

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PAMPA (UNIPAMPA)
CAMPUS SÃO BORJA
CURSO DE RELAÇÕES PÚBLICAS**

GABRIELA BORTOLAZZO

**JOGANDO COM A TRADIÇÃO: ESTRATÉGIAS DE RELAÇÕES PÚBLICAS
PARA A VALORIZAÇÃO DA CULTURA GAÚCHA ENTRE CRIANÇAS**

**São Borja - RS
2025**

GABRIELA DUTRA BORTOLAZZO

**JOGANDO COM A TRADIÇÃO: ESTRATÉGIAS DE RELAÇÕES PÚBLICAS
PARA A VALORIZAÇÃO DA CULTURA GAÚCHA ENTRE CRIANÇAS**

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

Orientadora: Carmen Regina Abreu
Gonçalves.

**São Borja - RS
2025**

B113c Bortolazzo, Gabriela Jogando com a Tradição: Estratégias de Relações Públicas para a Valorização da Cultura Gaúcha entre Crianças / Gabriela Bortolazzo.

Trabalho de Conclusão de Curso(Graduação)- Universidade Federal do Pampa, RELAÇÕES PÚBLICAS, 2025.

"Orientação: Carmen Regina Abreu Gonçalves".

GABRIELA DUTRA BORTOLAZZO

RESUMO

Este Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado na forma de relatório de projeto experimental, descreve a criação de uma estratégia de comunicação voltada para a valorização da cultura gaúcha entre crianças de 6 a 7 anos, por meio do desenvolvimento e aplicação de um jogo educativo em ambiente escolar. Considerando o afastamento das novas gerações das manifestações culturais regionais e o potencial das Relações Públicas como mediadoras entre tradição e contemporaneidade, o estudo utilizou uma metodologia qualitativa, com revisão bibliográfica e observação participante durante a aplicação do projeto em duas escolas públicas de Uruguaiana/RS. O jogo, fundamentado em princípios da educomunicação, incorporou elementos da tradição gaúcha, como personagens do folclore, danças, vestimentas, culinária e expressões culturais típicas, adaptadas de forma lúdica para a linguagem infantil. Durante a aplicação, foi possível observar o envolvimento das crianças, o interesse pelo conteúdo trabalhado e a interação entre professores, alunos e comunidade escolar no processo de resgate cultural. Os resultados demonstraram o engajamento infantil e a eficácia da proposta na aproximação das crianças com o patrimônio cultural do Rio Grande do Sul, fortalecendo sua identidade regional de forma participativa. Conclui-se que o profissional de Relações Públicas pode atuar de maneira significativa na promoção cultural e no fortalecimento de valores comunitários, criando pontes entre escola, família, comunidade e a preservação das manifestações culturais regionais, ao mesmo tempo em que contribui para a formação cidadã das novas gerações.

Palavras-chave: Relações Públicas. Cultura Gaúcha. Educomunicação. Identidade Cultural. Jogo Educativo.

GABRIELA DUTRA BORTOLAZZO

**JOGANDO COM A TRADIÇÃO: ESTRATÉGIAS DE RELAÇÕES PÚBLICAS PARA A
VALORIZAÇÃO DA CULTURA GAÚCHA ENTRE CRIANÇAS**

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.

TCC defendido e aprovado em: 04/07/2025.

Banca examinadora:

Profa. Dra. Carmen Regina Abreu Gonçalves

Orientadora

Unipampa

Profa. Dra. Marcela Guimarães e Silva

Unipampa

Prof. Dra. Paula Daniele Pavan



Assinado eletronicamente por **MARCELA GUIMARAES E SILVA, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 10/07/2025, às 14:15, conforme horário oficial de Brasília, de acordo com as normativas legais aplicáveis.



Assinado eletronicamente por **PAULA DANIELE PAVAN, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 10/07/2025, às 15:01, conforme horário oficial de Brasília, de acordo com as normativas legais aplicáveis.



Assinado eletronicamente por **CARMEN REGINA ABREU GONCALVES, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 14/07/2025, às 17:20, 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 **1779675** e o código CRC **0CD2B46C**.

ABSTRACT

This undergraduate thesis, presented as an experimental project report, describes the creation of a communication strategy aimed at promoting the appreciation of Gaúcho culture among children aged six to seven years through the development and implementation of an educational game within the school environment. Considering the increasing distance of new generations from regional cultural manifestations and the potential of Public Relations as mediators between tradition and contemporaneity, the study employed a qualitative methodology, including a literature review and participant observation during the project's implementation in two public schools in Uruguaiana, Brazil. The game, grounded in the principles of educommunication, incorporated elements of Gaúcho tradition, such as folklore characters, dances, clothing, gastronomy, and typical cultural expressions, adapted into a playful language accessible to children. During the application of the project, it was possible to observe the children's engagement, their interest in the content presented, and the interaction between teachers, students, and the school community in the cultural rescue process. The results demonstrated the effectiveness of the proposal in bringing children closer to the cultural heritage of Rio Grande do Sul, strengthening their regional identity in a participatory manner. It is concluded that Public Relations professionals can play a significant role in cultural promotion and in strengthening community values by building bridges between schools, families, communities, and the preservation of regional cultural manifestations, while simultaneously contributing to the civic formation of new generations.

Keywords: Public Relations. Gaucho Culture. Educommunication. Cultural Identity. Educational Game.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Tabuleiro	27
Figura 2 – Frente das cartas	30
Figura 3 – Parte de trás das cartas	30
Figura 4 – Frente das cartas	31
Figura 5 – Parte de trás das cartas	31
Figura 6 – Peões	31
Figura 7 – Aplicação do Jogo Instituto Estadual Romaguera Corrêa, turma 21.....	36
Figura 8 – Aplicação do Jogo Instituto Estadual Romaguera Corrêa, turma 21.....	36
Figura 9 – Aplicação do Jogo Instituto Estadual Romaguera Corrêa, turma 21.....	37
Figura 10 – Aplicação do Jogo Instituto Estadual Romaguera Corrêa, turma 21.....	37
Figura 11 – Aplicação do Jogo Instituto Estadual Romaguera Corrêa, turma 21.....	37
Figura 12 – Aplicação do Jogo Instituto Estadual Romaguera Corrêa, turma 21	38
Figura 13 – Aplicação do Jogo Instituto Estadual Romaguera Corrêa, turma 22.....	39
Figura 14 – Aplicação do Jogo Instituto Estadual Romaguera Corrêa, turma 22	39
Figura 15 – Aplicação do Jogo Instituto Estadual Romaguera Corrêa, turma 22	40
Figura 16 – Aplicação do Jogo Instituto Estadual Romaguera Corrêa, turma 22.....	40
Figura 17 – Aplicação do Jogo Instituto Estadual Romaguera Corrêa, turma 22 ...	41
Figura 18 – Aplicação na escola Nossa Senhora do Horto, turma 21.....	42
Figura 19 – Aplicação na escola Nossa Senhora do Horto, turma 21.....	42
Figura 20 – Aplicação na escola Nossa Senhora do Horto, turma 21.....	43
Figura 21 – Aplicação na escola Nossa Senhora do Horto, turma 21.....	43
Figura 22 – Aplicação na escola Nossa Senhora do Horto, turma 21.....	43
Figura 23 – Desenhos Instituto Estadual Romaguera Corrêa (01)	47
Figura 24 – Desenhos Instituto Estadual Romaguera Corrêa	47
Figura 25 – Desenhos Instituto Estadual Romaguera Corrêa (03)	48
Figura 26 – Desenhos Instituto Estadual Romaguera Corrêa (04)	48
Figura 27 – Desenhos Instituto Estadual Romaguera Corrêa (05)	49
Figura 28 – Desenho dos Alunos da Escola Nossa Senhora do Horto (01)	50
Figura 29 – Desenho dos Alunos da Escola Nossa Senhora do Horto (02)	50

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Benefícios das estratégias de relacionamento com o público	18
Quadro 2 – Elementos que podem constituir a cultura de uma região	20

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	9
1.1 JUSTIFICATIVA	11
1.2 OBJETIVOS	12
2 EMBASAMENTO TEÓRICO	12
2.1 CONCEITO E HISTÓRIA DAS RELAÇÕES PÚBLICAS	12
2.1.1 Relações Públicas no Brasil	15
2.1.2 Estratégias de Relacionamento com os públicos usadas pelos Relações Públicas	16
2.1.3 Cultura	19
2.2 MOVIMENTO TRADICIONALISTA GAÚCHO	21
2.2.1 História do Movimento Tradicionalista Gaúcho	22
2.2.2 A importância da vivência tradicionalista na formação cultural infantil	23
2.3 EDUCOMUNICAÇÃO E JOGOS EDUCATIVOS	24
3 METODOLOGIA	25
4 RELATÓRIO DAS ATIVIDADES E RESULTADOS	26
4.1 Rumo ao CTG	27
4.1.1 Objetivo do jogo	28
4.1.2 Material Necessário	28
4.1.3 Preparação	28
4.1.4 Regras do Jogo	28
4.1.5 Perguntas	28
4.2 Materiais utilizados	31
4.3 Pré jogo	32
4.4 Jogo	32
4.4.1 Aplicação do Jogo – Instituto Estadual Romaguera Corrêa (23 de maio)	32
4.4.2 Aplicação do Jogo – Escola Nossa Senhora do Horto (27 de maio)	34
4.5 Registros fotográficos	36
4.5.1 Aplicação do Jogo na Instituto Estadual Instituto Estadual Instituto Estadual Instituto Estadual Romaguera Corrêa, turma 21	36
4.5.2 Aplicação do Jogo na Instituto Estadual Instituto Estadual Instituto Estadual Instituto Estadual Romaguera Corrêa, turma 22	40
4.5.3 Aplicação do Jogo na Horto, turma 21	43
CONSIDERAÇÕES FINAIS	45
APÊNDICE	48
APÊNDICE A - Desenhos.	48
APÊNDICE B - Desenho dos Alunos da Escola Instituto Estadual Instituto Estadual Instituto Estadual Instituto Estadual Romaguera Corrêa.	48
APÊNDICE C- Desenho dos Alunos da Escola Nossa Senhora do Horto.	51

ANEXOS

53

Anexo A - Termo de Autorização de uso de Imagem - Menor de Idade

53

1 INTRODUÇÃO

A comunicação, quando integrada aos processos educacionais e culturais, torna-se uma poderosa ferramenta para fortalecer identidades, construir vínculos e

valorizar tradições. Em um cenário marcado pelo avanço da tecnologia e pela predominância de conteúdos globais, torna-se cada vez mais desafiador manter vivas as manifestações culturais regionais, especialmente entre o público infantil. A cultura gaúcha, rica em símbolos, costumes e práticas sociais, muitas vezes não é apresentada de forma atrativa às crianças nas instituições escolares, o que contribui para o distanciamento progressivo das novas gerações em relação ao seu patrimônio cultural.

Ao reconhecer o papel estratégico da comunicação na mediação entre a tradição e os públicos contemporâneos, este trabalho propõe o desenvolvimento de um jogo educativo voltado para crianças entre 6 a 7 anos, com o objetivo de introduzir, de forma lúdica e acessível, elementos da cultura gaúcha no ambiente escolar. A escolha do jogo como ferramenta pedagógica fundamenta-se em sua capacidade de despertar o interesse, facilitar a aprendizagem e promover o engajamento infantil, ao mesmo tempo em que estimula a construção de vínculos com o universo simbólico da tradição regional.

A admiração pela cultura gaúcha, aliada à participação ativa em um Centro de Tradições Gaúchas (CTG) desde a infância, motivou a realização deste estudo, cujo objetivo é promover a conscientização sobre a importância dessas entidades para a preservação da identidade cultural e atrair novos adeptos ao movimento tradicionalista. A pesquisa possui relevância social por destacar o papel dos CTGs na valorização e transmissão do patrimônio cultural regional, fortalecendo a memória coletiva e a coesão comunitária.

No âmbito acadêmico, o estudo contribui para a compreensão das dinâmicas culturais, suas práticas de resistência e a perpetuação de tradições em contextos contemporâneos, ampliando o debate sobre preservação cultural e identidade regional.

Por se tratar de um Trabalho de Conclusão de Curso, este estudo configura-se como um projeto experimental, unindo a fundamentação teórica à aplicação prática por meio do desenvolvimento e execução de uma estratégia de comunicação em ambiente escolar. Essa característica experimental possibilita a análise concreta dos resultados e contribuições do projeto, aproximando a pesquisa acadêmica da realidade comunitária e educacional.

Este projeto também evidencia a atuação do profissional de Relações Públicas na criação de estratégias de comunicação voltadas à valorização da

cultura local. Ao planejar e executar uma ação que utiliza elementos comunicacionais, culturais e educativos, o trabalho reforça a importância da aproximação entre escola, cultura e comunidade, contribuindo para a formação de cidadãos mais conscientes de sua identidade e pertencimento.

Partindo de uma abordagem qualitativa, com revisão bibliográfica e produção prática, este estudo busca compreender como a comunicação pode ser utilizada como ponte entre as crianças e a tradição gaúcha, promovendo não apenas o resgate de elementos culturais, mas também sua ressignificação diante das novas gerações.

No âmbito acadêmico, o estudo contribui para a compreensão das dinâmicas culturais, suas práticas de resistência e a perpetuação de tradições em contextos contemporâneos, ampliando o debate sobre preservação cultural e identidade regional.

1.1 JUSTIFICATIVA

Como profissional que interage diretamente com a organização e seus públicos, bem como as consequências dessas relações, o Relações Públicas deve se conectar com seus públicos, tendo isso em vista, é nítido que a procura dos jovens pela tradição gaúcha vem se esvaindo com o tempo, o que anteriormente era muito forte.

Quando falamos do estado do Rio Grande do Sul, podemos citar características muito comuns que são atribuídas aos gaúchos, hábitos muito praticados e também conhecidos em outros estados por serem característicos deles, como beber o chimarrão, o hábito de andar a cavalo, o querido churrasco, o arroz carreteiro e a mundialmente famosa música gaúcha e tradicionalista, chegavam a ser tocados regularmente todos os domingos nas rádios das cidades gaúchas. O povo gaúcho também possui um modo de falar muito peculiar, todo vivenciado e apreciado pelos tradicionalistas que orgulhosamente preservam esse modo até hoje.

Outro costume que sempre foi forte, presenciado por esta autora, foram as internadas artísticas e os festivais de danças tradicionais gaúchas, o estado do Rio Grande do Sul é o dono do maior festival amador de arte amadora da América Latina.

A pesquisa iniciou partindo dos conhecimentos adquiridos ao longo do curso e utilizando a bibliografia disponível sobre estratégias de comunicação com os públicos. Inicialmente, procuramos realizar uma contextualização histórica do Movimento, de modo que as pessoas possam compreender melhor seu significado e importância.

Diante disso, este trabalho justifica-se pela necessidade de criar uma proposta educativa e interativa que desperte o interesse das crianças entre 6 e 7 anos pela cultura gaúcha. O uso do jogo como ferramenta pedagógica e comunicacional apresenta-se como uma alternativa eficaz para promover a aprendizagem de forma lúdica e significativa. Por meio da linguagem do brincar, é possível estimular o envolvimento dos pequenos com os costumes, símbolos e histórias da tradição gaúcha, favorecendo a valorização de sua identidade regional desde os primeiros anos de vida escolar.

Foi pela admiração desta aluna por tudo isso e pela sua efetiva participação efetiva na cultura gaúcha desde os nove anos de idade que soube que deveria dar minha contribuição e realizar este projeto com o objetivo de conscientizar mais pessoas sobre a importância desta entidade e buscar trazer novos apreciadores para o movimento.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 OBJETIVO GERAL

Desenvolver um jogo educativo voltado ao público de 06 a 07 anos para divulgar o Movimento Tradicionalista Gaúcho e a tradição Gaúcha nas escolas de Uruguaiana.

1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Apresentar a cultura gaúcha para o público alvo do projeto experimental;
- Abordar os conceitos de relações públicas, cultura e tradição;
- Evidenciar as estratégias de relações públicas para os diferentes públicos.

2 EMBASAMENTO TEÓRICO

2.1 CONCEITO E HISTÓRIA DAS RELAÇÕES PÚBLICAS

A comunicação é um conceito de ampla abrangência, cuja definição pode variar conforme a perspectiva adotada. Em uma busca preliminar em fontes de referência, como o dicionário eletrônico Oxford Languages (s.d.), encontram-se definições que oferecem uma visão geral do termo, refletindo sua aplicação em diferentes contextos:

Comunicação: 1. ação de transmitir uma mensagem e, eventualmente, receber outra mensagem como resposta; 2. a informação transmitida; seu conteúdo (Oxford Languages, s.d., p. 1) (grifo nosso).

No contexto das Relações Públicas, a definição de comunicação que se mostra mais pertinente é a proposta por James E. Grunig (1992). Segundo o autor, a comunicação é um processo central e estratégico que busca fomentar relacionamentos entre organizações e seus públicos. Grunig (1992) concebe a comunicação como uma prática bidirecional, que vai além da simples transmissão de mensagens, enfatizando a importância do diálogo, do entendimento mútuo e do alinhamento com os objetivos organizacionais e sociais. Essa perspectiva destaca o papel da comunicação como um elemento essencial para a construção de conexões efetivas e para o fortalecimento das relações entre as partes envolvidas.

As Relações Públicas inserem-se no domínio das ciências sociais, onde um profissional especializado se concentra no tratamento estratégico da comunicação e das ligações entre uma organização e os seus diversos públicos. O objetivo principal é estabelecer, manter e aprimorar relacionamentos positivos e duradouros com esses públicos, garantindo ao mesmo tempo o alinhamento com os valores, objetivos e interesses da organização. Em última análise, isto leva a uma percepção favorável e ao avanço da reputação da organização, contribuindo assim para o seu triunfo e viabilidade a longo prazo (HISTÓRIA das relações públicas: fragmentos da memória de uma área. Goiânia: Faculdade Sul-Americana, 2020.).

De acordo com a lei nº 5.377, de 11 de dezembro de 1967, os profissionais de relações públicas desempenham um papel vital na gestão de crises, ações preventivas, gestão e recuperação de situações que podem prejudicar a reputação de uma organização. Além disso, a gestão de crises é uma responsabilidade importante dos profissionais de relações públicas que tomam medidas proativas

para prevenir, lidar e recuperar de situações prejudiciais que possam impactar negativamente a reputação de uma organização.

Como tal, as responsabilidades de um profissional de relações públicas incluem desenvolver, implementar e avaliar estratégias de comunicação abrangentes que utilizam uma variedade de métodos e plataformas de comunicação, incluindo relações com a imprensa, eventos, mídias sociais, relações comunitárias e relações públicas com o governo.

Os mesmos autores dizem que o termo que designa a atividade teria aparecido pela primeira vez na palestra “The public relations and duties of the legal profession”, proferida, em 1882, por Dorman Eaton, que entendia caber a elas “olhar pelo bem-estar do público”. E acrescentam que, em sua conotação atual, a expressão só teria sido usada a partir da segunda década do século passado, com Edward Bernays. A atividade de relações públicas como tal começou a adquirir forma nos Estados Unidos a partir do início do século XX (Grunig; Hunt, 1984, p. 14).

Kunsch (2009) aponta que as Relações Públicas não possuem uma data específica que marque sua origem, porém, sua prática pode ser identificada ao longo da história da humanidade, evidenciando-se em diferentes contextos e formas de interação social e organizacional:

Até hoje não se chegou a definir esse aspecto precisamente. James Grunig (2003, p. 69-70) observa que, há cinco mil anos, a aristocracia da China já tinha algo parecido com as modernas relações públicas. Também podemos fazer referência a uma série de outras possíveis manifestações dessa atividade ao longo da história. Por exemplo, Retórica, de Aristóteles, no século IV a. C., que, para Grunig e Todd Hunt (1984, p. 15), “poderia ser considerado um dos livros mais antigos escritos sobre relações públicas” (Kunsch, 2009, p. 08).

No início do século de 1900, os Estados Unidos testemunharam o surgimento de indivíduos-chave que são considerados pioneiros na prática do que hoje é reconhecido como profissão de Relações Públicas. Notavelmente, Ivy Lee e Edward Bernays desempenharam papéis fundamentais nesse sentido. Ivy Lee, muitas vezes aclamado como o “pai das Relações Públicas”, revolucionou a forma como as empresas interagem com os meios de comunicação, introduzindo uma abordagem transparente à divulgação de informações (Kunsch, 2009):

Por ter sido o primeiro a utilizar princípios e técnicas de relações públicas, Ivy Lee passa por “pioneiro”, como escreve Cândido Teobaldo de Souza Andrade (1973, p. 6), ou até como “pai das relações públicas mundiais”, conforme registra Castillo Esparcia (2004, p. 45 e 49), para quem ele buscou a aplicação prática da atividade “a partir de critérios que perseguem

a busca da veracidade nas informações”. O documento que o norte-americano então lançou é histórico: “Nosso trabalho é feito às claras [...], nosso assunto é exato [...], nosso plano é divulgar com absoluta franqueza (Kunsch, 2009, p. 09 *apud* WEY, 1986, p. 31).

Edward Bernays, que era sobrinho do neurologista, psiquiatra austríaco e criador da psicanálise Sigmund Freud, desenvolveu uma abordagem mais voltada para a persuasão e para a manipulação das opiniões públicas, utilizando técnicas psicológicas.

O primeiro professor de relações públicas em uma universidade e autor da primeira obra da área, *Crystallizing public opinion* (1923). Nesta, Bernays delinea a figura do “consultor de relações públicas”, que, mais ético e dotado de maior responsabilidade social, usando conhecimentos gerados pelas ciências sociais para entender a opinião pública, a motivação do público e as técnicas de relações públicas, seria diferente dos agentes de imprensa e dos publicistas da época (Kunsch, 2009, p. 10).

Em suma, compreende-se que a combinação desses elementos — a função estratégica na gestão da reputação e a evolução histórica da prática — é crucial para entender a importância das Relações Públicas enquanto disciplina fundamental para o sucesso organizacional e a percepção pública.

2.1.1 Relações Públicas no Brasil

O início das Relações Públicas no Brasil está ligado a uma época obscura da história brasileira: O Regime Militar. Em 1964, ocorreu um golpe no Brasil, que impôs o regime militar e estabeleceu uma ditadura de 21 anos. Paralelamente, a profissão de relações públicas foi regulamentada pela Lei nº 5.377, de 11 de dezembro de 1967 e legalizada pelo Decreto nº 63.283, de 26 de setembro de 1968. A lei restringe esta atividade aos graduados das seguintes universidades: comunicação social com qualificação em relações públicas.

Mesmo que a profissão seja regulamentada desde 1967, a licença não garante que apenas profissionais registrados possam exercer a profissão. A legalização da profissão pela junta militar foi em grande parte uma tentativa de limitar e controlar o direito à liberdade de expressão e às relações sociais, principalmente na esfera social.

O Brasil foi o primeiro país do mundo a regulamentar a profissão de relações públicas. No entanto, o licenciamento da profissão era prematuro, porque naquela época as atividades de relações públicas não foram reconhecidas nem pela academia, nem pela sociedade, apesar dos esforços feitos nesse sentido, por exemplo, pela ABRP (Kunsch, 1997, p. 22).

Na década de 1970, houve um debate sobre a inserção das Relações Públicas no campo da comunicação ou sua vinculação às ciências da administração. Contudo, ao final desse período, consolidou-se sua posição no âmbito da comunicação social, alinhamento que se mantém até os dias atuais. Nos anos 1990, com o Brasil já em um contexto democrático e integrado ao processo de globalização, observou-se um aumento na procura pelo meio acadêmico por parte de profissionais da área, motivados pela busca de maior aprofundamento e atualização de conhecimentos em Relações Públicas.

2.1.2 Estratégias de Relacionamento com os públicos usadas pelos Relações Públicas

O profissional das Relações Públicas visa estabelecer a compreensão mútua, a confiança e o diálogo entre a organização e seus públicos, através de atividades que envolvem planejamento execução e avaliação de ações comunicativas. As atividades das Relações Públicas envolvem o planejamento, visando estabelecer a compreensão mútua, a confiança e o diálogo entre a organização e seus públicos, sejam eles internos (colaboradores, acionistas, porta-vozes, alta chefia, etc.), externos (consumidores, fornecedores, mídia, comunidade, entre outros) ou mistos (familiares dos empregados, acionistas, assessores, população vizinha, comunidade local, etc.).

As estratégias de relacionamento com os públicos têm suma importância, pois elas ajudam a empresa ou marca a se comunicar com maior eficiência com todos os seus públicos. Essa ação é realizada através da aplicação de abordagens de comunicação integrada, que engloba diferentes recursos e meios, tais como assessoria de imprensa, eventos, redes sociais, interações com a comunidade, contatos governamentais, e assim por diante. Quando bem planejadas e executadas, essas estratégias podem trazer diversos benefícios para a empresa, como demonstrado no Quadro 1 abaixo.

Quadro 1 – Benefícios das estratégias de relacionamento com o público

I	Fortalecimento da imagem da empresa perante o público
II	Aumento da visibilidade da empresa
III	Melhoria do relacionamento com a imprensa
IV	Atração e retenção de clientes
V	Aumento da fidelização de clientes
VI	Aumento da confiança e credibilidade da empresa perante o público

Elaborado pela autora (2025)

Portanto, o profissional de Relações Públicas deve trabalhar de forma estratégica, analisando o ambiente externo, identificando oportunidades e desafios, e desenvolvendo planos de ação para que possa enfrentá-los, utilizando de diversas ferramentas e estratégias para fazer a manutenção do relacionamento entre a organização e os seus públicos.

A preocupação maior das organizações contemporâneas se concentra nos relacionamentos com os seus públicos. Sabem que deles nascem as estratégias que devem nortear a tomada de decisão quanto às ações que precisam desenvolver para obterem êxito na administração de seus negócios. Não se trata de qualquer relacionamento, mas daquele que deve ser definido como especializado, com conhecimento das partes, da organização e dos públicos, fundamentado em diretrizes que devem orientá-lo, bem como das mensagens que devem ser enviadas, via mídia dirigida, para cada público, de modo que a empresa seja compreendida e percebida como deseja (França, 2009, p. 210).

Para James E. Grunig (1992), o profissional de Relações Públicas optará por diversas estratégias conforme os objetivos da organização, o perfil dos públicos envolvidos e o contexto da comunicação. Assim, existem diversas opções para se relacionar com os públicos de uma empresa. Começando pelo levantamento dos públicos e suas demandas, a adoção de uma comunicação integrada e consistente, a parceria com veículos de comunicação para divulgação dos conteúdos da empresa na mídia, a realização de eventos com os públicos, o patrocínio de atividades ligadas aos interesses dos públicos, a participação em programas de responsabilidade social, a gestão de crises, entre outras ações e estratégias que são ferramentas desse profissional.

Tendo suas atividades ligadas a esses *stakeholders*, é fundamental que o profissional de relações públicas busque conhecê-los para detectar seus perfis, anseios, ambições e opiniões a respeito da organização. Para tanto, faz uso da pesquisa como principal ferramenta de trabalho, podendo, então, com base nelas definir as estratégias e ações básicas da comunicação. Esse profissional atua em conjunto e apoiando as áreas de propaganda institucional, de jornalismo empresarial, de assessoria de imprensa, de editoração multimídia, de marketing social, cultural e esportivo, defendendo valores, conceitos e princípios da empresa, bem como gerenciando crises para a construção da identidade e da imagem da organização (Lupetti, 2014, p. 15-16).

O profissional de Relações Públicas desempenha um papel crucial no engajamento em projetos com foco em responsabilidade social, auxiliando no

desenvolvimento, implementação, divulgação e análise dessas ações da empresa. O trabalho desse profissional busca melhorar a reputação da empresa, estreitar os laços com seu público e gerar impacto positivo na comunidade através do engajamento com a responsabilidade social. Isso inclui a realização de campanhas, eventos de conscientização, arrecadação de fundos e outras ações que visam apoiar a causa social em foco, além de garantir visibilidade para as ações, monitorar e avaliar os resultados obtidos, entre outras atividades.

Fala-se, pois, de uma comunicação que se vincula às lutas mais amplas de segmentos populacionais organizados e que tem por finalidade contribuir para solucionar problemas que afetam o dia-a-dia das pessoas e ampliar os direitos de cidadania (Peruzzo, 2009, p. 419).

A partir destas colocações, observa-se que o papel do profissional de Relações Públicas no desenvolvimento de estratégias de relacionamento com os públicos é fundamental para o fortalecimento da imagem organizacional, o alinhamento estratégico e a construção de uma comunicação eficaz. As atividades desempenhadas por esse profissional não apenas geram benefícios diretos para a organização, como também contribuem para a sociedade, ao promover ações de responsabilidade social e engajamento comunitário.

As Relações Públicas vão além da comunicação corporativa, posicionando-se como um campo estratégico que auxilia as organizações a responderem às demandas de seus públicos e ao contexto social em que estão inseridas, estabelecendo relações duradouras e promovendo valores que fortalecem a cidadania e a responsabilidade coletiva.

James E. Grunig aponta a importância das estratégias para que se alcance os objetivos das ações colocadas em prática, podendo apresentar variações conforme a abordagem adotada, de acordo com o nível organizacional. Na área da gestão de comunicação, essas estratégias podem ser categorizadas em três: comunicação interna, administrativa institucional e mercadológica.

A linha de estratégia que o profissional irá seguir vai depender sempre dos interesses da empresa na qual está inserido ou prestando serviço, por essa razão a abordagem pode ser mais puxada para o lado mercadológico do que para algo mais social. É fundamental destacar que as atividades de Relações Públicas envolvem uma variedade de responsabilidades, indo além do aspecto mercadológico. Mesmo

que algumas ações tenham um foco comercial, o profissional dessa área também tem um papel importante na criação e manutenção de relações com os diferentes públicos da organização, levando em consideração valores como transparência, ética e responsabilidade social (GRUNIG, James E. (Ed.). *Excellence in Public Relations and Communication Management*. Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates, 1992.).

De forma concisa, as relações públicas contribuem para a efetividade de uma organização quando buscam conciliar os objetivos desta com as expectativas dos públicos estratégicos. Essa contribuição pode ser traduzida em valor monetário, demonstrando que ela agrega valor aos negócios (Ferrari, 2014, p. 246).

Embora em determinadas situações as atividades de Relações Públicas apresentem um enfoque voltado para o mercado, é essencial destacar a amplitude e a diversidade de responsabilidades dessa área, que transcendem as táticas de marketing. O papel do profissional de Relações Públicas abrange não apenas a promoção de produtos ou serviços, mas também a mediação estratégica entre os interesses organizacionais e as necessidades de seus diversos públicos. Seu objetivo central é harmonizar essas demandas, promovendo a construção de relações sustentáveis, baseadas na confiança, no diálogo e na transparência, assegurando benefícios mútuos e contribuindo para o fortalecimento da imagem e reputação da organização (Ferrari, 2014.).

2.1.3 Cultura

Antes de entrarmos no conceito de cultura, é importante para o raciocínio explicar o termo “univers du discours”. É um termo, que traduzido literalmente, significa “Universo do discurso”. O conceito de universo discursivo refere-se ao conjunto de elementos e significados que definem o campo de análise dentro de um determinado discurso. Segundo Frege (1892), esse universo estabelece os objetos sobre os quais as pessoas podem argumentar dentro do sistema linguístico, garantindo a coerência e evitando a ambiguidade.

Nos estudos culturais, este conceito é crucial porque as três principais perspectivas da cultura – antropologia, sociologia e filosofia – operam todas dentro de um universo discursivo único. As perspectivas antropológicas, influenciadas por Edward Tylor (1871), entendem a cultura como um conjunto de hábitos, crenças e práticas transmitidos socialmente. Uma perspectiva sociológica, focada na tese de

Émile Durkheim (1912), entende a cultura como um fator de coesão social, um sistema de representações coletivas que molda os indivíduos e mantém a solidariedade dentro da sociedade.

Pierre Bourdieu (1983) ampliou esta abordagem ao considerar a cultura como um domínio simbólico contestado constituído por relações de poder. Por fim, a abordagem filosófica proposta por autores como Adorno e Horkheimer (1947) analisa a cultura como espaço de produção e alienação ideológica. Dessa forma, compreender e definir corretamente o mundo do discurso sob todos os ângulos permite uma análise mais clara e organizada dos significados culturais em diferentes contextos acadêmicos. Neste trabalho abordaremos o teor sociológico do conceito de cultura.

Zygmunt Bauman em seu livro *“Ensaio sobre o conceito de cultura”* afirma:

Os interesses cognitivos institucionalizados à espreita por trás do termo ‘cultura’ são mais numerosos do que se pode apreender com a dicotomia de Sapir. Cada qual se localiza num campo semântico substancialmente diferente, cercado por um conjunto específico de noções vinculadas do ponto de vista paradigmático e sintagmático, e que derivam/manifestam seu significado numa série distinta de contextos cognitivos. Essa circunstância parece decisiva para a escolha da estratégia taxonômica no domínio dos conceitos teóricos.” (BAUMAN, 2012, p. 67)

Ou seja, nesse trecho Bauman critica a limitação de interpretações polarizadas sobre cultura, ao destacar que o termo abriga uma diversidade de sentidos estruturados conforme diferentes textos cognitivos. A cultura, nesse sentido, não pode ser reduzida a uma única ou universal definição, já que a sua compreensão varia conforme cada campo de estudo. Essa perspectiva contribui para o reconhecimento da complexidade à noção de cultura, preparando terreno para a compreensão de diferentes visões presentes no campo das ciências sociais.

Nesse cenário, o antropólogo brasileiro Roque de Barros Laraia (1986), em seu livro: *“Cultura: Conceito Antropológico”*, define cultura como tudo o que é aprendido e compartilhado na sociedade. Para ele, cultura é um conjunto de conhecimentos, práticas, crenças e valores transmitidos de geração em geração que orientam o comportamento dos indivíduos dentro de um grupo social. Laraia (1986) enfatizou que a cultura é adquirida socialmente, e não biológica, ela é aprendida e transmitida através das interações entre as pessoas. Ele também afirma que a cultura não é algo fixo, mas dinâmica, capaz de se adaptar às

mudanças da sociedade e influenciar a forma como as pessoas interpretam o mundo ao seu redor.

Já na visão de Émile Durkheim (1895), a cultura está intrinsecamente ligada à estrutura da sociedade. O autor compreende a cultura como um fenômeno coletivo, resultado das tradições, costumes e normas que moldam as ações dos indivíduos. Para Durkheim, esses elementos culturais — como valores, crenças e hábitos — não apenas refletem, mas também fortalecem a coesão social.

Para facilitar a compreensão das manifestações culturais, é comum a separação entre **cultura material** e **cultura imaterial**, como exemplificado no Quadro 2 a seguir:

Quadro 2 – Elementos que podem constituir a cultura de uma região

Cultura material	Objetos que são construídos, quadros, roupas, arquiteturas e até mesmo ferramentas
Cultura imaterial	Hábitos, valores, normas, mitos, crenças, histórias e tradições que passam de geração em geração

Fonte: WILLIAMS, Raymond. *Culture and Society: 1780-1950*. London: Chatto & Windus, 1958.

Um bom exemplo de cultura imaterial são as danças tradicionalistas cultuadas nos Centros de Tradição Gaúcha, as quais não apenas preservam a memória histórica e identitária de um povo, mas também fortalecem a coesão social dentro das comunidades. A manutenção e valorização da cultura tradicional são essenciais não apenas para a preservação histórica, mas também para a continuidade de um patrimônio cultural vivo, dinâmico e representativo das tradições regionais.

2.2 MOVIMENTO TRADICIONALISTA GAÚCHO

O Movimento Tradicionalista Gaúcho (MTG) é definido como:

uma sociedade civil sem fins lucrativos, dedicada a preservar, resgatar e desenvolver a cultura gaúcha por entender que o tradicionalismo é um organismo social de natureza nativista, cívica, cultural, literária, artística e folclórica, conforme descreve simbolicamente o Brasão do MTG, com as sete (7) folhas do broto, que nasce do tronco do passado (MTG, 2019, p. 1).

Segundo o Regulamento Geral do Movimento Tradicionalista Gaúcho (MTG, 2022), o movimento teve sua origem no dia 24 de abril de 1948, com a fundação do

"35" Centro de Tradições Gaúchas, em Porto Alegre, marcando o início de sua trajetória. Em 1954, entre os dias 2 e 4 de julho, o movimento foi fortalecido com a realização do 1º Congresso Tradicionalista, em Santa Maria, no Centro de Tradições Gaúchas (CTG) "Ponche Verde".

O movimento passou a ser formalmente estruturado em 1959, quando foi criado o Conselho Coordenador no 6º Congresso Tradicionalista, realizado em Cachoeira do Sul, no CTG "Tropeiros da Lealdade". Finalmente, em 1966, no 12º Congresso Tradicionalista, realizado em Tramandaí, no CTG "Potreiro Grande", foi oficializada a criação do Movimento Tradicionalista Gaúcho como uma entidade federativa com personalidade jurídica.

Portanto, percebe-se que o Movimento Tradicionalista Gaúcho (MTG) está diretamente relacionado à preservação e promoção da cultura e das tradições da região sul do Brasil, especialmente do Rio Grande do Sul, que é considerado o berço do tradicionalismo gaúcho. A trajetória do MTG, conforme detalhado no Regulamento Geral, reflete o fortalecimento e a institucionalização de um movimento que visa preservar os costumes, a música, as danças, a culinária e outras manifestações culturais típicas da região.

2.2.1 História do Movimento Tradicionalista Gaúcho

A fundação do Movimento Tradicionalista Gaúcho (MTG) está diretamente ligada ao surgimento do "35 Centro de Tradições Gaúchas" (35 CTG), criado em 24 de abril de 1948 por um grupo de jovens porto-alegrenses liderados por João Carlos D'Ávila Paixão Côrtes. O objetivo principal era resgatar e preservar os costumes, as práticas e os valores do gaúcho campeiro, que pareciam estar desaparecendo diante do avanço da modernidade. Os idealizadores do grupo viam no tradicionalismo uma forma de fortalecer o sentimento de pertencimento regional, valorizando a figura do gaúcho enquanto símbolo identitário do Rio Grande do Sul.

A primeira grande aparição pública do grupo ocorreu em 7 de setembro de 1947, quando organizaram uma guarda de honra a cavalo para receber os restos mortais de David Canabarro, transportados da cidade de Santana do Livramento para Porto Alegre. A performance simbólica foi bem recebida pela população e pela mídia da época, consolidando o prestígio do grupo e motivando a criação formal do 35 CTG no ano seguinte.

Inspirados por esse modelo pioneiro, outros centros de tradições gaúchas começaram a surgir em diferentes cidades do estado. Em pouco tempo, percebeu-se a necessidade de organizar o movimento em âmbito estadual, culminando na realização do I Congresso Tradicionalista Gaúcho em 1954. Nesse evento, foram estabelecidas diretrizes para o funcionamento dos CTGs e definida uma base filosófica para o movimento, sintetizada em cinco princípios: tradição, família, solidariedade, respeito e civismo.

A oficialização do MTG como entidade ocorreu apenas em 1966, na cidade de Esteio, com o propósito de centralizar e normatizar as atividades tradicionalistas. A partir desse momento, o movimento ganhou força e expandiu-se para fora do estado, alcançando inclusive outros países da América do Sul. Atualmente, o MTG coordena mais de 1.600 entidades tradicionalistas filiadas, divididas em 30 Regiões Tradicionalistas (RTs), e promove atividades culturais, artísticas e campeiras voltadas à preservação da identidade sul-rio-grandense.

2.2.2 A importância da vivência tradicionalista na formação cultural infantil

A participação de crianças em entidades tradicionalistas, como os Centros de Tradições Gaúchas (CTGs), desempenha um papel fundamental na formação da identidade cultural desde os primeiros anos de vida. Ao vivenciar práticas como danças, músicas, vestimentas, culinária típica, encenações históricas e a convivência em grupo, a criança passa a internalizar valores como respeito, disciplina, solidariedade, civismo e valorização das raízes regionais. Esse contato direto com o patrimônio imaterial do Rio Grande do Sul permite que a cultura não seja apenas transmitida, mas também vivida, sentida e ressignificada pelas novas gerações. Segundo Laraia (1986), a cultura é um comportamento aprendido e compartilhado socialmente, sendo essencial na formação da visão de mundo e na orientação das ações dos indivíduos dentro de um grupo.

Além disso, a inserção precoce nesse universo simbólico contribui para o fortalecimento de laços familiares e comunitários, criando uma rede de pertencimento que acompanha a criança ao longo de sua formação. O ambiente dos CTGs, ao atuar como espaço de educação não formal, complementa a escola e a família na construção da cidadania, promovendo o convívio intergeracional, o respeito à diversidade cultural e a valorização das histórias locais. Conforme afirma

o Movimento Tradicionalista Gaúcho (MTG, 1961), um dos princípios fundamentais do tradicionalismo é a valorização da família e da juventude como herdeiras da tradição gaúcha, assegurando sua continuidade. Assim, as entidades tradicionalistas não apenas preservam tradições, mas tornam-se espaços de formação integral, onde a cultura regional funciona como ferramenta educativa, social e afetiva.

2.3 EDUCOMUNICAÇÃO E JOGOS EDUCATIVOS

A Educomunicação é um campo interdisciplinar que preconiza a integração entre a prática educacional e os processos comunicacionais, com o objetivo de transformar o ambiente escolar em um espaço mais dialógico, participativo e crítico. Segundo Soares (2002), a comunicação educacional busca potencializar a capacidade expressiva dos alunos, promover a autonomia e estimular a construção coletiva do conhecimento por meio de diferentes linguagens e suportes.

Nesse sentido, a educomunicação vai além do mero uso da tecnologia na educação, propondo uma mudança na forma de ensinar e aprender, pautada na interação, no protagonismo estudantil e na valorização da diversidade cultural. Integrar práticas educacionais aos ambientes escolares significa reconhecer que a comunicação é essencial para o desenvolvimento de cidadãos críticos e ativos na sociedade contemporânea.

No contexto deste trabalho, a educomunicação assume papel fundamental ao fornecer a base teórica e metodológica para a construção de uma ferramenta educativa interativa — o jogo sobre cultura gaúcha. Ao incorporar estratégias educacionais, o jogo deixa de ser apenas um instrumento de entretenimento e se transforma em um espaço de mediação cultural, onde os jogadores podem explorar conhecimentos, símbolos e tradições do Rio Grande do Sul de maneira lúdica, crítica e envolvente. Além disso, essa abordagem permite que o jogo seja concebido como um meio de expressão cultural, no qual os participantes não apenas consomem informações, mas também produzem sentidos, refletem sobre sua identidade cultural e fortalecem os vínculos com o patrimônio imaterial gaúcho.

Assim, o conceito de educomunicação contribui diretamente para o objetivo maior deste trabalho: promover a valorização, a difusão e o reconhecimento da cultura gaúcha por meio de recursos interativos mediados pela tecnologia.

Os jogos educacionais configuram-se como uma importante ferramenta pedagógica, capaz de unir os processos de ensino-aprendizagem aos princípios da comunicação educativa. Diferentemente dos jogos puramente recreativos, esses jogos são planejados para estimular a participação ativa, a construção coletiva do conhecimento e o desenvolvimento do pensamento crítico. Segundo Soares (2011), a educação visa transformar os ambientes educativos em espaços mais democráticos e dialógicos, promovendo a expressão criativa dos alunos e o protagonismo nas atividades propostas.

Nesse sentido, os jogos educacionais combinam elementos lúdicos com conteúdos educativos, criando situações em que os participantes aprendem de forma divertida, dinâmica e interativa. Além de trabalhar diferentes linguagens e estimular a cooperação entre os alunos, esses jogos favorecem a reflexão sobre temas culturais, sociais e históricos, tornando-se uma estratégia eficaz para aproximar os estudantes de conteúdos que muitas vezes são vistos como distantes da sua realidade cotidiana. No contexto deste trabalho, o uso do jogo educacional tem o propósito de promover o reconhecimento e a valorização da cultura gaúcha, proporcionando uma experiência de aprendizagem significativa e culturalmente relevante.

3 METODOLOGIA

A metodologia adotada nesta pesquisa fundamenta-se na realização de um projeto experimental, concebido como uma prática de Relações Públicas, com o objetivo de promover a integração entre teoria e prática das temáticas abordadas. O desenvolvimento do projeto seguiu um processo estruturado, que teve início com a realização de uma pesquisa bibliográfica. Esta, por sua vez, caracteriza-se como um procedimento sistemático de levantamento de informações relativas a determinado tema.

De acordo com Gil (2008), a pesquisa bibliográfica baseia-se em produções técnicas ou acadêmicas, tais como dissertações, monografias, teses, livros e artigos científicos. Essa etapa inicial foi essencial para a construção do referencial teórico, o qual fundamenta as estratégias e ações propostas no desenvolvimento do jogo.

A pesquisa teve início com uma conversa informal com representantes do Movimento Tradicionalista Gaúcho (MTG), realizada por meio de correspondência eletrônica. Nesse contato, foram abordados aspectos relacionados à constituição do

movimento, à funcionalidade das atividades culturais promovidas pela entidade, à modalidade com menor adesão de participantes, ao número total de sócios, tanto no estado do Rio Grande do Sul quanto na 4ª Região Tradicionalista, além da média de faixa etária dos associados e da faixa etária com menor representatividade.

A definição do público-alvo foi orientada pelas informações obtidas durante essa troca de e-mails com o MTG. Constatou-se que a faixa etária de 4 a 8 anos apresenta menor participação nas atividades tradicionalistas, sendo justamente o público correspondente à invernada pré-mirim. Considerando essa informação, optou-se por direcionar o projeto aos alunos do 2º ano do Ensino Fundamental, faixa etária que se aproxima do público identificado e que, pedagogicamente, já possui domínio da leitura, fator relevante para a compreensão das dinâmicas do jogo.

Para a aplicação do jogo, foram selecionadas duas escolas do município de Uruguaiana, sendo uma da rede pública e outra da rede privada de ensino. A escolha das instituições ocorreu em função da facilidade de acesso e da proximidade com os ambientes escolares, o que favoreceu o processo de comunicação e a organização das atividades. Os alunos participantes pertenciam ao 2º ano do Ensino Fundamental e deveriam apresentar habilidades de leitura, garantindo, assim, uma melhor compreensão das dinâmicas propostas.

O contato inicial com as escolas foi realizado por meio do envio de materiais explicativos sobre o projeto, que, após análise, foram devidamente aprovados pelas respectivas direções. Posteriormente, foram entregues os formulários de autorização para uso de imagem aos responsáveis legais dos alunos, juntamente com materiais contendo os personagens do jogo, que as crianças deveriam colorir e montar para utilização no momento da aplicação. No dia seguinte, retornou-se às escolas para a execução prática da atividade com as turmas selecionadas.

No Instituto Estadual Romaguera Corrêa foi aplicado em duas turmas no dia 23 de maio de 2025, sexta-feira, e na Escola Nossa Senhora do Horto foi aplicado na única turma de 2º ano da escola no dia 27 de maio de 2025, terça-feira.

4 RELATÓRIO DAS ATIVIDADES E RESULTADOS

A partir da conversa com o MTG, que me garantiu informações importantes, escolhi o meu público alvo, crianças de sete a nove anos, pois já saberiam ler. Com base nessa escolha pensei no que poderia fazer para despertar interesse nas

crianças e cheguei no resultado de um jogo que abrange vários aspectos da cultura gaúcha: O folclore, através dos personagens que funcionaram como os peões do jogo, aspectos das músicas tradicionalistas, o costume de encontrados nos desafios e as perguntas presentes nas dinâmicas do jogo, o costume do laço comprido e das cavalgadas, danças tradicionalistas, vestimentas típicas (pilchas) e comidas típicas.

Na concepção do jogo pensei em colocar as cores da bandeira do Rio Grande do Sul, pois representam o estado e também porque são cores vibrantes, porém adicionei a cor azul para uma casa especial do jogo, que explicarei mais adiante nas regras do jogo. Para os peões foram escolhidos 4 personagens do folclore gaúcho: o Saci, Negrinho do Pastoreio, Boitatá e por último a Cuca.

Para a ambientação do jogo foi colocado alguns pontos turísticos do estado, a Catedral Basílica de São Pedro, que até o momento está em processo de tombamento e possui um vasto e importante acervo artístico, que inclui desde pinturas no teto e mobiliário até os altares em estilo neogótico, além dos vitrais que enriquecem ainda mais o conjunto. A estátua do laçador, tão importante para os gaúchos que nas músicas há várias menções a ela e também músicas inteiras falando sobre ela, como por exemplo "O Laçador de Barro" de João de Almeida Neto, o carreteiro controlando a sua carreta, que é parecido com a carroça, porém a carroça é controlada por cavalos e a carreta por bois, os moinhos de vento presentes na capital Porto Alegre, os personagens e o objetivo final que é o CTG.

4.1 Rumo ao CTG

Figura 1 - Tabuleiro



4.1.1 Objetivo do jogo

Ser o primeiro jogador a chegar ao CTG (Centro de Tradições Gaúchas), aprendendo sobre a cultura gaúcha ao longo do caminho de forma divertida e interativa.

4.1.2 Material Necessário

- Um tabuleiro com um caminho de 30 casas, incluindo desafios e perguntas.
- Peões (1 por jogador).
- Dado (1).

4.1.3 Preparação

Cada jogador escolhe um peão e o coloca na casa inicial. Joga-se os dados para ver quem é o primeiro, a ordem do jogo segue em sentido horário.

4.1.4 Regras do Jogo

- 1. No seu turno, jogue o dado e avance o número de casas correspondente.
- 2. Se cair em uma casa sem instruções, nada acontece.
- 3. Se cair em uma casa especial, siga a instrução correspondente:
 - - Casa de Pergunta: O jogador deve responder uma pergunta sobre a cultura gaúcha. Se acertar, avança 2 casas; se errar, permanece no lugar.
 - - Desafio: O jogador deve cumprir um pequeno desafio, como cantar um trecho de uma música tradicionalista ou imitar um cavalo. Se completar o desafio, avança 1 casa; se não, perde a vez.
 - - Casa de Atalho: O jogador encontra um carreteiro e pode avançar 3 casas.
- 4. O primeiro jogador a alcançar o CTG vence!

4.1.5 Perguntas

- (Se acertar, avança 2 casas. Se errar, fica no lugar.)
- **Como se chama a bebida que os gaúchos tomam na cuia com a bomba?**
- → **Resposta: Chimarrão.**
- **Qual é a roupa típica dos homens gaúchos?**

- → *Resposta: Pilcha.*
- Qual é o nome do lugar onde os gaúchos se reúnem para dançar, comer e celebrar suas tradições?
- → *Resposta: CTG.*
- O que os gaúchos usam para montar em cavalos?
- → *Resposta: Sela.*
- Que tipo de chapéu o gaúcho costuma usar?
- → *Resposta: Chapéu de aba larga.*
- Qual o nome da festa ou data importante dos gaúchos que acontece em setembro?
- → *Resposta: Semana Farroupilha (ou 20 de setembro).*
- Como se chama o prato típico com arroz e carne que os gaúchos fazem no tacho?
- → *Resposta: Arroz de carreteiro.*
- Qual animal é muito importante para o gaúcho?
- → *Resposta: Cavalos.*
- Qual é o instrumento musical que parece uma sanfona e é muito usado nas músicas gaúchas?
- → *Resposta: Gaita.*
- Como se chama a calça larga usada pelos gaúchos?
- → *Resposta: Bombacha.*

Figura 2 - Frente das cartas

**Qual é a roupa
típica dos homens
gaúchos?**

Figura 3 - Parte de trás das cartas



Elaborado pela autora (2025)

4.1.6 Desafios

- (Se completar, avança 1 casa. Se não, perde a vez.)
- Imita um cavalo galopando ou relinchando.
- Faz de conta que tá servindo chimarrão pros amigos.
- Canta um pedacinho de uma música gaúcha (pode ser só o refrão).
- Faz uma pose de dança tradicional gaúcha.
- Faz um “grito de gaúcho” bem animado! “Bah tchê!”
- Imita um gaiteiro tocando música alegre.
- Finge que tá laçando um boi com o laço no campo.
- Conta uma piada ou “causo” como se fosse um gaúcho bem engraçado.
- Faz um gesto de cavalgada até o galpão.
- Finge que tá preparando o fogo pra fazer um churrasco.

Figura 4 - Frente das cartas

DESAFIO: Faz um gesto de cavalgada até o galpão.

elaborado pela autora (2025)

Figura 5 - Parte de trás das cartas



elaborado pela autora (2025)

Figura 6- Peões

PINTE O SEU PEÃO:



elaborado pela autora (2025)

4.2 Materiais utilizados

Para a confecção dos materiais utilizados durante a aplicação do jogo, foram adotadas estratégias que garantissem a durabilidade e qualidade estética aos

componentes. O tabuleiro foi impresso em folha no formato A3 e plastificado, a fim de proporcionar maior resistência ao manuseio frequente pelos alunos. As cartas de perguntas e os desafios foram impressos em papel fotográfico, com o objetivo de garantir cores mais vivas e melhor acabamento visual, tornando o jogo mais atrativo. Os peões, por sua vez, foram produzidos em papel com gramatura mais alta, especificamente papel Aspen, o que permitiu que ficassem em pé com estabilidade, facilitando a movimentação no tabuleiro. Já os dados utilizados na dinâmica foram adquiridos prontos, visando a praticidade e a padronização do material. Esses cuidados com os materiais reforçam a preocupação em oferecer aos alunos uma experiência lúdica, interativa e visualmente estimulante.

4.3 Pré jogo

Para a realização das atividades foi elaborado um Termo de Autorização de Uso de Imagem Infantil, considerando que este trabalho foi desenvolvido com crianças das turmas de 2º ano do Ensino Fundamental I do Instituto Estadual Romaguera Corrêa e da Escola de Ensino Fundamental Nossa Senhora do Horto. Esse termo foi entregue para as professoras que o distribuíram para os responsáveis dos alunos no dia anterior à aplicação do jogo. No documento, solicitou-se autorização para o uso de imagens das crianças em materiais diversos, incluindo fotos e documentos, que compõem o Trabalho de Conclusão de Curso em Relações Públicas da Universidade Federal do Pampa, intitulado “Jogando com a Tradição: Estratégias de Relações Públicas para a Valorização da Cultura Gaúcha entre Crianças” Para consulta do ao termo de uso de imagem, recomenda-se acessar o Apêndice.

Neste dia, também foi entregue aos alunos uma folha contendo os peões do jogo, com a proposta de que cada criança pudesse colorir e montar o seu próprio material em casa. Essa atividade teve como objetivo envolver os estudantes de forma prévia e criativa no processo, estimulando o vínculo afetivo com o projeto e despertando o interesse pelo tema antes mesmo da aplicação prática do jogo. Além de favorecer o desenvolvimento da coordenação motora e da expressão artística, essa etapa contribuiu para criar uma expectativa positiva em relação à atividade que seria realizada posteriormente.

4.4 Jogo

4.4.1 Aplicação do Jogo – Instituto Estadual Romaguera Corrêa (23 de maio)

No dia marcado para a aplicação do jogo, os alunos trouxeram os peões previamente coloridos e montados em casa, bem como as autorizações de uso de imagem devidamente assinadas pelos responsáveis.

A aplicação foi realizada em dois dias distintos, um em cada instituição participante do projeto. No dia 23 de maio, dirigi-me à Escola Instituto Estadual Romaguera Corrêa para realizar a atividade com os alunos do 2º ano do Ensino Fundamental.

Inicialmente, a turma 21 foi organizada em quatro grupos, compostos por quatro a cinco alunos cada. Cumprimentei os estudantes e iniciei a explicação sobre a dinâmica do jogo. Durante essa apresentação, os alunos demonstraram curiosidade ao questionarem sobre os personagens escolhidos para representar os peões e sobre as imagens presentes no tabuleiro. Aproveitei o momento para contextualizar os elementos culturais envolvidos e explicar o significado de cada um deles.

Após as explicações, orientei os alunos sobre a ordem dos turnos. Para isso, cada participante lançou o dado e aquele que obteve o maior número foi o responsável por iniciar a rodada. Eu e a professora responsável pela turma auxiliamos os alunos durante essa etapa inicial. Antes do início oficial do jogo, informei a todos que o primeiro grupo a alcançar a casa final do tabuleiro receberia uma pequena premiação, como forma de incentivo à participação.

Durante o desenvolvimento da atividade, pude observar o entusiasmo das crianças. Elas demonstraram grande envolvimento, rindo e interagindo de forma espontânea. No entanto, percebi que alguns alunos ainda apresentavam dificuldades de leitura. Nessas situações, prontamente os auxiliei, realizando a leitura das cartas para garantir que todos pudessem participar de forma igualitária.

As perguntas mais específicas, como "O que os gaúchos usam para montar em cavalos?" ou "Qual é o instrumento musical que parece uma sanfona e é muito usado nas músicas gaúchas?", mostraram-se desafiadoras para a maioria dos estudantes, uma vez que não fazem parte de seu cotidiano. Quando essas

situações ocorriam, um colega que soubesse a resposta ajudava a explicar, ou eu mesma intervinha para contextualizar e esclarecer o conteúdo das cartas. Por outro lado, perguntas relacionadas a datas comemorativas, como "Qual o nome da festa ou data importante dos gaúchos que acontece em setembro?", foram respondidas com maior facilidade, possivelmente por fazerem parte do calendário escolar e da vivência local.

A etapa dos desafios foi, sem dúvida, a mais divertida. As crianças mostraram-se extremamente engajadas, tanto ao participar das tarefas quanto ao assistir aos colegas realizarem as atividades propostas. O ambiente tornou-se leve e descontraído, repleto de risadas e interação entre os participantes, o que reforçou o potencial lúdico e educativo do jogo como ferramenta de aproximação com a cultura gaúcha. Após a finalização da atividade com a turma 21, propus aos alunos uma atividade complementar com o objetivo de obter um retorno qualitativo sobre a experiência vivenciada. Solicitei que cada criança fizesse um desenho representando a parte do jogo que mais havia gostado. Expliquei que essa seria uma forma de feedback, permitindo-me compreender quais aspectos da dinâmica mais chamaram a atenção dos estudantes. Pedi que entregassem os desenhos até o final da aula, uma vez que, após o recreio, eu daria continuidade ao projeto com a turma 22.

Essa proposta buscou não apenas avaliar o engajamento dos alunos, mas também estimular a expressão criativa e afetiva, oferecendo a eles a oportunidade de registrar, por meio da linguagem visual, as experiências mais marcantes vivenciadas durante o jogo.

Após o recreio, dirigi-me à turma 22. Assim como fiz anteriormente, organizei os alunos em grupos. Como essa turma era menor, formei três grupos: um com cinco meninas e dois com quatro meninos cada. Segui o mesmo processo da turma anterior: apresentei o jogo, expliquei as regras e contextualizei os personagens.

A turma 22 mostrou-se mais agitada que a anterior, mas isso não prejudicou a participação no jogo. Pelo contrário, os alunos foram bastante receptivos à proposta. Diferentemente da primeira aplicação, desta vez fiquei sozinha com a turma, o que tornou a administração da atividade um pouco mais desafiadora. Ainda assim, tudo transcorreu bem e a experiência foi bastante positiva.

4.4.2 Aplicação do Jogo – Escola Nossa Senhora do Horto (27 de maio)

No dia 27 de maio, foi realizada a aplicação da atividade com a turma do segundo ano da Escola Nossa Senhora do Horto, a única turma desse nível na instituição. Na data marcada, houve forte chuva na cidade, o que resultou em um número reduzido de alunos presentes. Dos 21 alunos matriculados, apenas nove compareceram. Diante disso, optei por organizar os participantes em um grupo, um trio e uma dupla.

Ao iniciar a atividade, percebi que os alunos estavam bastante agitados, o que atribuo ao clima chuvoso. Para contornar a situação e conquistar a atenção do grupo, utilizei uma dinâmica que aprendi quando também estudava nessa mesma escola: o "Mundinho do Silêncio". A dinâmica consiste em um gesto visual e simbólico, no qual o adulto, sem utilizar a fala, chama a atenção das crianças com um movimento circular feito com o braço estendido e a mão aberta, como se estivesse desenhando um mundo imaginário no ar. Gradualmente, durante o movimento, a mão vai se fechando até formar um punho, enquanto todos repetem a expressão "Mundinho do Silêncio". Este gesto sinaliza o momento de concentração e silêncio coletivo.

Após a realização da dinâmica, os alunos passaram a prestar mais atenção à explicação. Assim como nas demais turmas, iniciei com uma conversa sobre a cultura gaúcha. Aproveitei para esclarecer algumas dúvidas que surgiram, especialmente em relação às imagens presentes no tabuleiro do jogo, um tema que também gerou curiosidade nas turmas anteriores. Durante o diálogo, os alunos relataram que o contato que têm com as tradições gaúchas ocorre principalmente durante a Semana Farroupilha e que, de modo geral, não conheciam muito sobre o tema.

Dando continuidade, organizamos a dinâmica do jogo. Auxiliei as crianças a decidirem quem iniciaria cada jogada. Todos os alunos da turma já sabiam ler, o que dispensou a necessidade de ajuda com a leitura das cartas. No entanto, algumas perguntas estavam além do conhecimento prévio dos alunos, o que me levou a adaptar as explicações para que eles pudessem compreender e construir as respostas por meio do raciocínio, sem que eu fornecesse as soluções prontas.

Durante a realização dos desafios propostos pelo jogo, os alunos inicialmente demonstraram certa timidez e vergonha para cumpri-los. Entretanto, à medida que o

jogo avançava, as crianças foram se soltando, e o ambiente tornou-se bastante descontraído, com muitas risadas ao presenciarem as apresentações dos colegas. Devido ao número reduzido de participantes, foi possível realizar várias rodadas do jogo. Ao todo, cada grupo jogou quatro vezes, demonstrando grande entusiasmo e vontade de continuar.

Ao final da quarta rodada, solicitei que os alunos fizessem um desenho representando a parte da atividade de que mais gostaram, com o objetivo de obter um feedback sobre a experiência vivenciada. Após a entrega dos desenhos, eu conduzi uma conversa com a turma para saber o que mais haviam apreciado no jogo, o que aprenderam e se tinham sugestões de melhorias. As respostas foram bastante positivas, e muitos alunos expressaram o desejo de que eu retornasse em outro dia para que pudessem jogar novamente, destacando que a experiência foi muito divertida.

4.5 Registros fotográficos

Ao longo da realização do projeto, foi feita uma ampla documentação fotográfica das atividades desenvolvidas nas escolas. O objetivo desses registros foi captar os principais momentos de interação das crianças com o jogo, bem como suas reações durante as dinâmicas propostas. As fotos mostram diferentes etapas da ação, desde as explicações iniciais até os momentos de maior descontração, como as risadas durante os desafios e a concentração na hora de responder às perguntas.

Além de servir como material de apoio para análise dos resultados, os registros fotográficos também tiveram um papel importante na motivação das crianças. Muitas delas demonstraram curiosidade ao ver a câmera e fizeram questão de participar, posando para as fotos com os colegas, mostrando seus peões coloridos ou celebrando as vitórias no jogo. Essa interação com o momento do registro fotográfico tornou a atividade ainda mais divertida e envolvente.

Essas imagens não apenas ilustram o desenvolvimento do projeto, mas também retratam de forma autêntica o envolvimento, a alegria e o interesse dos alunos pela cultura gaúcha, reforçando a relevância do trabalho realizado.

4.5.1 Aplicação do Jogo no Instituto Instituto Estadual Romaguera Corrêa, turma 21

Figura 7 - Aplicação do Jogo Instituto Estadual Romaguera Corrêa, turma 21 (01)



Acervo da Autora (2025)

Figura 8 - Aplicação do Jogo Instituto Estadual Romaguera Corrêa, turma 21 (02)



Acervo da Autora (2025)

Figura 9 - Aplicação do Jogo Instituto Estadual Romaguera Corrêa, turma 21 (03)



Acervo da Autora (2025)

Figura 10 - Aplicação do Jogo Instituto Estadual Romaguera Corrêa, turma 21 (04)



Acervo da Autora (2025)

Figura 11 - Aplicação do Jogo Instituto Estadual Romaguera Corrêa, turma 21 (05)



Acervo da Autora (2025)

Figura 12 - Aplicação do Jogo Instituto Estadual Romaguera Corrêa, Turma 21 (06)



Acervo da Autora (2025)

4.5.2 Aplicação do Jogo Instituto Estadual Romaguera Corrêa, turma 22

Figura 13 - Aplicação do Jogo Instituto Estadual Romaguera Corrêa, turma 22 (01)



Acervo da Autora (2025)

Figura 14 - Aplicação do Jogo Instituto Estadual Romaguera Corrêa, turma 22 (02)



Acervo da Autora (2025)

Figura 15 - Aplicação do Jogo Instituto Estadual Romaguera Corrêa, turma 22 (03)



Acervo da Autora (2025)

Figura 16 - Aplicação do Jogo na Instituto Estadual Instituto Estadual Instituto Estadual Instituto Estadual Romaguera Corrêa, turma 22 (04)



Acervo da Autora (2025)

Figura 17 - Aplicação do Jogo Instituto Estadual Romaguera Corrêa, turma 22 (05)



Acervo da Autora (2025)

4.5.3 Aplicação do Jogo na Horta, turma 21

Figura 18 - Aplicação do Jogo na Horta, turma 21 (01)



Acervo da Autora (2025)

Figura 19 - Aplicação do Jogo na Horta, turma 21 (02)



Acervo da Autora (2025)

Figura 20 - Aplicação do Jogo na Horta, turma 21 (03)



Acervo da Autora (2025)

Figura 21 - Aplicação do Jogo na Horta, turma 21 (04)



Acervo da Autora (2025)

Figura 22 - Aplicação do Jogo na Horto, turma 21 (05)



Acervo da Autora (2025)

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A realização deste projeto foi uma experiência muito enriquecedora, tanto no aspecto profissional quanto pessoal. A partir da criação do jogo educativo, foi possível colocar em prática os conhecimentos adquiridos ao longo da graduação em Relações Públicas, principalmente no que diz respeito ao planejamento de ações voltadas para públicos específicos e à utilização de estratégias que promovam a interação e o engajamento.

Ao longo da aplicação do jogo nas escolas, ficou evidente o quanto a ludicidade pode ser uma ferramenta poderosa para despertar o interesse das crianças por temas culturais. Mesmo aquelas que tinham pouco ou nenhum contato com as tradições gaúchas mostraram-se curiosas, participativas e dispostas a aprender. As atividades propostas não só estimularam a criatividade, como também proporcionaram momentos de alegria, aprendizado e troca de conhecimentos.

Outro aspecto importante foi a resposta afetiva das crianças, demonstrada tanto nas suas reações durante o jogo quanto nos desenhos realizados ao final da atividade. Por meio dessas expressões artísticas, foi possível perceber como cada

aluno se conectou de forma única com os elementos da cultura gaúcha apresentados. Muitos escolheram representar os personagens do folclore, as brincadeiras e os momentos mais divertidos vividos durante o jogo, o que reforça a importância de atividades práticas no processo de aprendizagem.

Além do retorno positivo dos alunos, a receptividade por parte das escolas e das professoras também foi fundamental para o sucesso do projeto. O apoio recebido durante todas as etapas, desde o envio das autorizações até o acompanhamento no dia da atividade, mostra o quanto a parceria entre universidade e comunidade escolar pode gerar resultados positivos.

De modo geral, o projeto atingiu seu objetivo principal de promover a valorização da cultura gaúcha entre o público infantil de maneira leve e envolvente. Mais do que ensinar conteúdos específicos, a atividade buscou despertar nos alunos o sentimento de pertencimento e orgulho pelas tradições regionais, o que é essencial para a continuidade e preservação do patrimônio cultural do Rio Grande do Sul.

Como futura profissional de Relações Públicas, encerro este trabalho com a certeza de que a comunicação, quando bem planejada e executada, tem o poder de transformar realidades, fortalecer vínculos e contribuir para a formação de cidadãos mais conscientes da sua identidade e da sua história.

REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. *Dialética do esclarecimento*. Rio de Janeiro: Zahar, 1947.

BOURDIEU, Pierre. *O poder simbólico*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1983.

DURKHEIM, Émile. *As formas elementares da vida religiosa*. São Paulo: Martins Fontes, 1912.

FREGE, Gottlob. *Sobre sentido e referência*. São Paulo: Editora Unesp, 1892.

RUSSELL, Bertrand. *Os princípios da matemática*. São Paulo: Editora Unesp, 1903.

TYLOR, Edward B. *Primitive Culture*. Londres: John Murray, 1871.

SOARES, Ismar de Oliveira. *Educomunicação: o conceito, o profissional, a aplicação*. Revista Comunicação e Educação, n. 19, p. 25-36, jan./jun. 2002.

SOARES, Ismar de Oliveira. *Educomunicação: o conceito, o profissional, a aplicação*. São Paulo: Paulinas, 2011.

KAPLÚN, Mario. *Una pedagogía de la comunicación*. 2. ed. Buenos Aires: Ediciones de la Torre, 1999.

APÊNDICE

APÊNDICE A - Desenhos.

Os desenhos foram muito variados e criativos. Alguns alunos desenharam os personagens do folclore gaúcho, como o Saci e o Negrinho do Pastoreio. Outros escolheram ilustrar momentos dos desafios, como quando tinham que cantar uma música ou imitar um cavalo, que foram partes muito divertidas do jogo. Também apareceram no papel elementos bem conhecidos da cultura gaúcha, como a cuia de chimarrão e o CTG, que era o objetivo final do tabuleiro. Esses desenhos mostraram que as crianças realmente se envolveram com a atividade e que, de alguma forma, aprenderam um pouco mais sobre as tradições do Rio Grande do Sul de uma maneira divertida e leve. Para mim, foi muito gratificante ver o quanto elas aproveitaram e o quanto a cultura gaúcha despertou a curiosidade delas.

APÊNDICE B - Desenho dos Alunos do Instituto Estadual Romaguera Corrêa.

Figura 23 - Desenhos Instituto Estadual Romaguera Corrêa (01)

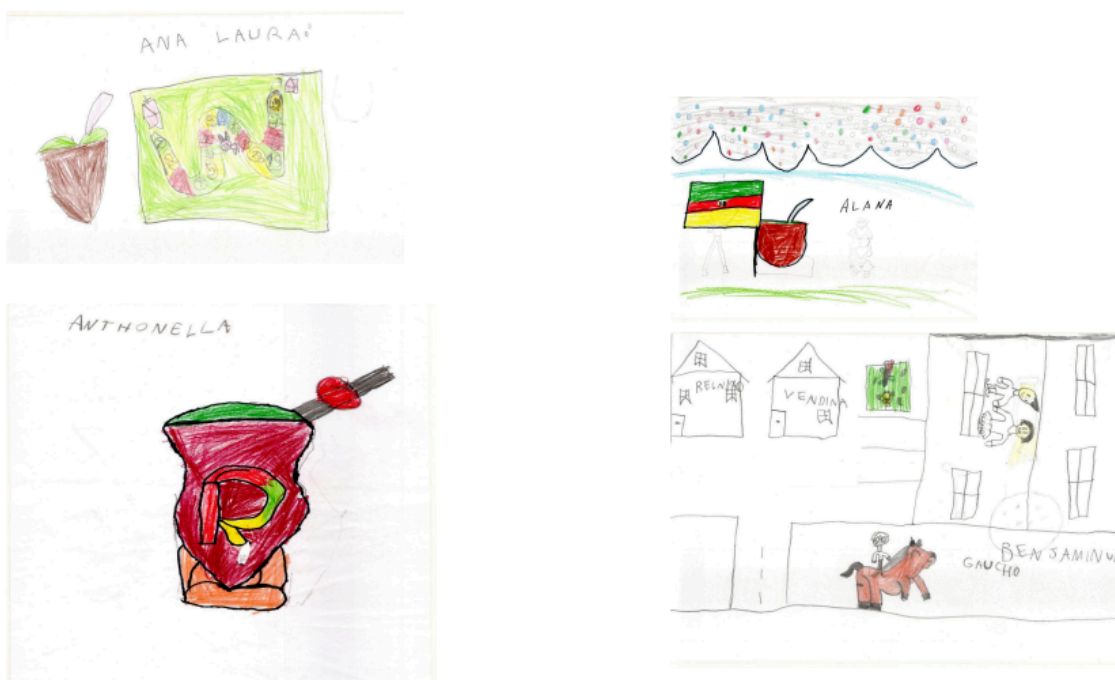


Figura 24 - Desenhos Instituto Estadual Romaguera Corrêa (02)



Figura 25 - Desenhos Instituto Estadual Romaguera Corrêa (03)



Figura 26 - Desenhos Instituto Estadual Romaguera Corrêa (04)



Figura 27 Desenhos Instituto Estadual Romaguera Corrêa (05)



APÊNDICE C- Desenho dos Alunos da Escola Nossa Senhora do Horto.

Figura 28 - Desenho dos Alunos da Escola Nossa Senhora do Horto.



Figura 29 - Desenho dos Alunos da Escola Nossa Senhora do Horto.



+

ANEXOS

Anexo A - Termo de Autorização de uso de Imagem - Menor de Idade



Termo de autorização de uso de imagem - menor de idade

Eu, _____,
nacionalidade _____, portador(a) da cédula de identidade RG nº
_____, inscrito no CPF nº
_____, residente à Av/Rua
_____, responsável legal pelo(a)
menor _____, data de
nascimento ___/___/___ autorizo o uso da imagem do(a) menor acima qualificado(a) em
todo e qualquer material entre fotos e vídeos, para serem utilizados no trabalho de conclusão
de curso de Relações Públicas da Universidade Federal do Pampa “**Comunicação e Cultura**”, A
presente autorização é concedida a título gratuito, abrangendo o uso da imagem acima
mencionada em todo território nacional, das seguintes formas: (I) folhetos em geral (encartes,
catálogo, etc.); (II) folder de apresentação; (III) cartazes; (IV) mídia eletrônica (painéis, televisão,
programa para rádio, entre outros.) . Por esta ser a expressão da minha vontade, declaro que
autorizo o uso acima descrito, sem que nada haja a ser reclamado a título de direitos conexos à
imagem do(a) menor acima qualificado(a) ou a qualquer outro, e assino a presente autorização
em 01 via de igual teor e forma.

Aluno(a): _____

Turma: _____ Escola: _____

Uruguaiana, RS, _____ de _____ de 2025.

(Assinatura) _____

(Nome legível) _____

Telefone p/ contato (____) _____.

