

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO
CURSO DE RELAÇÕES PÚBLICAS

THAYSE PERES SILVA

PROJETO EXPERIMENTAL
1ª FEIRA DO LIVRO DE SÃO JOÃO DO POLÊSINE - RS

Santa Maria, RS

2016

THAYSE PERES SILVA

1ª FEIRA DO LIVRO DE SÃO JOÃO DO POLÊSINE – RS

Monografia apresentada à Comissão de Trabalho de Conclusão de Curso, do Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria como requisito para obtenção do Grau de Bacharel em Comunicação Social – Relações Públicas.

Orientadora: Prof^a. M^a. Fabrise de Oliveira Müller

Santa Maria, RS

2016

Universidade Federal de Santa Maria
Centro de Ciências Sociais e Humanas
Curso de Comunicação Social – Relações Públicas

A Comissão Examinadora abaixo assinada aprova a Monografia

1ª FEIRA DO LIVRO DE SÃO JOÃO DO POLÊSINE – RS

Elaborada por
THAYSE PERES SILVA

Comissão Examinadora

Profª. Mª. Fabrise de Oliveira Müller
Orientadora (UFSM)

Profª. Drª. Jaqueline Quincozes Da Silva Kegler
Co-orientadora (UFSM)

Profª. Drª. Cláudia Regina Ziliotto Bomfá

Mª. Charlene Dalcol

Santa Maria, 28 de novembro de 2016

EPÍGRAFE

*As pessoas que são loucas o suficiente
para achar que podem mudar o mundo
são aquelas que o mudam.*

Comercial “Pense Diferente” da Apple, 1997

RESUMO

Este projeto experimental propõe a realização da primeira edição da Feira do Livro de São João do Polêsine- RS em parceria com a Prefeitura Municipal. Tem por objetivo geral desenvolver ações culturais na comunidade, além de aplicar de forma prática e local o conhecimento adquirido ao longo da graduação de Relações Públicas. Os objetivos específicos do projeto são: envolver a comunidade, alunos e professores nas atividades culturais durante o evento; incentivar o contato direto com as obras e autores de livros; promover entretenimento, conhecimento, lazer e acesso livre à leitura; proporcionar espaço para divulgação de trabalhos literários e autores, e distribuir novas obras literárias entre as bibliotecas escolares. Tomando as escolas como público de interesse, uma vez que os alunos representam cerca de 25% da população local. Para atender aos objetivos estabelecidos, estruturamos o projeto experimental em três capítulos: a) referencial teórico onde o conceito de processo de Relações Públicas e Comunicação Pública são abordados pelos autores SIMÕES (1995), DUARTE (2007), MONTEIRO (2009), KEGLER (2011) e MULLER *et al* (2010). b) projeto experimental no qual o evento é tratado como prática estratégica pelos autores KEGLER (2011) e FRANÇA (2012). É neste capítulo que o diagnóstico é realizado de acordo com técnicas e métodos apresentados por BASSEGIO (2011), MOREIRA (2009), PERUZZO (2009), KUNSCH (2003), BUENO (2009), NOVELLI (2009) e CESCO (2009). c) relatório final em que é realizada a mensuração e compilação dos dados baseado em MULLER *et al* (2010), COHEN E FRANCO (2004) e CUNHA (2006). Com este trabalho queremos mostrar o diferencial estratégico do profissional de Relações Públicas e suas habilidades e conhecimentos na área de eventos, apresentando os objetivos alcançados e os índices de mensuração quali e quantitativos atingidos em sua totalidade.

Palavras-chave: Feira do Livro. Evento. Processo de Relações Públicas. Estratégia.

ABSTRACT

This experimental project proposes the realization of the first edition of the Book Fair of São João do Polêsine-RS in partnership with the City Hall. The general objective is to develop cultural actions in the community, besides applying in a practical and local way the knowledge acquired during the graduation of Public Relations. The specific objectives of the project are to involve the community, students and teachers in cultural activities during the event; to encourage direct contact with works and authors of books; to promote entertainment, knowledge, leisure and free access to reading, to provide space for dissemination of literary works and authors, and distribute new literary works among school libraries. Taking the schools as a public of interest, since the students represent about 25% of the local population. In order to meet the established objectives, we structured the experimental project into three chapters: a) theoretic referential where the concept of public Relations Process and Public Communication are approached by the authors SIMÕES (1995), DUARTE (2007), MONTEIRO (2009), KEGLER (2011) e MULLER *et al* (2010). b) experimental project in which the event is treated as a strategic practice by the authors KEGLER (2011) e FRANÇA (2012). It is in this chapter that the diagnosis is made according to techniques and methods presented by BASSEGIO (2011), MOREIRA (2009), PERUZZO (2009), KUNSH (2003), BUENO (2009), NOVELLI (2009) and CESCA (2009). c) the final report on the measurement and compilation of the data based on MULLER *et al* (2010), COHEN E FRANCO (2004) and CUNHA (2006). With this work we want to show the strategic differential of Public Relations professionals and their skills and knowledge in the area of events, presenting the objectives achieved and the qualitative and quantitative measurement indexes reached in their totality.

Keywords: Book Fair. Event. Public Relations Process. Strategy.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	9
2. REFERENCIAL TEÓRICO	10
2.1 PROCESSO DE RELAÇÕES PÚBLICAS	10
2.2 COMUNICAÇÃO PÚBLICA.....	12
3. PROJETO EXPERIMENTAL	13
3.1 APRESENTAÇÃO DA INSTITUIÇÃO ASSESSORADA	14
3.2 APRESENTAÇÃO DO PROJETO.....	15
3.3 DIAGNÓSTICO	18
3.3.1 Técnicas e Métodos de Pesquisa Contextual Do Diagnóstico	20
3.3.1.1 <i>Observação Participante</i>	20
3.3.1.2 <i>Análise Documental</i>	21
3.3.1.3 <i>Auditoria de Mídia</i>	23
3.3.1.4 <i>Análise Swot</i>	26
3.3.2 Técnicas e Métodos de Pesquisa Dirigida Do Diagnóstico	28
3.3.2.1 <i>Pesquisa de Opinião</i>	29
3.3.2.2 <i>Grupo Focal</i>	30
3.4 OBJETIVO GERAL.....	33
3.5 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	33
3.6 PÚBLICOS	33
3.7 JUSTIFICATIVA.....	34
3.8 AÇÕES E ESTRATÉGIAS	35
3.8.1 Identidade Visual	36
3.8.2 Posicionamento com a mídia	37
3.8.3 Posicionamento com as escolas	37
3.8.4 Arrecadação de obras literárias	38
3.8.5 Localização e Estrutura Física	39
3.8.6 Contato com Autores e Editoras	39
3.8.7 Contato com Comerciantes Locais	40
3.8.8 Programação	40
3.8.9 Lançamento do Evento	40
3.8.10 Cronograma de Execução da Feira	41

3.9 RECURSOS NECESSÁRIOS	42
3.10 CRONOGRAMA GERAL.....	44
3.11 AVALIAÇÃO.....	45
4. RELATÓRIO FINAL	46
4.1 DESCRIÇÃO	46
4.2 AVALIAÇÃO	55
4.2.1 Índices parciais de avaliação quantitativa.....	55
4.2.2 Índices parciais de avaliação qualitativa.....	56
4.2.3 Índices finais de avaliação quantitativa.....	57
4.2.4 Índices finais de avaliação qualitativa.....	60
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	62
6. REFERÊNCIAS	63
7. ANEXOS.....	66
8. APÊNDICES.....	83

1. INTRODUÇÃO

O projeto experimental apresentou-se como uma proposta de trabalho final de graduação de cunho prático, aplicado na cidade de São João do Polêsine - RS, junto à Prefeitura Municipal. Este projeto resultou do cruzamento da teoria e da prática sendo este um dos desafios na formação discente.

O trabalho é composto por três capítulos. O capítulo 1 denominado Referencial Teórico, é o embasamento para a análise da demanda comunicativa e a proposição de uma solução estruturada como um projeto de Relações Públicas. É subdividido em dois capítulos que tratam os conceitos de processo de relações públicas sob o olhar de Simões (1995), Duarte (2007), Monteiro (2007), Müller *et al* (2010) e Kegler (2011), e o conceito de comunicação pública conforme Brandão (2007), Duarte (2007) e Müller *et al* (2010). No capítulo 2 apresenta-se o projeto, expondo a proposta (objetivos, justificativa, ações, estratégias e avaliação) até sua aprovação e início de execução, embasado teoricamente por Brandão (2007), França (2012) e DaMatta (1997). No capítulo 3, encontra-se o relatório do projeto que comporta a descrição, análise e avaliação de toda a execução, considerando os pressupostos teóricos que guiam a proposta.

Para fundamentar teoricamente o conceito e a prática de eventos na área de Relações Públicas, que foi a proposta do projeto experimental, utiliza-se França (2012). Para o autor os eventos são técnicas comunicacionais que podem ser utilizadas e planejadas estrategicamente para promover a comunicação e o relacionamento com o público de interesse¹. A obra de DaMatta (1997) confere aos eventos uma dimensão social ao afirmar que são espaços de tempo em que as pessoas buscam união e movimento, onde as festividades tornam-se acontecimentos extraordinários e transformam o cotidiano da população. Kegler afirma (2011) “a festa enquanto um processo e estratégia de comunicação [...] é permeável, visível e busca visibilidade através dos meios de comunicação [...]” sendo assim considerada um “processo social mediatizado” (KEGLER, 2011, p. 35).

Apresentando os conceitos teóricos acima, a experiência adquirida ao longo da graduação e a prática estratégica dos eventos, expôs-se a proposta de realizar a 1ª Feira do Livro de São João do Polêsine - RS. Esta proposta foi um processo comunicacional estratégico por: abranger as quatro etapas fundamentais para o exercício estratégico da prática de Relações Públicas (pesquisa, planejamento, execução e avaliação), possuir caráter social ao ponto que

¹ Segundo França (2007) o público de interesse, também chamado de *stakeholder* significa o público estratégico (podendo ser uma pessoa ou grupo), parte interessada e envolvida voluntária ou involuntariamente com a organização, onde há um objetivo específico de relacionamento, trazendo benefícios para ambas as partes.

compreender um viés educacional, abranger o interesse público, promover a interação e união social e suprir uma demanda social.

A partir da análise da instituição assessorada e das técnicas de pesquisas aplicadas, pode-se identificar as necessidades da comunidade local e delimitar as ações estratégicas para que o objetivo principal de desenvolver ações culturais na comunidade da cidade de São João do Polêsine fosse alcançado.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 PROCESSO DE RELAÇÕES PÚBLICAS

Segundo a definição conceitual da Associação Brasileira de Relações Públicas, a prática “é a atividade e o esforço deliberado, planejado e contínuo que visa estabelecer e manter a compreensão mútua entre uma instituição pública ou privada e os públicos aos quais esteja direta ou indiretamente ligada” (Simões, 1995, p. 82). O profissional graduado na área está preparado para identificar e compreender os diferentes públicos existentes e é fundamental na integração da comunicação organizacional com cada público. Possui também a habilidade de identificar um único público específico e desenvolver formas particulares de se relacionar e esta é a habilidade que o diferencia dos demais profissionais que atuam com públicos.

O relações públicas deve estar apto para identificar o cenário em que está inserido e, de forma estratégica, processar as melhores técnicas para suprir as demandas encontradas durante o diagnóstico².

Desta forma as relações públicas são processos comunicacionais dinâmicos que possuem etapas e sua prática estratégica visa reconhecer as demandas comunicacionais das organizações e da melhor forma possível, solucioná-las. Duarte (2007) afirma que “a comunicação estratégica é aquela que, a partir de um diagnóstico, define e utiliza os recursos adequados para atingir um objetivo predeterminado” (DUARTE, 2007, p. 61) e, de acordo com Monteiro (2007 apud BERLO, 1970, p. 29) “aceitar a comunicação como processo significa entendê-la em seu dinamismo, com os elementos que a constituem agindo uns sobre os outros, de forma sistemática” e como processo compreendemos como uma “sequência de estados de um sistema que se transforma” (MONTEIRO, 2007, p. 36).

² Segundo Baseggio (2011), o diagnóstico configura-se “[...] como uma investigação aprofundada sobre as relações existentes entre a organização e os públicos a ela ligados – também chamada de mapeamento [...]. Da investigação resulta a identificação de possíveis problemas de relacionamento com algum (ns) segmento (s) de público (s) e a definição de prioridades, permitindo que a organização estabeleça novas estratégias de ação e de comunicação [...]” (BASEGGIO, 2011, pg. 179).

Müller *et al* (2010) explica as quatro etapas que compõe este processo de Relações Públicas: a) pesquisa: quando ocorre a análise do cenário e a construção do diagnóstico estratégico. Nesta fase utilizam-se técnicas e métodos de pesquisa para identificar as demandas comunicacionais; b) planejamento: é o estado onde a solução das demandas é apresentada, é o momento onde os objetivos, públicos, posicionamento, ações, estratégias, cronograma e critérios de avaliação dos resultados são elaborados; c) execução: fase onde o planejamento é colocado em prática a fim de atingir os objetivos estipulados e solucionar as demandas encontradas; d) avaliação: etapa que examina o projeto finalizado ou em execução (a avaliação deve ocorrer em todas as etapas para que o processo cumpra seu objetivo – deve ser dinâmico e se moldar ao longo de suas etapas) para que seja eficiente, efetivo e relevante, e avalia também os resultados alcançados. A avaliação torna-se uma das fases mais importantes no processo de comunicação, pois servirá como orientação para a continuidade, necessidade de adaptações ou até mesmo o cancelamento da ação/projeto.

A prática de relações públicas depende de posicionamentos estratégicos formulados a partir de um planejamento. É neste processo que conseguimos identificar corretamente as demandas, propor soluções, executar e mensurar o trabalho realizado. A partir das etapas cíclicas o profissional consegue orientar sua prática em qualquer ambiente organizacional, como por exemplo, os eventos.

Kegler (2011) afirma que o evento em sua complexidade pode ser considerado como um construtor e transformador social. Ao direcionarmos nosso olhar para os eventos identificamos seu caráter social (AMARAL, 1998) e técnico (KUNSCH, 2003) onde tem por objetivo mobilizar sentidos e como uma estratégia de comunicação buscar visibilidade, respectivamente. Os eventos são “considerados pela área de Relações Públicas como instrumentos e estratégias profissionais na construção da identidade e imagem, geralmente, organizacional” (KEGLER, 2011, p. 112) e, a partir deste caráter, identifica-se o cenário social a fim de se relacionar com os diversos públicos de interesse.

O evento deve ser reconhecido como uma forma de relacionamento, comunicação e interação social além de ser “um processo de mobilização integrador de diversas pessoas e recursos que podem ser dinamizados em nome do desenvolvimento do território” (KEGLER, 2011, p. 28) bem como do interesse público³ quando tratado no âmbito da comunicação pública.

³ O conceito de interesse público de acordo com Hohlfeldt (2011) é “[...] uma abrangência a mais larga e variada possível, para incluir o maior número de interessados ou que venham a se interessar (ou estar envolvidos, ou sofrer) as consequências de uma determinada decisão ou ação” (HOHLFELDT, 2011, p. 230).

2.2 COMUNICAÇÃO PÚBLICA

A comunicação pública, segundo Brandão (2007), faz parte da construção democrática dos Estados atuais e, nesta esfera governamental, as questões sociais e éticas do processo comunicacional requerem peculiaridades. O setor público possui especificações e orientações diferentes das aplicadas no setor privado, como por exemplo, os princípios gerais da administração pública, que estão mencionados na sequência. É permanente, de natureza institucional, visa o interesse público e está identificada com os conhecimentos e técnicas da área de comunicação organizacional, pois analisa a comunicação no interior das organizações e entre seus públicos, visando criar relacionamentos, construir uma imagem positiva e atender as necessidades dos públicos de interesse.

A comunicação, neste âmbito, tem a função de articular estrategicamente os instrumentos e ações que atendam as demandas dos interesses da sociedade, bem como, compreender a pluralidade deste público de forma a considerar o caráter democrático dos serviços prestados. É neste momento que “os profissionais de Relações Públicas precisam estar aptos para elaborar estratégias eficazes de relacionamento, levando em conta diferentes perfis e a melhor linguagem para atingir os resultados almejados” (MÜLLER *et al*, 2010, p. 7). A imagem de administrações públicas descompromissadas, burocratas e improvisadas pode ser contornada ao passo que assumam o compromisso com a qualidade de vida da população e a diminuição da desigualdade social, colocando o foco dos serviços nas demandas reconhecidas pelo processo de comunicação.

No primeiro setor, a comunicação deve ser empregada para a cidadania de forma estratégica e transparente com o objetivo de prestar contas e evidenciar a responsabilidade social, indo além da propaganda e do marketing político. Utilizando-se das tecnologias de informação, das inúmeras mídias e linguagens disponibilizadas pelo avanço tecnológico e levando em conta as relações sociais, a comunicação no setor público baseia-se nos princípios gerais da administração pública, paralelamente à transparência organizacional a fim de atender ao interesse público.

De acordo com a Constituição Federal⁴ os princípios gerais da administração pública conduzem os procedimentos e o posicionamento das instituições públicas (Prefeituras e Universidades Federais, por exemplo), e é um dos fatores que as diferem em relação às instituições privadas e do terceiro setor. Os princípios da administração pública regem todos os envolvidos (administradores e servidores) e são elencados em: legalidade, impessoalidade,

⁴ Consulta pública disponível no site: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm

moralidade, publicidade e eficiência. Respectivamente significa que só pode ser praticado o que a lei e os regulamentos permitem, deve ser excluída toda e qualquer prática de promoção de cunho pessoal, os atos devem estar ligados à moral e a ética administrativa, deve ser divulgada de forma pública os atos administrativos e se deve prestar uma boa gestão e trabalho de forma legal e competente.

A comunicação pública de acordo com Duarte (2007, p. 60) visa “utilizar a comunicação como instrumento de interesse coletivo para fortalecimento da cidadania” e necessita atender certas exigências como: privilegiar o interesse público, tomar o cidadão como foco do processo, compreender a comunicação como processo mais amplo que informação, adaptar as técnicas e instrumentos de acordo com a necessidade dos públicos, assumir a comunicação e suas complexidades como um todo, ter por finalidade a prestação de serviço de participação coletiva e a divulgação de atividades cívicas.

O conceito de interesse público é defendido por Hohlfeldt (2011, p. 230) como “[...] uma abrangência a mais larga e variada possível, para incluir o maior número de interessados ou que venham a se interessar (ou estar envolvidos, ou sofrer) as consequências de uma determinada decisão ou ação”, além de estar intrinsecamente relacionado ao “bem geral” da sociedade. Desta forma a comunicação pública garante melhorias efetivas visando o interesse público por ser uma prática indissociável do exercício da democracia e da cidadania, tentando estabelecer uma relação transparente entre o governo e a população. Assim, a comunicação pode ser aplicada em suas diversas práticas, estabelecendo um relacionamento mútuo entre a gestão pública e a comunidade. Neste caso, o evento apresenta-se como uma proposta comunicacional a fim de suprir a demanda encontrada ao longo da pesquisa e como um retorno à comunidade local. Para isso, conhecer a instituição municipal, a população e identificar suas necessidades embasam a proposta e fornecem dados para o projeto.

3. PROJETO EXPERIMENTAL

Neste capítulo as duas primeiras etapas do processo de Relações Públicas são desenvolvidas: a pesquisa e o planejamento. Na pesquisa o reconhecimento da instituição assessorada e o diagnóstico fornecem a base para a elaboração dos objetivos, do público de interesse e das ações e estratégias. A partir desses dados pode-se iniciar o planejamento e estabelecer a proposta, os recursos necessários, o cronograma de atividades e estipular os indicadores de avaliação.

3.1 APRESENTAÇÃO DA INSTITUIÇÃO ASSESSORADA

A Prefeitura Municipal de São João do Polêsine – Rio Grande do Sul é estruturada por seis secretarias: Fazenda, Administração, Agricultura, Obras, Saúde e Educação. Possui ao todo 125 servidores efetivos e 30 servidores ocupando cargos de confiança distribuídos ao longo das secretarias e coordenações. A infraestrutura principal da Prefeitura é localizada na Rua Guilherme Alberti, além de outras instalações extras no próprio município e no distrito de Vale Vêneto.



Figura 3.1 – Localização Geográfica de São João do Polêsine – RS
Fonte: Site Prefeitura Municipal (<http://www.saojoaodopolesine.rs.gov.br/>)

Localizada na região central do estado e a 45 km de Santa Maria - RS possui uma população de 2,6 mil habitantes e é considerado um município em desenvolvimento. Conseguiu sua emancipação há pouco tempo, em 1992 e faz parte da chamada Quarta Colônia de Imigração Italiana do Estado. Além de São João do Polêsine, os municípios de Agudo, Restinga Seca, Silveira Martins, Ivorá, Faxinal do Soturno, Pinhal Grande, Dona Francisca e Nova Palma compõem a região.

São João do Polêsine foi idealizada a partir da combinação de religiosidade e do saudosismo à terra natal, a Itália. No início, o município era chamado de Terra de Manoel Py, mas em homenagem ao padroeiro da cidade, São João Batista pela calorosa recepção e para manter a lembrança das planícies de Polêsine do Rio Pó (Itália), o nome foi alterado para São João do Polêsine.

Mais de 74% da população vive no meio rural e a principal agricultura cultivada é do arroz. Tão importante quanto a agricultura, a religiosidade da Quarta Colônia e de seus municípios fica visível pelas construções religiosas, pelas festividades tradicionais e pela influência na vida da comunidade.

Em relação à estrutura organizacional, a Prefeitura não conta com uma equipe de Assessoria de Comunicação e, também, não possui profissionais graduados na área de comunicação atuando. Possui como meio oficial de comunicação o site (<http://www.saojoaodopolesine.rs.gov.br/>), os e-mails setoriais e veiculações pelos jornais impressos (Cidades do Vale e Jornal Integração) e as emissoras de rádio locais (La Sorela, Rádio Comunitária São Roque, Rádio Integração).

As informações e atualizações comunicacionais no site são de responsabilidade de cada setor do organograma (anexo 7.1), portanto cada setor informa e atualiza sua guia de informações de forma livre. O setor que toma frente às atividades de comunicação também possui a função de organizar, divulgar e executar os eventos, bem como o envio de notícias para a mídia, coleta e análise de *clipping*, solicitação de peças gráficas e informações de forma geral ao público. Esta distribuição de tarefas faz com que o setor de Atividades Culturais, Turísticas e de Eventos ocupe o posto de Assessoria da Prefeitura, para assuntos e atividades mencionadas acima. Este setor, é junto à Secretaria de Educação e Cultura, o que interfere no desenvolvimento das atividades, pois os colaboradores atuam em ambos os setores sem delimitação de funções.

Após conhecer a instituição assessorada e suas especificidades, o diagnóstico já foi iniciado e possui dados para seguir a pesquisa e estabelecer a proposta do projeto. As etapas seguintes visam reconhecer as demandas, propor ações para supri-las e especificar o projeto.

3.2 APRESENTAÇÃO DO PROJETO

A Feira do Livro de São João do Polêsine foi proposta a partir dos dados obtidos no diagnóstico (realizado no período de 04/04/16 a 18/05/16). Segundo as observações, existia uma carência de festividades educacionais e literárias, a participação da comunidade ocorre de forma momentânea e havia falta de engajamento com as escolas e a participação dos alunos.

Baseado nisso, o evento foi uma tentativa de responder às necessidades da comunidade, propondo um espaço para incentivar, discutir e pensar sobre educação e cultura. E ao mesmo tempo oferecer um espaço de lazer, fazendo com que a população se envolvesse, participasse e fosse influenciada positivamente de forma imediata, mas também tentando instaurar

envolvimento a médio e longo prazo. Confirmando o que Kegler (2011) afirma ao dizer que “a festividade, ao propagar significados sociais pode criar, institucionalizar, legitimar ou mesmo divulgar certos valores para as novas gerações e grupos que ainda não conhecem ou vivenciam aproximadamente esses valores” (KEGLER, 2011, p. 114).

Como mencionado no projeto da Feira do livro da Escola Estadual de Educação Básica Cristo Redentor de Alpestre – RS⁵, “A leitura é instrumento chave para alcançar as competências necessárias a uma vida de qualidade, produtiva e com realização”. Com isso, a proposta da Feira do Livro foi permitir e instigar este contato com a leitura, principalmente com o público infantil, pois ainda estão em formação e podem construir o hábito de leitura.

A temática sugerida para a Feira do Livro foi “Cultive o Saber”, proporcionando uma reflexão e, ao mesmo tempo, uma relação com a prática agrícola local, o cultivo do arroz. Esta ideia surgiu para que o saber, a literatura, o livro, etc. possam também ser cultivados em meios aos tradicionais. A partir desta escolha, sugeriu-se a execução do evento entre os dias 13 a 16 de outubro de 2016, abrangendo as escolas durante os dias letivos e a comunidade no fim de semana.

A estrutura da Feira possuía a necessidade de ser montada em um espaço público, de fácil acesso, com grande circulação de pessoas e com possibilidade de atividades externas e internas. Para isso pôde-se utilizar a Praça Matriz da cidade e, caso fosse necessário, por uma eventualidade ou exigência da atividade, o salão paroquial da Igreja Matriz São João Batista, a Câmara Municipal de Vereadores e o Centro de Eventos Municipal, todos situados na mesma quadra.

As atividades que foram desenvolvidas envolveram toda a comunidade, mas principalmente o público jovem e infantil, e para isso peças de teatro, apresentações musicais, exibição de trabalhos produzidos antes da Feira, lançamento de livros, palestras, encontro com autores, comércio de produções literárias, espaço para contação de histórias e atividades lúdicas foram propostas e organizadas dentro da programação (apêndice 8.4).

Os alunos precisavam ser motivados a participar da Feira tanto pela Escola como pela organização e divulgação do evento. Para isso propôs-se um convite pessoal e interativo para os alunos, uma vez que o número de alunos pode ser trabalhado na sua totalidade se ocorrer de forma estratégica e organizada. A ação de apresentar pessoalmente às turmas escolares a programação e a proposta da Feira do Livro foi uma maneira de envolver e despertar a vontade

⁵Projeto disponível no site da Escola Cristo Redentor de Alpestre no site: <http://escolacristoredentoralpestre.blogspot.com.br/p/projeto-feira-do-livro-e-da-leitura>

de participar deste evento que foi a primeira edição e, portanto algo inédito e inovador. Esta conversa informou quais obras irão ser lançadas, a presença dos autores e as principais atividades agendadas. Outro quesito foi o desenvolvimento de trabalhos sob as obras lançadas que serão expostos em forma de “Varal Cultural” durante a Feira, desta forma os alunos estavam preparados e informados sobre as edições que iriam ser lançadas. Esta estratégia de participação e valorização ocorreu em parceria com os professores e escolas.

O projeto possuiu o intuito e formato de promover um espaço a fim de construir e demonstrar a importância da leitura e do conhecimento literário. Para isso foi preciso constar na programação atividades educacionais e lúdicas que motivassem a comunidade a participar e permitisse o contato direto com autores e obras inéditas por meio de bate-papo, palestras, sessão de autógrafos, contação de histórias e comercialização de exemplares.

O Plano Nacional do Livro e Leitura (PNLL)⁶ foi instituído por meio da Portaria Interministerial Nº 1.442, de 10 de agosto de 2006, pelos ministros da Cultura e da Educação. E, em 1º de setembro de 2011, foi instituído por meio do decreto Nº 7.559, firmado pela presidenta Dilma Rousseff. O Plano apresenta quatro eixos principais que orientam sua execução: 1. Democratização do acesso; 2. Fomento à leitura e à formação de mediadores; 3. Valorização do livro e comunicação, e 4. Desenvolvimento da Economia do Livro. A partir disso a proposta de atividades atendeu estes requisitos, pois foi uma dinâmica que propôs apresentar de forma direta o autor e sua obra a comunidade (promovendo conhecimento, informações sobre a produção da obra e contato), proporcionou o consumo e acesso aos livros, incentivou espaço de compartilhamento de ideias e desenvolvimento da leitura.

A expectativa era de aproximadamente 1.300 visitantes (comunidade local) durante os quatro dias de Feira, que foram alcançados por meio de materiais gráficos (cartazes, programação, faixas informativas), pelas mídias impressas (jornais locais e de Santa Maria), digitais (site oficial da Prefeitura, site UFSM, site UNIFRA e redes sociais), de rádio (emissoras locais e de Santa Maria), televisão (RBS TV, TV Santa Maria, TV Campus) e sonoras (carros de som informando os dias do evento).

A “entrada franca” e o uso da praça pública democratizaram, facilitaram e promoveram o acesso a todos, sendo assim uma forma atrativa de inserção de um cenário de produção cultural na cidade, o que agrega valor à cidade e expande o capital intelectual a população. O espaço para o comércio foi reservado, pois a gastronomia e produção local estão perdendo sua

⁶ Consulta pública disponível no site: <http://www.cultura.gov.br/pnll>

identidade e em um evento próprio para o município, o espaço para reconhecimento e crescimento pode ser trabalhado.

Para melhor organização e por ser um projeto piloto, sugeriu-se a elaboração de uma Comissão Organizadora⁷ para que cada membro auxiliasse na execução de uma etapa do evento, assim a realização e participação aconteceram de forma coletiva, harmônica e ordenada.

Desta forma, pôde-se reunir as principais entidades e pessoas relevantes para o município, que colaboraram de forma financeira, material e/ou humana com o planejamento e execução e, também, contribuíram na escolha do (a) patrono (nesse) da Feira do Livro.

3.3 DIAGNÓSTICO

Conforme Hamam (2006, p. 130) “o evento é um poderoso veículo por meio do qual as organizações podem chegar aos seus públicos de interesse e mostrar seus produtos e serviços, sem intermediários”. Além disso, observou-se que poucos trabalhos finais de graduação são executados e avaliados dentro da região, o que vai de encontro com o princípio de extensão que a Universidade Federal de Santa Maria propõe, nos objetivos fundamentais do seu Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) 2011-2015:

[...] VI. Fomentar a extensão, aberta à participação da população, visando à difusão das conquistas e aos benefícios resultantes da criação cultural e da pesquisa científica e tecnológica gerada pela Instituição; VII. Divulgar os conhecimentos culturais, científicos e técnicos que constituem patrimônio da humanidade; e VIII. Transmitir o saber por meio do ensino, de publicações e/ou de outras formas de comunicação [...] (PDI, 2011, p. 34).

A escolha de executar um projeto de forma local defende a proposta de desterritorialização e expansão do ensino superior, além do compromisso com o desenvolvimento local, pois o evento é uma estratégia comunicacional que contribui de forma positiva, pois

é um acontecimento excepcional previamente planejado que ocorre em determinado tempo e local e gera grande envolvimento e mobilização de um grupo ou comunidade, buscando a integração, a difusão e a sensibilização entre os participantes para os objetivos pretendidos (HAMAM, 2006, p. 130).

Assim, confiou-se que a proposta de trabalho poderia contribuir de forma local, mas desenvolver o conhecimento global, modificando a realidade da população e despertando a importância do profissional para este nicho. Além disso, acreditou-se ser correto prestar este

⁷ A Comissão Organizadora deve contar com a presença de representantes das escolas, patrocinadores e entidades apoiadoras do evento (apêndice 8.1)

tipo de atividade para a região, pois se percebeu a obrigação de melhorar o ambiente em que estamos inseridos e retribuir e expandir o conhecimento adquirido ao longo da graduação.

Para identificar as necessidades da instituição assessorada e atuar de forma estratégica e condizente aos pressupostos dos relacionamentos organizacionais, fizeram-se necessárias vinte e cinco viagens até a cidade de São João do Polêsine para pesquisar, planejar, realizar e avaliar o projeto.

Ao longo das viagens e do desenvolvimento do projeto comprovou-se a relevância da atuação profissional de um relações públicas e a sua habilidade de reconhecimento e relacionamento com seus públicos de interesse, bem como a identificação de suas demandas. Tentou-se ao longo do planejamento comprovar que a opinião dos envolvidos nas atividades propostas é de extrema importância e que a participação durante e depois destas atividades devem ser instigadas, pois nosso objetivo profissional é se relacionar de forma positiva e contínua com os públicos (população).

Através dos encontros pôde-se observar algumas necessidades comunicacionais dos setores e analisar quais técnicas devem ser aplicadas para contribuir na elaboração do diagnóstico. Portanto, ele tem por objetivo reunir as informações básicas do ambiente organizacional e com os recursos disponíveis, desenvolver uma visão estratégica ao propor um projeto para a Prefeitura. De forma aplicada, o diagnóstico tem a função de reconhecer quais são os pontos fortes e vulneráveis do ambiente e a melhor maneira de se utilizar das oportunidades e se defender das ameaças, de acordo com Bassegio (2011).

Portanto, para obter resultados e construir o diagnóstico a fim de embasar a relevância de um Projeto Experimental em São João do Polêsine utilizou-se observação participante, análise documental, auditoria de mídia, análise Swot, pesquisa de opinião pública e grupo focal.

DIAGNÓSTICO	Técnicas e Métodos de Pesquisa Contextual	Observação Participante
		Análise Documental
		Auditoria de Mídia
		Análise Swot
	Técnicas e Métodos de Pesquisa Dirigida	Pesquisa de Opinião Pública
		Grupo Focal

Segundo Moreira (2009, p. 272) são “[...] ao mesmo tempo, método e técnica. Método porque pressupõe o ângulo escolhido como base de uma investigação. Técnica porque é um recurso que complementa outras formas de obtenção de dados [...]” e foram selecionadas para

contemplar de forma geral a população e conseguir identificar quais são suas necessidades e percepções.

3.3.1 Técnicas e Métodos de Pesquisa Contextual do Diagnóstico

As técnicas e métodos descritos abaixo são assim nomeados, pois foram aplicados no ambiente macro da organização, levando em conta a dinâmica organizacional, seu contexto e circunstâncias e de forma não segmentada, para a construção do diagnóstico.

3.3.1.1 Observação Participante

A observação participante é uma metodologia muito comum nas pesquisas acadêmicas na área das Ciências Sociais, pois permite que o investigador possa compartilhar com o ambiente que está investigando, e o ambiente/indivíduos também participam do processo de pesquisa, segundo Peruzzo (2009).

Este tipo de pesquisa admite vantagens sobre outras, uma vez que o pesquisador possui uma visão interna do ambiente e acaba por interagir e vivenciar as atividades dos indivíduos, levantando dados a partir destes informantes. Neste caso não se coloca no lugar daqueles que vivem o ambiente, apesar de tentar ao máximo diminuir as diferenças, assume o papel de observador e o grupo pode ter conhecimento que está sendo investigado. Conforme Peruzzo (2009, p. 125) “a pesquisa participante consiste na *inserção* do pesquisador no *ambiente* natural de ocorrência do fenômeno e de sua *interação* com a situação investigada”, o que permite acrescentar que a observação participante também pode ser reconhecida como uma pesquisa etnográfica, denominada por Gil (2008) como artificial, visto que o observador não pertence a mesma comunidade e tem o objetivo a investigação.

Sua mensuração ocorre de forma qualitativa o que permite “atingir elevado grau de profundidade” (PERUZZO, 2009, p. 130) e “[...] se concretiza na coleta e análise de dados primários empíricos” (PERUZZO, 2009, p. 144), que facilita o reconhecimento da organização, pois o pesquisador vive a verdadeira realidade do ambiente. Por outro lado, pode interferir nos resultados com a sua bagagem simbólica e pode também não conseguir se homogeneizar ao ambiente, e assim com sua presença as atividades ocorrem de forma controversa.

Kunsch (2003, p. 121) afirma que “o chamado público interno é um público multiplicador dos mais importantes da organização” e, portanto, a observação participante aplica-se com o público interno da Prefeitura, os colaboradores, classificado por França (2003) como público essencial não-constitutivo, pois a organização depende deste público para sua

manutenção, constituição e prática das atividades-fim, mas não interferem na estrutura organizacional.

A Secretaria Municipal de Educação, Cultura, Desporto e Turismo toma frente às atividades de comunicação interna e externa, inclusive desempenha o papel de organizar e executar as festividades que ocorrem no município. Ainda não há um setor composto por profissionais graduados da área de Comunicação, tampouco a aplicação de técnicas e estratégias nas festividades que ocorrem, pois normalmente são executadas por “hábito” e por tradição. Pesquisas de opinião não são aplicadas e as atividades se repetem sem planejamento e avaliação (sem estratégia) e sem envolvimento da comunidade. Os demais cargos e funções no organograma organizacional são bem definidos. Cada setor tem suas atividades corriqueiras e não há um envolvimento coletivo nas festividades e nas atividades desempenhadas pela Prefeitura. A maior parte dos colaboradores são mulheres e quase a totalidade são moradores e naturais de São João do Polêsine e possuem família e filhos nas escolas da cidade.

3.3.1.2 Análise Documental

A análise documental é uma prática operacional que tem por objetivo identificar, verificar e avaliar documentos normalmente com fontes em impressos, documentos oficiais e pessoais. Neste caso a análise ocorreu de forma quanti e qualitativamente para embasar o *corpus* da pesquisa, e como classifica Moreira (2009), a fonte utilizada foi secundária, pois os dados já estavam reunidos.

Esta ferramenta pode ser executada para investigar impressos, áudios, vídeos e filmes. De acordo com a autora “é uma forma de investigação que consiste em um conjunto de operações intelectuais que têm como objetivo descrever e representar os documentos de maneira unificada e sistemática para facilitar a sua recuperação” (MOREIRA, 2009, p. 276).

A análise documental é eficaz e eficiente para contextualizar e introduzir novas perspectivas à pesquisa, pois a partir dos documentos e materiais existentes podem-se identificar as necessidades da unidade e embasar teoricamente os argumentos.

Em janeiro de 1991, a Lei do Arquivo (nº 8.159)⁸ regulamentada pelo decreto nº 4.553 de dezembro de 2012, afirma em seu artigo 1º que é obrigação do poder público “a gestão documental e a proteção especial a documentos de arquivos, como instrumento de apoio à administração, à cultura, ao desenvolvimento científico e como elementos de prova e informação”. Mas se observa que nenhum evento é planejado de forma formal, documental e

⁸ Consulta pública disponível no site: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8159.htm

nem mesmo arquivado para investigações ou consultas posteriores, o que dificulta a pesquisa e a avaliação posterior dos eventos desenvolvidos.

Portanto para esta técnica selecionou-se todos os documentos referentes às festividades desenvolvidas nos últimos quatro anos, bem como a agenda de eventos dos anos de 2015 e 2016. A partir da análise dos documentos, destacaram-se as principais temáticas das festividades que estão relacionadas à gastronomia, agricultura, tradição cultural italiana e à religiosidade. Estas que se utilizam dos atributos locais para sua execução e estimular visitantes externos. Excluindo o Festival de Inverno de Vale Vêneto, que ocorre em parceria com a Universidade Federal de Santa Maria, a Prefeitura realiza eventos rotulados “tradicionalis” que são principalmente pensados para o público externo (visitantes de outras cidades). Faz-se necessária a observação de que os eventos agendados para o ano de 2016 sofreram interferência devido ao ano eleitoral.

Quadro 1: Agenda de Eventos de 2015.

MÊS	EVENTO
Janeiro	10 – Baile do Chopp
Fevereiro	08 – Romaria e festa da Nossa Senhora de Lourdes
Março	13 a 15 - Semana do Município 29 – Semana Santa
Abril	02 a 04 – Semana Santa
Maiο	15 a 17 – 60ª Festa do Arroz
Junho	04 – Festa de Corpus Christi 16 a 21 – Campeonato Estadual de Ornitologia do RS 18 a 21 - Festa do Padroeiro São João Batista
Julho	26 a 31 - Festival de Inverno (segue em agosto)
Agosto	01 e 02 - Festival Internacional de Inverno e Semana Cultural Italiana de Vale Vêneto ⁹
Setembro	01 a 07 – Atividades alusivas à Semana da Pátria 04 a 13 – Romaria ao Monumento de Nossa Senhora da Salette 13 a 20 – Semana Farroupilha
Outubro	04 a 10 – Atividades comemorativas ao dia da Criança
Novembro	07 e 08 – 63º Rancho do Radioamador Gaúcho

⁹ Distrito do município de São João do Polêsine.

Dezembro	12 – Natal Iluminado e Festa da Pizza e do Gelato
----------	---

Fonte: Calendário de Eventos 2015, Secretaria Municipal da Educação, Cultura, Desporto e Turismo.

Pode-se observar que a agenda de eventos do ano de 2015 possuiu eventos todos os meses, e estes já ocorriam em outros anos, confirmando a ocorrência de tradicionalismo nas festividades.

Quadro 2: Agenda de Eventos de 2016.

MÊS	EVENTO
Janeiro	X
Fevereiro	X
Março	13 a 15 - Semana do Município
Abril	X
Maiο	13 a 15 - 61ª Festa do Arroz
Junho	24 a 26 - Festa de São João
Julho	24 a 31 - Festival Internacional de Inverno e Semana Cultural Italiana de Vale Vêneto
Agosto	X
Setembro	X
Outubro	X
Novembro	X
Dezembro	Durante o mês Festividades Natalinas

Fonte: Calendário de Eventos 2016, Secretaria Municipal da Educação, Cultura, Desporto e Turismo.

A agenda de eventos do ano de 2016 foi seriamente afetada devido ao ano eleitoral e, portanto o investimento em eventos foi reduzido, permanecendo apenas os mais tradicionais do município.

3.3.1.3 Auditoria de Mídia

De acordo com Bueno (2009, p. 348). “pela influência da mídia na construção da imagem de organizações, governos e, inclusive, das chamadas “celebridades” [...], a auditoria de imagem na mídia se reveste de fundamental importância”. Isto ocorre, pois é a partir da mídia que os públicos consomem informações e conteúdos sobre a organização, da mesma forma como constroem imagem e se relacionam com as mesmas.

A diferença da análise de centimentragem (*clipping*) para a auditoria de imagem, é que a primeira propõe calcular quantitativamente o espaço físico em que a organização está na mídia, ao passo que a última tem por objetivo analisar aspectos qualitativos de conteúdo, frequência, públicos atingidos, origem da publicação (espontânea ou financiada), etc. A recepção e avaliação qualitativa é importante porque cada público recebe e reage à informação de uma forma diferente, portanto o conteúdo e o “peso” do veículo também influenciam na avaliação.

As notícias enviadas à mídia devem ser encaminhadas para os veículos realmente importantes para a organização, não somente disseminados sem estratégia. O veículo e a informação devem ser relevantes e utilizados de forma eficientes. O profissional não deve utilizar a auditoria apenas para verificar a presença da organização a mídia, mas sim, “corrigir distorções ou equívocos publicados pelos veículos, preencher lacunas de divulgação e aproveitar oportunidade” (BUENO, 2009, p. 361).

Segundo Kunsch (2009, p. 236) a auditoria é uma ferramenta essencial “para avaliar o desempenho da organização” e a partir disto, o objetivo desta análise foi verificar o consumo dos dispositivos midiáticos utilizados pela Prefeitura, e compreender qual a escala de utilização dos mesmos e em quais veículos a Prefeitura foi mencionada ou utilizou dos meios para divulgação. Com isso compreendê-los a fim de indicarem e/ou nortearem novas propostas e possibilidades de comunicação externa da Prefeitura.

O *clipping* tão pouco a auditoria de mídia são práticas instauradas pela administração municipal e somente ocorre o *clipping* quando a matéria é considerada relevante e menciona/credita à Prefeitura, portanto não há consulta diária e as matérias são distribuídas conforme os setores. Isto ocorre, pois habitualmente o que é mencionado nas matérias é o evento em si e não quem o realiza/promove (a Prefeitura), sendo dessa forma não considerado pelo setor como matéria relevante.

Para poder avaliar e compreender, ainda que brevemente, o histórico da Prefeitura na mídia investigou-se os principais meios de comunicação externa e que devem ser consideradas fontes para auditoria. São os jornais locais – Cidades do Vale, Jornal Integração – e o jornal Diário de Santa Maria e A Razão de Santa Maria; as emissoras de rádio locais – La Sorela, Rádio Comunitária São Roque, Rádio Integração – e a Rádio Pampa, de Santa Maria; virtual - RBS TV de Santa Maria, e na página g1/riograndedosul no site globo.com.

A análise dos veículos mencionados compreende a periodicidade de janeiro a maio de 2016 e estes foram selecionados uma vez que são meios oficiais de comunicação local e regional.

Quadro 3: Auditoria de Mídia/*Clipping*

MÊS	VEÍCULO	FREQUÊNCIA	PUBLICAÇÃO
Janeiro e Fevereiro	Jornais impressos	Nenhuma	Nenhuma
	Emissoras de rádio	Nenhuma	Nenhuma
	Televisão	Nenhuma	Nenhuma
	Internet	Nenhuma	Nenhuma
Março	Jornais Impressos	1 vez	Divulgação da programação do município (financiado)
	Emissoras de rádio	1 vez	Divulgação da programação do município (financiado)
	Televisão	Nenhuma	Nenhuma
	Internet	Nenhuma	Nenhuma
Abril	Jornais impressos	Nenhuma	Nenhuma
	Emissoras de rádio	Nenhuma	Nenhuma
	Televisão	Nenhuma	Nenhuma
	Internet	Nenhuma	Nenhuma
Maio	Jornais Impressos	1 publicações entre os dias 13 a 19 2 publicações entre os dias 20 a 26	Notícias sobre a preparação do evento e notícias do pós-eventos (jornais locais e financiados).

	Emissoras de rádio	1 semana, 3 repetições por dia, 10 segundos (spotted)	Alerta sobre os dias da Festa e algumas informações sobre a programação (financiado).
	Televisão	1 semana, 1 repetição por dia, 15 segundos	Divulgação da programação da Festa do Arroz (financiado).
	Internet	3 dias, 1 publicação por dia	Divulgação da programação, valores, expositores e atrações (institucional no site da Prefeitura).

Fonte: Acompanhamento nas mídias impressas, *online* e via rádio.

Pode-se afirmar que a utilização dos meios de comunicação de maior influência local são utilizados apenas durante os eventos de maior importância e ditos tradicionais no município, além de serem publicados de forma financiada. Nos outros meses analisados, não há publicação, tampouco interação entre a Prefeitura e as mídias.

3.3.1.4 Análise Swot

Esta técnica é muito utilizada na construção de um planejamento estratégico, pois reúne dados internos e externos à organização, apontando suas forças, oportunidades, fraquezas e ameaças. Segundo Chiavenato e Sapiro (2009) é uma ferramenta que serve para analisar o cenário e assim destacar a posição da organização. A partir desta análise pode-se averiguar o posicionamento da organização e propor caminhos e ações para que os objetivos sejam executados de forma plena, suprimindo a expectativa e a necessidade do público de interesse.

A análise Swot de acordo com Kotler (2000) deve ser uma ferramenta utilizada de forma periódica, visto que desta forma a organização ajusta seu posicionamento conforme a necessidade do público e usufrui dos dados obtidos para que sua existência seja o mais relevante possível.

Para a compilação dos dados utilizou-se análise documental e observação participante como técnicas e, a seguir elencou-se as informações encontradas:

FORÇAS

- Setores compostos por profissionais de diferentes áreas;
- Boa infraestrutura: centro de eventos, salas equipadas, Câmara de Vereadores;
- Possibilidade/aceso de recursos materiais;
- Bom relacionamento entre funcionários dos setores;
- Boa aceitação de sugestões;
- Grande disponibilidade de pessoas e informações;
- Oportunidade e necessidade de sugestões,

FRAQUEZAS:

- Organização interna – organograma com sobrecarga de funções;
- Ausência de setor específico para a comunicação;
- Pouca ou nenhuma interação com os meios de comunicação;
- Pouca ou nenhuma, análise de retorno (*feedback*) dos meios comunicacionais;
- Ausência do processo comunicacional (pesquisa, planejamento, execução e avaliação de projetos);
- Falta de reconhecimento das necessidades comunicacionais e sociais da prefeitura e população;
- Carência de eventos de cunho educacional;
- Ausência de organização em relação à documentação dos eventos, projetos em geral
- Pouco envolvimento com as Escolas e alunos, com a comunidade e o município em geral;
- Falta de atividades com resultados a médio ou longo prazo.

OPORTUNIDADES

- Possibilidade de integração com os outros órgãos para promover/desenvolver projetos,
- Utilizar os espaços disponíveis (praça, centro de eventos, salão paroquial, escolas) e o aspecto natural onde a cidade está inserida (campo, verde, proximidade com a natureza),
- Proximidade geográfica com a cidade cultura de Santa Maria – RS, facilitando os contatos para as atividades da programação.

AMEAÇAS

- Possível cancelamento de recursos,

- Clima instável para eventos ao ar livre.

A partir da mensuração e da análise dos resultados obtidos pudemos chegar à conclusão que havia uma séria deficiência documental em todos os setores da Prefeitura, uma falta de estrutura comunicacional e profissional da área para gerir o processo de pesquisar, planejar, executar e avaliar os procedimentos, principalmente as festividades, que são o objetivo da pesquisa. Além de não haver nenhum relacionamento com a mídia, uma vez que não há participação de nenhum veículo durante as festividades além do que, todas as publicações encontradas foram executadas de forma financiada, ou seja, nenhuma publicidade ocorreu de forma gratuita. E também não é realizado um trabalho de auditoria e acompanhamento na mídia.

A estrutura física (Praça Matriz, espaço ao ar livre, Câmara de Vereadores, Centro de Eventos e Salão Paroquial) é de qualidade, mas pouco aproveitada e como se trata de uma instituição pública. O quesito financeiro é um ponto negativo, mas contornável se o projeto for planejado em longo prazo (utilizando-se das etapas estratégicas). A análise das agendas festivas dos últimos anos mostra a total carência de um evento direcionado para os alunos e as escolas, pois até o momento as festividades normalmente possuem cunho tradicional ou religioso. Esta carência em relação à questão cultural/educacional vai contra os princípios do interesse público e da finalidade classificados como Princípios Infraconstitucionais. A própria Constituição Federal defende que “todo o poder emana do povo” e, portanto, o interesse público traz o benefício e bem-estar à população. A administração pública deve buscar estes resultados da forma mais prática e eficaz possível, sendo que estes resultados devem estar ligados às necessidades do interesse público. Sem sombra de dúvidas educação é de interesse público e até o momento está subtraída de destaque e atenção.

Para a obtenção de resultados mais substanciais para a proposta do projeto, fez-se necessário o direcionamento das etapas seguintes e, desta forma, optou-se pela aplicação de técnicas e métodos dirigidos.

3.3.2 Técnicas e Métodos de Pesquisa Dirigida do Diagnóstico

As técnicas e métodos foram aplicados de forma segmentada com os professores, com os visitantes da Festa do Arroz¹⁰ e com os alunos das escolas municipais e estaduais, pois a necessidade de ouvir estes públicos que não participam ativamente das festividades e muito

¹⁰ Decidiu-se realizar uma pesquisa de opinião pública neste evento, pois é o maior e mais tradicional do município. Desta forma, devido ao grande número de visitantes e envolvido pôde-se questionar e analisar a participação dos mesmos.

menos foram públicos específicos até o momento, foi de extrema importância para a construção do diagnóstico e proposta de soluções.

3.3.2.1 Pesquisa de Opinião Pública

Segundo Novelli (2009) esta técnica tornou-se uma metodologia de investigação científica e é usada em vários campos, mas principalmente na Comunicação Social e é aplicada a fim de reconhecer a opinião pública. Sua aplicação é de extrema importância para embasar um diagnóstico, pois é mensurável de forma quantitativamente, o que fortalece e impulsiona ainda mais o trabalho do profissional de Relações Públicas, por exemplo.

O processo da pesquisa, de acordo com a autora, ocorre em cinco etapas: planejamento, realização, processamento dos dados, análise dos dados e elaboração do relatório final.

PESQUISA DE OPINIÃO PÚBLICA	
ETAPAS	DEFINIÇÕES
Planejamento	- estratégia: conhecer pessoalmente os entrevistados; - objetivo da pesquisa é esclarecido: apontar se os eventos promovidos no município estão sendo consumidos e para qual público está sendo promovido; - público de interesse: dois grupos: visitantes da Festa do Arroz e os alunos das seis escolas, - questões: estruturado com perguntas fechadas e abertas.
Realização	Aplicação com o público da Festa do Arroz (sábado dia 14/05, entrevistados abordados aleatoriamente) ¹¹ e com os alunos das escolas (entre 02/05 até 25/05) ¹²
Processamento dos dados	Compilação e contabilização das respostas
Análise dos dados	Fundamentação estatística em porcentagens
Elaboração do relatório final	Mensuração e argumentação dos resultados

¹¹ Foram abordados aleatoriamente vinte visitantes durante o dia 14/05 na Festa do Arroz.

¹² De acordo com a amostragem probabilística estratificada de Gil (2003), do total de 576 alunos entre as seis escolas municipais e estaduais, selecionou-se uma turma de cada faixa-etária de cada escola. Portanto, foram entrevistados 116 alunos. a) Escola Municipal de Ensino Fundamental La Salle: uma turma com doze alunos de 6-9 anos; b) Escola Municipal de Ensino Fundamental Pedro Paulo Pradella: uma turma com dez alunos de 6-9 anos; c) Escola Municipal de Ensino Infantil Recanto dos Sonhos: uma turma com seis alunos de 4-5 anos; d) Escola Municipal de Ensino Infantil Beija-Flor: uma turma com dez alunos de 4-5 anos; Escola Estadual de Ensino Básico Padre Rafael Iop: uma turma com sete alunos de 6-9 anos, uma turma com quinze alunos de 10-14 anos; e Escola Estadual de Ensino Básico João XXIII: uma turma com oito alunos de 6-9 anos, uma turma com vinte e cinco alunos de 10-14 anos e uma turma de vinte e três alunos de 15-17 anos.

A estratégia foi definida, pois conforme Novelli (2009), a coleta de dados de forma pessoal consegue atingir de maneira mais rápida e eficiente os resultados, porque ocorre a explicação das questões e do tema, o índice de questionários respondidos de forma completa e o alcance de entrevistados antes inacessíveis (crianças que não sabem ler) é maior, e contribui para a aplicação do método.

Os públicos participantes da pesquisa foram definidos uma vez que, os visitantes da Festa do Arroz, estavam participando de uma festividade municipal e a população e visitantes estavam reunidos em um só local, podendo opinar sobre o mesmo. Os alunos também foram classificados como de interesse, pois representam cerca de 25% da população municipal, que a princípio não estavam sendo contemplados diretamente pelos eventos promovidos pela Prefeitura.

A escolha do modelo das questões foi eleita para oferecer mais profundidade e realmente permitir que o entrevistado se expresse espontaneamente na questão aberta, este roteiro aplicado pode ser verificado no apêndice (apêndice 8.3).

3.3.2.2 Grupo Focal

Costa (2009, p. 180) define o grupo focal como uma metodologia, mas também como “[...] uma ferramenta de pesquisa qualitativa, que ajuda a identificar tendências, o foco, desvenda problemas, busca a agenda oculta do problema [...]”. Aplicada por meio de uma entrevista coletiva, esta ferramenta possibilita identificar o que é essencial para o nosso público e a interação entre os participantes enriquece as respostas e também permite que o moderador conduza e flexibilize o roteiro conforme o andamento da discussão.

Além disso, “o grupo focal é altamente recomendável quando se quer ouvir as pessoas, explorar tema de interesse em que a troca de impressões enriquece o produto esperado, quando se quer aprofundar o conhecimento de um tema” (COSTA, 2009, p. 183).

Para elaborar o roteiro da entrevista (apêndice 8.2), fez-se necessário definir o objetivo da mesma e, partir de então, seguir para a construção das perguntas em blocos (que totalizam treze questões classificadas como amplas, focadas, genéricas, fechadas, abertas e mistas). O público é “definido de acordo com a necessidade do pesquisador” (COSTA, 2009, p. 185) e, portanto, foram selecionados dentre um grupo de cinquenta e quatro professores, as diretoras das seis escolas da cidade para participar do grupo focal. O público foi assim definido, pois ao longo das quatro primeiras técnicas e metodologias aplicadas, o rumo da pesquisa foi se

desenhando e as necessidades aparecendo. Os professores representam as escolas e possuem o maior contato com os alunos que significam cerca 25% da população local.

O objetivo principal da reunião foi investigar o posicionamento das professoras tanto como diretoras das escolas como cidadãs nas festividades realizadas na cidade e reconhecer as necessidades nesta prática. Esta reunião foi agendada via ligações para as diretoras das escolas para o dia 20/06 na sede da Prefeitura com a pauta sobre a avaliação dos eventos municipais.

Em relação aos dados obtidos na reunião do grupo focal as professoras estão na sua totalidade parcialmente satisfeitas com os eventos realizados, acreditam que os eventos são práticas relevantes e que a comunidade se beneficia ao participar. No que diz respeito à Festa do Arroz elas consideram como pontos positivos a valorização da produção agrícola da cidade, mas que tratam apenas de questões comerciais e empresariais, sendo a atração as “mesadas”¹³ nos almoços e jantares. Elas participam praticamente de todos os eventos que ocorrem no município e afirmam que algumas de suas necessidades são desconsideradas. Ao mesmo tempo reconhecem a necessidade de um evento que envolva as escolas e que motivem e instiguem os alunos, pois as escolas realizam eventos internos (meio ambiente, teatros, exposição de trabalhos), mas os alunos não participam de outro evento do mesmo segmento fora das instituições. De acordo com as entrevistadas, as atrações que mais chamam atenção de seus alunos e a elas, como pertencentes à comunidade são as lúdicas como teatro, cinema, história, etc. Para a melhor disposição física dos eventos, destaca-se a organização de nichos específicos e também espaços comuns embaixo de tendas. Os melhores locais para realização segundo elas seriam no centro de eventos ou na praça principal. Quanto à comunicação as escolas normalmente informam seus alunos a partir de cartazes nos murais e nas salas de aulas, bilhetes enviados aos pais, mídias sociais digitais e elas consomem informações a partir dos jornais impressos, rádios, televisão, *e-mail* e internet.

Os resultados contabilizados na aplicação da pesquisa de opinião (roteiro no apêndice 8.3) com os visitantes da Festa do Arroz, que totalizaram vinte questionários, apontaram que 60% eram moradores da cidade, 50% compareciam frequentemente aos eventos, 60% se envolvia de alguma forma com a execução do evento, 40% concordam totalmente com a realização dos eventos, 50% consideram relevantes os eventos, 60% consideram-se parte do evento, pois eram agricultores e empresários, 75% identificam que há deficiência de eventos, principalmente em relação às crianças, as escolas, à terceira idade e que os eventos não ocorrem

¹³ Termo tradicionalmente utilizado nos eventos italianos da Quarta Colônia para especificar o horário que será servido a refeição e sua repetição.

com frequência, dentre as atrações mais interessantes as mais selecionadas foram teatro, cinema e palestras, e como principal local escolhido destacaram-se a praça principal e o centro de eventos municipal.

Os resultados da pesquisa aplicada com os alunos das escolas indicaram que quase 65% frequentemente circulam pelos eventos municipais, 60% participam de alguma forma na execução do evento e confidenciaram que muitas vezes ocorre por obrigação, as principais atividades que se envolvem fora da escola é no trabalho, passam um tempo no celular, assistindo televisão, jogando *videogame*, com os amigos, ouvindo música e em atividade religiosas, 52% dos entrevistados aprovam parcialmente a realização dos eventos municipais, pois 27% afirmam que não se sente parte do evento, percebe que o evento não é realizado pensando nele como público, 64% afirmam que os eventos são relevantes, mas 83% percebem a necessidade de um evento mais específico para a faixa etária e que abarque temas como música, brincadeiras, entretenimento, crianças, palestras, viagens, leitura e cerca de 20% dos alunos de Vale Vêneto gostariam que os eventos ocorressem com mais frequência no distrito.

Em relação ao local mais apropriado para realizar eventos, a Praça Matriz foi selecionada por 45% dos entrevistados seguida do Centro de Eventos com 33% e, as atividades que mais chamam a atenção estão a música, o cinema, a poesia, dança, palestra, concursos, gincanas, desafios, competições e jogos escolares. Na questão sobre como eles se informam 50% utilizam as redes sociais e a televisão, enquanto 40% recebem informações diretas da escola por meio de cartazes e murais e 10% direto com os pais.

A partir da análise dos dados pôde-se concluir que os eventos realizados como já mencionado são tradicionais, religiosos e momentâneos não havendo nenhum tipo de evento de cunho educacional. As escolas e os alunos participam de alguns eventos como a Festa do Arroz, por exemplo, mas não de forma ativa ou desenvolvendo algum trabalho (cada escola monta seu carro temático e desfila pela rua principal); apenas quinze alunos participam de atividades extras (percussão), mas os demais alunos não são envolvidos em nenhuma atividade fora da escola e sentem falta de opções. As escolas promovem eventos internos como trabalhos para apresentação geral, mas ocorrem de forma individual (cada turma faz a sua apresentação) e envolvem mais do que uma disciplina (algumas disciplinas trabalham juntas), mas as escolas não interagem entre si. Nenhum aluno havia participado antes de uma pesquisa e nunca sugeriu nenhuma atividade ou propôs melhorias de forma geral. Os eventos que são realizados não contemplam todos, pois alguns participam quase que de forma obrigatória e não reconhecem relevância na sua participação. Como sugestões de eventos ideias como gincanas, cinema,

palestras, teatro, livro, música, shows, mateadas foram citadas. A maior parte prefere atividades apenas com os colegas, mas não se impuseram contra uma proposta de atividade coletiva, e em relação ao dia/turno, preferem durante o horário escolar e dependendo da atividade no fim de semana. Os alunos para se informar utilizam os murais da escola, seus pais, jornais, televisão e mídias sociais digitais – *Facebook* – que então pode ser considerado um canal de grande acesso e eficiente.

Com a organização e planejamento prévio dos eventos, bem como a liberação de informações relevantes para a comunidade local, pode-se trabalhar o relacionamento com a mídia enviando *releases*¹⁴ mais frequentes e liberando informações sobre as atividades. Desta forma promove-se participação, informação, visibilidade e transparência organizacional – *accountability*¹⁵. Isto passa a ser visto como um meio para a construção da confiança, reputação, legitimação da administração pública e outros atrativos intangíveis, próprios das funções dos Relações Públicas e da construção de uma ética em contextos organizacionais, ou seja, uma prestação de contas que gera credibilidade e é de interesse público. Tudo o que é realizado com o dinheiro público deve ser informado à população, além de ser um direito, a comunidade pode acompanhar, participar, sugerir e interferir nos projetos que são desenvolvidos.

A população escolar representa cerca de 25% da população municipal e não é especificadamente contemplada em nenhum evento específico promovido pela Prefeitura. E a partir destes resultados e destes dados, é que se toma como público de interesse para a execução de um evento educacional os alunos das escolas de São João do Polêsine. Desta forma, propõe-se à Prefeitura Municipal a execução de uma Feira do Livro a fim de atender a demanda social encontrada ao longo das pesquisas, tanto pela comunidade como pelos alunos.

3.1 OBJETIVO GERAL

Desenvolver ações culturais, através da 1ª Feira Do Livro, na comunidade da cidade de São João do Polêsine – RS.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- envolver a comunidade, alunos e professores nas atividades culturais durante o evento;
- incentivar o contato direto com as obras e autores de livros;

¹⁴ Forma de divulgação em notícia na imprensa, que visa promover a instituição por meio de informações, de acordo com Cesca (2006).

¹⁵ Segundo Peres-Neto (2014) é uma forma de garantir a transparência como consequência da mera disponibilidade de informação.

- promover entretenimento, conhecimento, lazer e acesso livre à leitura;
- proporcionar espaço para divulgação de trabalhos literários e autores,
- distribuir novas obras literárias entre as bibliotecas escolares.

3.3 PÚBLICOS

O evento proposto foi de posição laica, não levando em conta os vínculos de crença, mas sim de interesse público, como a educação. O público de interesse envolve toda a comunidade municipal principalmente a escolar, pois a escola é a maior esfera de contato com a leitura e conhecimento, e é nesta fase que se forma o perfil leitor do indivíduo. No momento em que conseguimos influenciar os alunos, uma espécie de “efeito dominó” ocorre, pois estes alunos irão transmitir o conhecimento e as experiências adquiridas para seus familiares, e assim por diante.

Segundo França (2008), as organizações se relacionam com seus públicos por motivos institucionais, promocionais e de negócios. Neste caso, ao promover uma Feira do Livro com objetivos culturais e educacionais, classifica-se o relacionamento como institucional, pois o evento será promovido pela Prefeitura para a comunidade municipal a fim de, entre outros objetivos, estreitar e investir no relacionamento entre as partes.

Adaptando o olhar para uma comunicação e um relacionamento que envolve a esfera pública, tomamos a comunidade como “cliente” da administração pública. Este enquadramento fez-se necessário, pois as classificações dos públicos levam em conta principalmente as organizações do segundo setor, e diferentemente de França (2012), a comunidade não pode ser classificada como não essencial, pois é para ela e com ela que a Prefeitura trabalha e presta seus serviços. Classificamos, portanto, de acordo com o mapeamento lógico dos públicos a comunidade escolar como público essencial não constitutivo primário, pois são imprescindíveis para a viabilização da instituição, participam da execução das atividades-fim e se envolvem de modo legal e permanente com a instituição. França (2012) menciona que instrumentos como encontros, parcerias, projetos sociais, patrocínios, eventos etc., podem ser utilizados a fim de planejar estrategicamente a comunicação e o relacionamento com este público, e esta afirmação inicia a justificativa da realização da 1ª Feira do Livro do município.

3.4 JUSTIFICATIVA

Esta proposta foi o início de um trabalho, pois foi a primeira edição da Feira do Livro e abre caminhos até agora inexplorados, mas que são necessários e de extrema importância para

a comunidade local. O intuito do projeto foi de contribuir com a sociedade, solucionando os problemas encontrados nas pesquisas (realizadas para gerar dados para o diagnóstico) e promovendo uma mudança social.

Considerando a importância estratégica da leitura para o desenvolvimento socioeconômico do município e dos indivíduos, e a necessidade de implementação de políticas claras e consistentes para a área educacional, o evento proporcionou à comunidade o acesso facilitado a uma série de livros com valor reduzido, contato direto com autores, espetáculos teatrais, atividades lúdicas e espaço para troca de conhecimento e experiências.

A realização deste evento fez-se necessária já que boa parte dos municípios gaúchos, inclusive São João do Polêsine demandam de livrarias, bibliotecas públicas e pouco acervo nas bibliotecas escolares. Desta forma inicia-se um processo que visa valorizar a leitura para promover o conhecimento, a prática da cidadania e o crescimento social da comunidade.

O projeto teve a finalidade de obter resultados institucionais e sociais para a população uma vez que a verba pública foi aplicada em um projeto em prol do benefício público e executada pela Prefeitura Municipal. Desta forma comprovou-se o compromisso com a qualidade dos serviços e propostas para comunidade, bem como a preocupação com a qualidade de vida e solução de uma demanda social.

A temática selecionada foi determinante para a seleção da maior parte das atividades, pois a leitura é fonte de conhecimento e pode ser aplicado de forma prática neste ambiente, principalmente, visto que contamos com a participação e engajamento ativo das escolas tanto na elaboração dos trabalhos que serão apresentados como na motivação dos alunos.

O evento proporcionou experiências novas para a comunidade, pois escritores da região da Quarta colônia e também de Santa Maria participaram da programação, renovando as atividades e trazendo novas perspectivas para os participantes.

3.5 AÇÕES E ESTRATÉGIAS

Como afirma Baccaga (1994, p. 118) “A realidade das instituições públicas e das empresas privadas tem demonstrado a necessidade de um *planejamento* articulado das diversas mídias para a composição das estratégias globais de comunicação”. Portanto a escolha das atividades ocorreram de acordo com os objetivos e proposta do evento, e dessa forma selecionar os meios e tipo de relacionamento com cada esfera estratégica.

3.5.1 Identidade Visual

A identificação do evento é de acordo com Hamam (2006) parte essencial para dar suporte comunicacional, produzir memorização e chamar a atenção do público. Deve usar uma linguagem de acordo com o público e de forma sucinta traduzir o conceito do evento.

Esta etapa tornou-se ainda mais relevante, pois a proposta do projeto foi a realização da primeira edição da Feira do Livro de São João do Polêsine – RS, sendo que havia a necessidade de criação de uma identidade contemporânea e perene, para que possa ser utilizada nas próximas edições da Feira. Juntamente a isso, a criação da temática para a edição estará presente na produção dos materiais gráficos e terá função de criar um cenário específico.

Para o pós-evento a identidade também é de extrema importância, pois irá gerar um sentimento de pertencimento e manter a questão de reconhecimento com a comunidade que participou. A partir da construção da identidade e da temática, pode-se aplicar nos materiais gráficos, digitais e de divulgação como: cartaz, programação, faixas informativas, totem de identificação das atividades na Feira, convite para os autores, crachás para comissão organizadora, postagens digitais, *avatar* e capa para *Facebook*, carta de agradecimento aos convidados, bem como a criação do selo da Feira. Estes materiais gráficos foram distribuídos em locais de grande circulação de pessoas como as escolas (em cada sala de aula e nos murais), mercados, rodoviária, farmácias, igreja, nas entidades pertencentes à comissão Organizadora, nas empresas patrocinadoras e também na própria Prefeitura.

Assim como todas as etapas do projeto, a criação da identidade visual do evento contou-se com a participação de um profissional qualificado na área (publicitário e/ou produtor editorial), para que este fosse realmente um projeto planejado de forma profissional que vise um resultado excelente e mensurável (materiais gráficos da identidade visual no anexo 7.2).



Figura 3.5.1 – Identidade Visual

Fonte: Materiais Gráficos 1ª Feira do Livro de São João do Polêsine, autoria Rossano Rosa

3.5.2 Posicionamento com a mídia

Segundo Hamam (2006) devemos selecionar os meios e preparar bem as mensagens para que o público sintá-se interessado e participe do evento. Para o posicionamento e relacionamento com a mídia externa (imprensa) é necessário filtrar os meios mais influentes para a comunidade e que irão surtir efeito na forma de instigar participantes externos da cidade. Os principais meios de comunicação foram: a) Jornais impressos: envio de *releases*, entrega de *press-kit* com a programação da Feira e os materiais que serão distribuídos – Cidades do Vale, Jornal Integração (locais) e o Diário de Santa Maria e A Razão (Santa Maria); b) Emissoras de rádio: envio de releases com texto adaptado – La Sorela, Rádio Comunitária São Roque, Rádio Integração (locais) e a Rádio Pampa, Rádio Gaúcha, Rádio Imembuí, Rádio Atlântida (Santa Maria); c) Mídia Televisiva: envio de *release* - RBS TV, Santa Maria, TV Campus (Santa Maria), e d) Mídia social digital: através de *teasers* publicados no site oficial da Prefeitura, no site da UFSM, no site do Centro Universitário Franciscano e na página do evento criada do *Facebook*, produzindo conteúdo através da liberação da programação, de informações sobre horário de realização, presenças de autores confirmadas, a escolha do patrono/patronesse e postagens momentâneas do evento. Esta última prática classificou-se também como comunicação institucional, pois utilizou o site oficial e a página no *Facebook*, convergindo os conteúdos e as plataformas.

O posicionamento e relacionamento com a mídia foi uma das etapas mais relevantes para a realização e mensuração de um evento, e contou com uma equipe qualificada e com experiência para que fosse realizado um planejamento correto e estratégico. Por isso, fez-se necessário a organização de uma equipe responsável pela Assessoria de Imprensa da Feira do Livro, para a elaboração e acompanhamento de um projeto de comunicação (modelo de release e projeto de comunicação nos anexos 7.3 e 7.4, respectivamente).

3.5.3 Posicionamento com as escolas

No município existem quatro escolas municipais (Escola Municipal de Ensino Fundamental La Salle, Escola Municipal de Ensino Fundamental Pedro Paulo Pradella, Escola Municipal de Ensino Infantil Recanto dos Sonhos e Escola Municipal de Ensino Infantil Beija-Flor) e duas escolas estaduais (Escola Estadual de Ensino Básico Padre Rafael Iop e Escola Estadual de Ensino Básico João XXIII) que totalizam 576 alunos.

Foi necessário manter um relacionamento e uma comunicação ativa com os professores, para que eles instigassem os alunos e suas famílias a participarem da Feira. Através de um

convite presencial em cada turma, para que os alunos sintam-se valorizados e de certa forma comprometidos em participar. Outra ação implantada foram as “atividades em campo”: a aula dentro das salas foi trocada pela participação nas atividades da Feira – de acordo com a programação que contemplou todas as séries escolares.

O pré e pós-evento também foram de extrema importância, pois sugerimos que também sirva como avaliação do projeto. A proposta foi que os alunos comecem a desenvolver as atividades antes da Feira, mas que seguissem engajados a aplicar e manter os conhecimentos durante o dia a dia e no convívio familiar e escolar. Esta proposta foi discutida com as Escolas e pensada em conjunto. Pudemos distribuir previamente, de acordo com a série escolar, os livros que foram lançados na Feira e desenvolver trabalhos com os alunos como desenhos, poesias, contos, histórias em quadrinhos e que foram expostos na forma de “Varal Cultural” durante a Feira. Cada aluno ficou responsável por levar seu trabalho à Feira e ajudar a construí-la conforme era realizada, assim cada um foi protagonista e fez realmente parte da Feira.

A participação de um representante de cada escola na Comissão Organizadora foi uma forma de comprometê-los ainda mais e manter um canal de comunicação oficial com cada escola. Para isso se fizeram necessários encontros e reuniões com as escolas para o acompanhamento das atividades e envolvimento com os alunos.

3.5.4 Arrecadação de obras literárias

Esta ação tornou-se extremamente estratégica e relevante, uma vez que priorizou a continuação da Feira do livro no dia a dia da comunidade. Para que todos os alunos e mesmo a comunidade fossem beneficiados, outro objetivo pode ser inserido à realização do projeto: a arrecadação de obras literárias para a distribuição entre as bibliotecas escolares e municipal. Com isso, o evento não foi somente momentâneo, pois proporcionou resultados e experiências após o evento, pois a intenção de instigar os participantes a ler nos obrigou também, a oferecer recursos para isso. As obras puderam ser arrecadadas por meio de doação, patrocínio, apoio ou pela “troca” na participação dos autores (o cachê para os autores é revertido na aquisição de seus livros) e foram identificados com o selo da Feira, para que quando usados pudessem remeter identidade e relevância para o evento.

Para comprometer a participação durante a Feira, a retirada de livros foi realizada no espaço principal e no segundo dia de evento (quando as atividades para as escolas tenham finalizado), pela diretora ou professora responsável, incluindo a bibliotecária municipal.

3.5.5 Localização e Estrutura Física

Para que a Feira do livro atingisse seus objetivos de popularizar, incentivar e democratizar o acesso à leitura e conhecimento, a realização do evento na praça central da cidade justificou-se e, incentivou a participação e instigou a visitação à Feira. A utilização do espaço público e de fácil acesso facilitou o desenvolvimento das atividades letivas das escolas, pois as mesmas puderam marcar encontros diretos na Feira e a participação da comunidade em geral, pois a praça era rota para a maioria da população.

A estrutura de Feira contou com três lonas principais, uma para a organização dos livros a serem comercializados e a outra duas com palco de apresentações teatrais, espaço para o encontro com os autores e autógrafos e palestras (equipado com som, mesa, cadeiras para 150 pessoas), uma vez que atividades paralelas acontecerão. Já os espaços para contação de histórias e pinturas de rosto, praça de alimentação e espaço para estandes de comerciantes locais foram alocados em torno das estruturas principais, mas em espaços menores e individuais.

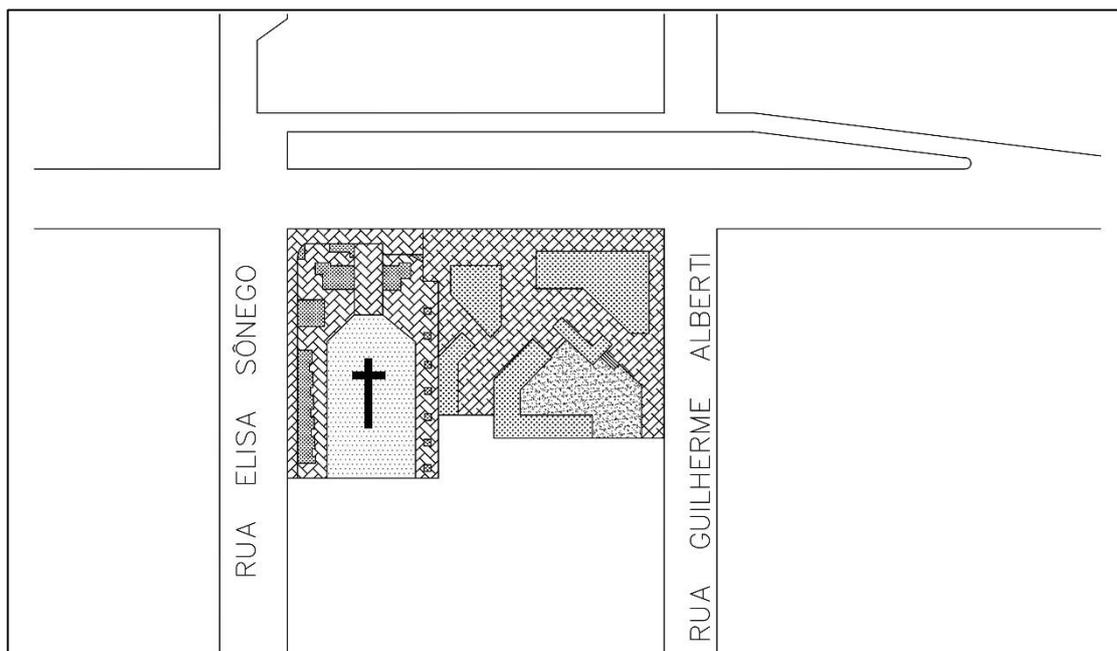


Figura 3.5.5 – Croqui Praça Matriz
Fonte: Setor de Engenharia do Município

3.5.6 Contato com Autores, Editoras e Palestrantes

A Feira promoveu o lançamento de livros e o relacionamento com os autores, além de permitir a comercialização de livros durante os dias do evento. Para isso, os contatos com os autores certos foram considerados para que estivessem em acordo com a faixa etária dos alunos e comunidade. Na forma de lançamento de livros, bate-papo, encontros literários, sessão de

autógrafos, palestras e oficinas a programação abrangeu todos os públicos e proporcionar espaços de diálogo com os participantes.

Em relação ao contato com as editoras, encontrou-se no mercado das Feiras de Livros, empresas que disponibilizam a estrutura física juntamente com um acervo de obras. Desta forma, otimizando os contatos e organizando de forma mais eficaz as instalações. Como este projeto visava a realização da primeira edição, sugeriu-se que empresas deste ramo fossem responsáveis por esta parte do evento.

3.5.7 Contato com Comerciantes Locais

Esta etapa foi relevante, pois todo o evento visou inclusive o desenvolvimento comercial e monetário da cidade. Portanto foram distribuídos espaços para que os comerciantes locais expusessem seus produtos. Pôde-se programar atividades temáticas que valorizassem os produtos locais e desta forma estreitar uma parceria com as empresas, para que pudessem fornecer seus produtos.

3.5.8 Programação

Uma programação planejada, ampla, organizada, atrativa faz com que o público participe cada vez mais. Desta forma, as atividades foram selecionadas para contemplar toda a comunidade, com foco principal nos estudantes.

As atividades seguiram a proposta de contar com lançamentos de livros, bate-papos literários, contação de histórias, pinturas de rosto, palestras (jovens e para adultos), teatros, ponto de troca de livros e construção do “Varal Cultural”.

A programação completa e descrita com os locais e horários pode ser conferida no apêndice 8.4.

3.5.9 Lançamento do Evento

A apresentação da Feira antes da data programada gera expectativa e proporciona um encontro para explicar a proposta, razões e resultados almejados com o evento, além de afirmar as parcerias e participações. Esta “pré-estreia” poderia ocorrer duas semanas antes da abertura oficial da Feira e contaria com a presença das entidades envolvidas na comissão organizadora, dos meios de comunicação que receberão informações, diretoras e professoras das escolas. Esta apresentação deve ocorrer em São João do Polêsine na Câmara Municipal de Vereadores (local com infraestrutura para apresentações e recepção de um grande número de pessoas) e se faria

necessário o envio de convites prévios. Devido ao período eleitoral, esta ação não pode ser realizada.

3.5.10 Cronograma de Execução da Feira

O cronograma funcionou como uma ferramenta para coordenar as etapas de execução do projeto, informando datas e responsáveis.

Quadro 4: *Check-list* de atividades

O que	Quando	Para Quem
Produção do material	22/08 – 02/09	Agência de Publicidade
Impressão do material	06/09 – 16/09	Gráfica a definir
Início da distribuição dos cartazes	19/09	Equipe Assessoria de Relações Públicas e Prefeitura
Início da divulgação em rede social e no site da Prefeitura.	26/09	
Envio de <i>releases</i> para os meios	26/09 – 10/10	Equipe Assessoria de Relações Públicas
Divulgação, apresentação e convite nas escolas	26/09 – 30/09	Equipe Assessoria
Entrega dos convites e programação para os autores, entidades e convidados.	26/09	Equipe Assessoria de Relações Públicas
Postagens, alimentação do site e face, envio de novidades (para rádio local)	26/09 – 16/10	Equipe Assessoria de Relações Públicas e Prefeitura.
Organização e separação dos materiais (cadeiras, mesas, tabladros, púlpito)	11/10	Prefeitura
Montagem das estruturas secundárias – casebos	11/10	Prefeitura
Montagem das estruturas principais	12/10	Pepe Eventos

Montagem do Varal Cultural e espaços de lazer (toalhas na grama)	13/10	Equipe Assessoria de Relações Públicas
Realização da Feira	13/10 – 16/10	Equipe Assessoria de Relações Públicas, Imprensa e Comissão Organizadora
Desmontagem das estruturas	17/10	Prefeitura e Pepe Eventos

Fonte: Realizado pela autora e participante da Comissão Organizadora da Feira.

Realizando um *check-list* das atividades a Comissão Organizadora estabeleceu prazos e cumpriu as etapas do projeto de forma ordenada e identificou alterações ao longo da execução das atividades.

3.6 RECURSOS NECESSÁRIOS

A descrição e planejamento dos recursos faz-se necessário em todos os planejamentos, pois são meios mensuráveis de se conseguir alcançar o objetivo proposto, contabilizar despesas, justificar e avaliar o projeto.

Quadro 5: Recursos Humanos, Financeiros e Materiais

ATIVIDADE	RECURSO HUMANO	RECURSO FINANCEIRO	RECURSO MATERIAL
Elaboração de Projeto Experimental	Thayse	Transporte R\$ 240,00 (investimento pessoal)	Computador, internet, materiais administrativos da Prefeitura de São João do Polêsine, materiais da Biblioteca Municipal de Santa Maria
Transporte durante a Feira para os autores, equipe organizadora e artistas.	-	-	Veículo próprio Veículo Oficial da Prefeitura
Divulgação e Publicidade	-	-	

Aluguel de Espaço Físico	-	-	-
Aluguel Lonas e Coberturas	-	R\$ 1.700,00	-
Despesas Administrativas (limpeza da área, manutenção, instalação elétrica)	Funcionários da Prefeitura	-	-
Som e Iluminação	Equipe contratada	R\$ 1.200,00	-
Camisetas personalizadas	-	R\$ 2.000,00	-
Refeições (16 almoços - Comissão Organizadora)	-	R\$ 260,00	-
Contação de Histórias	1 pessoa	R\$ 800,00	-
Pintura de Rosto	1 pessoa	R\$ 150,00	-
Seguranças	2 pessoas	R\$ 200,00	-
Agência de publicidade	Equipe contratada	R\$ 1.000,00	-
Assessoria de Imprensa	1 pessoa	R\$ 400,00	
Material Gráfico	Equipe contratada	R\$ 770,00	
Cachês (troca por livros – 105 livros)	-	R\$ 1.625,00	-
Águas para os palestrantes (cortesia)	-	-	-
Mimos para os autores	-	R\$ 30,00 (cortesia)	-
Lanches para os artistas	-	R\$ 64,00 (50 % cortesia)	-
Varal Cultural (300 m de barbante e 400 grampos)	-	R\$ 100,00 (cortesia)	-
Total das despesas		R\$ 10.137,00	
Valor do patrocínio		R\$ 1.850,00	
Valor total de investimento		R\$ 8.287,00	

Fonte: Realizado pela autora e participante da Comissão Organizadora da Feira.

Esta etapa do projeto foi importante devido a mensuração dos investimentos, pois a partir destes valores pode-se organizar a execução do evento e prestar contas à instituição assessorada. Cada atividade e valor investido deve ser comprovado por meio de contratos e notas fiscais, a fim de prezar pela transparência do recurso, neste caso público, utilizado.

3.7 CRONOGRAMA GERAL

O cronograma funcionou como uma ferramenta para coordenar as etapas do projeto, informando datas, prazos e responsáveis. O cronograma geral abrangeu as quatro do projeto: pesquisa, planejamento, execução e avaliação.

Quadro 6: Cronograma Geral do Projeto

QUANDO	O QUE	QUEM
04/04 – 18/05	Pesquisa: diagnóstico (técnicas e métodos de pesquisa)	Thayse
20/05 – 24/06	Planejamento do Projeto	Thayse
12/07	Apresentação do Projeto à Prefeitura	Thayse
12/08	Apresentação do Projeto à Comissão Organizadora	Thayse
20/06 - 04/07	Contato com Editoras e Autores	Thayse / Equipe Organizadora
22/08 - 02/09	Criação da identidade visual	Agência de Publicidade - Licitação
05/09	Aprovação da identidade visual	Prefeitura e Comissão Organizadora
06/09 – 16/09	Impressão de materiais	Prefeitura - Licitação
26/09 – 30/09	Divulgação (envio de releases, distribuição de cartazes)	Equipe Assessoria de Relações Públicas / Equipe Organizadora
13/10 – 16/10	Execução	Equipe Organizadora
13/10 – 28/10	Avaliação	Equipe Organizadora
24/10 – 24/11	Relatório Final	Thayse

Fonte: Realizado pela autora e participante da Comissão Organizadora da Feira.

O cronograma geral funcionou como um controle das etapas e descrição dos responsáveis por cada atividade do evento. Pôde-se perceber que a Equipe Organizadora

possuiu funções importantes dentro do projeto e por isso, contou com representantes dos setores envolvidos com o evento.

3.8 AVALIAÇÃO

Como afirma Müller *et. al* (2010, p. 4) “[...] a avaliação deve se preocupar em alcançar resultados, aplicando instrumentos e técnicas específicas capazes de mensurar resultados, verificando se os objetivos inicialmente delineados foram atingidos”.

A quarta etapa do processo de Relações Públicas possui extrema importância, pois é na avaliação que o trabalho do profissional pode ser mensurado de forma quali e quantitativa a fim de averiguar sua participação eficaz e eficiente. Os resultados obtidos servem como respaldo para outros projetos e como fonte de informação. A avaliação mostra-se ainda mais relevante quando se trabalha com assuntos e instituições públicas, pois conforme Cunha (2006, pg. 1) “a decisão de aplicar recursos públicos em uma ação pressupõe a atribuição de valor e legitimidade aos seus objetivos, e a avaliação deve verificar o cumprimento das metas estabelecidas”.

Desta forma, concordando com Müller *et. al* (2010, p. 1) “a análise e avaliação dos processos de Relações Públicas governamentais apresentam-se como condição para o desenvolvimento e valorização da comunicação na esfera pública”. A avaliação detém o papel de prestação de contas tanto para a população quanto para a instituição assessorada, outro fator de suma importância para esta etapa.

A avaliação pode ser classificada de acordo com Cohen e Franco (2004) como interna, participativa, somativa e “*ex-post*”. É denominada interna, pois o agente que realiza a avaliação está dentro da instituição responsável e participa do projeto; participativa uma vez que, os beneficiários do projeto (comunidade) participam do processo de pesquisa, planejamento, execução e avaliação; quanto à natureza é somativa, pois são avaliados os resultados após a execução, para que possa ser analisada a sua efetividade e sua valoração geral e ao mesmo tempo classifica-se como “*ex-post*”. É assim intitulada, pois a avaliação ocorre durante e após a realização do projeto. As etapas do projeto são baseadas nos resultados apontados pelo diagnóstico e ao longo do planejamento o projeto sofre modificações para melhor aceitação do público e suprimento das demandas pertinentes. Esta avaliação também considera a pertinência do projeto e se o mesmo deve ser executado novamente, pois “sem avaliação, não há alocação de recursos” (CUNHA, 2006, p. 16).

Para que se possa avaliar de forma quantitativa o evento, elaborou-se índices parciais e finais de avaliação. Para os índices parciais pode-se mensurar dados como: a) contato x

confirmação de participação de autores, editoras, palestrantes, peças de teatro e demais atividades programadas, assim mensura-se o retorno e interesse de participação, pois a proposta do evento é considerada interessante e sua execução necessária; b) convite x presença da comissão organizadora nas reuniões e no evento; c) recrutamento dos alunos para a comissão organizadora no dia do evento; d) presença no evento de lançamento da Feira do Livro. Para os índices finais de avaliação podem-se admitir dados como: a) número real de visitantes; b) número de trabalhos expostos em relação ao número de alunos; c) presença nos eventos direcionados (teatros, palestras, bate-papo e sessão de autógrafos); d) total de livros comercializados; e) auditoria de mídia: além dos *releases* publicados, mídia espontânea, acessos na internet, solicitação de mais informações, presença das mídias e o envolvimento *online* dos participantes; f) pesquisa de opinião com os alunos, professores e comunidade, a fim de verificar a realização do evento e abrir espaço para sugestões e críticas.

De forma qualitativa admitiu-se comentários antes, durante e depois das pesquisas e da realização do projeto. Como as pesquisas foram realizadas de forma presencial o contato com os participantes foi mais próximo e as reações foram percebidas realmente, podendo-se tomar nota sobre estas reações e o interesse na participação. Durante o evento pôde-se questionar os visitantes a fim de perceber se a recepção do evento estava ocorrendo de forma positiva ou negativa e anotar comentários, sugestões e críticas sobre a realização.

4. RELATÓRIO FINAL

4.1. DESCRIÇÃO

A partir de cada ação e estratégia planejada organizamos e executamos a Feira do Livro. Ao longo da realização de cada etapa descrita no cronograma fizeram-se necessárias alterações e adaptações nas atividades para que a divulgação e a realização do projeto ocorressem da melhor forma possível.

4.1.1 Identidade Visual

A identificação do evento ocorreu de forma positiva e foi assimilado pelos convidados e visitantes durante a divulgação, execução e pós-evento pelos materiais gráficos distribuídos nos pontos estratégicos, pela identificação das atividades nos dias do evento e pela entrega de um marca-página para cada visitante como recordação de participação (materiais gráficos no anexo 7.2).

4.1.2 Posicionamento com a mídia

Para planejar, executar e avaliar esta estratégia, a Comissão Organizadora decidiu contratar o acadêmico Lorenzo Franchi, estudante de Jornalismo do Centro Universitário Franciscano. Ele desenvolveu o planejamento de comunicação (anexo 7.5) e abaixo segue a avaliação quanti e qualitativa da assessoria de imprensa, de acordo com cada meio de comunicação.

4.1.2.1 Jornal Impresso

Do período de 26/09 a 10/10, duas semanas para a abertura da oficial da Feira, dispararam-se três *releases* (sobre a abertura, atividades/atrações e escritores participantes) para os principais veículos da região: Jornal Integração, Jornal Cidades do Vale, Diário de Santa Maria, A Razão, A Cidade e Águas da Serra. Todas as publicações ocorreram de forma orgânica, ou seja, sem financiamento. Esta foi uma forma de envolver a mídia local com os acontecimentos municipais, uma vez que estão sendo informados com antecedência do evento. Exceto no Jornal A Razão – Santa Maria foram encontrados conteúdo de divulgação orgânica no pré-evento. Na abertura oficial, os meios locais cobriram o primeiro dia de evento e no período de 14/10 a 27/10 foi realizado o acompanhamento das edições para fins de auditoria de mídia (anexo 7.5)

4.1.2.2 Rádio

Por ter fácil difusão e um espaço mais maleável usufruímos dos cadernos de cultura e espaços de agenda dos veículos de rádio de Santa Maria e região da 4ª Colônia para propagar a 1ª Feira do Livro de São João do Polêsine. Para rádio Imembuí, Medianeira, e Santamariense (Santa Maria – RS), cinco membros da comissão organizadora foram entrevistados no ar (Secretária de Educação Maria Claci Bortolotto, acadêmica Thayse Peres Silva, autor Carlos Alberto Bellinaso, professora Elaine Binotto Fagan e prefeita Valserina Bulegon Gassen). Em suma, as demais emissoras de Santa Maria (Gaúcha, Atlântida, Antena 1, Guarathan, Universidade) e da 4ª Colônia (Integração, La Sorella, São Roque e Agudo) contribuíram “agendando” a população do 1º encontro literário da região. Os convites eram feitos, principalmente, nos horários nobres- manhã (8h, 12h e 18h).

4.1.2.3 Internet: redes sociais e sites

Buscando atingir a este viés, em 1º de outubro foram encaminhados para os veículos de comunicação *releases* e materiais para divulgação, como fotografias da programação e *Gif*¹⁶ alusivos a 1ª Feira do Livro de São João do Polêsine. Além da imprensa, buscou-se dar enfoque também para as redes sociais das instituições de Ensino Superior da região (Faculdade Antônio Meneghetti /Centro Universitário Franciscano (Unifra) e Universidade Federal de Santa Maria (UFSM)). Conseguimos espaço em perfis pessoais e institucionais no *Facebook*, como dos jornalista Gilbert Ferreira, da Agência Central Sul Notícias, Jornal e Rádio Integração, Rádio Agudense, Associação do Professores Universitários de Santa Maria, Jornal Regional Águas da Serra, Rádio Imembuí e Faculdade Antônio Meneghetti.

Foi criado em 30 de setembro a *fanpage* do evento no *Facebook*, pois de acordo com as pesquisas realizadas a plataforma era uma das principais fontes de informação do público. Esta ação gerou 283 curtidas, não alcançando o número esperado de 500 curtidas, mas superando as expectativas em relação à interação com o público e pessoas alcançadas (gráficos no anexo 7.5).

Trabalhando com um viés orgânico, ou seja, gratuito a *fanpage* da Feira assimilou as seguintes *tags*: #livro, #literatura, #FeiradoLivro #SãoJoãodoPolêsine, #Polêsine, #4ªColônia, #encontro, #PraçaMatriz, #Primeira, #Crianças, e, #CultiveOSaber. Para tornar o conteúdo viável no *feed* de quem desconhecia a promoção, algumas localidades foram fixadas como pontos de alcance: Agudo, Faxinal Do Soturno, Ivorá, Nova Palma, Restinga Seca, Santa Maria e São João do Polêsine. As 283 curtidas, obtidas em duas semanas, foram conquistadas por meio de convites para amigos, ou no ícone sugestões (próprio do *Facebook*) por meio dos alcances regionais. Os acessos somados aos compartilhamentos dos conteúdos difundidos no canal (*gif*, fotos e textos) deram uma média de engajamentos de cerca de 1.500 pessoas por dia. No entanto, no segundo dia de Feira (14/10), a *fanpage* obteve 3.274 de alcance. O índice se deve ao fato publicação das galerias de fotos e convite com as atrações do segundo dia. O horário das postagens, assim como o conteúdo a ser carregado foram definidos mediante estudo de envolvimento e repercussão nas mídias sociais, realizado pelo site Sprinklr- especializado em análise de marketing digital.

Ao todo, foram 43 postagens, com início em 29 de setembro, com a criação e inserção das Identidades Visuais da 1ª Feira do Livro de São João do Polêsine, sendo 23 *Gifs*. Todas as publicações obtinham alguma mensagem informativa, acompanhada dos indexadores

¹⁶ Graphics Interchange Format" - é um formato de imagem de mapa de bits muito usado na world wide web, quer para imagens fixas, quer para animações.

#1ªFeiraDoLivroPolêsine #CultiveOSaber. No *Facebook* duas *tags* impulsionam as publicações, porém acima disto, o site impõe filtros dificultando o acesso.

4.1.2.4 Televisão

Entendendo a necessidade de pautar os meios, os principais veículos televisivos da região central do Rio Grande do Sul receberam *releases* e sugestões de pauta referentes a 1ª Feira do Livro de São João do Polêsine:

- RBS TV Santa Maria (Canal aberto 12/ 13 da Net): Não foi feita matéria na Feira, mas foi divulgada em 5 segundos na grade de eventos culturais da região, que vai ao ar toda sexta-feira e sábado, ao meio dia, no bloco local.
- TV Santa Maria (Canal 19 da NET): Não foi feita matéria na Feira, mas foi divulgado por meio de uma nota coberta (repórter fala do evento direto do estúdio).
- TV Pampa (Canal aberto 4): Não foi feita matéria na Feira, mas foi divulgado por meio de uma nota coberta (repórter fala do evento direto do estúdio).
- TV Unifra e TV Campus: Não deram retorno.

4.1.3 Posicionamento com as escolas

A intenção de aproximar as escolas na forma de representações na Comissão Organizadora surtiu um resultado positivo, pois os professores envolvidos se motivaram ao propor sugestões e repassar as ideias para os demais colegas. A divisão das obras literárias que foram trabalhadas para a execução dos trabalhos e para a construção de perguntas para os autores, foi de acordo com a participação nas atividades na Feira, mas os professores conseguiram trabalhar todos os lançamentos com os alunos. Durante os dias do evento, os professores estavam devidamente reconhecidos com a camiseta da Feira e ficaram responsáveis por organizar a chegada e saída dos grupos de alunos (o transporte foi disponibilizado pela Prefeitura), e o direcionamento das atividades junto à comissão organizadora que estava recepcionando os visitantes.

As seis escolas (Escola Municipal de Ensino Fundamental La Salle, Escola Municipal de Ensino Fundamental Pedro Paulo Pradella, Escola Municipal de Ensino Infantil Recanto dos Sonhos, Escola Municipal de Ensino Infantil Beija-Flor, Escola Estadual de Ensino Básico Padre Rafael Iop e Escola Estadual de Ensino Básico João XXIII) visitaram a Feira durante os dias de programação, mas o principal dia foi a sexta-feira (14/10), cuja programação foi

exclusiva para os alunos. Do total de 576 alunos matriculados, contabilizou-se a participação de cerca de 450 alunos, com um total de 78,13% de participação.

4.1.4 Arrecadação de obras literárias

A partir desta ação estratégica conseguimos promover ao município e ao evento um retorno quantitativo e qualitativo. Por meio de apoio da Secretaria de Cultura de Santa Maria, representada pela Biblioteca Municipal Henrique Bastide, a arrecadação de obras literárias foi correspondente a 223 livros e 100 revistas. Estes materiais devidamente identificados com o selo oficial da Feira do Livro, foram distribuídos pelas bibliotecas escolares e para a biblioteca municipal. Cerca de 50 obras foram entregues para cada biblioteca durante a Feira, a retirada era feita por um representante de cada entidade.

Seguem títulos de algumas obras: Nada Haver (Athos Ronaldo Miralha da Cunha, Humberto Gabbi Zanatta, Orlando Fonseca, Pedro Brum Santos – 5 exemplares), Tony Tihuana – A Aventura Começa Agora (Vanessa Alves Sanchotene – 2 exemplares), Universo em Prosa – poemas de oficina (Org. Orlando Fonseca – 1 exemplar), Nem que a Vaca Tussa (Humberto Gabbi Zanatta – 2 exemplares), O Rabo d Rabicó (Sérgio Luiz Sardi Mergen – 7 exemplares), entre outros que contemplaram todas as faixas etárias.

4.1.5 Localização e Estrutura Física

A estrutura foi montada conforme o planejado, na Praça Matriz do município, contando com dois locais principais, uma praça de alimentação e três estruturas secundárias. Os dias de montagem aconteceram entre 11/10 e 12/10 responsável pela equipe da Prefeitura e da empresa Pepe Evento. A desmontagem ocorreu nos dias 16/10 e 17/10, antecipando o término da Feira devido ao mau tempo. As estruturas principais destinaram-se a comercialização das obras e a realização das atividades principais (lançamentos, teatros e encontros literários). As três estruturas secundárias foram distribuídas entre as atividades de pintura de rosto e contação de histórias e a outra cedida para exposição do projeto Impare – Recanto Maestro. Devido ao deslocamento de cerca de 100 pessoas, foi necessário retirar uma estrutura principal planejada e alocar os participantes no auditório da Escola Estadual João XXIII. Esta decisão foi tomada pela comissão organizadora e pela Diretora da escola, pois os alunos da mesma eram o público da atividade e para evitar evasão e dispersão dos alunos, decidiu-se realizar as palestras no auditório e após liberar os alunos para a visita na Feira.



Figura 4.1.5 Localização e Estrutura Física - montagem
Fonte: Acervo da autora

4.1.6 Contato com autores, editoras e palestrantes

O contato com autores e palestrantes foi iniciado por meio de *mailing* cedido pela organização da Feira do Livro de Santa Maria. A partir desta lista foram selecionados pela comissão organizadora os autores cujas obras correspondiam com o público e proposta do evento. Os autores e palestrantes locais (Elaine Binotto Fagan, Ricaardo Zimmer e Diego Hahn) foram selecionados para que a produção da Quarta Colônia também fosse contemplada, e estes contatos a Prefeitura possuía. Com o contrato realizado com a empresa Pepe Eventos (facebook.com/pepeeeventoslivraria/?ref=page_internal) conseguiu-se otimizar o acesso as editoras, pois o responsável pela empresa possuía contratos com as principais editoras nacionais, tornando-se um representante e divulgador das obras. Portanto ao passo que contratamos os serviços de infraestrutura, cedemos o espaço para a comercialização das obras das editoras representadas pela empresa.

Em relação às atividades direcionadas no segundo e terceiro dias de Feira, organizamos de acordo com a faixa etária e número estimado de participantes. Para os alunos do ensino básico e fundamental três autores foram selecionados para fazer parte da programação, segundo suas obras e sua história. Foram: Rafaela Loreto Facin (*A menina e o Reino dos Cata-Ventos*), Carlos Alberto Bellinaso (*Vivi e o Cão Amarelo*) e Diego Hahn (*Todas as crianças do Mundo*). A patronesse eleita pela comissão organizadora, professora Elaine Binotto Fagan, também lançou sua obra (*Quarta Colônia: Terra, Gente e História*) na cerimônia de abertura da Feira. Eles participam no lançamento de seus livros, com um bate-papo e após a sessão de autógrafos.

Para os alunos do ensino médio o cineasta Ricardo Zimmer ministrou uma palestra sobre sua trajetória no mundo do cinema e suas influências literárias, e o professor e cartunista Máucio Rodrigues apresentou seu trabalho na produção independente “Massa Folhada”. Para a comunidade em geral que é de origem italiana, o autor Carlos Alberto Bellinaso proporcionou uma tarde de contos e momentos que remetam à cultura italiana e a própria Itália (Sob os Lençóis de Anacleto de Gubbio). Para um convite especial para as mulheres e para a comunidade da terceira idade, a autora Maria Alice Schuch (Contos da Alice) realizou um encontro literário para falar de sua obra de empoderamento feminino, e para as todas as professoras e interessados, as alunas Márcia Rambo e Josiane Martim, ambas orientandas da professora doutora Estela Giordani (UFMS) ministraram uma oficina de “leitura inteligente”.

4.1.7 Contato com comerciantes locais

Priorizou-se a produção local para compor a Praça de Alimentação e degustação durante os dias e atividades do evento. Ao propormos o espaço físico e a oportunidade de comercialização dos produtos, solicitamos como contrapartida o apoio em forma de lanches para os artistas que se apresentariam no primeiro dia de programação e uma mesa de degustação para o lançamento da obra “Sob os Lençóis de Anacleto de Gubbio” no terceiro dia de programação. Foram contatados cerca de dez comerciantes para que fossem expositores da Feira e recebemos a resposta positiva de duas empresas, as demais já estavam participando de outros eventos na mesma data ou não concordaram com a proposta da Organização.

Com esta parceria conseguiu-se promover, de acordo com o esperado, as duas empresas que participaram do evento, pois elas puderam expor seus produtos e fidelizar sua marca de forma local.

4.1.8 Programação

Neste momento o planejamento resultou em uma programação organizada e bem distribuída de acordo com cada público. Foram cumpridas todas as sugestões no projeto: palestras, contação de histórias, pintura de rosto, bate-papo literário, apresentações artísticas, teatro e lançamentos literários. Em cada atividade além do público específico estimado, outros visitantes participaram da programação.



Figura 4.1.8 Programação

Fonte: Material Gráfico – Identidade Visual, autoria Rossano Rosa

4.1.9 Lançamento do Evento

Esta ação não pode ser realizada devido ao período eleitoral, pois quando o evento é promovido por órgãos públicos e é realizado pela primeira vez, classifica-se como promoção da gestão. Como está não era a intenção e são vetados eventos três meses antes das eleições, não foi realizada em tempo hábil esta ação. Acredita-se que esta etapa prejudicou a divulgação e o reconhecimento público, das entidades envolvidas e da mídia. Com este evento poderíamos ter explicado e fornecido mais informações sobre a realização do evento e desta forma receber mais visitantes e visibilidade da mídia.

4.1.10 Cronograma de divulgação da Feira

Esta estratégia foi também prejudicada pelo período eleitoral por dois motivos: a não autorização de divulgação de eventos na sua primeira edição três meses antes do período eleitoral, por qualificar-se como promoção da gestão atual e por haver as propagandas políticas em rádio, tv e materiais gráficos espalhados pelo município, havia um excesso de publicidade e a Feira não atingiria os públicos ativamente. Devido a isso, iniciou-se uma divulgação forte duas semanas antes e uma divulgação “exclusiva” uma semana antes da abertura do evento.

4.1.11 Outras ações executadas

O planejamento, assim como a avaliação, foi estruturado com a possibilidade de alterações e melhoramentos. E algumas decisões também foram tomadas após a apresentação oficial do projeto à Comissão Organizadora e Prefeitura. Abaixo seguem algumas atividades executadas e decididas após o projeto:

- a) Lembrança de participação: foi entregue para cada participante uma camiseta da Feira do Livro, uma muda da flor amor perfeito, com marca-página e uma *tag* com o dizer “Ler é um caso de *amor perfeito*”.



Figura 4.1.11 a) Lembrança de participação
Fonte: Acervo da autora

- b) Passaporte da Leitura: foi proposto pelo representante das editoras o “passaporte da leitura”, material que funciona como uma “rifa”, uma arrecadação de verba para a compra de livros durante a Feira. As escolas e famílias aderiram à ideia e estudaram este material na disciplina curricular de Educação Financeira. Com o valor arrecadado os alunos compraram livros.

Passaporte da Leitura

Nome: _____

Turma: _____

Marque um x em cada quadradinho para cada R\$ 0,50 que doar

0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50
0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50
0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50
0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50
0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50
0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50
0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50
0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50

Leia Mais, Seja Mais.

Figura 4.1.11 b) Passaporte da Leitura
Fonte: Acervo da autora

- c) Contratação de algodão-doce: para o primeiro dia de evento houve a contratação de algodão-doce que foi distribuído aos visitantes, como uma forma a mais de interação e atração.

4.2. AVALIAÇÃO

Para mensurar os resultados do evento, foram selecionados critérios quanti e qualitativos para proporcionar os dados. Conforme o planejamento foi adotado índices parciais e finais de avaliação quantitativa que estão descritos abaixo, mas ao longo da execução do planejamento e do evento fez-se necessária a utilização destes mesmos critérios para a avaliação qualitativa.

4.2.1. Índices parciais de avaliação quantitativa

Para esta análise foram avaliados: a) contato x confirmação de participação de autores, palestrantes, peças de teatro e demais atividades programadas, pois desta forma pode-se contabilizar o retorno e interesse de participação, considerando a proposta do evento interessante e sua execução necessária; b) convite x presença da comissão organizadora nas reuniões e no evento e c) recrutamento dos alunos para a comissão organizadora no dia do evento.

Quadro 7: Compilação dos dados parciais de avaliação quantitativa

ATIVIDADE		CONTATO	CONFIRMADO
Contato X Confirmação			
	Autores	10	6
	Palestrantes	4	3
	Oficina	2	1
	Teatro	2	1
	Apoio	5	4
	Patrocínio	3	1
	Atividades artísticas	4	9
	Atividades Lúdicas	3	3
Convite X Presença da Comissão Organizadora	Reuniões	14	10
	Evento	14	13
Recrutamento dos alunos para a comissão		5	3

organizadora no dia do evento			
-------------------------------	--	--	--

Fonte: Realizado pela autora e participante da Comissão Organizadora da Feira.

A partir dos dados contabilizados acima podemos perceber que houve um retorno e uma participação positiva nas atividades desenvolvidas, e com certeza este engajamento por parte da Comissão Organizadora e disponibilidade dos participantes contribuiu para a organização e diversificação da Feira do Livro.

4.2.2. Índices parciais de avaliação qualitativa

Esta avaliação ocorreu ao longo do projeto e durante a execução da Feira. Na forma de diário de campo, foram anotadas sugestões, comentários, críticas e ideias a respeito das etapas: identidade visual, local, data, programação e públicos.

Quadro 8: Compilação dos dados parciais de avaliação qualitativa

ETAPA	ANOTAÇÕES
Identidade Visual	Letras maiores; banner no trevo de acesso à cidade
Local	Realizar atividades nas escolas a fim de evitar deslocamento
Data	Somente no sábado e domingo; no feriado do dia das crianças
Programação	Adiantar o início e término das atividades devido ao transporte intermunicipal de linha; participação de mais alunos nas atividades e desta forma aumentar o tempo das atividades e tempo livre para circulação e lazer; atividade no domingo.
Públicos	Somente alunos; muitas pessoas na mesma atividade (alunos); readequação das atividades e horários para a educação infantil

Fonte: Realizado pela autora e participante da Comissão Organizadora da Feira.

Os resultados foram registrados, avaliados e alguns colocados em prática para que o funcionamento da Feira ocorresse em harmonia. Houve alteração na identidade visual e a ideia de divulgação no trevo foi executada; o início e término das atividades para que os alunos ficassem até o final da programação e não perdessem o transporte para casa foi levado em consideração e alterado; a data permaneceu a estipulada de 13/10 a 15/10 para que os alunos fossem contemplados durante os dias letivos e a comunidade no sábado, mas de acordo com sugestões um quarto dia foi acrescentado à programação, o domingo e organizado com atividades de mateada literária e apresentação artística; e para finalizar as considerações o público dos lançamentos foi mantido, pois já haviam sido contabilizados e direcionados conforme faixa etária e turno escolar, mas as atividades eram de acesso livre e poderiam ser visitadas pela comunidade e alunos.

4.2.3. Índices finais de avaliação quantitativa

Para os índices finais de avaliação foram admitidos os dados referentes ao: a) número real de visitantes; b) número de trabalhos expostos em relação ao número de alunos; c) presença nos eventos direcionados (teatros, palestras, bate-papo, lançamentos, pintura de rosto e contação de histórias); d) total de livros comercializados; e) auditoria de mídia: além dos *releases* publicados, mídia espontânea, acessos na internet, solicitação de mais informações, presença das mídias e o envolvimento *online* dos participantes; f) pesquisa de opinião com os alunos, professores a fim de verificar a realização do evento e abrir espaço para sugestões e críticas.

Quadro 9: Compilação dos dados finais de avaliação quantitativa

DADO		ESTIMATIVA	REAL	%
Número total de visitantes		1.300 pessoas	1.051 pessoas	80,85%
Número de trabalhos expostos		500	300	60%
Presenças nos eventos	Abertura Oficial	100	150	150%
	Teatros	250	200	80%
	Palestras	400	200	50%

	Lançamento Elaine Fagan	50	56	112%
	Lançamento Diego Hahn	60	80	133,33%
	Lançamento Carlos Alberto Bellinaso	150	100	66,66%
	Lançamento Rafaela Loreto Facin	150	100	66,66%
	Bate-papo Alice Schuch	50	30	60%
	Lançamento Carlos Alberto Bellinaso	50	30	60%
	Pintura de rosto	40	60	150%
	Contação de histórias	30	30	100%
	Oficina	30	15	50%
	Mateada	100	-	-
Total de Livros Comercializados		1000	2000	200%
Auditoria de Mídia		20 publicações	14 publicações	70%
Pesquisa de Opinião	Professores	10	36	240%
	Alunos	116	116	100%

Fonte: Realizado pela autora e participante da Comissão Organizadora da Feira.

De acordo com os dados acima e considerando ser a primeira edição do evento no município, a execução pôde ser considerada positiva e, estes dados oferecem resultados para a realização de outras edições. Atribuímos a baixa aderência em algumas atividades primeiramente pelo fato do desconhecido, e como relatadas pelas escolas, alguns pais acreditavam ser “falta de aula” visitar a Feira (não permitiram que seus filhos fossem à escola/evento), segundo pelas condições climáticas, pois no terceiro dia a chuva atrapalhou a chegada dos visitantes ao local e o quarto dia foi obrigado a ser cancelado pela previsão de temporais e danos em ralação as estruturas, obras literárias, cenário da apresentação artística e transporte/locomoção dos visitantes. Em outras atividades como abertura oficial e pintura de rosto, conferimos o cumprimento acima do esperado devido à divulgação, programação e

diferencial das atividades. O dado referente à comercialização das obras foi outro resultado positivo, pois o intuito de proporcionar livros a baixo custo e com variada oferta foi atingido.

As pesquisas de opinião com os professores e com os alunos (apêndice 8.6) foram aplicadas no período de 24/10 a 28/10 e serviram de base para avaliar quanti e qualitativamente o evento. Com os professores obtivemos trinta e seis questionários respondidos e, com os alunos, cento e dezesseis.

Quadro 11: Compilação em % dos dados da pesquisa de opinião

PESQUISA	DADOS
Professores	<p>100% participaram da Feira</p> <p>66% consideraram a Feira muito boa e 44% excelente</p> <p>100% acreditam que o evento beneficiou a comunidade e que o envolvimento com as obras motivaram os alunos</p> <p>22% participaram de 7-9 atividades, ou seja, mais do que destinado para seu “grupo”, que eram 3 atividades</p> <p>55,55% classificaram as atividades como totalmente relevantes</p> <p>100% acreditam que as atividades foram bem distribuídas e que o tempo para cada uma foi satisfatório</p> <p>44,44% consideraram os profissionais escolhidos totalmente qualificados, enquanto 22,22 % consideraram parcialmente qualificados</p> <p>44,44 % qualificaram como muito bom o local de realização (Praça Matriz)</p> <p>44,44 % classificaram a divulgação do evento como satisfatória</p> <p>100% dos entrevistados ficaram totalmente satisfeitos com a comunicação estabelecida entre os professores e a Comissão Organizadora.</p>
Alunos	<p>100% dos entrevistados visitaram o evento e cerca de 40% consideraram a primeira edição excelente</p> <p>83% concordam que a realização beneficiou a comunidade</p> <p>69% afirmaram que o envolvimento com as obras antes da Feira motivou os alunos e o mesmo percentual sentiu-se pertencente à Feira</p> <p>79% concordaram que o principal público foi a comunidade escolar, mas cerca de 6% dos questionários vieram com uma observação de que a Feira foi para toda a comunidade</p>

	<p>50% do entrevistados participaram de 1 – 3 atividades, ou seja, a programação destinada às escolas</p> <p>33% classificaram as atividades como totalmente relevantes e 88% ficaram satisfeitos com a atividade direcionada para a sua turma</p> <p>78% concordaram com a duração das atividades, essa que foram ministradas por profissionais</p> <p>67% dos entrevistados consideraram a divulgação boa, mas 25% consideraram a divulgação pouca/ruim</p> <p>38% classificaram como excelente o local escolhido para a realização</p> <p>76% dos alunos acreditam ser importante realizar a segunda edição da Feira do Livro.</p>
--	---

Fonte: Realizado pela autora e participante da Comissão Organizadora da Feira.

De acordo com os dados acima, podemos classificar como positiva e eficiente a comunicação que ocorreu entre os professores e a Comissão Organizadora, o envolvimento prévio dos alunos com as obras lançadas foi relevante, as atividades foram distribuídas de acordo com o público e o tempo destinado satisfatório. Em relação à divulgação, a porcentagem de 25% afirmando pouca divulgada é resultado do período eleitoral e das consequências negativas que este momento trouxe para o evento. Os profissionais escolhidos para ministrar as atividades foram classificados em sua maioria como totalmente qualificados, o que é relevante uma vez que a primeira edição serve como avaliação permanente e conseguimos organizar as atividades da melhor forma possível. Podemos perceber também, que os alunos participaram das atividades segmentadas às escolas, já os professores participaram de mais atividades. Tanto os professores como os alunos avaliaram como muito bom o local escolhido e se sentiram participantes da Feira. A ideia do “Varal Cultural” era justamente essa, de que juntos eles estavam construindo o evento e a Feira era para eles. Conforme mencionado em alguns questionários, a Feira foi realizada para toda a comunidade, mas principalmente para os alunos, que de acordo com a mensuração dos índices, participaram ativamente das atividades estabelecidas. Segundo professores e alunos, seria pertinente a realização da segunda edição da Feira do Livro.

4.2.4. Índices finais de avaliação qualitativa

Como as pesquisas foram realizadas de forma presencial no pós-evento o contato com os participantes foi mais próximo e as reações foram melhores percebidas e descritas. Durante

o evento também se pode questionar os visitantes a fim de perceber o envolvimento e a recepção, sendo anotados e contabilizados comentários, sugestões e críticas sobre a realização do mesmo.

Quadro 11: Compilação dos dados finais de avaliação qualitativa

ATIVIDADE	ANOTAÇÕES
Durante o evento	<p>Sugestões: Totem explicativo com todas as atividades; “mapa”/croqui de localização, mais opções de alimentação, ventilação nas estruturas, recepção em cada local e pessoas emitindo informações sobre a programação.</p> <p>Comentários positivos: diversidade de atividades, todas as faixas etárias contempladas, local, horário das atividades, estrutura chamativa e diferente, autores e palestrantes bem qualificados.</p>
Pesquisa Pós-Evento	<p>Sugestões: só espaço para venda de livros (livraria ambulante), mais atividades para o público de 6-7 anos, ampliar os espaços para os expositores, mais expositores, não segmentar as apresentações de acordo com o público.</p> <p>Comentários positivos: passaporte da leitura motivou os alunos e eles conseguiram adquirir livros, envolvimento das escolas e comunidade, boa divulgação e realização do evento, espaço físico, preços acessíveis para a compra de livros, destaque para a cidade, atividades diferenciadas, teatro e apresentações, alimentação, fácil acesso,</p> <p>Pontos negativos: calor, pouco espaço físico, excesso de discursos, cancelamento do último dia, preço não informado individualmente nos livros, poucos lugares para sentar.</p>

Fonte: Realizado pela autora e participante da Comissão Organizadora da Feira.

Podemos perceber que os visitantes participaram efetivamente das atividades propostas e, como esperado, possuíam comentários e sugestões para a Comissão Organizadora. Alguns itens ao longo da realização do evento já haviam sido percebidos e foram também mencionados pelos entrevistados: excesso de calor, poucos lugares para sentar em determinadas atividades e a falta de uma estrutura principal explicando as atividades (um mapa com locais, horas e atividades). Em contrapartida as sugestões e os comentários positivos superaram as

expectativas, pois pode-se perceber que são relatos verdadeiros e que funcionam como resultado para a avaliação, e como base para futuros projetos.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A realização do projeto experimental mostrou o quão flexível e adaptável é a comunicação. Em suas inúmeras práticas, é fundamental que o processo de Relações Públicas seja elaborado e suas etapas executadas. O acompanhamento em cada etapa influencia os resultados e os objetivos estabelecidos. Ao longo da pesquisa e do planejamento, o projeto foi se aperfeiçoando e se adaptando conforme a necessidade da comunidade.

O objetivo geral do projeto de desenvolver ações culturais na comunidade da cidade de São João do Polêsine foi alcançado, apesar das limitações encontradas. A falta de um setor de comunicação em uma instituição pública implica em impasses como: pesquisa, documentos, canais de comunicação, *mailing* e, o período eleitoral atrasou algumas decisões. As duas mudanças de datas para o evento causaram alguns transtornos como: cancelamento de participações, readaptações nas atividades e horários, etc.

Durante o planejamento fez-se necessário a elaboração da Comissão Organizadora e seus participantes foram escolhidos pensando na execução do evento. O contato direto com as escolas ocasionou na participação efetiva dos alunos, apesar da resistência de algumas famílias. A organização dos horários e logística física foram assuntos tratados nas reuniões com a Comissão e estes aspectos foram fundamentais para a realização e participação dos alunos.

De acordo com os resultados obtidos na avaliação final podemos, conforme objetivos específicos, conseguiu-se envolver a comunidade, os alunos e professores nas atividades culturais, propomos o contato direto com as obras e autores, promovemos o entretenimento, conhecimento, lazer e acesso livre aos livros e à leitura, disponibilizamos espaço aos autores para a divulgação de seus trabalhos e, com a parceria e doação da Secretaria de Cultura de Santa Maria, conseguimos distribuir cerca de 50 obras para cada biblioteca escolar. Portanto, foram alcançados todos os objetivos propostos no planejamento do projeto.

Como observações da execução e para as futuras realizações podemos sugerir a estruturação de equipes segmentadas, que possam controlar e acompanhar cada setor do evento. Acredita-se que o evento ocorra de forma mais organizada e fluída com o estabelecimento de “mini equipes” para, por exemplo, acompanhar os autores, conferir prazos dos transportes e orientar os visitantes. A falta de um “mapa principal” informando os locais, atividades e horas na praça causou certa confusão na chegada dos visitantes, apesar das poucas instalações em

que estavam acontecendo as atividades. A disposição de tapetes na grama fez com que a Feira ganhasse um ar mais descontraído e familiar, o que foi excelente. Pode-se pensar em atividade lúdicas para estes espaços abertos, para motivar e envolver os visitantes enquanto as atividades principais não acontecem. A proposta de oferecer atividades e contato exclusivo com os livros, sugerido pela Secretaria de Educação do município, foi mantida, mas para as próximas edições acredita-se ser necessária e benéfica (financeiramente também) a disponibilização de espaços para expositores. O cerimonial, outra prática exercida pelo profissional de Relações Públicas, foi um ponto complicado no evento, pois a leitura foi realizada pelo cerimonialista da Prefeitura. Apesar de o roteiro ter sido elaborado pela Comissão Organizadora, no momento da leitura o cerimonialista fez alterações e, infelizmente, o favorecimento e destaque para determinadas autoridades foi inserido. Nas pesquisas de avaliação, alguns alunos mencionaram como aspecto negativo do evento os discursos o que foram em excesso.

Considerando o projeto experimental como piloto e inovador para o município pode-se avaliar como positivo a sua execução. Tanto para a comunidade, a qual estimávamos influenciar positivamente, quanto para a acadêmica que ainda em formação conseguiu colocar em prática algumas das funções do profissional de Relações Públicas. O desafio foi aceito pela Prefeitura e com o auxílio da Comissão Organizadora conseguiu-se realizar a primeira edição da Feira, para que de forma local pudéssemos envolver e beneficiar a população municipal.

6. REFERÊNCIAS

AMARAL, Rita de Cássia de Mello Peixoto. **Festa à Brasileira**: significados do festejar, no país que “não é sério”. 1998. 380 f. Tese (Doutorado em Antropologia). Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1998.

BACCEGA, Maria Aparecida. Gestão de Processos Comunicacionais. **Revista Comunicações & Artes**, São Paulo, ano 17, n. 28, p. 116-119, jan. abr.1994.

BASEGGIO, Ana Luíza. O diagnóstico aplicado às Relações Públicas: uma análise de seus aspectos teóricos e empíricos. **Revista Organicom**. São Paulo, ano 6, Edição Especial, Números 10/11, 2009, 176-189. Disponível em: <<http://www.revistaorganicom.org.br/sistema/index.php/organicom/article/viewFile/204/304>>. Acesso em: 27/10/2016.

BRANDÃO, Elisabeth Pazito. Conceito de Comunicação Pública. In: DUARTE, Jorge (org). **Comunicação Pública: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público**. São Paulo: Atlas, 2007.

BUENO, Wilson da Costa. Auditoria de imagem na mídia. In: DUARTE, J. e BARROS, A. (orgs.) **Métodos e Técnicas em Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2009, 345 – 363.

CHIAVENATO, Idalberto; SAPIRO, Arão. **Planejamento Estratégico**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

CESCA, Cleuza G. Gimenez. **Comunicação dirigida escrita na empresa: teoria e prática**. 4. ed. São Paulo: Summus, 2006.

COHEN, Ernesto; FRANCO, Rolando. **Avaliação de Projetos Sociais**. Petrópolis: Vozes, 2004.

COSTA, Maria Eugênia Belczak. Grupo Focal. In: DUARTE, J. e BARROS, A. (orgs.) **Métodos e Técnicas em Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2009, 180 – 192.

CUNHA, Carla Giane Soares da. **Avaliação de Políticas Públicas e Programas Governamentais: tendências recentes experiências no Brasil**. Washington D.C: George Washington University, 2006.

DAMATTA, Roberto. **Carnavais, malandros e heróis: para uma sociologia do dilema brasileiro**. 6. ed. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

DUARTE, Jorge (org). **Comunicação Pública: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público**. São Paulo: Atlas, 2007.

FRANÇA, Fábio. **Públicos: como identifica-los em nova visão estratégica: business relationships**. 3. ed. São Caetano do Sul, SP: Yendis Editora, 2012.

HAMAM, Roosevelt. O evento integrando o *mix* da comunicação. In: KUNSCH, Margarida Maria Kroling. (org.) **Obtendo resultados com Relações Públicas**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2006, 129 – 138.

HOHLFELDT, Antonio. Comunicação pública: os diferentes sentidos do interesse público. In: KUNSH, Margarida Maria Kroling (org). **Comunicação pública, sociedade e cidadania**. São Caetano do Sul, SP: Difusão, 2007.

KEGLER, Jaqueline Quincozes S. *IDENTIDADE TERRITORIAL E MEDIATIZAÇÃO: os sentidos identitários acionados pelas festividades da Quarta Colônia/RS*. 2011. 350 f. Tese (Doutorado em Extensão Rural) – Universidade Federal De Santa Maria. Santa Maria, Rio Grande Do Sul. 2001.

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing**. 10. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2000.

KUNSCH, Margarida Maria Kroling. **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada**. São Paulo: Summus, 2003.

MONTEIRO, Graça França. A singularidade da comunicação pública. In: DUARTE, Jorge (org). **Comunicação Pública: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público**. São Paulo: Atlas, 2007.

MOREIRA, Sonia Virgínia. Análise Documental como método e como técnica. In: DUARTE, J. e BARROS, A. (orgs.) **Métodos e Técnicas em Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2009, 269 – 279.

MÜLLER, K. *et. al.* Análise e Avaliação de Processos em Relações Públicas Governamental: PROCAC – Canoas/2002-2009. In: IV Abrapcorp, 2010, Porto Alegre.

NOVELLI, Ana Lucia Romero. Pesquisa de opinião. In: DUARTE, J. e BARROS, A. (orgs.) **Métodos e Técnicas em Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2009, 164 – 179.

PERUZZO, Cicilia Maria Krohling. Observação participante e pesquisa-ação. In: DUARTE, J. e BARROS, A. (orgs.) **Métodos e Técnicas em Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2009, 125-145.

Site da Presidência da República - Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm>. Acesso em: 19/06/2016.

Site Escola Cristo Redentor Alpestre. Disponível em: <<http://escolacristoredentoralpestre.blogspot.com.br/p/projeto-feira-do-livro-e-da-leitura>>. Acesso em: 04/05/2016.

Site Ministério da Cultura. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/pnll>>. Acesso em: 04/05/2016.

Site Universidade Federal de Santa Maria - Plano de Desenvolvimento Institucional 2011-2015. Disponível em: <<http://site.ufsm.br/arquivos/uploaded/arquivos/32dbca01-f6d3-44ab-8519-d9316773f882.pdf>>. Acesso em: 04/05/2016.

7. ANEXOS

7.1 ORGANOGRAMA ORGANIZACIONAL

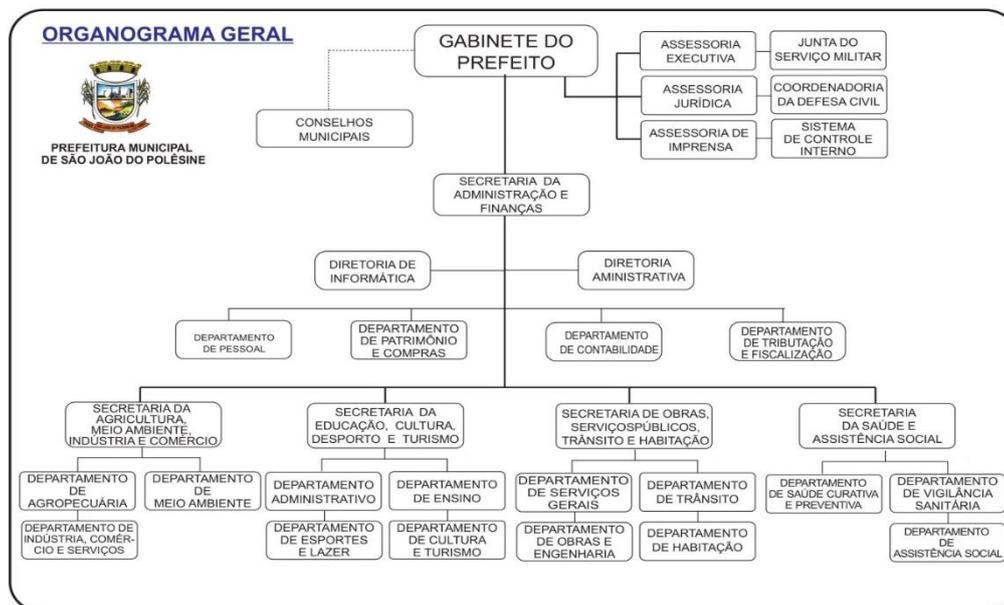


Figura 7.1 Organograma Geral da Prefeitura de São João do Polêsine - RS
Fonte: Secretaria de Cultura, Educação, Desporto e Turismo.

7.2 IDENTIDADE VISUAL



Figura 7.3.1 Adesivo 4 cm x 4 cm

Fonte: Identidade Visual, autoria Rossano Rosa



Figura 7.3.2 Banner Principal 4m x 6m

Fonte: Identidade Visual, autoria Rossano Rosa



Figura 7.3.3 Capa do Facebook e Faixa de Divulgação 3m x 2m

Fonte: Identidade Visual, autoria Rossano Rosa



Figura 7.3.4 Crachá 10 cm x 15 cm
Fonte: Identidade Visual, autoria Rossano Rosa



Figura 7.3.5 Marca-página 5 cm x 10 cm
Fonte: Identidade Visual, autoria Rossano Rosa

CULTIVE O Saber

FEIRA DO LIVRO

SÃO JOÃO DO POLÊSINE

13 /10

- 14H30 - ABERTURA OFICIAL
- 15H00 - APRESENTAÇÃO GRUPO DE PERCUSSÃO CRAS
- 15H30 - APRESENTAÇÃO ARTÍSTICA FUNDAÇÃO ÂNGELO BOZETTO
- 16H00 - APRESENTAÇÃO ORQUESTRA JOVEM RECANTO MAESTRO
- 17H00 - LANÇAMENTO DO LIVRO "QUARTA COLÔNIA - TERRA, GENTE E HISTÓRIA", ELAINE BINOTTO FAGAN

14 /10

- 08H30 - TEATRO: "QUANTO VALE A SUA VIDA?"
- 09H00 - LANÇAMENTO DO LIVRO "TODAS AS CRIANÇAS DO MUNDO", DIEGO HAHN
- 09H00 - ENCONTRO COM O CINEASTA RICARDO ZIMMER (NO AUDITÓRIO JOÃO XXIII)
- 09H00 - CONTAÇÃO DE HISTÓRIA
- 10H00 - PINTURA DE ROSTO
- 10H30 - ENCONTRO COM CARTUNISTA MÁUCIO RODRIGUES (NO AUDITÓRIO JOÃO XXIII)
- 10H30 - CONTAÇÃO DE HISTÓRIA
- 13H30 - TEATRO: "QUANTO VALE A SUA VIDA?"
- 14H00 - LANÇAMENTO DO LIVRO "VIVI E O CÃO AMARELO", CARLOS ALBERTO BELLINASSO
- 14H00 - PINTURA DE ROSTO
- 15H00 - MONÓLOGO "AS HISTÓRIAS DA VOVÓ NENÉ" BASEADO NO LIVRO "A MENINA E O REINO DOS CATAVENTOS", RAFAELA LORETO FACIN
- 15H00 - CONTAÇÃO DE HISTÓRIA

15 /10

- 10H00 - OFICINA "LEITURA INTELIGENTE", (NA CÂMARA MUNICIPAL DE VEREADORES)
- 14H30 - ENCONTRO LITERÁRIO COM MARIA ALICE SCHUCH
- 16H00 - LANÇAMENTO DO LIVRO "ANACLETO DE GUBBIO", CARLOS ALBERTO BELLINASSO COM DEGUSTAÇÃO DE PRODUTOS LOCAIS TÍPICOS ITALIANOS. MEDIADORA: MÁRCIA LUÍZA BULEGON BALEST (PRESIDENTE DA ASS. ITALIANA)
- 17H30 - APRESENTAÇÃO MUSICAL OS RIBIRIVANOS

16 /10

- 15H00 - MATEADA LITERÁRIA
- 17H30 - ENCERRAMENTO OFICIAL

Realização: 

Apoio: 

Figura 7.3.6 Programação/Cartaz A3

Fonte: Identidade Visual, autoria Rossano Rosa



Figura 7.3.7 Folha Varal Cultural A4
Fonte: Identidade Visual, autoria Rossano Rosa



Figura 7.3.8 Camiseta
Fonte: Identidade Visual, autoria Rossano Rosa

7.3 MODELO DE RELEASE



CULTIVE O SABER NA 1ª FEIRA DO LIVRO DE POLÊSINE

Não só vender biografias, mas proporcionar à comunidade do município e da região da Quarta Colônia uma experiência em prol do saber, associada à literatura. Com este intuito foi idealizada a 1ª Feira do Livro de São João do Polêsine.

O encontro literário ocorre de 13 a 16 de outubro na Praça Matriz. A Feira estará distribuída em duas principais “tendas literárias”, onde os visitantes poderão desfrutar de apresentações artísticas, lançamento, teatro, pinturas de rosto, contação de histórias e varal cultural (montagem de um painel com os trabalhos dos alunos de escolas da região a partir das obras lançadas) e, claro, estandes com venda de livros.

Ainda estão previsto bate-papos no auditório João XXIII, com a participação do cineasta Ricardo Zimmer e do cartunista Máucio Rodrigues.

Para motivar o público a conferir as atrações, a organização irá distribuir marcadores de páginas com a identidade visual do evento, além da estrutura contar com espaço para piquenique. No encerramento está previsto uma “Mateada Literária”. A Feira, irá distribuir cerca de 300 obras literárias entre as escolas da cidade, em um acervo adquirido por meio de doações.

A 1ª Feira do Livro de São João do Polêsine é um projeto de conclusão de curso da estudante de Relações Públicas da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), Thayse Peres Silva, com realização da Prefeitura Municipal.

Programação atualizada: <http://www.saojoadopolesine.rs.gov.br/>

Curta nossa fan page: <https://www.facebook.com/feiradolivropolesine/>

ABERTURA DA 1ª FEIRA DO LIVRO DE POLÊSINE

Sexta-feira, 13 de outubro, 14h30min

Praça Matriz- São João do Polêsine

Até 16 de outubro

Assessoria de Imprensa

Idealizadora: Thayse Peres Silva – Graduada em Relações Públicas- UFSM
thayse.rp@hotmail.com fone: (55) 9650-8144

Voluntário: Lorenzo Franchi Rodrigues- Acadêmico de Jornalismo da Unifra
lorenzofranchi@gmail.com fone: (55) 9676-4527

7.4 PLANEJAMENTO DE COMUNICAÇÃO

As estratégias de divulgação da 1ª Feira do Livro de São João do Polêsine são desenvolvidas pela Assessoria de Imprensa, nos distintos campos da comunicação: Jornal Impresso, Rádio, Internet e Televisão. Para a realização das iniciativas, houve um estudo empírico dos meios de comunicação mais influentes da região.

O município de São João do Polêsine, localizado na região da 4ª Colônia, interior do Rio Grande do Sul, apresenta como característico em sua população, segundo dados do IBGE, um número considerável de jovens (entre 10 e 29 anos), mas também um elevando percentual de pessoas na meia idade (de 45 a 59 anos). Tendo em vista esses dados, tomam-se como principais meios de divulgação as seguintes frentes: jornal impresso, rádios, internet e televisão.

7.4.1 Jornal Impresso

Do período de 26.10 a 10.10, duas semanas para a abertura da oficial da Feira, dispara-se três *releases* (sobre a abertura, atividades/atrações e escritores participantes) para os principais veículos da região: Jornal Integração, Jornal Cidades do Vale, Diário de Santa Maria, A Razão, A Cidade e Águas da Serra. Todas as publicações devem ocorrer de forma orgânica, ou seja, sem financiamento. Esta é uma forma de envolver a mídia local com os acontecimentos municipais, uma vez que estão sendo informados com antecedência do evento.

7.4.2 Rádios

Por ter fácil difusão e um espaço mais maleável pode-se utilizar dos cadernos de cultura e espaços de agenda dos veículos de rádio de Santa Maria e região da 4ª Colônia para propagar a 1ª Feira do Livro de São João do Polêsine. Para rádio Imembuí, Medianeira, e Santamariense, ambas de Santa Maria, pode-se sugerir nomes de autores para fornecer entrevistas, já que a maioria dos participantes são do município. Deve-se enviar material para as emissoras de Santa Maria (Gaúcha, Atlântida, Antena 1, Guarathan, Universidade) e da 4ª Colônia (Integração, La Sorella, São Roque e Agudo).

7.4.3 Internet: Redes Sociais e Sites

Atualmente, a web é a principal plataforma para consumo e “venda” de informações. Por ter uma linguagem que transita entre o leigo e erudito ela fomenta as “redes sociais”, ou seja, impulsiona a formação de grupos de pertença. Para atingir a este viés, deve-se encaminhar para os veículos de comunicação *releases* e materiais para divulgação. Em 1º de outubro enviar a programação e Gif¹⁷ alusivos à primeira edição. Além da imprensa, busca-se dar enfoque também para as redes sociais das instituições de Ensino Superior da região (Faculdade Antônio Meneghetti /Centro Universitário Franciscano (Unifra) e Universidade Federal de Santa Maria (UFSM)).

As redes sociais, mas específico o *Facebook*, são uma viral no mundo inteiro, e a criação de uma página para o evento apresenta-se como uma ferramenta sem custo, organizada, de fácil acesso e com grande abrangência. A proposta é promover uma divulgação e cobertura do evento no site da prefeitura municipal¹⁸, com chamadas por intermédio da *fanpage*¹⁹ no *Facebook*.

7.4.4 Televisão

Entendendo a importância e abrangência da televisão, os principais veículos televisivos da região central do Rio Grande do Sul receberão *releases* e sugestões de pauta referentes a 1ª Feira do Livro de São João do Polêsine. Os veículos que devem ser envolvidos são: RBS TV Santa Maria (Canal aberto 12/ 13 da Net, TV Santa Maria (Canal 19 da NET), TV Pampa (Canal aberto 4), TV Unifra e TV Campus.

7.5 AUDITORIA DE MÍDIA

7.5.1 Jornal Impresso

- Diário de Santa Maria: www.diariodesantamaria.clicrbs.com.br

¹⁷ Graphics Interchange Format (GIF) é um formato de imagem de mapa de bits muito usado na world wide web, quer para imagens fixas, quer para animações.

¹⁸ Site prefeitura: <http://www.saojoaodopolesine.rs.gov.br/>

¹⁹ Endereço no *Facebook*: [facebook.com/feiradolivropolesine](https://www.facebook.com/feiradolivropolesine)



Figura 7.5.1 d) Publicação Jornal Cidades Do Vale, Faxinal do Soturno, dia 14/10/2016
 Fonte: Relatório Assessoria de Imprensa, autor Lorenzo Franchi

7.5.2 Rádios

- Rádio Integração

www.facebook.com/radiojornalintegracao

www.radiojornalintegracao.com.br



Figura 7.5.1 e) Publicação na página da Rádio no Facebook, dia 13/10/2016
 Fonte: Relatório Assessoria de Imprensa, autor Lorenzo Franchi



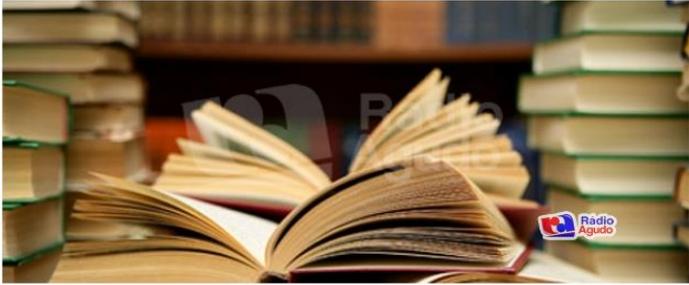
Figura 7.5.1 f) Publicação na página da Rádio no Facebook, dia 13/10/2016
 Fonte: Relatório Assessoria de Imprensa, autor Lorenzo Franchi

- Rádio Agudo e Correio Agudense: <http://radioagudo.com.br/>

São João do Polêsine realizará a sua 1ª Feira do Livro

04/10/16

Tweeter Curtir Uma pessoa curtiu isso. Seja o primeiro entre Compartilhar G+1 0



A cerimônia de abertura do evento será no dia 13 de outubro, na Praça Matriz a partir das 14h30min. Participarão do ato, a Patronese Elaine Binotto Fagan, professores homenageados, comunidade, alunos e professores de escolas da região, bem como autoridades e representantes das instituições que compõem a Comissão Organizadora da Feira. A primeira edição do encontro literário terá duas estruturas principais: uma destinada aos lançamentos, abertura e

Busque notícias

PARAÍSO DO SUL - 25/10

6ª Mostra Pedagógica em Paraíso do Sul acontece em novembro

AGUDO - 25/10

Acontece nesta sexta palestra sobre o câncer de mama com oncologista

PARAÍSO DO SUL - 24/10

Pessoa vestida de palhaço assusta motoristas em Paraíso do Sul

POLÍCIA - 24/10

Confira as ocorrências atendidas pela BM de Agudo no final de semana

Figura 7.5.1 f) Publicação no site da Rádio Agudo , dia 04/10/2016

Fonte: Relatório Assessoria de Imprensa, autor Lorenzo Franchi

- Rádio Imembui: p1.radioimembui.com.br/

p1.radioimembui.com.br/sao-joao-do-polesni-tera-sua-primeira-feira-do-livro/

lowToon, free busine Automated Templates carta-de-amor1.jpg? Diário de Santa Maria tumblr_n79vqboOYG1 tumblr_nk8itchehQ1r tumblr_mmov8wF2rU



INICIAL EMPRESA PROGRAMAÇÃO EQUIPE NOTÍCIAS MURAL DE RECORDOS CONTATOS

Pesquisar

São João do Polêsine terá sua primeira Feira do Livro

5 de outubro de 2016 Notícias 1 Comment



A cerimônia de abertura da primeira edição da Feira do Livro de São João do Polêsine está marcada para as 14h30min horas da tarde de quinta-feira, 13 de outubro. Estarão presentes a Patronese Elaine Binotto Fagan, professores homenageados, comunidade, alunos e professores de escolas da região, além de autoridades e representantes das instituições que compõem a Comissão Organizadora da Feira.

AO VIVO

0:07

Google play

DADDEIDOC

Figura 7.5.1 g) Publicação no site da Rádio Imembuí , dia 05/10/2016

Fonte: Relatório Assessoria de Imprensa, autor Lorenzo Franchi

7.5.3 Internet: Redes Sociais e Sites

- Jornal Regional Águas da Serra: www.regionalaguasdaserre.com.br



Figura 7.5.1 h) Publicação no site da Rádio Agudo , dia 07/10/2016
Fonte: Relatório Assessoria de Imprensa, autor Lorenzo Franchi

- Associação dos Professores Universitários de Santa Maria (APUSM):
www.facebook.com/apusm.santamaria - <http://www.apusm.com.br/>



Figuras 7.5.1 i), j) Publicações no site da APUSM, dia 04/10/2016
Fonte: Relatório Assessoria de Imprensa, autor Lorenzo Franchi

- Agência Central Sul Notícias: www.centraisul.org

The screenshot shows the homepage of CentralSul, an agency of news. The header includes the logo and navigation menu. A weather forecast for Santa Maria is shown for the current day and the next two days. The main article is titled "São João do Polesine realiza Feira do Livro pela primeira vez" and is dated October 13, 2016. The article text describes the opening ceremony and the schedule of the book fair. A sidebar on the right features a "Jornalismo" section with a logo and a "Impresso" section displaying covers of "Jornaleco" and "Revista Plural".

CentralSul
Agência de Notícias

Santa Maria Hoje (26/10) Dia 27/10 Dia 28/10
16° / 25° 8° / 17° 8° / 20°

DESTAQUE NOTÍCIAS OPINIÃO ESPECIAL CENTRAL SUL

13 de outubro de 2016, quinta-feira | 15:37 PM

São João do Polesine realiza Feira do Livro pela primeira vez

Por Agência CentralSul de Notícias

O início da tarde de hoje, quinta, 13 de outubro, foi marcado pela cerimônia de abertura da primeira edição da Feira do Livro de São João do Polesine. Realizado pela primeira vez naquela cidade, o encontro literário ocorre de hoje até o dia 16 de outubro, na Praça Matriz do município, nos seguintes horários: quinta-feira das 14h30min às 17h; Sexta-feira das 8h30 às 15h, sábado das 10h às 17h30min e domingo das 15h às 17h30min.

A patrona da Feira é a professora Elaine Binotto Fagan, formada em História e Filosofia e mestre em Patrimônio Cultural pela UFSM, e autora do livro paradigmático "Quarta Colônia: Terra, Gente e História". O encontro também conta com demais homenageados, tais como o cartunista e

Jornalismo
CENTRO UNIVERSITÁRIO FRANCISCANO

Impresso

Jornaleco

Revista Plural

Figura 7.5.1 k) Publicação no site da Agência de Notícias, dia 13/10/2016

Fonte: Relatório Assessoria de Imprensa, autor Lorenzo Franchi

- Jornalista Gilberto Ferreira: Página pessoal na rede social *Facebook*

The screenshot shows a Facebook post from Gilberto Ferreira, dated October 15, 2016. The text of the post describes the closing of the book fair on Sunday (16/10) and mentions that rain prevented some activities. It also includes a photo of the author and the patroness of the fair, Prof. Elaine Binotto Fagan, holding a book. The post has interaction buttons for 'Curtir', 'Comentar', and 'Compartilhar', and indicates that 24 other people have interacted with it.

Gilberto Ferreira
Ontem às 15:15 Instagram

Encerrada neste domingo (16/10) a 1ª feira do livro de São João do Polesine. Infelizmente a chuva não permitiu que acontecesse as atividades que estavam programadas. Na foto: a Patronessa da feira, a Prof. Elaine Binotto Fagan e eu. Obrigado, professora, pelo presente.

Curtir Comentar Compartilhar

Você e outras 24 pessoas

Figura 7.5.1 l) Publicação no perfil pessoal, dia 15/10/2016

Fonte: Relatório Assessoria de Imprensa, autor Lorenzo Franchi

- Faculdade Antônio Meneghetti: Página Institucional na rede social *Facebook*

www.facebook.com/faculdadeam

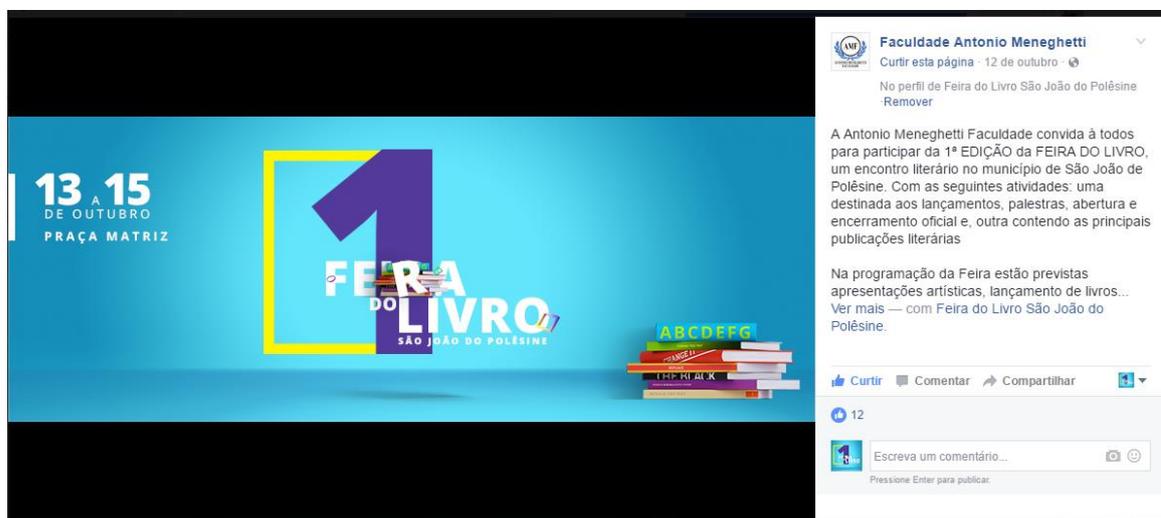


Figura 7.5.1 m) Publicação na página institucional da AFM, dia 12/10/2016

Fonte: Relatório Assessoria de Imprensa, autor Lorenzo Franchi



Figura 7.5.1 n) Publicação na página institucional da AFM, dia 12/10/2016

Fonte: Relatório Assessoria de Imprensa, autor Lorenzo Franchi

- Página Oficial da Feira do Livro no *Facebook*: facebook.com/feiradolivropolesine



Figuras 7.5.1 o), p) Publicações na página oficial do evento, dia 13/10/2016

Fonte: Relatório Assessoria de Imprensa, autor Lorenzo Franchi



Figuras 7.5.1 q), r) Publicações na página oficial do evento, dia 15/10 e 16/10/2016

Fonte: Relatório Assessoria de Imprensa, autor Lorenzo Franchi

Feira do Livro São João do Polésine
Publicado por Lorenzo Franchi [?] · 14 de outubro às 09:00 ·

BOM DIA!!!
Acorda, toma um café, se arruma e vem para a Praça Matriz curtir o segundo dia da 1ª Feira do Livro de São João do Polésine.
#1ªFeiraDoLivroPolésine #CultiveOSaber ☺☺



124 pessoas alcançadas [Impulsionar publicação](#)

Figura 7.5.1 s) Publicação na página oficial do evento, dia 14/10/2016
Fonte: Relatório Assessoria de Imprensa, autor Lorenzo Franchi

	Hoje é sábado!!! Agora você não tem mais desculpa. Q...	36	5	15 de outubro de 2016 ... Lorenzo Franchi		Confira alguns momentos d a 1ª Feira do Livro de São...	303	36	16 de outubro de 2016 ... Lorenzo Franchi
	Vem!!! Ainda dá tempo de c onhecer a magia proporci...	27	4	15 de outubro de 2016 ... Lorenzo Franchi		Confira alguns momentos d a 1ª Feira do Livro de São...	233	26	16 de outubro de 2016 ... Lorenzo Franchi
	Fique ligado na programaçã oi #1ªFeiraDoLivroPolési...	135	7	14 de outubro de 2016 ... Lorenzo Franchi		Minha reação com o fim da Feira: #1ªFeiraDoLivroPol...	31	2	16 de outubro de 2016 ... Lorenzo Franchi
	E aí, o que você está achando da 1ª Feira do Livro de ...	34	7	14 de outubro de 2016 ... Lorenzo Franchi		Nota: Em virtude da forte chuva que caiu em São Joã...	507	30	16 de outubro de 2016 ... Lorenzo Franchi
	Hoje é Sexta-feira, tem Feira do Livro em São João d...	33	6	14 de outubro de 2016 ... Lorenzo Franchi		Tudo o que é bom dura pouco, não é mesmo?! Por tr...	371	24	16 de outubro de 2016 ... Lorenzo Franchi
	Fique ligado na programaçã oi #1ªFeiraDoLivroPolési...	129	5	14 de outubro de 2016 ... Lorenzo Franchi		Uma viagem à Itália Antiga, com Carlos Alberto Bellin...	44	8	15 de outubro de 2016 ... Lorenzo Franchi
	BOM DIA!!! Acorda, toma um café, se arruma e vem par...	124	8	14 de outubro de 2016 ... Lorenzo Franchi		Empoderar a presença feminina na sociedade Educa...	36	6	15 de outubro de 2016 ... Lorenzo Franchi
	Fique ligado na programaçã oi #1ªFeiraDoLivroPolési...	148	4	13 de outubro de 2016 ... Lorenzo Franchi		Vem para a 1ª Feira do Livro de São João do Polésin...	17	1	15 de outubro de 2016 ... Lorenzo Franchi
	O 1º Dia da Feira do Livro de São João do Polésine f...	133	21	13 de outubro de 2016 ... Lorenzo Franchi		A importância da leitura na formação da realidade U...	37	12	15 de outubro de 2016 ... Lorenzo Franchi

Figuras 7.5.1 t), u) Resultado das publicações na página oficial do evento, período 13/10 a 15/10/2016
Fonte: Relatório Assessoria de Imprensa, autor Lorenzo Franchi



Figuras 7.5.1 v), x) Resultados: alcance e curtidas na página, dia 30/10/2016
Fonte: Relatório Assessoria de Imprensa, autor Lorenzo Franchi

8. APÊNDICES

8.1. COMISSÃO ORGANIZADORA DA FEIRA DO LIVRO

NOME	CARGO	FUNÇÃO
Maria Claci Bortolotto	Secretária Municipal De Educação, Cultura, Desporto e Turismo	Apoio na elaboração do projeto e contato direto com os trâmites públicos
Márcia Luíza Bulegon Balest	Presidente da Associação Italiana de São João do Polêsine	Mediadora em palestras e informações sobre atividades típicas culturais
Valéria Noro	Coordenadora do Conselho Tutelar	Contato com as escolas e professores
Elaine Binotto Fagan	Diretora da Escola Estadual João XXIII	Contato com as professoras, alunos e informar as necessidades da comunidade escolar
Claudete Steiger Henchsen	Diretora da Escola Municipal Ensino Infantil Recanto dos Sonhos	Contato com as professoras, alunos e informar as necessidades da comunidade escolar
Cleonice Tessele	Diretora da Escola Municipal de Ensino Fundamental La Sale	Contato com as professoras, alunos e informar as necessidades da comunidade escolar
Vera Pauletto	Diretora da Escola Municipal de Ensino fundamental Pradela	Contato com as professoras, alunos e informar as necessidades da comunidade escolar
Rejane Bortoluzzi	Diretora da Escola Municipal de Ensino Fundamental Rafael Iop	Contato com as professoras, alunos e informar as necessidades da comunidade escolar
Vera Marcuzzo	Diretora da Escola Municipal de Ensino Básico Beija-Flor	Contato com as professoras, alunos e informar as

		necessidades da comunidade escolar
Clarissa Miranda	Assessora de Comunicação da Fundação Antônio Meneghetti	Recursos financeiros em forma de apoio ou patrocínio
Patrícia Rizzi	Fundação Ângelo Bozetto	Apoio na execução das atividades
Maria Augusta Missio	Gerente Sicredi / Programa União Faz a Vida	Recursos financeiros em forma de apoio ou patrocínio
Nomitor Machado Leal	Presidente da Associação Comercial Industrial e de Serviços de Agudo	Organização e seleção de empresas para exposição e comercialização de produtos (estandes e praça de alimentação)
Valéria Noro	Conselho Tutelar	Teatro
Geisa	CRAS	Apresentações artísticas

8.2. GRUPO FOCAL – ROTEIRO DE QUESTÕES

<p>1. Como você se sente em relação aos eventos promovidos no município? <input type="checkbox"/> totalmente satisfeito <input type="checkbox"/> parcialmente satisfeito <input type="checkbox"/> parcialmente insatisfeito <input type="checkbox"/> totalmente insatisfeito</p> <p>2. O que você pensa sobre eventos? <input type="checkbox"/> totalmente relevantes <input type="checkbox"/> parcialmente relevantes <input type="checkbox"/> parcialmente irrelevantes <input type="checkbox"/> totalmente irrelevantes</p> <p>3. Você acha que os eventos beneficiam de alguma forma a vida da comunidade? <input type="checkbox"/> concordo totalmente <input type="checkbox"/> concordo parcialmente <input type="checkbox"/> discordo parcialmente <input type="checkbox"/> discordo totalmente</p> <p>4. Como você se sente em relação à Festa do Arroz? <input type="checkbox"/> totalmente satisfeito <input type="checkbox"/> parcialmente satisfeito <input type="checkbox"/> parcialmente insatisfeito <input type="checkbox"/> totalmente insatisfeito</p> <p>5. Quais são os pontos positivos e negativos da Festa do Arroz? - _____</p> <p>6. Você participa deste e de outros eventos que ocorrem? <input type="checkbox"/> sempre <input type="checkbox"/> frequentemente <input type="checkbox"/> raramente <input type="checkbox"/> nunca</p>
--

7. Você sente que suas necessidades são consideradas/supridas pelos eventos produzidos?
 totalmente consideradas parcialmente consideradas parcialmente desconsideradas totalmente desconsideradas
8. Você sente falta de algum evento específico?
 sim, qual? _____ não
9. A escola promove eventos, ações ou campanhas?
 sim, qual? _____ não
10. Quais atrações chamam mais atenção da comunidade e dos alunos?

 —
11. Qual o melhor formato de evento?

 —
12. Qual o melhor local para realizar os eventos?

 —
13. Quais canais de comunicação a Escola utiliza para informar seus alunos e quais consome para se informar?
 mural cartazes salas de aula e-mail bilhetes mídias sociais digitais
 jornal impresso televisão rádio

8.3. PESQUISA DE OPINIÃO PÚBLICA - DIAGNÓSTICO

8.3.1. Aplicada na Festa do Arroz

“Bom dia, eu me chamo Thayse Peres Silva, sou aluna do curso de Relações Públicas da Universidade Federal de Santa Maria e estou realizando uma pesquisa de opinião sobre as festividades promovidas e realizadas no município. Agradeço seu tempo e deixo claro que as respostas são sigilosas, anônimas e para fins acadêmicos. Sua participação é de extrema importância!”.

1. Você é morador ou visitante?
 morador visitante
2. Você frequenta os eventos que ocorrem no município?
 sempre frequentemente raramente nunca
3. Você participa na execução dos eventos que ocorrem?
 sempre frequentemente raramente nunca
4. Você aprova a realização de eventos?

aprovo totalmente aprovo parcialmente discordo parcialmente discordo totalmente

5. Para você, os eventos que são realizados são relevantes?
 totalmente relevantes parcialmente relevantes parcialmente irrelevantes
 totalmente irrelevantes

6. Você se sente parte do evento, como se ele tivesse sido realizado para você?
 concordo totalmente concordo parcialmente discordo parcialmente
 discordo totalmente

7. Você sente falta de algum evento específico?
 sim, qual? _____ não

8. Quais atividades e atrações você acha interessante de ter nos eventos?
 música teatro cinema poesia dança palestra outros _____

9. Qual seria o melhor local para realizar os eventos?
 escola centro de eventos praça matriz salão paroquial
 outro _____

10. Onde você procura informações?
 escola (murais e cartazes) televisão rádio internet pais
 jornais impressos

8.3.2. Aplicada nas escolas

a) Alunos alfabetizados

“Bom dia, eu me chamo Thayse Peres Silva, sou aluna do curso de Relações Públicas da Universidade Federal de Santa Maria e estou realizando uma pesquisa de opinião sobre as festividades promovidas e realizadas no município. Agradeço seu tempo e deixo claro que as respostas são sigilosas, anônimas e para fins acadêmicos. Sua participação é de extrema importância!”.

1. Você frequenta os eventos que ocorrem no município?
 sempre frequentemente raramente nunca
2. Você participa na execução dos eventos que ocorrem?
 sempre frequentemente raramente nunca
3. Se não, quais atividades se envolve fora da escola?

4. Você aprova a realização de eventos?
 aprovo totalmente aprovo parcialmente discordo parcialmente discordo totalmente
5. Para você, os eventos que são realizados são relevantes?
 totalmente relevantes parcialmente relevantes parcialmente irrelevantes

() totalmente irrelevantes

6. Você se sente parte do evento, como se ele tivesse sido realizado para você?
() concordo totalmente () concordo parcialmente () discordo parcialmente
() discordo totalmente
7. Você sente falta de algum evento específico?
() sim, qual? _____ () não
8. Quais atividades e atrações você acha interessante de ter nos eventos?
() música () teatro () cinema () poesia () dança () palestra () outros _____
9. Qual seria o melhor local para realizar os eventos?
() escola () centro de eventos () praça matriz () salão paroquial () outro _____

b) Alunos não alfabetizados

Crianças acima de 6 anos

“Bom dia, eu me chamo Thayse Peres Silva, sou aluna do curso de Relações Públicas da Universidade Federal de Santa Maria e estou realizando uma pesquisa de opinião sobre as festividades promovidas e realizadas no município. Agradeço seu tempo e deixo claro que as respostas são sigilosas, anônimas e para fins acadêmicos. Sua participação é de extrema importância!”.

1. Você frequenta os eventos que ocorrem no município? 😊😊😐😞
2. Você participa dos eventos que ocorrem? 😊😊😐😞
3. Se não, quais atividades se envolve fora da escola?

—
4. Você aprova a realização de eventos? 😊😊😐😞
5. Para você, os eventos que são realizados são relevantes? 😊😊😐😞
6. Você se sente parte do evento, como se ele tivesse sido realizado para você?
😊😊😐😞
7. Você sente falta de algum evento específico? 😊😊😐😞
Qual? _____
8. Quais atividades e atrações você acha interessante de ter nos eventos?
() música 😊😊😐😞 () teatro 😊😊😐😞
() cinema 😊😊😐😞 () história 😊😊😐😞
() dança 😊😊😐😞

9. Qual seria o melhor local para realizar os eventos?

() escola 😊😊😐😞 () centro de eventos 😊😊😐😞

() praça matriz 😊😊😐😞 () salão paroquial 😊😊😐😞

() outro _____

8.4. PROGRAMAÇÃO DE ATIVIDADES

CRONOGRAMA DE ATIVIDADES



	HORA	LOCAL	ATIVIDADE	PARTICIPANTES
13.10.2016 TARDE	14h30min	Lonão 2 – Praça Matriz	Abertura Oficial Apresentações Artísticas	Todas as escolas, autoridades, escritores e comunidade
	17h	Lonão 2 – Praça Matriz	Lançamento do Livro “ Quarta Colônia – Terra, Gente e História”, Elaine Binotto Fagan – Patronesse da Feira	Todas as escolas, autoridades, escritores e comunidade
14.10.2016 MANHÃ	8h30min	Praça Matriz	Teatro “Quanto vale a sua vida?”	Todas as escolas, autoridades, escritores e comunidade.
	9h	Lonão 2 – Praça Matriz	Lançamento “Todas as crianças do Mundo”, Diego Hahn	Pradella + La Salle + Recanto Dos Sonhos + Rafael Iop (5º ano)
		Tenda 1 – Praça Matriz	Contaçõ de histórias	Recanto Dos Sonhos
		Auditório João XXIII	Encontro com o cineasta Ricardo Zimmer	João XXIII (8º, 9º Ano e Ensino Médio) + Rafael Iop (8º e 9º ano)
	10h	Tenda 2 – Praça Matriz	Pintura de rosto	Pradella + La Salle + Recanto Dos Sonhos + Rafael Iop (5º ano)
	10h30min	Auditório João XXIII	Encontro com cartunista Máucio Rodrigues	João XXIII (8º, 9º Ano e Ensino Médio) + Rafael Iop (8º e 9º ano)
Tenda 1 – Praça Matriz		Contaçõ de histórias	Pradella + La Salle + Recanto Dos Sonhos + Rafael Iop (5º ano)	
14.10.2016 TARDE	13h30min	Praça Matriz	Teatro “Quanto vale a sua vida?”	Todas as escolas
	14h	Lonão 2 – Praça Matriz	Lançamento do Livro “Vivi e o Cão Amarelo”, Carlos Alberto Bellinaso	Recanto Dos Sonhos + Beija- Flor + Rafael Iop + João XXIII
		Tenda 2 – Praça Matriz	Pintura de rosto	Recanto Dos Sonhos
	15h	Lonão 2 – Praça Matriz	Monólogo “As histórias da Vovó Nené”, Rafaela Loreto Facin	Recanto Dos Sonhos + Beija- Flor + Rafael Iop + João XXIII
		Tenda 1 – Praça Matriz	Contaçõ de histórias	Recanto Dos Sonhos
15.10.2016 MANHÃ	10h	Câmara Municipal de Vereadores	Oficina “Leitura Inteligente”	Professores, alunos e comunidade
15.10.2016 TARDE	14h30min	Lonão 2 – Praça Matriz	Encontro Literário com Maria Alice Schuch	Comunidade
	16h	Lonão 2 – Praça Matriz	Lançamento “Anacleto de Gubbio” Carlos Alberto Bellinaso	
16.10.2016 TARDE	15h	Praça Matriz	Mateada Literária	Comunidade
	17h30min	Praça Matriz	Apresentação Artística	
	18h	Praça Matriz	Encerramento Oficial	

8.5 CONTATOS: AUTORES, PALESTRANTES, EXPOSITORES, ORGANIZADORES

NOME	CONTATO	OBRA
Bruna Vieira	55 9173.4587	Comissão Organizadora
Carla Cristine Mello Froner (psicanalise humana)	55 3222.3238	Literatura Infantil e Familiar: Contos de Fadas: o desvendar dos sentimentos e emoções inconscientes no universo infantil
Carlos Alberto Bellinaso	55 3222.5555	Infantil: Vivi e o Cão Amarelo; Adulto: Sob os Lençóis de Anacleto de Gubbio
Cássio Marzari	55 3269.1071	Equipe de sonorização
Clarissa Miranda	55 9663.5471	Fundação Antônio Meneghetti
Diego Hahn	55 9607.6196	Infantil e Jovens - Todas as crianças do mundo
Elaine Binotto Fagan	55 9953.1001	Quarta Colônia: Terra, Gente e História
Nativa Lanches	55 3269.1178	Praça de alimentação
Felipe Furian	55 9900.4484	Infantil e para ilustrar – Celina, gota do céu; O senhor Laranjeira; Geremias; As vassouras da bruxa Ruben Boelter; Fabular: histórias pela natureza. Oficinas de ilustração.
Fundação Ângelo Bozetto	55 3263.3800	Atividades lúdicas, culturais.
Giacomini Alimentos	55 3269.1172	Expositor e parceiro na de
Giovani Pasini	55 9914.8081	Infantil – Beto Repleto (e outros)
Impare Educação Musical	55 3025.9553	Estande com apresentação do projeto (música e educação)
Invernada Artística Recanto Maestro	55 9970.0192	Grupo de dança

Irlei Hammes Wiesel	55 9603.6018	Literatura Adulta: Renda-se
Lorenzo Franchi	55 9676.4527	Assessoria de Imprensa
Maria Alice Schuch	55	Adulto: Mulher Aonde Vais? Convém?, Contos da Alice
Máucio Rodrigues	55 9914.3370	Massa Folhada
Máucio Rodrigues	55 9914.3370	Cartunista
Moacir Bolzan		Quarta Colônia: da fragmentação à construção
Pepê Eventos	51 9667.5069	Contato editoras, autores, serviços terceirizados, locação de estrutura,
Pietra Ceretta	55 9603.7630	Comissão Organizadora
Rafaela Loreto Facin	55 9616.6899	Infantil - A menina e o reino dos Cata-ventos
Recanto do Maestro	55 3289.1108	Orquestra Jovem
Ricardo Zimmer	55 9682.7289	Cineasta e Palestrante
Rosangela Rechia	55 9666.0556	Biblioteca Municipal de Santa Maria
Télcio Brezolin	55 9966.0458	CESMA
Valéria Noro	55 99616473	Teatro: Quanto vale a sua vida?

8.5. ORIENTAÇÕES PARA AUTORES E PALESTRANTES



Querida Rafaela,

Estamos muito felizes com a sua participação na 1ª Feira do Livro de São João do Polêsine!

Queremos agradecer todo o seu empenho em estar presente no nosso evento e temos certeza que a primeira página da nossa história não seria a mesma sem você.

Parabéns pelo seu trabalho!

Abaixo seguem algumas informações sobre a sua participação na Feira:

- Data: 14/10/2016

- Hora: 15h

- Local: Praça Matriz, São João do Polêsine – RS

- Espaço: Lonã 2

- Público: alunos das escolas municipais Recanto dos Sonhos, Beija-Flor, Rafael Iop e escola estadual João XXIII (alunos de 4 a 11 anos).

Acompanhe nossa divulgação e convide seus amigos!

Programação atualizada: <http://www.saojoaodopolesine.rs.gov.br/>

Curta nossa *fanpage*: <https://www.facebook.com/feiradolivropolesine/>

Estamos à disposição para eventuais dúvidas ou fornecer mais informações pelos contatos: (55) 9650.8144 / thayse.rp@hotmail.com

Atenciosamente,

Thayse Peres Silva

Comissão Organizadora da 1ª Feira do Livro de São João do Polêsine

8.6 PESQUISA DE OPINIÃO PÚBLICA – AVALIAÇÃO

8.6.1 Aplicada com os professores

1. Em relação à Feira:
 - a) Você visitou a 1ª Feira do Livro de SJP?
 sim não
 - b) O que você achou da primeira edição da Feira?
 excelente muito boa boa regular ruim péssima
 - c) Você acha que o evento beneficiou de alguma forma a comunidade?
 sim não talvez _____
 - d) O contato com as obras literárias envolveram/motivaram os alunos?
 sim não talvez _____
2. Em relação às atividades:
 - a) Em quantas atividades você esteve presente?
 1 - 3 4 - 6 7 - 9 Mais
 - b) Como você classifica as atividades programadas?
 totalmente relevantes parcialmente relevantes
 parcialmente irrelevantes totalmente irrelevantes
 - c) Você acredita que as atividades foram bem distribuídas conforme o público?
 sim não talvez _____
 - d) O tempo destinado a cada atividade foi o suficiente?
 sim não talvez _____
 - e) Os profissionais escolhidos para ministrar as atividades eram:
 totalmente qualificados parcialmente qualificados
 parcialmente desqualificados totalmente desqualificados
 - f) Os locais de realização (Praça Matriz, Auditório João XXIII e Câmara de Vereadores)
 excelente muito bom bom regular ruim péssimo
3. Em relação à comunicação:
 - a) Divulgação
 não sabia do evento pouco divulgado
 bem divulgado muito divulgado
 - b) Entre a comissão organizadora e a escola
 totalmente satisfeito parcialmente satisfeito satisfeito
 parcialmente insatisfeito totalmente insatisfeito

4. Em relação à organização?

a) Quais foram os pontos positivos?

b) Quais foram os pontos negativos?

c) Acredita ser pertinente a realização da 2ª edição da Feira do Livro do município?

sim não talvez _____

8.6.2 Aplicada com os alunos

1. Em relação à Feira:

a) Você visitou a 1ª Feira do Livro de SJP?

sim não

b) O que você achou da primeira edição da Feira?

excelente muito boa boa regular ruim péssima

c) Você acha que o evento beneficiou de alguma forma a comunidade?

sim não talvez _____

d) O contato com as obras literárias envolveram/motivaram os alunos?

sim não talvez _____

e) Você se sentiu parte da Feira?

sim não talvez _____

f) Você acredita que a Feira do livro foi feita para os alunos/escolas?

sim não talvez _____

2. Em relação às atividades:

a) Em quantas atividades você esteve presente?

1 - 3 4 - 6 7 - 9 Mais

b) Como você classifica as atividades programadas?

totalmente relevantes parcialmente relevantes

parcialmente irrelevantes totalmente irrelevantes

c) Você gostou da atividade que foi direcionada a sua turma?

sim não talvez _____

- d) O tempo destinado a cada atividade foi o suficiente?
() sim () não () talvez () _____
- e) Os profissionais escolhidos para ministrar as atividades eram:
() totalmente qualificados () parcialmente qualificados
() parcialmente desqualificados () totalmente desqualificados
- f) Os locais de realização (Praça Matriz, Auditório João XXIII e Câmara de Vereadores)
() excelente () muito bom () bom () regular () ruim () péssimo
- g) Em relação à divulgação
() não sabia do evento () pouco divulgado
() bem divulgado () muito divulgado
3. Em relação à organização?
- a) Quais foram os pontos positivos?

- b) Quais foram os pontos negativos?

- c) Acredita ser importante a realização da 2ª edição da Feira do Livro do município?
() sim () não () talvez () _____

8.7 FOTOS



Figura 8.7.1 Abertura Oficial
Fonte: Acervo da autora



Figura 8.7.2 Venda de Livros
Fonte: Acervo da autora



Figura 8.7.3 Apresentações na Abertura Oficial
 Fonte: Acervo da autora



Figura 8.7.4 Apresentações na Abertura Oficial
 Fonte: Acervo da autora



Figura 8.7.5 Alunos visitantes
 Fonte: Acervo da autora



Figura 8.7.6 Livros arrecadados e distribuídos
 Fonte: Acervo da autora



Figura 8.7.7 Pintura de rosto
 Fonte: Acervo da autora



Figura 8.7.8 Lançamento Diego Hahn
 Fonte: Acervo da autora



Figura 8.7.9 Varal Cultural
Fonte: Acervo da autora



Figura 8.7.10 Lembrança e livro do autor Carlos Bellinaso
Fonte: Acervo da autora



Figura 8.7.11 Contação de História
Fonte: Acervo da autora



Figura 8.7.12 Público dia 14/10/2016
Fonte: Acervo da autora



Figura 8.7.13 Oficina Leitura Inteligente
Fonte: Acervo da autora



Figura 8.7.14 Varal Cultural e Estrutura Física
Fonte: Acervo da autora