

GEOGRAFEMAS DA BOEMIA DE SANTIAGO

Mapa impresso e site

Sonaira Canterle **de Oliveira**i Gabriel Sausen **Feil**ii

Quem sou?

Somos um mapa impresso e um site da Boemia de Santiago, município gaúcho da região central do Estado.

A boemia é um fator que deve ser considerado nas nossas cidades. Assim, o nosso projeto de Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação (PD&I) foi estruturado a partir dessa percepção. Santiago possui muitos espaços boêmios e a nossa problemática questiona como a comunicação poderia contribuir para a valorização ou o reconhecimento de lugares boêmios em cidades em que não há percepção de que a boemia tem relação com a criatividade.

Compreendemosⁱⁱⁱ que a boemia apresenta-se como um fator que instiga a classe criativa, ou seja, os trabalhadores, como fotógrafos, músicos, pintores etc. Conforme o autor, os lugares, cuja pontuação é alta nos principais indicadores de diversidade, o Índice Gay, o Índice Boêmio e outros índices, são os mesmos que atraem pessoas criativas e onde o setor de alta tecnologia cria raízes.

Em Santiago, segundo a Agência de Desenvolvimento, no mês de maio de 2019 (mês da coleta de dados), existiam 44 estabelecimentos na categoria bares e restaurantes que



possuíam atendimento noturno. Ainda, com base em questionário lançado em páginas do *Facebook*, obtivemos retorno de moradores que pontuaram locais boêmios por eles frequentados. Em nosso PD&I desenvolvimento, percebemos que a boemia, apesar de alguns lugares realizarem divulgações em rádios, jornais impressos e *Facebook*, não conta com uma comunicação que a valorize, que a reconheça. Também visualizamos que a relação com a criatividade não acontece. Pensamos que um passo inicial seria a centralização das opções boêmias para disponibilizar ao público, incluindo ainda, os locais que estão "à margem".

Assim, projetamos um mapa impresso e um *site*, entendendo-os como processo/produto comunicacional que busca valorizar a boemia de Santiago, dando conta, assim, de nosso questionamento. A comunicação apresenta-se como um processo que objetiva auxiliar a indústria criativa, associando-se a elaiv. O processo/produto comunicacional - intitulado "*Geografemas* da boemia de Santiago" - visa valorizar as peculiaridades dos lugares boêmios e, flexibilizando as regras mercadológicas, não se restringe às características predominantes e, por vezes, estereotipadas dos locais, explorando os pormenores. É, justamente, em função disso que nos apropriamos do conceito de *geografema*: o biografemav afirma o pormenor da vida, o detalhe até então insignificante; e, por sua vez, o *geografemav*- uma variação da noção barthesiana - como a percepção de que esse pormenor, por vezes, diz respeito a um lugar, uma paisagem.

Assim, nesse PDI, assumimos uma postura de respaldo das dimensões da criatividade e de colaboração na construção de uma comunidade que atraia/valorize indivíduos criativos.

Apropriamo-nos da reflexão de Florida quanto ao Índice Boêmio e reconhecemos os lugares boêmios que podem ser espaços, em potencial, de produção de atividades criativas. Estas se caracterizam por terem como insumo básico a criatividade, sendo percebidas como expressões autorais sem vínculo obrigatório com a economiavii. Com esse recorte, enfatizamos que a atividade criativa não acontece somente em lugares pré-estabelecidos pela indústria, mas

192

também em lugares que servem de espaço para a classe criativa produzir ou expressar suas criações, podendo, ou não, ter viés econômico.

Nossa indústria criativa: a classe criativa que está nos espaços boêmios

O nosso produto comunicacional volta-se à classe criativa, ou seja, os trabalhadores, que fazem a indústria criativa das cidades. São nos espaços boêmios que a classe admite ser possível conhecer pessoas, conversar ou assistir a episódios do cotidiano.

O nosso objetivo

Primeiramente, refletimos a partir de conceitos que embasam nosso trabalho: boemia, atividade criativa, *biografema/geografema*, classe criativa. Os mesmos configuram-se como a base intelectual da confecção do processo/produto comunicacional. O que queremos dizer é que a etapa de desenvolvimento do Projeto de Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação, permitiu que ficasse mais claro o nosso propósito: reconhecer e valorizar os espaços boêmios, quebrando tabus existentes na sociedade sobre a boemia. Nas cidades, ela pode ser fomentadora de atividades culturais e educativas, além de instigar o turismo, a economia e a inovação. Nosso trabalho propõe abandonar aspectos que ligavam a boemia a bebidas, perturbação ou indivíduos pouco produtivos.

Nosso objetivo, traçado na fase de desenvolvimento do presente PD&I, foi criar um mapa impresso e um *site* da boemia de Santiago, constituído por *geografemas* dos espaços boêmios, que auxilie na valorização de tais espaços, entendidos como locais de possíveis realizações de atividades criativas. Acreditamos que o mapa, que será distribuído em pontos de fluxo intenso de pessoas, como universidades e órgãos públicos, sirva como atrativo para o *site*, já que ele terá conteúdo condensado, e que o *site*, por sua vez, possibilite que as pessoas apropriem-se da boemia, enquanto fator que causa integração, criatividade, diversão, experiências etc. Para atingir nosso objetivo, iniciamos o trabalho prático em abril de 2019 com a aplicação de

questionário no *Facebook* para descobrir quais eram os locais boêmios frequentados pelas pessoas; juntamos essas informações com as enviadas pela Agência de Desenvolvimento; entre julho e novembro de 2019 fotografamos os locais e entrevistamos os proprietários para a confecção dos *geografemas* e posterior produção dos produtos citados.

A nossa justificativa

Nosso produto/processo justifica-se sob vários aspectos que compartilhamos a seguir:

Inovação

Trabalhamos com a inovação de forma que ela seja vista como uma materialização da criatividade. Entendemos que a inovação existe, especialmente, pela apropriação que a sociedade pode fazer do mapa e *site* da boemia e também, inserimos a inovação a partir da compreensão de termos apreendido o problema existente na comunidade (a falta de percepção quanto ao reconhecimento dos lugares boêmios como espaços de atividades criativas), na tentativa de resolver o mesmo.

Relevância cultural

Não há como pensar em indústria criativa sem relacionar o aspecto da diversidade cultural inerente a ela. "Como a cultura é intrínseca à relação das aspirações humanas, é possível argumentar que a diversidade cultural será um fator importante na promoção do desenvolvimento econômico, social e cultural"viii. A diversidade cultural que nos referimos aqui é crucial para o desenvolvimento sustentável e para a paz. Quatro áreas influenciam significativamente a evolução da diversidade cultural: idiomas, educação, comunicação e conteúdo cultural, além da criatividade e do mercado.

194

Entre os fatores que caracterizam o agrupamento de indivíduos criativos em determinadas cidades está a diversidade. Florida acredita que uma cidade não precisa ser grande para atrair indivíduos criativos, mas sim cosmopolita: "um lugar em que qualquer indivíduo pode encontrar grupos de pessoas afins com quem se sinta à vontade, bem como outros grupos que lhe sirvam de estímulo". Acreditamos que a relevância cultural esteja na possibilidade de que indivíduos encontrem grupos ou pessoas com mesmos interesses e que sejam fomentadas atividades criativas a partir dessas interações, afinal, propomos um processo/produto reunindo espaços boêmios, propícios à diversidade e às expressões autorais.

Relevância social

O mapa e o *site* da boemia de Santiago estariam diretamente ligados ao fornecimento de um ecossistema em que as formas multidimensionais da criatividade podem criar suas raízes e florescer. Ou seja, os produtos encaixam-se como uma forma de valorizar a atividade criativa na referida cidade, estimulando uma sociedade mais criativa.

Como estamos falando da atração e valorização de indivíduos produtivos, membros de uma sociedade do conhecimento, acreditamos que possam ocorrer melhorias em políticas públicas a médio e longo prazos. Pensamos que o município pode ganhar em empreendedorismo, novas experiências e aberturas de vagas de emprego, tudo em consonância com a tolerância, liberdade e diversidade, fatores que impulsionam e integram a classe criativa. A qualidade dos empregos gerados pela Economia Criativa pode oferecer maiores níveis de satisfação do funcionário do que as ocupações mais rotineiras, devido ao comprometimento e ao senso de envolvimento cultural.

Outro aspecto que levamos em conta é a inclusão social, acreditando em uma possível ligação entre indivíduos criativos que se interessam por atividades criativas e que, assim, constroem a indústria criativa. Iniciativas, como programas artísticos comunitários, constroem capital social,



estimulando a habilidade e motivação das pessoas. Além disso, a Conferência das Nações Unidas para o Comércio e o Desenvolvimento afirma que a atividade criativa é comprovadamente importante para a saúde e bem-estar psicológico de um indivíduo.

Relevância econômica

A Economia Criativa é uma economia gerada por produtos criativos que tiveram transações comerciais. Conforme a UNCTAD, ela ajuda a reavivar áreas urbanas decadentes, a abrir e desenvolver áreas rurais remotas e a promover a preservação dos recursos ambientais e patrimônios culturais de um país.

Por meio do processo/produto, buscamos evidenciar diversos pontos comerciais (mesmo os não-institucionalizados). A questão econômica não é o foco, mas acaba ficando evidente diante da divulgação proposta, pois podemos fazer emergir uma espécie de rede da boemia santiaguense, a qual pode trazer dividendos aos empresários e também aos frequentadores da boemia, que, em uma estrutura reticular, podem desenvolver seus talentos e colocar em ação suas ideias.

Relevância turística

Observamos que as cidades, até mesmo em suas formas de comunicarem-se com os públicos, evidenciam seus *slogans*, pontos turísticos, belezas naturais, bandeiras e personagens históricos, mas geralmente observando apenas aqueles elementos já consagrados e fixados como tradições. Por outro lado, as atividades boêmias raramente são evidenciadas, muito provavelmente por estarem associadas à relação com bebidas alcoólicas, acidentes de trânsito, perturbação do sossego público, principalmente, nas pequenas cidades. Essa forma de abordagem acaba afastando a boemia da cultura, da economia, do turismo etc.



Além disso, em Santiago, no dia a dia, são visíveis muitos moradores da região, de municípios menores como Jaguari, São Vicente do Sul, Mata, São Francisco de Assis, Unistalda, Nova Esperança do Sul, entre outros. O que esses visitantes encontram como pontos de entretenimento/lazer à noite? Torna-se oportuno fomentar o turismo por meio da divulgação de bares, restaurantes, espaços alternativos etc., diante de uma cidade que possui uma economia fortemente ligada ao comércio e onde gira valor financeiro considerável advindo da folha de pagamento de militares e servidores públicos.

Notamos que os espaços boêmios não realizam uma divulgação contínua. Ainda, na margem, estão locais não-institucionalizados, que recebem frequentadores da boemia e que não aparecem em qualquer documento/mapa.

Relevância intelectual/científica

Pensamos que as universidades, em especial, a Universidade Federal do Pampa, deve atuar de forma a contribuir cientificamente com o desenvolvimento regional e é neste contexto que destacamos o presente PD&I. Uma rede de alianças institucionais acelera o desenvolvimento regional. Dados colhidos a partir de regiões metropolitanas nos Estados Unidos enfatizam que as redes de colaboração entre Academia, empresas e governo são fundamentais para a criação de novas empresas e para o desenvolvimento regionalix.

O processo/produto em questão pode despertar o fomento das formas multidimensionais da criatividade, bem como incentivar a inclusão do tema na agenda das universidades e prefeituras. Tem-se falado bastante, a nível mundial, em economia criativa, indústria criativa, classe criativa, criatividade. Estamos construindo um trabalho técnico e, de forma concomitante, de cunho científico, que pode instigar mais pesquisas, principalmente, em âmbito local.



Também acreditamos, com base na UNCTAD, que, ao fomentar atividades criativas e, por sua vez, a indústria criativa, estamos oferecendo insumos artísticos e culturais importantes ao sistema educacional, para facilitar a educação dos alunos na sociedade em que vivem e, no longo prazo, para construir uma população culturalmente consciente.

Qual meu desafio?

Valorizar/reconhecer os lugares boêmios e criar a percepção de que a boemia tem relação com a criatividade. Como Santiago não possui galerias de arte e grandes livrarias, por exemplo, os lugares boêmios assumem sua importância, podendo virem a ser lugares consagrados e específicos para o desenvolvimento de atividades criativas. Também entendemos como um desafio a apresentação das singularidades dos locais, escapando das características predominantes e às vezes mais evidenciadas pelos proprietários. Desta forma, com a criatividade que os *geografemas* conferem ao trabalho, acreditamos que a sociedade será atraída e se interessará pelo assunto boemia.

O nosso processo/produto

Como o desafio é valorizar/reconhecer os lugares boêmios e criar uma relação com a criatividade, seguem os nossos produtos comunicacionais e as ações pensadas para que os mesmos construam-se como instrumentos que deem conta do nosso principal questionamento.

Campanha de divulgação de lançamento dos produtos

Em 01 de dezembro iniciamos a divulgação do evento de lançamento do *site* e mapa da boemia de Santiago com os seguintes materiais: *card* em redes sociais (Figura 1), convite *online* aos empresários da boemia e demais autoridades (Figura 2), cartaz (Figura 3), *Fan*



Page (figura 4). A partir daí, a imprensa de Santiago colaborou com a divulgação, conforme mostraremos abaixo. Tivemos publicação de *release* no *site* da Rádio Santiago (Figura 5), matéria no *site* Santiago *News* (Figura 6), entrevista, ao vivo, na Rádio Santiago (Imagem 1).

Como nasceu o site e mapa da Boemia de Santiago?!

Neste post a gente explica!

Figura 1- Card para Facebook explicando sobre os produtos







Fonte: elaborado pela autora

cursos.unipampa.edu.br/cursos/ppgcic

Figura 2- Card com convite para o lançamento



Fonte: elaborado pela autora

Vol. 3, 2020 | E-ISSN 2596-2752 | cursos.unipampa.edu.br/cursos/ppgcic

Figura 3- Cartaz



Fonte: elaborado pela autora



Figura 4- Fan Page da Boemia de Santiago

Fonte: Facebook Boemia de Santiago, 2019.

Vol. 3, 2020 | E-ISSN 2596-2752 | cursos.unipampa.edu.br/cursos/ppgcic

Figura 5 – *Release* publicado no site da Rádio Santiago







Porcelanato Polido Delta Avorio 60x60 B



Sexta-feira, 06 de Dezembro de 2019



Mestranda lançará site e mapa da Boemia de Santiago

Sonaira Canterle, lançará seu produto comunicacional desenvolvido no mestrado



Na quarta-feira (10), às 21h, a mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Indústria Criativa da UNIPAMPA — Campus São Borja, Sonaira Canterle, lançará seu produto comunicacional desenvolvido no mestrado. Trata-se de um site e um mapa da boemia de Santiago. O lançamento, que será informal, configura-se como um momento de conversa com quem passar pela praça Moisés Viana.

Tanto o mapa quanto o site indicam a localização dos locais boêmios e singularidades de cada local.

Acreditando ser oportuno que as cidades estimulem a criatividade e pensando em valorizar a "vida noturna" no município de Santiago, o trabalho, que é fruto de um projeto de Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação, questiona como a comunicação pode contribuir para a valorização ou o reconhecimento de lugares boémios em cidades, tais como Santiago, que não há a percepção de que a boemia tem relação com a criatividade.

A inovação consiste na transformação de ideias novas em algo que seja utilizado no dia a dia, voltado aos frequentadores da boemia e aos interessados em atividades criativas. Entre os principais resultados, a mestranda aponta a possibilidade de valorização da diversidade cultural e a oportunidade de desmistificar aspectos da boemia. Ela considera que o projeto pode servir como inspiração para cidades que pretendem valorizar a criatividade como mola propulsora do desenvolvimento.

Todo o conteúdo do site e mapa foi feito pela jornalista após visitas aos locais, as quais iniciaram no mês de julho. Algumas informações foram repassadas pelos próprios proprietários dos restaurantes e bares. A jornalista é orientada pelo professor Doutor Gabriel Sausen Feil. O site pode ser acessado em boemiadesantiago.com, desenvolvido pela empresa CubeKode Tecnologia. O mapa impresso teve a diagramação do designer Ricardo

Fonte: Site Rádio Santiago, 2019.

Figura 6- Matéria publicada no site Santiago News



Notícias: Geral

Boemia de Santiago é retratada através de mapa e site

Trabalho foi desenvolvido pela mestranda da UNIPAMPA Sonaira Canterle

07 de Dezembro de 2019 às 15:58

A boemia faz parte da cultura de uma cidade e qualquer cidade tem uma boemia. E aqui na nossa cidade não é diferente. A vida noturna de Santiago, de alguns anos para cá, se expandiu e há cada vez mais "points noturnos" para a alegria dos amantes da boemia. Imagine então se a boemia santiaguense fosse retratada através de ferramentas como mapa e site? Foi pensando nisso que a mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Indústria Criativa da UNIPAMPA - Campus São Borja, Sonaira Canterle teve a ideia de desenvolver no seu mestrado um produto comunicacional, o qual será lançado na



Tanto o mapa quanto o site indicam a localização dos locais boêmios e singularidades de cada lócal.

próxima terça-feira, 10 de dezembro, às 21h. Trata-se de um site e um mapa da boemia de Santiago. O lançamento, que será informal, configura-se como um momento de conversa com quem passar pela praça Moisés Viana.

Tanto o mapa quanto o site indicam a localização dos locais boêmios e singularidades de cada local.

Fonte: Site Santiago News, 2019.

Imagem 1 – Entrevista no programa Tá em Casa, das 14h às 15h, edição de terça-feira, 10/12/2019, na Rádio Santiago



Fonte: crédito da foto: Marcelo Perônio Ramos

Lançamento do mapa e site da Boemia de Santiago

A data definida foi 10 de dezembro, na praça Moisés Viana. Solicitamos autorização à prefeitura e permanecemos no local mostrando os produtos à população que transitava, bem como, aos proprietários dos espaços. A atividade iniciou às 21h, sendo caracterizada pela informalidade e descontração (Imagem 2).



Imagem 2 – Foto do lançamento

Fonte: crédito da foto: Marcelo Machado Bonotto



Figura 7 – Transmissão ao vivo, no lançamento, pelo Facebook da prefeitura de Santiago

Fonte: Facebook Prefeitura, 2019.

Mapa impresso da Boemia de Santiago

O mapa impresso foi feito em tamanho A3 para ser distribuído em principais pontos da cidade de Santiago. Ele indica a localização dos locais boêmios e uma peculiaridade de cada lugar – peculiaridade apontada pelo próprio proprietário do estabelecimento.

Imagem 3 – Foto do mapa impresso



Fonte: elaborada pela autora



Site da Boemia de Santiago

O site foi desenvolvido de forma voluntária pela empresa CubeKode Tecnologia.



Figura 8 – Site da Boemia de Santiago

Fonte: Site Boemia de Santiago, 2019.

Vol. 3, 2020 | E-ISSN 2596-2752 | cursos.unipampa.edu.br/cursos/ppgcic

Universidade Federal do Pampa



Divulgação dos produtos comunicacionais pós-lançamento

Após o lançamento dos produtos, pretendemos abastecer a *Fan Page* da Boemia de Santiago, de forma a ocasionar conversão para o *site* da Boemia e realizar divulgação permanente em outros meios.

O que fiz?

Além da revisão dos conceitos de indústria criativa, criatividade, atividade criativa, *geografema*, classe criativa e boemia, realizamos ações técnico-operacionais que aconteceram no decorrer do primeiro e segundo semestres de 2019 baseadas em cronograma construído no Projeto de Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação.

Aplicação de questionário no Facebook

Por se tratar de um produto/processo que demanda a opinião de frequentadores da boemia de Santiago, optamos por realizar a veiculação de questionários em duas páginas do *Facebook,* intituladas "Santiago Bom de Viver" e "Santiago da Depressão" (ver figuras 9 e 10). O critério para a escolha baseou-se no grande número de seguidores das páginas e na consequente repercussão das postagens. Na época (abril de 2019), as páginas tinham 3.837 e 14.846 seguidores, respectivamente. Os questionários, feitos no *Google Docs*, com o auxílio da mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Indústria Criativa, Madilei Rotta, foram publicados em 16 de abril de 2019, permanecendo por 20 dias com a pesquisa ativa. Para publicar os mesmos, conversamos com os administradores das duas páginas, que, de imediato, colocaram-se à disposição.



Figura 9 - Pesquisa na Página Santiago Bom de Viver

Fonte: Facebook Santiago Bom de Viver, 2019.



Figura 10 - Pesquisa na Página Santiago da Depressão

Fonte: Santiago da Depressão, 2019.

Coleta das informações dos questionários e confecção da lista de lugares boêmios

Após o período de 20 dias em que o questionário esteve ativo nas duas páginas do *Facebook* anteriormente citadas, procedemos à coleta das respostas via Formulários *Google*. Também, com o intuito de deixar o produto o mais completo possível, contendo o maior número de espaços boêmios, recorremos à Agência de Desenvolvimento de Santiago, que, de posse da lista de estabelecimentos que compõem a Associação de Bares e Restaurantes, nos repassou a mesma. Assim, cruzamos as respostas advindas do questionário com a lista para construir a listagem de lugares boêmios que seriam visitados.

Saída a campo: visitas aos espaços boêmios para fotografia e entrevista

Iniciamos esta etapa no mês de julho de 2019, pois, ponderando ser a parte mais demorada do processo, acreditamos que fosse importante dar o "pontapé" no trabalho de campo. O primeiro espaço boêmio escolhido para a visita foi o *Sierra Hamburgueria* pela amizade que se tem com os proprietários do local, de forma a criar uma expectativa positiva no decorrer dessa etapa. As perguntas sugeridas pelo professor orientador e que foram respondidas pelos empresários foram: horário de funcionamento; dias de funcionamento; a melhor coisa; a peculiaridade; dia mais cheio; preço; proposta. Também solicitamos que eles preenchessem a ficha de autorização para uso de imagens/informações do local.

Percebemos que os pontos que mais trouxeram dúvidas foram "a melhor coisa" e "peculiaridade" e que os próprios proprietários precisaram pensar por mais tempo sobre esses aspectos. Depois, realizamos a fotografia *geografemática*, sem interferência de nenhum empresário. Alguns locais visitados ficaram de fora do trabalho, pelo proprietário não atender no momento ou solicitar que voltássemos em outra ocasião. Para todos estes, foi enviado recado *online* nas redes sociais do estabelecimento, explicando sobre o trabalho e disponibilizando-se a retornar em outro momento, sem sucesso.



Essa etapa encerrou em 28 de novembro de 2019 e contemplou 41 locais.

Reuniões com desenvolvedores do site da boemia de Santiago

Entramos em contato com um dos sócios da empresa *CubeKode Tecnologia*, de Santiago/RS, Roger Campos Godoy, e agendamos reunião na data de primeiro de agosto de 2019, na sede da empresa. No encontro, apresentamos a ideia do processo/produto, enfatizando que a empresa entraria como executora técnica e de forma voluntária. Em 26 de agosto, a empresa deferiu a solicitação, agendando nova reunião para 28 de agosto, onde acertamos os conteúdos a serem enviados, eventuais custos (compra do domínio) e prazos.

Reunião com diagramador do mapa impresso da boemia de Santiago

Como também trabalhamos com a ideia de um mapa impresso, que faça divulgação do próprio *site*, agendamos reunião com o *designer* Ricardo Brum, de Santiago, para fazer o orçamento do mapa. A reunião ocorreu na própria empresa, quando o profissional sugeriu um mapa isométrico (ver Imagem 4). Pensamos, com o *designer* e com o orientador, em resumir o conteúdo do mapa, colocando a peculiaridade do local, devido à limitação de espaço. Na data de 11 de setembro, o *designer* enviou, via *e-mail,* o orçamento do material: em R\$ 160,00, a ser custeado pela mestranda.



Imagem 4 - Exemplo de mapa isométrico

Fonte: Site Freepik, 2019.

Criação da logomarca da boemia de Santiago

A logomarca da boemia foi criação própria, utilizando duas fontes e duas cores, colocando uma nota musical como elemento central, pela boemia estar frequentemente relacionada com música (ver Figura 11).

Figura 11 - Logomarca da Boemia de Santiago



Fonte: Elaboração jornalista Sonaira Canterle de Oliveira

Desenvolvimento dos Geografemas dos espaços boêmios

Concomitante a etapa de visitas aos espaços boêmios para coleta de dados e foto *geografemática*, produzimos os conteúdos que fazem parte do mapa e *site.* Contamos com o auxílio/supervisão do professor orientador.



Reunião com Agência de Desenvolvimento e prefeitura para lançar o produto

Na data de 24 de outubro de 2019, nos reunimos com o assessor de imprensa da prefeitura de Santiago, Márcio Brasil, e com o fomentador da Agência de Desenvolvimento de Santiago (ADS), Herton Couceiro, na sala da agência, junto ao Centro Empresarial de Santiago, onde expusemos a importância do produto/processo comunicacional e sobre a necessidade de lançarmos no fim de ano, preferencialmente na primeira quinzena de dezembro. Ficamos acertados sobre o lançamento no mês de dezembro dentro de evento a ser realizado pela referida agência (Imagem 5). Porém, dias depois, a agência anunciou que o evento onde realizaríamos o lançamento ocorrerá somente no mês de janeiro de 2020. Mesmo assim, a reunião foi importante para que, os colaboradores citados, tomassem conhecimento do projeto e auxiliassem na divulgação.



Imagem 5 - Foto de reunião entre assessoria de imprensa da prefeitura, mestranda e ADS

Fonte: crédito da foto, Rosana Gorski, colaboradora da agência

Qual meu resultado?

Certamente, ainda não conseguimos registrar os resultados obtidos a partir da apropriação do mapa e do *site* da Boemia de Santiago pela população, por recém terem sido lançados. No entanto, a partir da nossa problematização, apresentamos os seguintes resultados:

- A inovação pode ser percebida, primeiramente, pela novidade que os produtos representam, já que eles inexistiam no município. O que chama a atenção, é que mesmo que trabalhos anteriores tenham procurado relacionar bares de Santiago, não foi usado o termo boemia. Em nosso entendimento, o PD&I em questão traz a possibilidade de desmistificar até mesmo o uso deste termo. Em segundo lugar, a inovação apresenta-se pela forma de confeccionar os produtos, pois através dos geografemas conferimos uma identidade diferenciada na medida em que exploramos as singularidades noturnas;
- Nossos produtos possibilitam a diversidade cultural, ao enfatizar todos os pontos boêmios, oferecendo ao público uma relação mista de espaços que podem ser frequentados;
- Estamos fortalecendo um ecossistema em que variadas formas de criatividade podem criar raízes e florescer, estimulando uma sociedade mais criativa. Ao valorizar todos os espaços boêmios e não apenas aqueles que já são fortemente frequentados pela sociedade, as pessoas conseguem perceber que estão incluídas na sociedade e que todos os lugares são importantes e integram a cena urbana noturna;
- Os produtos contribuem com a Economia Criativa, pois ao fomentarem a criatividade, a mesma pode ser objeto de transações;
- Os produtos apresentam-se como ferramenta para divulgar o turismo de Santiago/RS, visto que a própria Agência de Desenvolvimento, que foi visitada por



- nós, referiu que pretende colocar o *link* do *site* da Boemia de Santiago em um *site* de turismo a ser lançado no mês de janeiro de 2020;
- Colocamos em pauta, na cidade, através dos produtos e das entrevistas nos meios de comunicação, o assunto criatividade, atividade criativa, indústria criativa, de forma a contribuir com a área intelectual/científica, mostrando também o papel de uma universidade no desenvolvimento regional.

Pensamos ser interessante dividir as percepções a partir da pesquisa aplicada, realizada nos estabelecimentos noturnos, pois, todo processo de pesquisa inicia com um questionamento que, no decurso, amplia suas inquietações:

- Muitos empresários donos de bares, restaurantes ou espaços alternativos, não se sentiam parte da boemia, pois acreditavam que ela ocorre somente na madrugada;
- Quase a totalidade dos empresários, ao serem questionados sobre a melhor coisa que ofereciam ou a peculiaridade do seu espaço, não conseguiam responder de imediato, e, acabaram se surpreendendo com itens ou detalhes importantes do ambiente;
- Ao falar de boemia para as pessoas com quem conversamos ao longo dos meses, percebemos como é um assunto ainda distante. Talvez elas nunca tenham refletido em como já fizeram/fomentaram atividades criativas em estabelecimentos noturnos;
- Após a finalização da saída a campo, entendemos como é importante externar as singularidades dos locais, pois elas podem vir a ser constitutivas dos espaços, virando referência na comunidade;
- Ainda, a partir do extenso e rico conteúdo sobre os espaços boêmios, entendemos como necessária a continuidade da relação com os locais, de forma que o site possa ser abastecido com informações, instigando o público a visualizá-lo, compartilhar conteúdo e logicamente, visitar a boemia.



Notas de referência

Autora do trabalho, jornalista e mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Indústria Criativa (PPGCIC/Unipampa). E-mail: socanterle@gmail.com

il Orientador, doutor em Educação, professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Indústria Criativa (PPGCIC/Unipampa). E-mail: gabriel.sausen.feil@gmail.com

FLORIDA, Richard. A Ascensão da Classe Criativa. Porto Alegre: L&PM, 2011.

FEIL, Gabriel Sausen; GUINDANI, Joel Felipe. Comunicação como e comunicação para a indústria criativa. In: GUINDANI, Joel Felipe; SILVA, Marcela Guimarães e (Orgs.). Comunicação e Indústria Criativa: políticas, teorias e estratégias. Jaguarão (RS): CLAEC, 2018.

VBARTHES, Roland, Sade, Fourier, Lovola, São Paulo, SP: Martins Fontes, 2005.

viFEIL, Gabriel Sausen. Geografemas. Clube de Autores, 2015. Disponível em

https://clubedeautores.com.br/livro/geografemas#.XONJtchKilU. Acesso em: 20 mai. 2019.

^{vii}FEIL, Gabriel Sausen. Comunicação *e* indústria criativa – modos de usar.*Animus* – Revista Interamericana de Comunicação Midiática, Santa Maria, v. 16, n. 32, p. 278-297, 2017. Disponível em https://periodicos.ufsm.br/animus/article/view/29463 Acesso em: 03 mai. 2019.

vⁱⁱⁱCONFERÊNCIA DAS NAÇÕES UNIDAS PARA O COMÉRCIO E O DESENVOLVIMENTO (UNCTAD). Relatório de economia criativa 2010: economia criativa uma, opção de desenvolvimento. - Brasília: Secretaria da Economia Criativa/Minc; São Paulo: Itaú Cultural, 2012. 424 p. Disponível em: http://unctad.org/pt/docs/ditctab20103_pt.pdf. Acesso em: 16 abr. 2019.

ixARAÚJO, Lucas Vieira. Inovação em Comunicação no Brasil: contexto, desafios e oportunidades. Escola de Comunicação, Educação e Humanidades da Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2018. Disponível em http://tede.metodista.br/jspui/handle/tede/1733. Acesso em: 07 mai. 2019.

*SANTIAGO Bom de Viver. Disponível em: https://www.facebook.com/santiagobomdeviver/. Acesso em: 03 dez. 2019. SANTIAGO da Depressão. Disponível em: https://www.facebook.com/santiagorsdadepressao/. Acesso em: 03 dez. 2019. BOEMIA de Santiago. Disponível em: https://www.facebook.com/boemiadeSantiago. Acesso em: 06 dez. 2019. FREEPIK, Disponível em: https://br.freepik.com/, Acesso em: 01 dez. 2019.

PREFEITURA de Santiago. Disponível em: https://www.facebook.com/pmsantiagors/. Acesso em: 11 dez. 2019. RÁDIO Santiago. Mestranda lançará site e mapa da Boemia de Santiago. Disponível em:

https://www.radiosantiago.com.br/geral/mestranda-lanar-site-e-mapa-da-boemia-de-santiago. Acesso em: 05 dez. 2019. SANTIAGO NEWS. Boemia de Santiago é retratada através de site e mapa. Disponível em:

http://www.santiagonews.com.br/noticias/geral/id/10863/boemia-de-santiago-e-retratada-atraves-de-mapa-e-s.html. Acesso em: 07 dez. 2019.