos sejam minimizados. Foi essa reflexão que o evento buscou trazer ao público. Sendo assim, isso tudo foi levado em consideração na hora de elaborar o plano de comunicação do evento e colocá-lo em prática, a fim de reforçar o seu posicionamento. A autora Silvana Coleta Pereira (2002) aborda em seu texto "Assessoria de Imprensa ou Assessoria de Comunicação?" que na sociedade globalizada e na era da comunicação digital, o profissional da comunicação é cotidianamente desafiado a romper barreiras e a procurar alternativas para desenvolver sua atividade profissional de maneira que atenda às novas necessidades. Partindo desse pressuposto, buscamos criar a identidade de um evento sustentável através da adoção de um mix comunicacional que envolveu relações públicas, publicidade e propaganda. Como o público-alvo do evento está presente nas redes sociais, optou-se por reforçar a divulgação nesses meios, pois segundo Las Casas (2010), as redes sociais disponibilizadas pela Internet ampliaram as possibilidades de conexões e a capacidade de difusão de informações, o que faz com que elas sejam muito mais amplificadas, reverberadas, discutidas e repassadas. Esses dados foram norteadores do trabalho de assessoria de comunicação desenvolvido para o evento RePaginando, que além de conscientizar, propôs produzir o mínimo de resíduos para sua elaboração e execução.

DESCRIÇÃO DA PRODUÇÃO:

Para construir as ações enquanto assessoria de comunicação para o evento, primeiramente foi elaborado um planejamento de comunicação, no qual foi definida a identidade visual e o posicionamento do RePaginando, além das estratégias adotadas para a divulgação, canais utilizados, o protocolo de relacionamento com o público e o conteúdo das mensagens veiculadas. Pensando na eficácia da comunicação, foram selecionadas algumas ferramentas do mix comunicacional, são elas: propaganda, publicidade e relações públicas. Após essa definição, foram criadas as redes sociais do RePaginando, onde foram escolhidas as plataformas Facebook e Instagram. As primeiras ações foram divulgações do evento por meio de cartazes distribuídos no campus da Unipampa, que concentrava nosso principal público-alvo. Para publicizar o evento de forma mais abrangente, foram enviados releases aos jornais e outros veículos de comunicação importantes na cidade. Em consequência disso, o RePaginando foi divulgado nos jornais, rádios e sites influentes na região. Os press kits, entregues aos docentes do curso, foram confeccionados com cartões em papel reciclado, escritos à mão, personalizados com o nome de cada professora e professor, convidando-os para o RePaginando. Juntamente com o convite, foi entregue uma muda de flor para que pudesse ser plantada, com o intuito de lembrar as pessoas, que, mesmo após o evento, essas reflexões deveriam perpetuar. No meio digital, além dos releases publicados em sites e páginas on-line, a divulgação ocorreu pelas plataformas do evento. O Facebook foi utilizado para divulgação do RePaginando e contato com o público. No dia 12/05/2019 foi criada a página que foi utilizada para criar o evento na plataforma, publicar informações de apoiadores, divulgar a programação, bem como fazer postagens relacionadas à sustentabilidade e consumo consciente. A página foi pensada para ser um meio em que o público pudesse encontrar informações básicas do evento e absorver seu posicionamento. A plataforma Instagram foi a ferramenta de divulgação do evento que obteve mais foco da equipe, pois nela buscava-se a maior interação com o público. No dia 12/05/2019 a conta (@_repaginando_) foi criada e a primeira ação foi seguir os perfis dos discentes da Unipampa, que eram o público-alvo do evento. A plataforma foi utilizada para publicar informações gerais e dos patrocinadores, promover sorteios, fazer postagens diárias para instigar o público a interagir e a tirar dúvidas sobre o evento, bem como trazer debates acerca de temas que estavam presentes nos valores do RePaginando. De uma maneira geral, o relacionamento com o público foi padronizado, obedecendo a um protocolo estabelecido para responder aos questionamentos. Foi criada uma estratégia de personalizar as respostas, a partir de uma comunicação mais aproximativa (chamar a pessoa pelo nome), com uma linguagem mais descontraída e não formal, além de buscar sempre sanar a dúvida do público. Durante o evento, o objetivo era fazer com que o público se sentisse à vontade e próximo às atividades. Para isso, a equipe de assessoria buscou fazer uma recepção mais aproximativa e que buscava a interação do público com as redes sociais do evento, dando recompensas às pessoas que fizessem postagens mencionando o RePaginando no Facebook e Instagram. Tudo isso, a fim de estabelecer o relacionamento com o público de maneira mais efetiva. Foram feitos vídeos e fotos que serviram como registro do RePaginando e para a criação de um vídeo com o resultado final, que posteriormente foram postados nas redes sociais e entregues aos patrocinadores. Ao final do RePaginando, observou-se que houve um ótimo retorno quanto à divulgação, pois a expectativa inicial de público foi superada, chegando em aproximadamente 100 pessoas presentes no evento. Outro fato que confirmou o sucesso do RePaginando, foram os feedbacks positivos recebidos pela organização quanto ao evento, sua identidade e relacionamento com o público.