

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PAMPA (UNIPAMPA)

CAMPUS SÃO BORJA

CURSO DE RELAÇÕES PÚBLICAS

JESSIKA GUIMARÃES DE LIMA

**K-DIVERSÃO CULTURAL: A PROMOÇÃO DE OFICINAS CULTURAIS NA
ESCOLA COMO PRÁTICA DE RELAÇÕES PÚBLICAS E A PRODUÇÃO
CULTURAL**

São Borja

2024

Jessika Guimarães de Lima

K-diversão cultural: a promoção de oficinas culturais na escola como prática de Relações Públicas e a produção cultural

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial para aprovação no Curso de Relações Públicas da Universidade Federal do Pampa, campus São Borja–RS.

Orientador(a): Prof. Dr. Tiago Costa Martins

São Borja

2024

Ficha catalográfica elaborada automaticamente com os dados fornecidos
pelo(a) autor(a) através do Módulo de Biblioteca do
Sistema GURI (Gestão Unificada de Recursos Institucionais) .

d278k de Lima , Jessika Guimarães

K-diversão cultural: a promoção de oficinas culturais na
escola como prática de Relações Públicas e a produção cultural
/ Jessika Guimarães de Lima .

39 p.

Trabalho de Conclusão de Curso(Graduação)-- Universidade
Federal do Pampa, RELAÇÕES PÚBLICAS, 2024.

"Orientação: Tiago Costa Martins".

1. Relações Públicas . 2. Produção Cultural . 3.
Diversidade Cultural . I. Título.

JESSIKA GUIMARÃES DE LIMA

K-DIVERSÃO CULTURAL: A PROMOÇÃO DE OFICINAS CULTURAIS NA ESCOLA COMO PRÁTICA DE RELAÇÕES PÚBLICAS E A PRODUÇÃO CULTURAL

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Relações Públicas da Universidade Federal do Pampa, como requisito parcial para obtenção do Título de Bacharel em Relações Públicas.

Trabalho de Conclusão defendido e aprovado em: 03/12/2024.

Banca examinadora:

Prof. Dr. Tiago Costa Martins
Orientador
Unipampa

Prof^ª.Dr^ª. Marcela Guimarães e Silva
Unipampa

Prof^ª.Dr^ª. Carmen Regina Abreu Gonçalves
Unipampa



Assinado eletronicamente por **MARCELA GUIMARAES E SILVA, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 09/01/2025, às 11:29, conforme horário oficial de Brasília, de acordo com as normativas legais aplicáveis.



Assinado eletronicamente por **TIAGO COSTA MARTINS, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 09/01/2025, às 11:47, conforme horário oficial de Brasília, de acordo com as normativas legais aplicáveis.



Assinado eletronicamente por **CARMEN REGINA ABREU GONCALVES, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 09/01/2025, às 13:00, conforme horário oficial de Brasília, de acordo com as normativas legais aplicáveis.



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.unipampa.edu.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **1645073** e o código CRC **D384AD61**.

AGRADECIMENTOS

Uau, nem acredito que cheguei nessa parte! Acho muito curioso os agradecimentos serem no início do trabalho e normalmente serem uma das últimas coisas que fazemos. Deve ser a nossa necessidade de finalizar um ciclo e compartilhar os nossos desejos futuros.

Então vamos lá! A palavra agradecimento tem alguns sinônimos, os quais usarei aqui. O primeiro deles é o reconhecimento, e eu gostaria de reconhecer e apreciar todo o meu esforço durante a graduação. Finalizar essa etapa é muito significativo para mim. Ter vindo de Brasília para o interior do Rio Grande do Sul, deixando minha família, amor e amigos, foi uma das muitas coisas que eu tive que abrir mão. Desvendar o novo e começar uma nova vida não foi fácil, então, Jessika do passado, eu gostaria de reconhecer todo o seu esforço e determinação.

Quero expressar a minha gratidão à minha família, que fez uma vaquinha para que eu pudesse realizar o meu sonho, em especial à minha mãe e à minha avó, que foram além e se esforçaram muito para que eu permanecesse aqui na cidade.

Registro todo o meu reconhecimento ao amor da minha vida, Henrique, que foi a primeira pessoa para quem eu contei que havia passado e também foi a primeira pessoa a me incentivar a vir. Muito obrigada, meu amor, por todo o seu apoio, acolhimento e carinho. Você foi o meu porto seguro em mais momentos do que eu posso contar!

Não posso esquecer da minha gatinha companheira, obrigada, Momolis, por ter entrado na minha vida. Ter adotado você foi uma das melhores coisas que eu pude fazer. Os seus miau, miau, miau trouxeram mais cor para o cotidiano

Expresso a minha gratidão e carinho a todas as pessoas que viram meu post no Facebook e contrataram meus serviços de faxina. Vocês foram muito importantes para que eu pudesse permanecer na cidade, em especial à Fabi, a minha mais querida cliente.

Sou muito feliz e sortuda por ter sido acolhida e amada por todos os meus amigos, vocês foram um apoio inestimável. Quero deixar um grande espaço de reconhecimento e gratidão para a família que eu construí aqui, que viram as minhas

piores e melhores versões de camarote, que choraram comigo e vibraram por cada conquista que eu tive. Muito obrigada, Flávia Carolina, Heloíza Ferraz, Maurin Bonatto e o raio de sol que é o Jope Almeida. Vocês me mostraram que há paz em meio a tantas mudanças e o suporte de vocês foi um diferencial na minha trajetória.

Estendo meus agradecimentos à Unipampa e ao curso do meu coração. Quero que todos os professores que sempre me incentivaram a ser a melhor profissional e aluna saibam o quanto eu sinto carinho e gratidão por vocês. Quero deixar um agradecimento especial ao meu orientador Tiago Martins, que aceitou o desafio desse trabalho e me guiou por esse processo, e à Profe Carmen Abreu, que me auxiliou na parte burocrática de todos os eventos.

Pensando na Unipampa, o que seria dela sem os técnicos e terceirizados? A eles, agradeço por todo o suporte nas ideias mais doidas e trabalhosas. Sem vocês, meus eventos não seriam metade do que foram (um alô especial para o Andrei e o Alex). Quero dedicar uma parte só para a tia Jô, que, com sua simpatia, carinho e paciência, faz nosso dia ficar melhor.

A minha orgulhosa escola Ubaldo e todos os alunos que me receberam de braços abertos, quero demonstrar o meu imenso carinho, gratidão e felicidade. Com vocês, um novo mundo me foi mostrado. Aos apoiadores e patrocinadores deste projeto, o seu apoio tornou toda a experiência mais divertida e melhor.

À minha querida chefe Gabi Teló, obrigada pela sua compreensão, apoio e flexibilidade. Eu só consegui conciliar trabalho e estudos por conta dos nossos acordos.

Todos citados aqui foram parte fundamental do meu desenvolvimento. O apoio de vocês me fez mais forte! O amor da minha família, namorado e amigos se tornou um acalento na alma. Os incentivos dos meus professores e os seus ensinamentos me mostraram as potencialidades que há em mim e, com certeza, formaram uma profissional confiante, proativa e em constante crescimento.

Finalizar essa etapa é uma vitória muito grande e, com o meu diploma, desejo retribuir todo o esforço que as pessoas colocaram em mim.

Que venham as próximas conquistas!

RESUMO

O projeto experimental em tela, voltado para promoção da cultura, foi desenvolvido por meio de oficinas de cultura pop coreana nas escolas do município de São Borja. Seu objetivo foi oportunizar o acesso às expressões culturais coreanas. A proposta procurou, também, articular os aspectos teóricos da produção cultural à prática do profissional de relações públicas. Em termos teóricos, as atividades propostas foram embasadas no debate sobre diversidade cultural e a política cultural nas esferas sociológicas e antropológicas (Botelho, 2002). Além disso, trabalhou-se com a trajetória da cultura pop coreana, assim como a prática do profissional de RP dentro da produção cultural. Dessa forma, visando atingir o cotidiano do sujeito, foi utilizado o método de Fortes (2002), que separa as ações do relações-públicas em quatro momentos: a pesquisa; o levantamento de hábitos; o planejamento e execução das ações; e por fim a análise dos processos. Metodologicamente foram realizadas quatro oficinas que promoveram contato com produtos culturais coreanos, tais como, dança, produções audiovisuais e lazer. As atividades foram desenvolvidas no decorrer da terceira semana do mês de outubro e primeira semana de novembro, contemplando duas turmas do sexto ano, totalizando 20 alunos. Após a execução das oficinas, os estudantes, professor responsável e diretora da escola, receberam uma pesquisa de satisfação para compartilharem a sua visão a respeito do projeto e a sua aplicabilidade. Após análises e ponderações, conclui-se que o trabalho cumpriu com os seus objetivos e possui possibilidade de ampliação, tendo como principal sugestão, mesclar as oficinas aos componentes curriculares. Entende-se também que a ação do profissional de Relações Públicas como produtor cultural é de suma importância para o desenvolvimento e visibilização dos anseios da comunidade em que está inserido.

PALAVRAS-CHAVES: Relações-Públicas; Produção Cultural; Diversidade Cultural

ABSTRACT

This experimental project, aimed at promoting culture, was developed through Korean pop culture workshops in schools in the municipality of São Borja. Its aim was to provide access to Korean cultural expressions. The proposal also sought to link the theoretical aspects of cultural production to the practice of public relations professionals. In theoretical terms, the proposed activities were based on the debate on cultural diversity and cultural policy in the sociological and anthropological spheres (Botelho, 2002). In addition, work was done on the trajectory of Korean pop culture, as well as the practice of PR professionals within cultural production. In order to reach the subject's daily life, the method used was that of Fortes (2002), who separates the actions of public relations professionals into four stages: research; gathering habits; planning and executing actions; and finally analyzing processes. Methodologically, four workshops were held to promote contact with Korean cultural products, such as dance, audiovisual productions and leisure. The activities took place during the third week of October and the first week of November, involving two sixth grade classes, totaling 20 students. After the workshops, the students, the teacher in charge and the school principal received a satisfaction survey to share their views on the project and its applicability. After analysis and consideration, it was concluded that the work met its objectives and could be expanded, with the main suggestion being to merge the workshops with the curricular components. It is also understood that the action of the Public Relations

professional as a cultural producer is of paramount importance for the development and visibility of the wishes of the community in which they are inserted.

Keywords: Public Relations; Cultural Production; Cultural Diversity

LISTA DE FIGURA

Figura 01 - As duas equipes que se apresentaram.....	16
Figura 02 - A torcida vencedora.....	16
Figura 03 - Início da competição e a boneca Maria.....	18
Figura 04 - Finalização da brincadeira.....	18
Figura 05 - Reprodução do filme.....	19
Figura 06 - Finalização da sessão.....	19
Figura 07 - Gráfico de respostas.....	33
Figura 08 - Gráfico de respostas.....	33
Figura 09 - Gráfico de respostas.....	33
Figura 10 - Gráfico de respostas.....	33
Figura 11- Gráfico de respostas.....	34
Figura 12 - Gráfico de respostas.....	34
Figura 13 - Gráfico de respostas.....	34
Figura 14- Gráfico de respostas.....	34
Figura 15 - Mapa de sugestão.....	34
Figura 16 - Mosaico de todos os desenhos dos alunos.....	35
Figura 17 - Resposta da diretora.....	36
Figura 18 - Resposta do professor.....	36
Figura 19 - Resposta do professor.....	37
Figura 20 - Resposta do professor.....	37
Figura 21 - Torcida campeã.....	39
Figura 22 - Confronto de grupos.....	39
Figura 23 - Brincadeira ao fim da competição.....	39
Figura 24 - Hora do lanche.....	39
Figura 25 - Visita à Unipampa.....	39

LISTA DE TABELA

Pacote de trabalho 01 - Informações adicionais e Recursos necessários.....	17
Pacote de trabalho 02 - Informações adicionais e Recursos necessários.....	19
Pacote de trabalho 03 - Informações adicionais e Recursos necessários.....	21
Pacote de trabalho 04 - Recursos necessários e perguntas desenvolvidas.....	22
Questionário 01 - para alunos.....	22
Questionário 02 - para diretora e professor.....	23

SUMÁRIO

1. PROBLEMATIZAÇÃO.....	1
2. OBJETIVOS.....	7
2.1 OBJETIVO GERAL.....	7
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	7
3. JUSTIFICATIVA.....	7
4. REVISÃO DE LITERATURA.....	9
4.1 Cultura e produção cultural.....	9
4.2 Cultura pop coreana.....	10
4.3 RP na cultura e produção cultural.....	12
4.4 Eventos.....	13
5. DESENVOLVIMENTO DAS AÇÕES.....	14
Objetivo específico.....	15
5.1 Oficina Kpop Idol.....	15
Objetivo específico.....	18
5.2 Batatinha Frita 1,2,3.....	18
Objetivo específico.....	19
5.3 Oficina Cinema Cultural.....	19
Objetivo específico.....	21
5.4 Qual a sua visão?.....	21
5.5 Avaliação Metodológica.....	23
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	27
7. REFERÊNCIAS.....	29
8. APÊNDICE A - Gráfico de respostas dos alunos.....	33
9. APÊNDICE B - Respostas da diretora e professor.....	36
Questionário para a diretora.....	36
Questionário para o professor.....	36
10. APÊNDICE C - Materiais desenvolvidos.....	38
11. APÊNDICE D - Registro das atividades.....	39

1. PROBLEMATIZAÇÃO

Esse projeto experimental é uma proposta para a cidade de São Borja, município localizado na fronteira oeste do estado do Rio Grande do Sul e, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)¹, em 2022, a cidade possuía cerca de 59.676 habitantes.

Apesar de ser um município com menos de 100 mil habitantes, há uma disparidade socioeconômica que dificulta ou facilita o acesso ao lazer e à cultura, a exemplo de quem mora no centro da cidade e os moradores que vivem mais próximos do rio Uruguai, especificamente, o bairro do Passo.

Além da diferença social, a cidade não costuma investir muito em eventos culturais abrangentes, tanto na esfera sociológica como antropológica² (Botelho, 2002). Ou se investe, não há divulgação³ apropriada, visto que, ao visitar o *site* da prefeitura, o cidadão não consegue saber os próximos eventos a serem realizados nem os seus locais. Sendo assim, subentende-se que não há diversificação de propostas de consumo e, dificilmente, a comunidade tem um poder de escolha. Nota-se que o que é mais incentivado e promovido, através dos Centros de Tradições Gaúchas (CTGs), são as atividades e expressões culturais, como a dança, a música e a comida típica do estado.

Outras expressões culturais como cultura indígena, campeonato de skate, mostra gastronômica de outras regiões do país, feiras culturais, batalhas de rima, entre outras, não costumam receber investimentos. Caso haja uma organização para dar visibilidade a outros tipos de expressões, são através de eventos esporádicos e, normalmente, vem da comunidade para a própria comunidade.

Mesmo sendo conhecida como a terra dos presidentes e também como um dos Sete Povos das Missões, São Borja não costuma ter atividades como rotatividade de exposições, investimento em artistas locais, saraus, oficinas ou apresentações de audiovisuais nos museus espalhados pela cidade, como é comum acontecer em cidades maiores, a exemplo da Casa de Cultura Mário Quintana, em Porto Alegre.

¹ Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/rs/sao-borja.html>>.

² Em resumo, sociológica está ligada ao fazer cultural institucionalizado (museus, galerias), bem como a antropológica está ligada ao cotidiano do indivíduo e as expressões culturais do dia a dia.

³ São Borja tem baixo desempenho de transparência de informações e dados de interesse público. Disponível em: <<https://periodicos.unipampa.edu.br/index.php/SIEPE/article/view/117833>>.

Um movimento recente que tem acontecido é o evento chamado "Uma Noite nos Museus", que tem uma temática diferente e apresentações de espetáculos. Ainda assim, essa proposta acontece uma vez ao ano e está ligada à agenda de atividades em alusão à Primavera dos Museus, promovida pelo IBRAM - Instituto Brasileiro de Museus. Percebe-se que a comunidade tem poucas opções de lazer e de consumo cultural. Além da escassez do novo, a falta de diversidade nas atividades dentro dos museus contribui para a baixa adesão da população a esse tipo de consumo.

Levando em consideração esta realidade cultural, este projeto experimental propôs uma alternativa para a diversificação cultural e também promoveu o relações-públicas como agente de impacto social ao assumir o papel de produtor cultural. A temática e o produto proposto foram oficinas sobre a cultura⁴ pop coreana, tendo os eventos como meio para alcançar e engajar o público.

Os eventos culturais em São Borja, como shows ou feira do livro, normalmente acontecem no centro da cidade, muitas vezes impossibilitando que parte da comunidade ribeirinha e do Passo participem. A problemática maior não é que alguns eventos sejam no centro da cidade, mas sim a falta de planejamento cultural para outros bairros, não sendo levado em consideração outras realidades.

Como expõe Isaura Botelho (2002), o planejamento cultural deve ser pensado para a democracia cultural, ao qual possibilita que os indivíduos possam ter ferramentas para desenvolverem e cultivarem as suas necessidades e anseios. Ou seja, a falta de diversificação e de ferramentas para explorar e usufruir outras formas de expressões culturais, faz com que a comunidade fique desassistida na hora de consumir cultura e se expressar através dela. Nesse sentido, essas pessoas podem ainda desconhecer uma outra forma de consumo, um exemplo palpável, é que muitas crianças são-borjenses nunca foram ao cinema, já que para ter acesso a um é preciso ir a outra cidade.

Ao apresentar esse recorte, algumas pessoas podem se perguntar: “por que a população não se mobiliza e demanda por mais?”. Certamente ela poderia, Botelho (2002) diz que o primeiro investimento⁵ para visibilização na área da cultura antropológica é a mobilização da população e o “trazer luz” às suas demandas e

⁴ No decorrer do trabalho a palavra cultura é utilizada nas esferas antropológicas e sociológicas. (BOTELHO, 2002).

⁵ O primeiro é de responsabilidade dos próprios interessados; o segundo tipo de investimento refere-se à área de cultura dentro do aparato governamental.

anseios. Possibilitando que, a partir desta moção, o poder público entenda que há demanda nesse setor e supostamente invista tempo e verba em uma política cultural.

No entanto, como poderia ser praticada essa organização comunitária se a taxa de analfabetismo, de acordo com o censo de 2010 do IBGE⁶ é de 6.60%? De fato, é importante que a própria comunidade se organize para cobrar melhores condições. Entretanto, deve-se considerar o contexto social interiorano fronteiriço, ao entender que somos culturalmente construídos de acordo com o local e grupo em que nascemos e vivemos (Filho et al., 2017) e considerar que, por inúmeras questões, nem todos possuem a mesma oportunidade e possibilidade de acesso à informação para atuarem positivamente nas questões de seu interesse (Fortes, 2002). Nessa perspectiva, será que a maioria dos habitantes percebem ou sabem que podem demandar por mais?

Dessa forma, cabe ao aparato governamental proporcionar essa diversidade e esse investimento. Botelho (2002) também comenta que a visibilização cultural está ligada à articulação da política cultural com programas conjuntos, ou seja, a democracia cultural e o investimento cultural precisam ser um compromisso global do governo. Vale ressaltar, que a construção da cultura antropológica é por meio das relações que cada indivíduo estabelece com o seu universo mais próximo. Dessa forma, essa esfera antropológica solicita que:

Em termos de uma política pública, ela solicita, por sua própria natureza, uma ação privilegiadamente municipal. Ou seja, a ação sociocultural é, em sua essência, ação micro que tem no município a instância administrativa mais próxima desse fazer cultural. Embora esta deva ser preocupação das políticas de todas as esferas administrativas, o distanciamento que o Estado e a Federação têm da vida efetiva do cidadão dificulta suas ações diretas (Botelho, 2002, p.75).

⁶ Disponível em:

<<https://www.ibge.gov.br/apps/snig/v1/?loc=0,431800&cat=-1,1,2,-2,3,4,-3,128&ind=4693>>.

Sendo assim, cabe a esfera pública municipal ser a “voz” da comunidade e propor projetos que prezam pela diversidade, trazendo luz aos seus anseios e visibilizando suas demandas culturais, demonstrando ao poder público federal que ele precisa fazer cumprir a lei⁷ e investir nesse cenário.

Assim, o município como esfera pública mais próxima do cotidiano do indivíduo pode propor alternativas para a abrangência cultural, tendo em vista que as prefeituras possuem autorização para apresentarem projetos culturais e buscarem por recursos públicos (Filho et al., 2017)

Ao citar o exemplo francês, Botelho (2002) mostra as diversas tentativas do governo de compreender as demandas culturais de seu povo e de proporcionar a democracia cultural. Houve pesquisas com os públicos, propostas e reanálise de rotas, tudo para entender os anseios da sua população.

De fato, ao adequar para um contexto municipal, as possibilidades orçamentárias e de recursos humanos diminuem um pouco. No entanto, não está sendo sugerido que o município centralizado na figura da prefeitura e secretarias seja responsável pela totalidade das duas esferas culturais e inicie diversos projetos ao mesmo tempo.

É certo que o município não consegue dar conta de tudo e que precisa ter o auxílio do Governo Federal (Botelho, 2002), mas se essa iniciativa não se dá por meio do governo municipal que precisa garantir o direito a sua população, como é esperado que a comunidade perceba que ela pode ansiar por mais e reivindicar? O fato de ser ofertado atividades, principalmente, através dos museus e Centros de Tradições Gaúchas - CTG's seja algo tão normalizado que não há demanda de outras formas de consumo, pois não é uma possibilidade para a população.

A mudança no cenário cultural e compreensão dos gostos e anseios da comunidade pode ser através do auxílio da universidade, com pesquisas, análises e planejamento estratégico. Dessa forma, pequenas intervenções podem ser executadas. Uma sugestão, seria dispor da estrutura das escolas e participação dos professores municipais para a realização de ações futuras.

⁷ BRASIL. Constituição (1988).Art. 215: “O Estado garantirá a todos o pleno exercício dos direitos culturais e acesso às fontes da cultura nacional, e apoiará e incentivará a valorização e a difusão das manifestações culturais.”

Talvez, seja esse o local de atuação do relações-públicas como um agente social e produtor cultural, entender a comunidade em que está inserido e utilizar de suas potências para propor projetos de diversificação, mobilizando o público e visibilizando as suas demandas.

Utilizar potências como a estrutura escolar municipal é uma alternativa para incentivar o consumo e impactar no cotidiano do sujeito (Botelho, 2002), visto que é uma ferramenta mais acessível na construção e alimentação desse capital cultural, embora não seja o único determinante (Botelho, 2002).

Pensando o sistema escolar como ferramenta para a promoção e democratização desse acesso cultural e de lazer, a Escola Municipal de Ensino Fundamental Ubaldo Sorriha da Costa foi selecionada para o desenvolvimento desse projeto. Localizada no bairro do Passo, próxima ao rio Uruguai, a escola foi idealizada pelo Decreto de Criação 3.858 de 25/10/1991 e com inauguração em fevereiro de 1993. No decorrer de sua trajetória⁸, a Ubaldo sempre buscou participar de diversos programas e dispôs de diferentes estratégias para engajar a comunidade local e promover o intercâmbio cultural.

A evolução de 1993 até os dias atuais é notória, grandes marcos do passado, como em 2003 ser criada a banda da escola; em 2009 com a “escola aberta” em que eram promovidos aos finais de semana atividades educativas, culturais, esportivas, de lazer e de geração de renda com o intuito de melhorar a educação e fortalecer o laços; em 2010 a escola participou do Programa Escolas Interculturais de Fronteira, no qual houve o intercâmbio de professores brasileiros e argentinos da cidade vizinha de Santo Tomé com o intuito de trabalhar com turmas estrangeiras e ser o agente que leva a língua, a cultura e o conhecimento para os alunos das escolas parceiras, em 2014 o Programa não teve continuidade devido ao Governo Argentino não aprovar esse tipo de modalidade. No entanto, a escola juntamente com o apoio municipal propuseram o desenvolvimento de uma sala multicultural com equipamentos tecnológicos e aulas de Português, Inglês e Espanhol; em 2012 a escola aderiu ao Programa Mais Educação em que eram ofertadas oficinas de ginástica, capoeira, educação ambiental, futsal e letramento. Por diversos fatores, atualmente a escola não possui nenhuma oficina similar que promova esse intercâmbio cultural ou de lazer.

⁸ Informações de acordo com o Plano Político Pedagógico da instituição.

Apesar disso, a Ubaldo permanece com o objetivo de proporcionar uma educação de qualidade para os seus alunos, nota-se também um compromisso no cuidado com o espaço físico da escola. São aproximadamente 1515 m²; 21 salas de aula, sendo uma delas de informática com sete computadores; há um pátio aberto com alguns espaços cobertos para os dias de verão e chuva; cinco banheiros; um refeitório arejado para a merenda com 48 lugares; um parquinho para as séries iniciais; a escola também possui uma quadra de futebol externa, sendo esta a mais debilitada estruturalmente. O corpo docente estudantil conta com 39 professores e 345 alunos.

Os estudantes que frequentam a escola, em sua maioria, possuem baixo poder aquisitivo e pouco acesso a materiais escolares básicos, itens de higiene adequados e alimentação de qualidade, muitas vezes fazendo suas únicas refeições na escola. Entendendo este contexto social em que os alunos estão inseridos e a realidade cultural da cidade, que muitas vezes não possui diversidade cultural e planejamento para as comunidades localizadas próximas ao rio Uruguai, esse projeto propôs uma atividade lúdica que englobou diversos aspectos da cultura pop coreana, que nos últimos anos tem crescido no Brasil (Dias et al., 2023). Além disso, após observar o público nas visitas semanais à escola, percebeu-se um perfil competitivo entre as turmas a serem atendidas; esse fator contribuiu para a adaptação do projeto e o engajamento dos alunos nas atividades, em sua maioria, duelos.

Embora o ideal seja atender a todos, por se tratar de um projeto experimental, a quantidade precisou ser reduzida. Nestas oficinas foram atendidas duas turmas do sexto ano, somando cerca de 20 alunos. Essa pequena amostra teve o intuito de propor diversidade cultural por meio de oficinas lúdicas e, de certa forma, exemplificar que projetos relacionados à diversidade podem, por meio de parcerias e planejamento, ser postos em prática nas escolas.

Apesar das suas limitações físicas e orçamentárias, a Ubaldo compreende o seu papel social na vida dos alunos e por isso, a instituição costuma buscar parcerias que amenizem as desigualdades vivenciadas. No entanto, os estudantes ainda possuem um déficit de momentos de lazer e culturais, que podem proporcionar a descontração, aprendizagem e expressão do seu “Eu”. De acordo com o Plano Pedagógico “O investimento na educação e no esporte seriam um dos caminhos para tirar muitas crianças dos ambientes em que vivem.”

2. OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GERAL

- Oportunizar a diversidade cultural através do incentivo de outras expressões culturais.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Articular a teoria de produção cultural à prática do profissional de relações públicas.
- Planejar e executar atividades culturais e de integração para os alunos da Escola Ubaldo Sorrilha da Costa sobre a cultura pop coreana.
- Analisar a percepção e recepção do público sobre as atividades desenvolvidas na escola, como também propor melhorias ao projeto executado.

3. JUSTIFICATIVA⁹

Este projeto une três eixos que me marcam como autora dessa obra: a Jessika criança, a graduanda e a profissional que almejo ser.

O primeiro eixo, meu eu criança, sempre sonhou conhecer outros lugares e, por ser baixa renda e morar em uma cidade dormitório¹⁰ do estado de Goiás, nunca teve essa oportunidade. Aos treze anos, descobri que o mundo poderia ir além da cidade pequena onde cresci e me apaixonei por estudar curiosidades de outros países, inicialmente sendo completamente apaixonada pela Inglaterra, com uma grande influência do grupo musical *One Direction*. Aos dezesseis, tive contato com o primeiro drama coreano pirateado no YouTube e com costumes completamente diferentes dos ocidentais, aos quais eu estava habituada, me vi com um novo super foco; aprender várias curiosidades sobre a Coreia do Sul.

O segundo eixo se inicia aos 21 anos, na escolha da universidade que desejo cursar, ao tomar conhecimento do curso de Relações Públicas com ênfase em produção cultural da Unipampa, me senti compelida a me inscrever. No decorrer da

⁹ Durante a produção desse projeto, o único momento em que a linguagem será alternada para a 1ª pessoa do singular vai ser no decorrer deste subcapítulo, devido a proximidade da pesquisadora com o tema proposto.

¹⁰ Caso o leitor não esteja familiarizado com o termo, ele se refere a cidade que possui uma grande quantidade de moradores que passam o dia trabalhando ou estudando em outra cidade próxima.

minha graduação tive contato com professores que mostraram diversos caminhos que um relações-públicas pode seguir, embora tenha gostado de outras áreas, as aulas com temática culturais sempre me empolgavam mais. Os anos de graduação foram se passando, o trabalho somado aos estudos, as saudades de casa e a falta de lazer, foram impactando na minha saúde mental. No final do sexto semestre eu tive os primeiros pensamentos em desistir dos estudos e voltar para casa.

Com acompanhamento psicológico e a tentativa de resgatar a minha essência, encontrei por acaso, a prática esportiva do Taekwondo aqui na cidade. O esporte foi uma maneira que encontrei de redirecionar a minha energia e, por ser de origem coreana, fez com que eu retomasse o contato com a cultura e resgatasse a curiosidade que havia deixado em segundo plano.

Nesse início do terceiro eixo, almejo ser uma produtora cultural e me tornar uma agente social ativa que utiliza das ferramentas de Relações Públicas e enxerga as potências do local em que está inserida para integrar propostas que contribuam na construção da democracia cultural e equidade social dentro de comunidades periféricas. Acredito que essa democracia tem os seus efeitos para além do lazer, mas também como ato de cidadania e qualidade de vida. Ter a chance de perceber que há outras possibilidades e outras realidades é algo revolucionário.

Além das minhas motivações pessoais e ideais, este projeto contribui para a área de Relações Públicas ao sugerir para o profissional que escolher atuar com a produção cultural, que "a cultura pode ser utilizada como instrumentos de meio de transformação social e resgate da dignidade humana de pessoas de comunidades-dormitórios e da periferia" (Ferreira, 2022, p. 01)

4. REVISÃO DE LITERATURA

O projeto teve o intuito de unir a teoria sobre as atividades de Relações Públicas com a prática profissional dentro da comunidade. Buscando se embasar em pilares como a cultura, a produção cultural e a relação do RP na cultura. Além de utilizar os eventos como ferramenta de engajamento, estes pilares foram de grande valia na construção e execução de uma proposta completa.

4.1 Cultura e produção cultural

A cultura pode ter diferentes definições, a sua compreensão e aplicação é muito ampla (Martins; Silva, 2014). Dentro do projeto, a definição de cultura utilizada será a de Botelho (2002) que a divide em duas esferas: sociológica e antropológica. Sendo a primeira, a cultura produzida em espaços especializados e por profissionais, como exposições de arte em museus, e a segunda, como a cultura que atinge o cotidiano do sujeito, produzida pelo próprio sujeito, como dança ou vestimentas.

Adiante entendemos que, a cultura passou a sintetizar o compartilhamento de significados e as produções simbólicas e materiais das sociedades, envolvendo as práticas sociais do cotidiano, produções artísticas, culturais dentre outros aspectos. (Martins; Silva, 2014).

Este projeto direciona os seus esforços para a valorização e compartilhamento dessa produção simbólica da cultura coreana, perpassando por produtos culturais como a música e as produções audiovisuais.

Dessa forma, ao levar em consideração que a cultura toma o papel de protagonista nas práticas socioeconômicas contemporâneas (Hall, 2003 apud Martins; Silva, 2014 p.117), é possível notar a seguir que a Coreia utilizou desse protagonismo cultural para aumentar a sua influência exterior, deixando de promover somente a exportação dos seus produtos eletrônicos e automobilístico, mas exportando também o seu estilo de vida, músicas e produções audiovisuais como filmes e séries.

A prática da produção cultural é pautada na organização e planejamento de ações culturais que tem por objetivo a valorização de determinado produto cultural buscando uma forma de salientar os principais aspectos do produto (Filho et al., 2017). Neste caso, o produto proposto são oficinas que envolvem as produções de

audiovisual, dança e o lazer. Incentivando os alunos a perceberem as diferenças sociais e de costumes, podendo estimular a reflexão da diversidade cultural. Incubindo o profissional de Relações Públicas como mediador dessa ação através do papel de produtor cultural, em que planeja e executa o projeto com uma visão macro do ambiente em que está inserido (Filho et al., 2017). Afinal, dentro da natureza das Relações Públicas há o impacto no meio em que está inserida, como também a busca por alterar uma situação talvez desfavorável para a construção do que se pretende modificar (Fortes, 2002).

Sendo assim, ao analisar o contexto social de São Borja e as dificuldades e déficits na promoção de atividades de cultura e lazer, cabe ao profissional de Relações Públicas enxergar as potencialidades, dispor do seu conhecimento e engajar as diferentes esferas para atingir o seu objetivo e a realidade desejada. Promovendo através das suas ações a centralização do indivíduo no fazer cultural, estimulando a construção e alimentação do universo individual / mundo de sentidos de cada um (Botelho, 2002).

4.2 Cultura pop coreana

A Coreia do Sul por meados da década de 90 começou a perceber que a exportação de produtos culturais como músicas, produções televisivas, modo de vida, cosméticos e idioma, eram uma maneira de aumentar a sua presença internacional para além dos eletrônicos, com a LG e a Samsung, e o mercado automobilístico com a Kia e a Hyundai (Hany, 2020). Conforme os produtos culturais sul-coreanos conquistam espaço internacional, essa onda *Hallyu*¹¹ se solidifica no cenário global.

No entanto, vale ressaltar que até a Coreia chegar no pop que conhecemos hoje ela passou por diversas fases, como a inacessibilidade de consumo, visto que antes só os nobres tinham acesso aos instrumentos e músicas; como também a privação da expressão cultural, com a invasão japonesa os coreanos foram proibidos de produzirem ou reproduzirem suas canções. Dessa forma, com a sua libertação da dinastia japonesa, a Coreia se viu livre para exercer a sua identidade, como também explorar e produzir novas formas de consumo cultural. As mudanças na trajetória Coreana, as diferentes dinastias e as libertações e reestruturações do

¹¹ É um termo chinês para “onda cultural coreana” que engloba tudo a respeito da cultura pop coreana e a sua exportação e midiatização em outros países.

país, contribuíram para que a música também sofresse muitas alterações, a música popular¹² coreana foi durante muito tempo o *Changga* e o *Trot*¹³ que possuem misturas de ritmos ocidentais da Grã Bretanha e Estados Unidos com ritmos locais e folclóricos como o *Pansori* (Hany, 2020). Apesar das proibições, os coreanos utilizavam do *Trot* para expressarem o seu descontentamento e protestarem a respeito de seus invasores japoneses.

Já durante a década de 1960, a Coreia foi impactada pela influência do *folk rock* que vinha de países que falavam inglês na Europa e América trazendo instrumentos elétricos como a guitarra. A festa não durou muito, a abertura do país para essa mistura cultural logo foi sancionada pela ditadura militar do Chun Doo-hwan (1980-1988). Durante a sua governança, foi proibido qualquer tipo de influência externa à cultura sul coreana. Entretanto, nos últimos dois anos desse governo ditatorial houve uma moderação nessas leis, permitindo que alguns conteúdos estrangeiros fossem veiculados nas rádios e televisões locais (HANY, 2020).

Em 1992, Seo Taiji e Boys se apresentaram em um programa de show de talentos e gerou um grande impacto na cultura coreana, ao unir elementos do hip hop norte americano e a música sul-coreana da época, esses garotos criaram o Kpop, um estilo marcado pela mescla de músicas ocidentais com elementos culturais da Coreia (Hany, 2020). Além dessas misturas, esse estilo musical também é muito conhecido pelo empenho nas performances de dança e nos conceitos visuais de cada apresentação.

Ademais, o Kpop é apenas um elemento da grande indústria de exportação cultural coreana, como dito anteriormente, a internacionalização do estilo de vida, produções televisivas e idioma foi uma escolha do país para aumentar a sua visibilidade para além dos eletrônicos e automóveis. Sendo assim, a venda dessa cultura também é uma estratégia que a Coreia utiliza para melhorar a sua influência no cenário exterior e, de certa forma, foi uma saída que o governo encontrou para a crise econômica (Hany, 2020).

Outro produto cultural muito exportado é a produção televisiva, mais conhecida como dorama (드라마) ou K-drama, sendo a letra K para identificar o país

¹² Para fazer uma distinção do Kpop que também significa música popular, as produções musicais de 1885 a 1990 foram reconhecidas como músicas tradicionais e chamadas de *Gayo* que significa música em coreano.

¹³ O *trot* vem do *foxtrot* dança de salão estadunidense.

de origem (*Korea*), visto que no continente asiático possui outras produções de drama, como o C-drama para as produções chinesas (Rosa, 2019). Os doramas tem uma maneira diferente de serem pensados e comercializados, de acordo com a autora Daniela Rosa (2019), eles podem se encaixar em três categorias: o drama semanal, sendo dividido em no máximo dezesseis episódios de 1 hora de duração ou trinta e dois episódios com duração de 30 minutos; o drama curto que possui 2 horas e pode ser dividido em dois episódios de 1 hora ou quatro episódios de 30 minutos; e por fim, o drama de final de semana, que costuma ser mais longo tendo mais de cinquenta episódios de 1 hora. Outra característica muito marcante nos doramas é que dificilmente tem segunda temporada, as “pontas soltas” são programadas para serem finalizadas no episódio final.

Sendo assim, a escolha desses dois produtos culturais que tem ganhado notoriedade nos últimos tempos tem o intuito de conectar as crianças a uma parcela da cultura coreana de forma lúdica e leve. Além disso, por serem produtos culturais em alta, caso haja interesse posterior de continuar consumindo, elas não encontraram grandes dificuldades.

4.3 RP na cultura e produção cultural

A cultura e a produção cultural, por estar em um sistema capitalista que visa o lucro, também se tornam produtos, possuindo uma “linha de produção” e construindo um sistema de produção que perpassa pela “criação, transmissão, difusão, divulgação, preservação, gestão, organização e reflexão, dependendo do domínio cultural – museus, artes, etc” (Martins; Silva, 2014, p.126).

Dentro desse sistema, o profissional de Relações Públicas que domina certa técnica é capaz de interferir e participar, em alguns momentos sendo a ferramenta desse sistema, em outros, utilizando-o como ferramenta para a sua estratégia (Martins; Silva, 2014). Dessa forma, o relações-públicas muitas vezes se encontra na posição de tornar viável e concreto essas criações e produções culturais (Rubim, 2005, p. 21, apud Martins; Silva, 2014). Para além de mero executor, o agir estratégico das Relações Públicas a colocam no papel de modificar o ambiente que está inserido, assim como promover a compatibilidade de interesses das partes (Fortes, 2002). Adaptando a realidade são-borjense, é propor ações que sejam

acessíveis para a comunidade e que sejam viáveis para os recursos humanos e orçamentários do município.

Inicialmente foi pensado em oficinas culturais nas escolas, utilizando uma forma lúdica para engajar as crianças e promover diferentes consumos. As oficinas envolvem a cultura pop coreana, mas ações futuras podem envolver teatro, dança e música. O intuito de trazer as oficinas dentro das escolas é dispor da estrutura, como também promover o efeito cascata, com a participação dos professores para engajar os alunos, poderão ser promovidos eventos de exposição desse fazer cultural, trazendo impacto para a população que cerca aquela escola.

Através dessa análise do ambiente e do profissional de RP como intermediador dos interesses culturais da comunidade, coloca o relações-públicas no seu devido lugar, o de “elevar o nível de entendimento, solidariedade e colaboração entre uma entidade, pública ou privada e os grupos sociais” (Andrade, C.T.S, 1983, p.42 apud Fortes, 2002, p.41).

4.4 Eventos

Os eventos são uma ferramenta que o profissional de Relações Públicas utiliza para criar conexões, fortalecer relacionamentos e incentivar a adesão do público à proposta do seu projeto, ou seja, é a execução de um projeto devidamente planejado (Cesca, 1997) com objetivo de cativar o seu público de interesse.

Seja na área organizacional, com o intuito de promover a empresa e fazer a manutenção de seus relacionamentos, ou na área de produção cultural ao buscar promover a democracia cultural. Cabe ao relações-públicas fazer um planejamento criterioso e realista, que envolve estratégias, objetivos, públicos, recursos, implantação fatores condicionantes, acompanhamento, avaliação e orçamento (Cesca, 1997).

O projeto experimental buscou, por meio de um evento local comunitário (Kunsch, 2006), trazer entretenimento e diversidade cultural ao promover um ambiente propício para que os alunos do sexto ano tivessem contato com elementos culturais distantes do seu cotidiano e descobrissem novas produções audiovisuais e costumes culturais de uma forma lúdica e leve.

5. DESENVOLVIMENTO DAS AÇÕES

O desenvolvimento das ações se inspirou no método de Fortes (2002) que divide as ações do profissional em quatro momentos com o intuito de obter um desempenho efetivo.

Este modelo foi inicialmente pensado para a prática empresarial de Relações Públicas, no entanto, ele foi ajustado para atender as necessidades deste projeto.

- Primeiro momento é referente a pesquisa, ou seja, entende-se as carências determina-se o público e aprecia-se o comportamento desse público.

A execução desse momento foi realizada através do auxílio do orientador responsável para a determinação do público e das futuras ações, assim como a pesquisa sobre a realidade cultural da cidade e a inserção da pesquisadora no cotidiano deste público todas as sextas feiras durante as aulas de educação física.

- Segundo momento é parar examinar a “empresa” e o levantamento interno das estruturas e hábitos. Através disso, busca-se o conhecimento absoluto.

Dentro desse momento, a prática foi identificar os hábitos culturais do município e entender sobre a estrutura, hábitos e perfil da escola e seus alunos através do Plano Político Pedagógico e a observação direta.

- Terceiro momento refere-se ao planejamento das ações, a execução e a pesquisa.

Foi planejado e desenvolvido por meio de um evento, que objetivou cativar o público de interesse (Cesca,1997) e proporcionar um ambiente lúdico para que os alunos do sexto ano pudessem ter contato com outros tipos de expressões culturais e, se quisessem, consumir outro tipo de cultura.

Dentro deste planejamento, a execução se desenvolveu no decorrer do mês de outubro e novembro, sendo ofertadas, na terceira semana de outubro e primeira semana de novembro, duas oficinas com temáticas da cultura pop coreana, que incluíram expressões como a dança, brincadeiras infantis e o cinema.

O intuito desta pluralidade temática envolveu também a preocupação de suprir as necessidades culturais de cada aluno, ou seja, propiciar a democracia

cultural (Botelho, 2002), caso alguns alunos não se sentissem atraídos a uma prática específica, havia um ambiente propício para outras formas de consumo.

- Quarto momento envolve a análise do processo, avaliação e conclusão do desenvolvimento

Este momento foi executado ao final das oficinas, um questionário foi distribuído com perguntas que objetivou entender as visões dos alunos, se gostaram de participar das atividades; se descobriram alguma curiosidade sobre a Coreia; quais temáticas eles gostariam de ver nos próximos eventos; também foi solicitado para que cada um desenhasse o seu momento favorito. Além disso, os alunos participaram das atividades nas dependências da universidade tendo contato com toda a estrutura que a Unipampa pode oferecer, para que o universo acadêmico se torne mais próximo e palpável. Afinal, se perceber em um lugar que para a sua realidade parece distante e entender que é possível ocupá-lo, também é revolucionário.

Sendo assim, com o intuito de facilitar o entendimento das atividades que foram desenvolvidas em cada oficina, no decorrer dos subtópicos é apresentado os objetivos específicos que se buscou alcançar, como também, “pacotes de trabalho” no formato de tabelas.

Objetivo específico

- Planejar e executar atividades culturais e de integração para os alunos da Escola Ubaldo Sorrilha da Costa

5.1 Oficina Kpop Idol



Figura 01 - As duas equipes que se apresentaram



Figura 02 - A torcida vencedora

A oficina de Kpop teve duas competições, uma de dança e uma de torcida. A primeira competição simulou a rotina de ídolos coreanos no seu “*debut*”, ou seja, a sua estreia no mundo midiático. Antes de debutar, os *idols* treinam suas coreografias e buscam fortalecer sua base de fãs, se sua performance for surpreendente, eles conquistam um espaço na mídia.

A dinâmica aconteceu da seguinte maneira: foram apresentados dois vídeos, após assistirem as performances, seis alunas formaram dois grupos de três integrantes. A partir da divisão, foi decidido através de par ou ímpar qual grupo ficou com cada apresentação.

Após decidirem os grupos e os vídeos que iriam performar, as alunas tiveram cinco minutos para escolher junto com a sua respectiva torcida um nome artístico do seu Kpop *group* e da sua *fanbase*. Finalizada a nomeação, foi disponibilizado um professor para cada grupo que ensinou, durante 40 minutos, os passos das respectivas coreografias.

Ao final do tempo para o ensaio, os grupos tiveram 15 minutos para realizar a sua caracterização, no entanto, as alunas optaram por não se caracterizar e usar esse tempo extra para continuar ensaiando. Completa as etapas de nomeação, ensaio e caracterização, cada grupo se apresentou na frente da torcida e de duas juradas, os critérios avaliados foram: performance, caracterização e nome criativo. As juradas avaliaram e consideraram empate, portanto, os dois grupos ganharam medalhas e pacotes de guloseimas.

A segunda competição aconteceu concomitante a primeira, dessa forma, os alunos que não estavam participando da dança, também foram divididos em dois grupos. Assim como os grupos de kpop, as torcidas tiveram professores (patronos) que os auxiliaram na realização das atividades.

Finalizada a etapa de decisão da nomeação do Kpop *group* e *fanbase*, as torcidas tiveram 55 minutos para organizarem um hino de guerra, criarem um mascote e treinarem a melhor estratégia para animar a apresentação do seu respectivo grupo de Kpop. As torcidas também foram avaliadas pelas juradas, a equipe vencedora foi a de maior pontuação e como premiação, também receberam medalhas e pacotes de guloseimas.

Tanto na formação dos grupos de Kpop quanto na organização das torcidas, os alunos tiveram liberdade para escolher se iriam participar ou não. Dessa forma,

durante o tempo de prova alguns alunos ficaram transitando entre as torcidas e apenas comendo pipoca ou algodão doce.

Pacote de trabalho 01 - Informações adicionais e Recursos necessários

Data de realização	18 de outubro
Premiação da competição de dança	<ul style="list-style-type: none"> - Pacotes de guloseimas - Medalhas personalizadas
Premiação da competição de torcidas	<ul style="list-style-type: none"> - Pacotes de guloseimas - Medalhas personalizadas
Recursos Humanos	<ul style="list-style-type: none"> - Dois professores de dança - Duas professoras Juradas - Dois patronos de torcida - Videomaker - Fotógrafo - Voluntário
Recursos Materiais da Unipampa	<ul style="list-style-type: none"> - Caixa de som - Extensão - Microfone - Projetor - Fundo fotográfico
Recursos Materiais para a Competição de Dança	<ul style="list-style-type: none"> - Acessórios - Glitter - Tinta Guache - Espelho - Peças de retalho - Caixa de papelão - Notas de papelão
Recursos Materiais para a Competição da Torcida	<ul style="list-style-type: none"> - Cartolinas - Papel crepom - Canetão - Giz de cera - Tinta guache - EVA
Alimentação	<ul style="list-style-type: none"> - Algodão doce - Pipoca - Refrigerante

Objetivo específico

- Articular a teoria de produção cultural à prática do profissional de relações públicas.

5.2 Batatinha Frita 1,2,3



Figura 03 - Início da competição e a boneca Maria



Figura 04 - Finalização da brincadeira

Essa oficina foi inspirada por uma cena da série coreana *Round 6*, na ficção, as pessoas precisam batalhar para continuarem vivas. Durante cada etapa, o número de participantes diminui até chegar no sexto *round*, no qual somente uma pessoa sobrevive e se torna milionária. A dinâmica do jogo consiste na readaptação das brincadeiras infantis coreanas trazendo um toque sangrento e desleal.

Em um desses *rounds*, temos uma competição dos participantes contra uma boneca robô de quatro metros de altura, chamada Younghee. A brincadeira consiste em: quando a Younghee está de costas cantando “batatinha frita 1, 2, 3” os participantes devem correr, mas quando ela vira, eles precisam estar imóveis e quem quebra essa regra é eliminado. Durante a realização da brincadeira, o nome da boneca foi adaptado para Maria e sua altura diminuiu para 1,52 metros.

A brincadeira foi realizada na parte externa do prédio da biblioteca, as crianças foram organizadas em uma grande fileira e só podiam dar três passos por vez, sempre que a boneca Maria se virava, eles precisavam estar tocando um dos três jurados. Os alunos participantes tinham que alcançar a linha de chegada sem serem pegos, toda vez que a “boneca” Maria virava de costas e cantava “batatinha frita 1, 2, 3” os competidores se locomoviam, mas quando a Maria ficava de frente para eles, deviam permanecer “congelados”. A boneca Maria e os três jurados teve como missão garantir que todo participante que se movesse no momento errado

fosse eliminado com um balde de água ou um balão de farinha de trigo. A competição aconteceu até que houve duas pessoas batalhando pelo primeiro e segundo lugar. A premiação para o primeiro lugar foi um combo no Subway e para o segundo colocado um milkshake.

Ao final da brincadeira, os alunos ligaram a mangueira e ficaram se molhando aproveitando o sol.

Pacote de trabalho 02 - Informações adicionais e Recursos necessários

Data da realização	18 de outubro
Premiação do 1º lugar	- Combo no Subway
Premiação do 2º lugar	- Um milkshake na sorveteria
Recursos Materiais	- Água - Balões - Balde - Farinha de trigo
Recursos Humanos	- Uma pessoa para interpretar a boneca Maria - Três fiscais para a prova - Videomaker - Fotógrafo

Objetivo específico

- Planejar e executar atividades culturais e de integração para os alunos da Escola Ubaldo Sorrilha da Costa.

5.3 Oficina Cinema Cultural



Figura 05 - Reprodução do filme



Figura 06 - Finalização da sessão

O cinema cultural foi planejado para apresentar uma produção cinematográfica diferente da ocidental. Através do filme “Campeonato do sonhos” os alunos puderam conhecer a representação dos costumes cotidianos e ter contato com o idioma coreano.

Na produção do audiovisual, são abordados temas como desigualdade social e o esporte como lazer e cidadania. Por meio de um projeto social, pessoas em condição de rua têm acesso à prática do futebol, com o auxílio de um atleta profissional que busca melhorar sua imagem antes de se aposentar. Por meio da dedicação dos integrantes, o grupo consegue competir na “Copa do Mundo dos Sem-tetos”.

O cinema foi realizado no auditório do campus 1 com auxílio de um projetor e caixa de som, o projeto também teve a participação da Mostra Audiovisual Experimental. A princípio, a atividade aconteceria em parceria com a Pró-reitoria de Extensão e Cultura - PROEC e o Cine Inflável. No entanto, um dos motores do Cine estragou e o conserto não foi feito a tempo. Dessa forma optou-se por realizar a atividade no auditório. Além dessa mudança de planos, o público atendido também foi alterado, por condições climáticas, o que era para ser uma manhã de sol se tornou uma manhã nublada e chuvosa. Este fator impactou no comparecimento dos alunos na escola, até às oito da manhã, apenas 19 alunos do sexto ao nono ano conseguiram comparecer. Entendendo que “o profissional de RP tem de acompanhar a ação de Relações Públicas e adaptá-las às circunstâncias emergentes” (Penteado, 1984 apud Fortes, 2002, p.47), apesar de o professor responsável sugerir que a atividade fosse remarcada, a programação permaneceu e todos os alunos presentes na escola foram convidados a participarem da atividade, assim evitando o desperdício de alimentos.

Por se tratar de diversos públicos, sendo que a maioria não teve contato com o projeto antes, houve uma certa dificuldade de situá-los sobre a temática e o sentido da dinâmica. Após uma breve conversa de apresentação, foram distribuídos cachorros quentes, latinhas de refrigerante e bolo de chocolate. No dia do cinema, a escola também marcou uma atividade com o posto de saúde, após uma palestra eles tinham que se vacinar. Por esses motivos, a sessão de cinema teve que ser interrompida. O questionário que havia sido preparado inicialmente não pôde ser aplicado, visto que o sorteio de prêmios seria por meio de perguntas relacionadas ao filme e a cultura coreana, por essa razão, os brindes foram sorteados por

números. Ao final da atividade os alunos agradeceram o convite e expressaram seu desejo de retornar ao campus.

Pacote de trabalho 03 - Informações adicionais e Recursos necessários

Data de realização	01 de novembro
Recursos Materiais	<ul style="list-style-type: none">- Auditório- Projetor- Caixa de som- Colchonetes
Recursos Humanos	<ul style="list-style-type: none">- Um técnico para equipamentos- Três pessoas para distribuírem lanche- Videomaker- Fotógrafo
Alimentação	<ul style="list-style-type: none">- Cachorro quente- Refrigerante- Bolo de chocolate

Objetivo específico

- Analisar a percepção e recepção do público sobre as atividades desenvolvidas na escola, como também propor melhorias ao projeto executado.

5.4 Qual a sua visão?

Ao finalizar as oficinas, os alunos receberam uma pesquisa de satisfação com o intuito de compreender o que foi assimilado, se gostariam de mais oficinas, quais as possíveis próximas temáticas e qual foi o momento favorito.

Foi desenvolvido um questionário específico para os alunos com perguntas de assinalar e perguntas de livre escrita. Além deste questionário, uma pesquisa também foi aplicada para o professor responsável e a diretora.

Compreender a recepção do público, assim como, a percepção dos educadores e da instituição contribui para que os próximos eventos sejam ainda mais assertivos, como também, auxilia posteriormente na avaliação metodológica, visto que “o relações-públicas tem o dever de conhecer o público diante da dinâmica do ambiente, levando em consideração as contingências, as ameaças e oportunidades advindas do universo social” (França, 2012, p.10 apud Dreyer, 2017,p.42)

Pacote de trabalho 04 - Recursos necessários e perguntas desenvolvidas

Recursos Humanos	- Uma pessoa para aplicar o questionário
Recursos Materiais	- Questionários impressos - Canetas reservas

Questionário 01 - para alunos

Pergunta 01	Você gostou de participar do evento K-DIVERSÃO CULTURAL ? - sim - não
Pergunta 02	Qual atividade você mais gostou de participar? - Competição de dança - Competição de torcida - Competição batatinha frita 123 - Cine matutino
Pergunta 03	Durante as atividades, você descobriu alguma curiosidade sobre a Coreia? Se sim, qual ?
Pergunta 04	Você gostaria que tivessem mais oficinas assim - Sim - Não
Pergunta 05	Se pudesse escolher outra temática para as oficinas, que tema escolheria? - teatro - dança - batalha de rima - outros, quais ?
Pergunta 06	Sobre o Cine matutino, você gostou do filme? - Sim - Não
Pergunta 07	Com que frequência você vai ao cinema ? - Nunca fui ao cinema antes - Raramente eu vou ao cinema (de uma a duas vezes por ano) - às vezes eu vou ao cinema (de três a quatro vezes por ano) - Com frequência e vou ao cinema (quatro ou mais vezes por ano)
Pergunta 08	Em uma escala de 0 - 10 sendo 10 muito provável e 0 pouco provável, qual a chance de você participar de outras oficinas?
Pergunta 09	Qual a sua sugestão para o próximo evento ser ainda melhor?
Pergunta 10	De todas as atividades desenvolvidas, desenhe a sua favorita

Questionário 02 - para diretora e professor

Pergunta 01	Você acredita que oficinas culturais contribuem para ampliar o acesso a diferentes expressões culturais?
Pergunta 02	Na sua opinião, como essas oficinas culturais poderiam ser implementadas nas rotinas dos alunos ?
Pergunta 03	O que você acha que pode ser feito para melhorar o interesse dos alunos na escola?

5.5 Avaliação Metodológica

O desempenho das atividades propostas foi avaliado com base nos questionários de feedback, nos depoimentos do professor e da diretora, como também, na observação direta. A coleta desses dados contribuiu para investigar se os estudantes compreenderam a temática proposta e se ela possui aplicabilidade a longo prazo, assim como, analisar possíveis melhorias.

Durante as oficinas o volume de alunos nos dias propostos foi variado, no dia 25 de outubro que teve o clima favorável e compreendeu as oficinas “Kpop *Idol*” com competição de torcidas e “Batatinha frita 1,2,3” contou com a participação de 20 alunos. Já na segunda oficina, que ocorreu no dia 01 de novembro, por condições climáticas, apenas sete estudantes do sexto ano conseguiram participar.

Ao fim das oficinas, foi disponibilizado no dia 08 de novembro uma pesquisa de satisfação chamada “Qual a sua visão?” com nove perguntas e um espaço em branco para que os alunos pudessem desenhar a sua parte favorita.

Ao todo foram distribuídos 22 formulários e os alunos foram incentivados a responder apenas às perguntas relacionadas às oficinas em que eles participaram. Já o professor e a diretora, trouxeram visões técnicas de melhoria para o projeto. Sendo assim, devido a quantidade de respostas recebidas, os resultados em gráficos e imagens, são encontrados nos apêndices A e B

Ao analisar as respostas do questionário dos alunos, é possível concluir que os estudantes gostaram da atividade proposta e apreciariam ações similares. Em relação às oficinas desenvolvidas, a batatinha frita 1,2,3 foi a atividade favorita das crianças, o fato de ter balões de farinha e água envolvida pode ter sido determinante. Para além do contato com o idioma, danças e brincadeiras, um dos intuitos das oficinas desenvolvidas foi mostrar curiosidades sobre a cultura coreana,

no entanto, a grande maioria dos alunos disseram não ter aprendido nenhuma nova. Apesar disso, dois alunos que participaram do cine matutino demonstraram surpresa sobre a realidade social na Coreia do Sul e o fato de existir “pobreza” fora do Brasil.

A respeito do tópico de próximas atividades a serem desenvolvidas, como temática favorita, o teatro ganhou em primeiro lugar com sete votos, a batalha de rima e dança empataram no segundo com seis votos. Outro dado importante nesse formulário é que apesar do cine matutino ter tido algumas intercorrências, as crianças que participaram disseram ter gostado, além disso, o formulário também mostrou que das 20 crianças, 14 delas nunca foram ao cinema o que colabora para a afirmação feita anteriormente, por falta de diversidade cultural, muitas pessoas podem ainda desconhecer uma outra forma de consumo.

Quanto às respostas dos questionários da diretora da escola e do professor que acompanhou o projeto, é possível analisar que ambos acreditam que as oficinas culturais podem ampliar o acesso a diferentes expressões culturais. Já sobre a implementação dessas oficinas na rotina dos alunos, tanto o professor quanto a diretora estão alinhados.

As principais sugestões foram unificar esse conhecimento com os componentes curriculares e trazer mais materiais de estudo como vídeos ou textos, além de mais parcerias com outras instituições e artistas locais, ampliando a quantidade de propostas e qualificando ainda mais a ação. No tópico sobre a melhoria do interesse dos alunos na escola, a diretora acredita que trazer assuntos de interesses dos alunos unificando-os com textos para leitura e discussões em sala, seja uma forma de intervenção efetiva. Quanto ao professor, ele acredita na ampliação da temática das oficinas, para que essas atividades consigam valorizar os talentos individuais de cada aluno. Outra sugestão dada foi a de trazer formação para os professores para que eles possam acompanhar e integrar as oficinas ao processo de ensino-aprendizagem.

Após a contribuição dos alunos, professor e diretora, como também a observação direta, foi possível identificar pontos positivos e quesitos a melhorar no projeto desenvolvido. Iniciando pela proposta, o intuito de trazer oficinas para escola e incentivar a centralização das crianças no fazer cultural foi algo extremamente positivo, por ser um projeto experimental, a abrangência foi reduzida, mas ainda sim, há muito potencial para ser replicada e adaptada com novas temáticas e

maiores públicos. Um ponto de melhoria, seria dispor de mais tempo para desenvolver as atividades, visto que, por se tratar de uma oficina que utilizava das aulas de educação física, as atividades tinham que ser desenvolvidas no máximo em 90 minutos e alguns alunos expressaram o seu desejo de que tivessem mais tempo para curtir a experiência. Uma sugestão, seria realizar as atividades em contraturno ou aos fins de semana.

As visitas semanais e inserção da pesquisadora no cotidiano dos alunos foi outro ponto muito positivo, visto que foi criado um elo com as turmas e tornou a aderência mais fácil e sincera. No entanto, essa proximidade poderia ser usada também para trazer atividades temáticas antes das oficinas de fato, talvez dessa forma, os alunos teriam absorvido mais curiosidades sobre a Coreia e descobertos outros aspectos para além das oficinas propostas.

As sugestões dadas pelo professor e pela diretora foram de grande valia e abrem espaço para outras projeções. Uma recomendação seria iniciar o projeto junto com o calendário estudantil e adaptar as diversas matérias com os conhecimentos que se quer transmitir. As parcerias para além da universidade também é um ponto interessante para projetos futuros, fazer um plano de patrocinadores e apoiadores pode proporcionar a efetividade das atividades contraturno e expansão do público atingido, visto que para isso acontecer, além das oficinas, precisa de outros professores e também de alimentação para os alunos participantes. Dentro deste projeto, o foco foi em atividades pontuais e a promoção de descontração e aprendizado empírico.

Apesar de ser um projeto experimental, a comunidade são-borjense foi muito solícita em ajudar, foram arrecadados mais de R\$400 reais em dinheiro e diversos materiais para a execução. Com esse apoio, foi possível proporcionar um lanche diferenciado para as crianças nos dias das oficinas, além de prêmios no Subway e Milk Shake up; guloseimas; medalhas e também materiais de papelaria que auxiliaram na execução do projeto.

A união da universidade com a escola proporcionou diversos pontos positivos, para além das atividades desenvolvidas pelo evento, durante a inserção da pesquisadora dentro do cotidiano das crianças, houve o planejamento de trazer os alunos para conhecerem a estrutura da universidade e utilizarem do campo de futebol e quadra de vôlei. Com essas visitas, a Universidade ficou mais próxima do

cotidiano das crianças, e hoje, muitas delas utilizam o campo de futebol e compartilham que quando crescerem querem estudar na instituição.

De modo geral, a proposta do projeto cumpriu com os seus objetivos, foi oportunizada a diversidade cultural através do incentivo de outras expressões culturais, o profissional de Relações Públicas foi um intermediador dessa experiência cultural, houve a integração dos alunos e a análise de suas percepções. Apesar de algumas adaptações, os estudantes tiveram contato com os produtos culturais da Coreia e tiveram a chance de escolher se queriam ou não consumir. Além disso, a inserção destes alunos dentro da universidade é uma oportunidade futura para desenvolver atividades que unifiquem mais a comunidade externa com a academia.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao finalizar as ações propostas e analisar as respostas e recepção do público, pode-se perceber que a premissa deste projeto experimental conseguiu cumprir com o que propôs, como também possui potencial para continuar se desenvolvendo e se aprimorando.

Dentro deste trabalho foram desenvolvidas oficinas em formato de eventos, com o intuito de cativar o público de interesse (Cesca,1997), realizando uma ação com início, meio e fim. A proposta possui potencial de aplicabilidade, um meio para atingir tal fim é a utilização da estrutura escolar, auxílio dos professores e parceria com a universidade, assim como, outras esferas políticas/sociais do município, possibilitando a democracia cultural de maneira longínqua.

O projeto pode ser mesclado com conhecimentos de outros componentes curriculares, mas sem deixar de priorizar o lúdico e o lazer. Assim é possível transformar as ações de forma que complemente o ensino dos alunos e ao mesmo tempo alimente o seu capital cultural e o da comunidade que estão inseridos (Botelho, 2002).

Vale ressaltar, que a ação do relações-públicas nesse processo é fundamental, já que ele pode ser responsável por planejar e executar o projeto com uma visão macro do ambiente em que está inserido (Filho et al., 2017)

Pensando no papel das Relações Públicas dentro da produção cultural nas comunidades periféricas, é possível notar que a ação técnica desse profissional (Martins; Silva ,2014) se mostra essencial ao influenciar o ambiente em que está inserido e modificá-lo de acordo com o que se pretende atingir (Fortes, 2002) unificando os agentes sociais e trabalhando para atender os anseios de cada parte.

São inúmeras as formas que o relações-públicas como intermediador cultural dentro da comunidade, principalmente, periférica pode atuar. Entretanto, durante as buscas pelo referencial teórico, os principais resultados para as Relações Públicas dentro da produção cultural, normalmente, estava relacionada a alguma estratégia de relacionamento de uma empresa privada.

De fato, as ações de relacionamento e produções culturais das empresas são importantes, não é isso que está em discussão, mas quem vai visibilizar os anseios

do público? Como foi dito anteriormente, é claro que o papel das Relações Públicas é mediar os anseios das partes, mas na imensa maioria das vezes, a profissão pende para o setor privado. Em uma cidade pequena como São Borja, em que as empresas não possuem tanta concorrência e, dificilmente, precisam investir nesse tipo de estratégia de relacionamento, como fica o consumo cultural da população? Quem irá visibilizar esse déficit?

Por se tratar de um projeto experimental, a amplitude, as parcerias e o tempo foram reduzidos, mas apesar disso, o público atingido se interessou. Imagina as potencialidades deste projeto ao se alinhar com o terceiro setor, a secretaria de educação ou de esporte e lazer? A atuação do profissional de RP também pode priorizar a comunidade que se encontra. Há a possibilidade dos papéis serem invertidos e a comunidade se tornar prioridade, por meio da centralização do indivíduo no fazer cultural e o relações-públicas como intermediador, é possível vislumbrar um caminho promissor.

7. REFERÊNCIAS

Alves DIAS, Ana Júlia, da Silva MONTEIRO, Elaine, & Rodrigues DINIZ, Gabriela. (2024). **Consumo de cultura K-Pop:: uma análise do consumo de produtos culturais coreanos a partir da quarta onda Hallyu.** *Arquivos Do CMD*, 11(1), 147–174. <https://doi.org/10.26512/cmd.v11i1.54308> Disponível em: <<https://periodicos.unb.br/index.php/CMD/article/view/54308>> Acesso em: 7 out. 2024.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988.** Título VIII – Da Ordem Social. Capítulo III – Da Educação, da Cultura e do Desporto. Seção II – Da Cultura, arts. 215-216. Disponível em: <https://portal.stf.jus.br/constituicao-supremo/artigo.asp?abrirBase=CF&abrirArtigo=215>. Acesso em: 15 nov. 2024.

DEWET, Babi; IMENES, Érica; PAIK, Sol. **KPOP ALÉM DA SOBREVIVÊNCIA: tudo o que você ainda precisa saber sobre a cultura pop coreana.** Belo Horizonte: Gutenberg Editora, 2020. 160p. ISBN 8582355882, 9788582355886. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?id=voXUDwAAQBAJ&hl=pt-BR&source=gbs_navlinks_s> Acesso em: 8 out. 2024.

BOTELHO, Isaura. **Dimensões da cultura e políticas públicas.** São Paulo em Perspectiva, v. 15, n. 2, 2001. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/spp/a/cf96yZJdTvZbrz8pbDQnDqk/?format=pdf&lang=pt>>. Acesso em: 01 set. de 2024.

CESCA, Cláudia G. **Organização de Eventos: Manual para Planejamento e Execução.** São Paulo: Summus Editorial, 1997. Disponível em: <<https://drive.google.com/drive/folders/1-7sTRBNt-H2Di3qeq7jJpFqOhWGiRXrD?hl=pt-br>> Acesso em: 06 jun. de 2024

DREYER, BIANCA. **Relações Públicas na contemporaneidade.** SÃO PAULO: SUMMUS EDITORIAL. 2017. E-book Disponível em: <https://www.google.com.br/books/edition/Rela%C3%A7%C3%B5es_p%C3%BAlicas_na_contemporaneidad/KA10DgAAQBAJ?hl=pt-BR&gbpv=0> Acesso em: 31 out. 2024.

FERREIRA, Vitor Eduardo Dumont. **A emergência do relações-públicas no papel de intermediário cultural nas comunidades periféricas: um estudo de caso de comunidade com projeto PALCO.** In: Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas, XVI, 2022. Disponível em: <<https://drive.google.com/drive/folders/1-7sTRBNt-H2Di3qeq7jJpFqOhWGiRXrD?hl=pt-br>> Acesso em: 06 jun.2024.

FILHO, Flavi; CARABAJAL, Rose; MENEZES, Darcielle; PEREIRA, Fabiana; MACHADO, Jones. **Gestão e Produção Cultural.** 2. ed. rev. e aum. Curitiba: Appris, 2017. 238 p. ISBN 978-85-473-0488-1. Disponível em: <https://drive.google.com/drive/folders/1tyRBQPqEP_kjgTy5DrMgrHr3guyv7G6Kq?hl=pt-br> Acesso em: 30 jul. 2024.

FOLETTTO, Rafael. **Desafios teóricos da pesquisa com sujeitos comunicantes: a contribuição da noção de cidadania comunicativa.** Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación, n. 131, Sección Ensayo, pp. 277-292, 2016. Disponível em: <<https://drive.google.com/drive/folders/1-7sTRBNt-H2Di3qeq7jJpFqOhWGiRXrD?hl=pt-br>> Acesso em: 08 jun.2024.

FORTES, Waldyr. **Relações Públicas: processo, funções, tecnologia e estratégias.** SÃO PAULO: SUMMUS EDITORIAL, 2002. *E-book*. Disponível em: <https://books.google.com.br/books/about/Rela%C3%A7%C3%B5es_p%C3%ABlicas.html?hl=pt-BR&id=3BuRTLrz1loC&redir_esc=y> Acesso em: 11 out.2024.

GUEDES, Éllida Neiva; SILVA, Marcelo Pereira da; SANTOS, Protasio César dos. **Conscientização e participação: as Relações Públicas Comunitárias na construção da cidadania.** In: **Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste**, 21-23 de novembro de 2018, São Luís, Maranhão. Universidade Federal do Maranhão, 2018 Disponível em: <https://books.google.com.br/books/about/Rela%C3%A7%C3%B5es_p%C3%ABlicas.html?hl=pt-BR&id=3BuRTLrz1loC&redir_esc=y> Acesso em: 31 out. 2024.

HANY, DUNIA. **GAYO: A MÚSICA NA COREIA.** In: K-POP a Fantástica Fábrica de Ídolos. 1. ed. CURITIBA: Editora Appris, 2020. ISBN 6558207575, 9786558207573. *E-book* (171 P.). Disponível em: <https://books.google.com.br/books?id=LtYiEAAAQBAJ&pg=PT3&hl=pt-BR&source=gbs_toc_r&cad=2#v=onepage&q&f=false> Acesso em: 8 out. 2024

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. **Estatísticas de Gênero.** Sistema Nacional de Informações Geográficas – SNIG. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/apps/snig/v1/?loc=0.431800&cat=-1.1.2.-2.3.4.-3.128&ind=4693>> Acesso em: 15 jun. 2024.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. **Cidades e Estados** Sistema Nacional de Informações Geográficas – SNIG. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/rs/sao-borja.html>> Acesso em: 15 jun. 2024.

KROHLING KUNSCH, Margarida M. **“Planejamento e gestão estratégica de relações públicas nas organizações contemporâneas”.** *Análisi: quaderns de comunicació i cultura*, no. 34, pp. 125-39. Disponível em: <<https://raco.cat/index.php/Analisi/article/view/55448>> Acesso em 22 out.2024

MALDONADO, Alberto. **Transmetodologia, cidadania comunicativa e transformação tecnocultural.** Intexto, n. 34, Porto Alegre, UFRGS, 2015. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.19132/1807-8583201534.713-727>> Acesso em: 12 jul.2024.

MARTINS, Tiago Costa; SILVA, Marcela Guimarães. **Fundamentos das Relações Públicas na Produção Cultural.** **Cadernos de Comunicação**, [s. l.], 13 fev. 2014. DOI: 10.5902/2316882X9060. Disponível em: <<https://periodicos.ufsm.br/ccomunicacao/article/view/9060>> Acesso em: 15 out. 2024.

MARTINS, T. C.; SANTOS, D. V. P. dos; DOS SANTOS, T. R. **Projeto experimental em Relações Públicas e a Design Science Research**. Cadernos de Comunicação, [S. l.], v. 26, n. 1, 2022. DOI: 10.5902/2316882X66524. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/ccomunicacao/article/view/66524>. Acesso em: 20 nov. 2024.

MARTINS, Tiago Costa; CORREA, Claiton Marques; OLIVEIRA, Fernando Luís de. **Políticas culturais alocativas e a criação de indicadores culturais municipais**. Resgate: Revista Interdisciplinar de Cultura, Campinas, SP, v. 31, n. 00, p. e023022, 2024. DOI: 10.20396/resgate.v31i00.8673078. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/resgate/article/view/8673078>. Acesso em: 20 nov. 2024.

MENDES, Rafael Pereira da Silva. **"Analfabetismo"**; Brasil Escola. Disponível em: <<https://brasilescola.uol.com.br/educacao/analfabetismo.htm>> Acesso em 21 de novembro de 2024.

PEREIRA, Gizeli Aparecida. **Projeto Social, Esporte e Educação: As Identidades e Diferenças Presentes no Ensino do Taekwondo**. Campinas: Universidade Estadual de Campinas, Faculdade de Educação Física. Trabalho de Conclusão de Curso (Licenciatura em Educação Física) - Faculdade de Educação Física, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2018.

ROSA , Daniela. **O que os K-Dramas querem?**. 2019. Trabalho de conclusão de curso (Bacharel) - UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL INSTITUTO DE ARTES — DEPARTAMENTO DE ARTES VISUAIS, [S. l.], 2019. Disponível em: <<https://lume.ufrgs.br/handle/10183/206626>> Acesso em: 8 out. 2024.

SÃO BORJA. **Programação “Uma noite nos museus” surpreende o público presente**. Disponível em: <<https://www.saoborja.rs.gov.br/index.php/ultimas-noticias/5109-programacao-uma-noite-nos-museus-surpreende-o-publico-presente>> Acesso em: 12 jun. 2024, 10h36.

SÃO BORJA TEM BAIXO DESEMPENHO DE TRANSPARÊNCIA DE INFORMAÇÕES E DADOS DE INTERESSE PÚBLICO. Anais do Salão Internacional de Ensino, Pesquisa e Extensão, [S. l.], v. 1, n. 16, 2024. Disponível em: <<https://periodicos.unipampa.edu.br/index.php/SIEPE/article/view/117833>> Acesso em: 10 nov. 2024.

SILVA, Larissa Meza Ribeiro da; SILVA, Marcelo da. **Relações Públicas e Eventos Esportivos: Tendência ou Modismo**. Universidade Sagrado Coração, Bauru, SP. In: INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, São Paulo, SP, 12 a 14 de maio de 2011.

SOUSA, Leila. **O Exercício da Cidadania Comunicativa a partir da Ética do Cuidar**. Intexto, n. 55, Porto Alegre, UFRGS, 2023. Disponível em: <<https://doi.org/10.19132/1807-8583.55.132864>> Acesso em: 12. de jul. 2024

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PAMPA. Universidade. Disponível em: <<https://unipampa.edu.br/portal/universidade#:~:text=A%20Universidade%20Federal%20do%20Pampa%20foi%20criada%20pelo%20governo%20federal,ao%20mapa%20do%20desenvolvimento%20do>> Acesso em: 13 jun. 2024.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PAMPA. **Números**. Disponível em: <<https://sites.unipampa.edu.br/numeros/>> Acesso em: 13 jun. 2024.

8. APÊNDICE A - Gráfico de respostas dos alunos



Figura 07 - Gráfico de respostas



Figura 08 - Gráfico de respostas



Figura 09 - Gráfico de respostas



Figura 10 - Gráfico de respostas



Figura 11- Gráfico de respostas

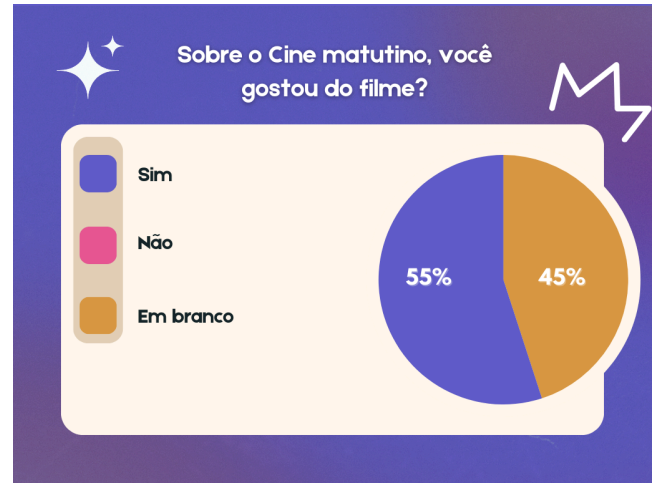


Figura 12 - Gráfico de respostas

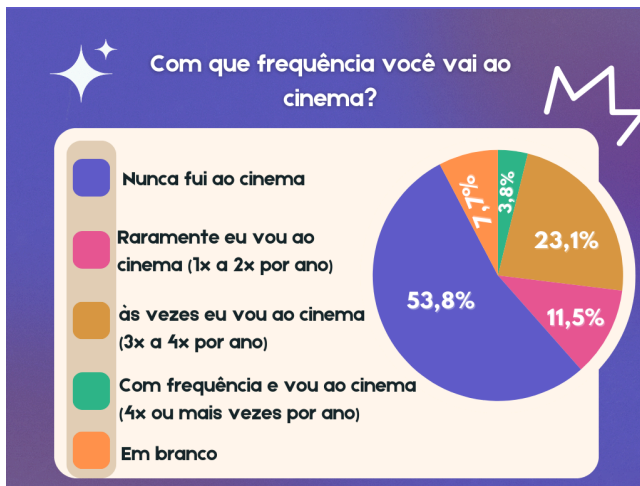


Figura 13 - Gráfico de respostas



Figura 14- Gráfico de respostas

Qual a sua sugestão para o próximo evento ser ainda melhor ?



Figura 15 - Mapa de sugestão

De todas as atividades desenvolvidas, desenhe a sua favorita

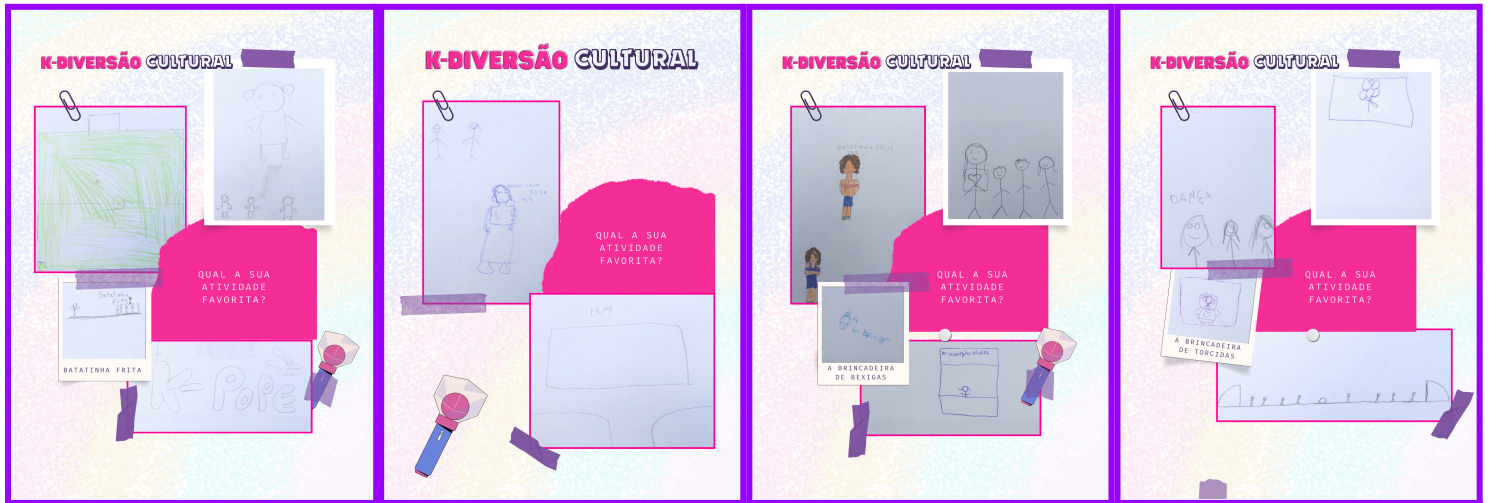


Figura 16 - Mosaico de todos os desenhos dos alunos
Os desenho em tamanho real estão localizados no apêndice C

9. APÊNDICE B - Respostas da diretora e professor

Questionário para a diretora

QUESTIONÁRIO DIRETORA

1 Você acredita que oficinas culturais contribuem para ampliar o acesso a diferentes expressões culturais?

Sim, quanto mais forem exploradas certamente aumenta a curiosidade e consequentemente o aprendizado

2 Na sua opinião, como essas oficinas culturais poderiam ser implementadas nas rotinas dos alunos?

Através de trabalhos em grupos, pesquisas, vídeos e curiosidades

3 O que você acha que pode ser feito para melhorar o interesse dos alunos na escola?

Trazer assuntos do interesse dos alunos, textos para leitura e discussão

Figura 17 - Resposta da diretora

Questionário para o professor

QUESTIONÁRIO PROFESSOR

1 Você acredita que oficinas culturais contribuem para ampliar o acesso a diferentes expressões culturais?

As oficinas culturais são ferramentas poderosas para democratizar e ampliar o acesso à cultura, enriquecendo a vida dos participantes com a diversidade cultural. Através do reaproveitamento dos espaços ou criação de novos ambientes as pessoas podem ter acesso a diferentes formas de expressão, como as artes visuais, músicas e danças.

Figura 18 - Resposta do professor

QUESTIONÁRIO PROFESSOR

2

Na sua opinião, como essas oficinas culturais poderiam ser implementadas nas rotinas dos alunos?

Relacionando as oficinas com os conteúdos curriculares, tornando o aprendizado mais significativo e contextualizado. Adaptando os horários das oficinas para que se encaixem na rotina escolar incluindo atividades extracurriculares e projetos especiais. Estabelecendo parcerias com instituições culturais, artistas locais e universidades para ampliar as opções e garantir a qualidade das atividades.

Figura 19 - Resposta do professor

QUESTIONÁRIO PROFESSOR


3

O que você acha que pode ser feito para melhorar o interesse dos alunos na escola?

Estimular a participação dos alunos nas oficinas valorizando suas produções e criações. Oferecer uma variedade de oficinas para atender aos diferentes interesses e talentos dos alunos, desde artes visuais, música, dança e esportes. E oferecer formação continuada aos professores para que possam acompanhar e integrar as oficinas ao processo de ensino-aprendizagem.

Figura 20 - Resposta do professor

10. APÊNDICE C - Materiais desenvolvidos

 [Arte adesivo medalhas .pdf](#)

 [Convite dos voluntários.pdf](#)

 [Pesquisa de satisfação crianças.pdf](#)

 [TAG de convite.pdf](#)

 [Termo de autorização de imagem .pdf](#)

 [Vale presente batatinha frita 1,2,3.pdf.pdf](#)

 [Desenhos dos alunos](#)

11. APÊNDICE D - Registro das atividades



Figura 21 - Torcida campeã
Pasta com fotos da oficina

📁 Oficina Kpop e torcida



Figura 22 - Confronto de grupos
Arquivo de vídeo sobre a oficina

📁 Vídeo primeiro dia de oficina



Figura 23 - Brincadeira ao fim da competição
Pasta com fotos da oficina

📁 Oficina batatinha frita 1,2,3



Figura 24 - Hora do lanche
Pasta com fotos da oficina

📁 Oficina Cinema



Figura 25 - Visita à Unipampa
Arquivo de vídeo sobre a visita

📁 Reportagem sobre a visita ao campus.mp4