



Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXIII Prêmio Expocom 2016 – Exposição da Pesquisa Experimental em Comunicação

Gestão de Projetos Culturais: Boteco RP¹

Gabriele Caroline de OLIVEIRA²

Fernanda Ferreira DUTRA³

Juliana dos Santos GRAEBNER⁴

Pietra Marcuzzo CERETTA⁵

Mariana Nogueira HENRIQUES⁶

Flavi Ferreira LISBOA FILHO⁷

Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS

RESUMO

Evento criado a partir de uma proposta da disciplina de Gestão de Eventos, o Boteco RP sugeriu uma maneira diferenciada de unir profissionais e graduandos do curso de Comunicação Social, com o propósito de discutir a temática “Produção Cultural”, aproximando o mercado de trabalho e a academia. Sua primeira edição reuniu estudantes dos cursos de Comunicação Social da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), do Centro Universitário Franciscano, egressos de Comunicação da UFSM e profissionais da cidade de Santa Maria - RS, comunicadores ou não, que trabalham ou simpatizam com o tema.

PALAVRAS-CHAVE: Boteco RP; Empreendedorismo Cultural; Evento; Produção Cultural; Relações Públicas;

¹ Trabalho submetido ao XXIII Prêmio Expocom 2016, na Categoria Relações Públicas e Comunicação Organizacional, modalidade RP 03 Organização de evento (avulso).

² Aluna líder do grupo e estudante do 5º. Semestre do Curso de Comunicação Social – Relações Públicas, email: gabriele.caroline@hotmail.com.

³ Estudante do 5º. Semestre de Comunicação Social – Relações Públicas UFSM, email: feferreiradutra@gmail.com

⁴ Estudante do 5º. Semestre de Comunicação Social – Relações Públicas UFSM, email: juliana_graebner@hotmail.com

⁵ Estudante do 5º. Semestre de Comunicação Social – Relações Públicas UFSM, email: pietra.ceretta@gmail.com

⁶ Docência orientada da disciplina Gestão de Eventos, email: mari.nhenriques@gmail.com

⁷ Orientador do trabalho, Doutor e Professor do Departamento de Ciência da Comunicação, UFSM, email: flavilisboa@gmail.com



1 INTRODUÇÃO

O Boteco RP (Relações Públicas) aconteceu no dia 19 de maio de 2015, às 20h, no Bar Vaca Profana na cidade de Santa Maria - RS. A temática do evento foi "Produção Cultural" e buscou unir o conhecimento dos profissionais com experiência na área e futuros comunicadores. O local foi escolhido especialmente por ser um ambiente agradável e descontraído, além de possuir uma temática original sobre a cultura.

O evento contou com a participação de três profissionais santa-marienses atuantes na área cultural: Caroline Viana - Relações Públicas da empresa “Eny Calçados”⁸, Darciele Marques - Publicitária, Rose Carneiro - Relações Públicas proprietária da empresa “Chili Produções Culturais” e Flavi Ferreira Lisboa Filho - Professor Doutor na Universidade Federal de Santa Maria, mediador do bate-papo. Além da conversa, promovemos o lançamento do livro “Birô de Empreendedorismo Cultural - Gestão e Produção Cultural” dos autores: Flavi Lisboa, Rose Carneiro, Jones Machado, Fabiana Pereira e Darciele Marques.

O público do evento Boteco RP foram os acadêmicos de Comunicação Social e egressos de comunicação da UFSM, Acadêmicos e Centro Universitário Franciscano, egressos do curso de Comunicação Social e demais profissionais que trabalhavam e/ou possuíam interesse na área de Produção Cultural.

2 OBJETIVO

2.1 GERAL

- Promover um bate-papo entre estudantes e profissionais da área de comunicação, com ênfase em Relações Públicas, sobre Produção Cultural de forma a aplicar, na prática, as teorias abordadas na disciplina de Gestão de Eventos.

⁸Loja tradicional de calçados em Santa Maria desde 1924.



2.2 ESPECÍFICOS

- Integrar e aproximar os alunos de Comunicação Social e egressos de comunicação da UFSM e do Centro Universitário Franciscano com os profissionais que trabalham com Produção Cultural.
- Promover uma “troca” de experiências entre o mercado e a academia
- Possibilitar aos estudantes tirar dúvidas a respeito da Produção Cultural.
- Trabalhar a temática cultural na realidade da cidade de Santa Maria.
- Promover a cultura local, por parte de quem “ faz cultura”
- Lançar o Livro: “Birô de Empreendedorismo Cultural - Gestão e Produção Cultural”.

3 JUSTIFICATIVA

Analisando o âmbito acadêmico, observamos o quanto a cultura está presente e o quanto sua compreensão é importante para formação de comunicadores. Segundo Thompson (2009, p.22) “o conceito de cultura continua a ser uma noção importante e valiosa e que, convenientemente reformulada, define um campo fundamental de análise social”. Pensar cultura é ir além dos conceitos aprendidos em sala de aula; é vivenciar, debater e compartilhar ideias. Pensando assim, decidimos que o tema Projeto Cultural ía ao encontro com o que vivenciamos.

No nosso meio acadêmico, observamos que muitas das palestras, congressos conversas ou diálogos são em locais “padrões”, como auditório, sala de aula e dentro da universidade. Assim como a proposta do “Café Intercom” acontecer em um local diferente e menos formal, procuramos seguir esta mesma lógica para que chamasse mais a atenção.

A cidade de Santa Maria tem uma ampla diversidade cultural e agrega diversos grupos de pessoas e estilos. Pensando nisso, os profissionais foram convidados para falar sobre o mercado cultural em nossa cidade. Além de acreditarmos que a



complexidade do pensar cultura e desenvolvê-la, não deve ser um obstáculo para discussões e ações e que esta deve ser explorada em suas múltiplas possibilidades.

Pensando na fala de Martins (2003, p. 22):

Eventos são feitos para durar, ou melhor, quem o organiza espera que a edição que ele está realizando seja apenas uma entre as várias outras que se seguirão. Para conseguir esse resultado, uma das mais importantes tarefas é conseguir o engajamento.

O processo de planejamento, produção e realização do Boteco RP, teve o intuito de incentivar a cultura, promovendo-a; além de conceituar e fazer com que certas perspectivas e conhecimentos fossem compartilhados entre pessoas, assim confirmando quanto este assunto é importante na formação dos futuros profissionais da comunicação.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADAS

Eventos no âmbito acadêmico ainda são muito tradicionais, o que nos faz acreditar que o “Boteco RP” veio para somar a pequena parcela de pessoas que inovam na maneira de comunicar, esse conceito pode ser identificado na fala de Penteado (1999, p. 399):

[...] a organização de eventos - artísticos, culturais, esportivos ou de outras naturezas - é um dos mais fascinantes e pouco estudado tema. Apesar das muitas iniciativas bem-sucedidas, o Brasil ainda vai construindo uma tradição profissional na produção de eventos, que muitas vezes são realizados, ainda, de forma amadora.

Nossa meta foi a de produzir um evento que fugisse do tradicional, a partir disso várias ideias foram surgindo, sendo algumas inviáveis. Concluímos que um evento realizado em um ambiente aconchegante e informal supriria as nossas expectativas. A temática Produção Cultural se encaixou nos parâmetros do livro que seria lançado, o



Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXIII Prêmio Expocom 2016 – Exposição da Pesquisa Experimental em Comunicação

Birô do Empreendedorismo Cultural: Gestão e Produção Cultural, que traz as etapas e possibilidades da produção cultural.

O espaço para realização do evento era prioridade, portanto conseguimos o apoio do Bar Vaca Profana, que foi essencial para que o “Boteco RP” tivesse o formato apresentado, além de um fotógrafo que registrasse o evento. Os materiais de recursos físicos que compõem a estruturação do evento foram basicamente: microfones, caixas de som, suportes para banner, foram cedidos pelo Studio 21 da FACOS-UFSM e pela direção do Centro de Ciências Sociais e Humanas (CCSH).

Quanto à obtenção recurso financeiro, elaboramos uma proposta de patrocínio, assim, a cota prata, da Study English – escola de idiomas, que nos auxiliou com o valor de R\$300,00, cobrindo os gastos do evento. Para agregar ao evento, foi elaborado uma Identidade visual, que se assemelhava ao rótulo de cerveja, para representar um produto no qual os “bares” possuem e materiais gráficos, que auxiliaram na apresentação e divulgação.





Produzimos um Banner que contava com a marca do evento, realização, apoio e patrocínio; este representa a nossa verdadeira identidade, além, de ser deixar este material para futuras edições. Foram confeccionados cartazes para expormos nos murais dos Centros de Ensino da UFSM, no Centro Universitário Franciscano e Bar Vaca Profana, e uma versão online para ser veiculada via Facebook. Nossa maior demanda financeira foram os materiais gráficos, pois o planejamento envolvia uma grande quantidade de peças, como banner, cartazes, adesivos, certificados e brindes.

A produção de um banner com a marca, realizadores, apoio e patrocínio foi essencial à identificação do evento. A demanda financeira foi quase toda destinada aos materiais gráficos.

Os colaboradores foram essenciais para a credibilidade do evento - patrocinadores, apoiadores e autoridades convidadas - e estes receberam convites impressos para prioriza-los e no dia foram distribuídos aos mesmos, lembranças – copos de “chop” com a marca do evento - e o certificado de participação como agradecimento especial.

Para a divulgação do Boteco RP, foi criado um evento nas redes sociais (Facebook) no qual as informações foram veiculadas. Contamos com a divulgação em algumas Fan Pages, sendo elas: Gestão de Eventos, Assessoria de Comunicação do Centro de Ciências Sociais e Humanas (CCSH) e FACOS-UFSM. Foi divulgado o evento também no Site oficial da UFSM, no link CCSH e no Facebook.

Para o sucesso do “Boteco RP” a colaboração de três profissionais foi essencial, todas da comunicação, que atuam diretamente ou trabalham em empresas ligadas à produção de eventos culturais. Participaram do bate-papo do Boteco RP: Caroline Viana – Relações Públicas na Eny Calçados, Darcielle Marques – publicitária e coautora do livro “Birô de Empreendedorismo Cultural: Gestão e Produção Cultural” e Rose Carneiro – Relações Públicas, proprietária da Chili Produções Culturais e, também, coautora do livro. Portanto, estes métodos e técnicas utilizadas foram essenciais para que o evento ocorresse conforme o planejamento.

Para que tudo ocorresse conforme o planejado, elaboramos um cronograma das ações a serem desenvolvidas e seus prazos. (Quadro 1)

ATIVIDADE	MARÇO	ABRIL	MAIO	JUNHO
Escolha da atividade	X			
Projeto	X	X		
Confecção dos Materiais Gráficos			X	
Divulgação		X	X	
Realização do Evento			X	
Avaliação dos Resultados			X	
Relatórios				X

Quadro 1: Cronograma das ações desenvolvidas no planejamento
Fonte: elaborado pelas autoras

5 DESCRIÇÕES DO PRODUTO OU PROCESSO

Com o início do planejamento, a produção do Boteco RP começou a tomar forma, conforme Allen (2003, p.50):

Ao reconhecer o poder do planejamento como uma ferramenta de gerenciamento, deve-se também notar que o engajamento efetivo nessa atividade implica alguma dose de disciplina da parte do gerente de eventos.

A escrita do projeto foi estruturada a partir da teoria aprendida em sala de aula com a orientação do professor, da mestrande e do monitor da disciplina. Com a proposta da produção de um evento cultural, tivemos várias ideias, mas a visão real de como seria a produção deste veio após a estruturação do planejamento. Buscamos inspiração



em algumas edições do “Café Intercom”, popular na área de comunicação, no qual prestigiam autores que estão lançando seus livros no mercado, assim, o nosso evento contou com o lançamento do livro “Birô do Empreendedorismo: Gestão e Produção Cultural”.

A escolha do tema foi sugerido pelo professor da disciplina e optada pelo grupo, pois, “Porque que não aliar a produção de eventos, uma das áreas para o profissional de Relações Públicas, a um tema tão debatido?” Assim, a temática “Projetos Culturais” norteou todo o desenvolvimento do projeto, as pesquisas, profissionais que trabalhavam na área, professores e acadêmicos que se interessavam pela área.

A escolha do nome “Boteco RP” pensado para que remetesse ao ambiente no qual seria realizado o evento, ou seja, queríamos fugir da formalidade e do ambiente acadêmico. Como estávamos inspirados nos rótulos de cervejas, personalizamos este e criamos uma identidade para o evento, que deu início à confecção de todo o material gráfico. De início o intuito era alcançar egressos, graduandos, professores, mestrandos e profissionais da área de Relações Públicas da UFSM, porém houve uma grande procura por alunos de outros cursos pertencentes à comunicação, não só da UFSM, portanto abrimos para os demais interessados em participar.

A escolha do local foi essencial para dar personalidade ao evento, na fala de Martins (2003, p.212):

O Design do Evento bem refletir outra tendência que traz a estética, a arte e, sobretudo, a funcionalidade do mobiliário, que faz parte de um todo harmonicamente alinhado com o tema principal e objetivos traçados na mensagem que o evento deseja passar, quer seja aplicado nos pequenos, médios ou grandes eventos em qualquer parte do mundo, e ressaltando a cultura local, o que nos deixa cada dia mais comprometidos com a realização diferenciada.

O bar Vaca Profana – hamburgueria/cervejaria é um local novo na cidade de Santa Maria e traz uma proposta diferenciada com bebidas artesanais, comidas, decoração, músicas e cardápio todos voltados para a cultura brasileira; Parceria



fundamental para a execução do Boteco. Toda esta estratégia foi essencial para o sucesso do evento, mas ao mesmo tempo um desafio: conseguir quebrar a barreira que existe entre o aluno e o profissional para promover um diálogo e não, apenas, uma explanação.

O próximo passo foi definir a identidade para o evento, como estávamos inspiradas nos rótulos de cervejas criamos a marca que serviu de base e deu início à confecção de todo o material gráfico. Toda a produção dos materiais midiáticos e gráficos foi pensada de maneira que abrangesse o público em toda sua diversidade e transmitisse de imediato, a nossa proposta. Com toda a estratégia montada era necessário apoiadores para o evento.

O público presente participou ativamente durante as falas dos profissionais, fazendo com que a proposta de bate papo fosse alcançada. O número de pessoas que presentes no evento superaram as expectativas, porém nem as conversas paralelas foram capazes de dispersar quem estava interessado no assunto. Com isso, podemos concluir que é possível realizar eventos com grande carga de conhecimento fora do ambiente acadêmico.

6 CONSIDERAÇÕES

O evento saiu conforme o planejado, tínhamos excelentes profissionais, estudantes interessados que lotaram o local e assim, alcançamos o nosso objetivo principal, o de integrar estudantes da mesma área de estudos para discutir sobre a área de Projeto Cultural em um local descontraído e com profissionais renomados no mercado da comunicação em Santa Maria. Além de incentivar a cultura, promovendo-a.

Apesar de não ter sido divulgado por grandes mídias conseguimos alcançar um grande número de pessoas, houve uma grande aceitação não só por parte do público envolvido, mas também dos colaboradores. Contamos com 110 inscritos e destes 90 se



fizeram presentes e recebemos diversas propostas para próximas edições o que proporcionou um impacto positivo sobre a avaliação.

O envolvimento do grupo, a força de vontade de realizar o evento e colocar em prática o que vimos na teoria nos fez entender o quão importante é um planejamento correto, mesmo sabendo que não o seguiríamos à risca. Podemos concluir que o Boteco RP foi um evento de grande sucesso na nossa perspectiva, nos fez aprender muito como futuros profissionais e podemos sentir na prática como é ser um gestor de eventos.

7 REFERÊNCIAS

ALLEN, Johnny et al. **Organização e gestão de eventos**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

FERRACCIÙ, João de Simoni Soderini. **Marketing promocional: a evolução da promoção de vendas**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

MATIAS, Marlene. **Organização de eventos: procedimentos e técnicas**. 5. Ed. Barueri, SP: Manole, 2010.

MARTINS, Vanessa. **Manual prático de eventos**. São Paulo: Campus Grupo Elsevier, 2014.

PENTEADO, J. Roberto Whitaker. **Marketing Best**. São Paulo: Makron Books, 1999.

THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.