



## CONSTRUÇÃO DE UM PLANO DE COMUNICAÇÃO PARA O MUSEU ERICO VERISSIMO DE CRUZ ALTA

VEBER, Claudiane<sup>1</sup>; OLIVEIRA, Elenara<sup>2</sup>; GASPAR, Luciano<sup>3</sup>; ISER, Fabiana<sup>4</sup>

**Palavras-chave:** Museu. Estratégia. Comunicação. Integrada.

A Comunicação, quando trabalhada de forma integrada entre as áreas de Jornalismo, Publicidade e Propaganda e Relações Públicas, opera da maneira mais completa quando se trata de assessoramento, seja pessoal ou coletivo, privado ou público, institucional ou empresarial. Foi pautada nisso a proposta originada na disciplina de Estratégias de Negócios em Comunicação, do curso de Comunicação Social da Unicruz, que propôs a elaboração de um plano de comunicação integrada para o Museu Erico Verissimo de Cruz Alta. Primeiramente realizamos um *briefing*, onde o conhecimento sobre a instituição atendida foi aprofundado. Após, construímos várias estratégias, considerando a realidade do Museu e as possibilidades para a aplicação de tais ideias pela instituição, sendo esta gerida pela Administração Pública Municipal. A partir da utilização de ferramentas comunicacionais, elaboramos o plano, reorganizando e aprimorando a comunicação interna e externa. Visamos a ampliação na divulgação referente ao Museu, para que assim, ele passasse a ser visto pela sociedade como dinâmico, organizado, comprometido, integrado à comunidade local, regional e nacional, prezando pela difusão cultural e fomento turístico na cidade de Cruz Alta. Para o público interno, propomos a contratação de funcionário específico para atuar na assessoria comunicacional, curso de capacitação dos funcionários, realização de reuniões semanais e utilização de uniformes e crachás de identificação. Para o público externo, elaboramos estratégias como a criação de uma marca, elaboração de um mailing (lista com os contatos da imprensa), contato com agências de turismo, utilização de um livro de presenças com e-mails dos visitantes, mapa de localização, criação de um site com hospedagem gratuita, newsletter semanal, informativo mensal, comercialização de obras do autor e utensílios personalizados, folders, homenagem na Assembléia Legislativa, intensa programação durante a semana dos Museus e o aniversário do escritor Erico Verissimo, ampliação na divulgação do Acústico no Museu, concurso de revista em quadrinhos, colocação de outdoors e placas de sinalização em pontos estratégicos e ampliação da divulgação na mídia. Cada ação proposta foi detalhada no plano, com justificativa para sua utilização e orçamento, além de estratégia de captação de recursos para execução do plano. O trabalho realizado pelo grupo foi selecionado pelo diretor do Museu, que teve acesso a trabalhos de outros grupos, mas considerou essa a proposta mais completa e possível de ser realizada. O exercício demonstrou que a teoria aprendida em sala de aula deve embasar a prática de nossas ações em comunicação, e o conhecimento de uma realidade mercadológica contribuiu para aprimorar esse aprendizado.

<sup>1</sup>Acadêmica de Comunicação Social – Jornalismo, da Universidade de Cruz Alta. [claudianeveber@hotmail.com](mailto:claudianeveber@hotmail.com)

<sup>2</sup>Acadêmica de Comunicação Social – Jornalismo, da Universidade de Cruz Alta. [Elenara.oliveira@yahoo.com.br](mailto:Elenara.oliveira@yahoo.com.br)

<sup>3</sup>Acadêmico de Comunicação Social – Jornalismo, da Universidade de Cruz Alta. [lu\\_91gaspar@hotmail.com](mailto:lu_91gaspar@hotmail.com)

<sup>4</sup>Orientadora do trabalho. Coordenadora do Curso de Comunicação Social da Unicruz. [fabianaiser@yahoo.com.br](mailto:fabianaiser@yahoo.com.br)