SEFIC2019
UNIVERSIDADE LA SALLE

A importância dos vestígios memoriais na análise de marca do Brechó Bendita Traça, da Região Metropolitana de Porto Alegre.

Priscila Kieling Pontin
Universidade La Salle

Moisés Waismann (Orientador)

Zilá Bernd (Coorientadora)

Tipo do trabalho
Comunicação oral
Tema
Memória Social
Palavras-chave
Brechó, memória social, vestígios memoriais.

RESUMO
Alicerçada no campo de estudo da memória social, articulada à economia criativa, esta comunicação tem como motivação a realização de um estudo sobre o tema da moda, pensando como o campo da memória social pode contribuir para a agregar valor e reputação à marca. É a partir dessa reflexão que esse estudo pretende perceber e analisar o Brechó Bendita Traça, uma empresa de moda localizada na Região Metropolitana de Porto Alegre. O objetivo é evidenciar a forma pela qual os estudos em Memória Social podem contribuir para agregar valor e reputação à marca. O presente estudo está dentro da área temática de Ciências Humanas. A Bendita Traça atua pelas redes sociais e realiza participações em eventos itinerantes. Utiliza as mídias sociais para mostrar o seu trabalho na captação e transformação de seus produtos, a fim de valorizar o trabalho e fazer o público entender o conceito da marca. A partir desta realidade propõe-se um Diagnóstico de Comunicação que colaborará com o negócio, analisando a parte de identidade, imagem e reputação da empresa/marca. Procurar-se-á incorporar os conceitos de memória social para enriquecer o trabalho em função das mercadorias apresentarem elementos do passado, sendo então possível perceber, através das diferentes peças, vestígios memoriais, que valorizam as mercadorias. A pesquisa é viável, pois existe demonstração de interesse da proprietária, sendo uma necessidade da empresa já que a mesma vem desenvolvendo o trabalho de valorizar cada vez mais o seu produto e assim justificar o valor agregado dos vestígios memoriais às peças vendidas. Além disso, esse estudo vai contribuir para uma construção de reputação de forma a atingir a comunidade como um todo, minimizando os preconceitos acerca do conceito Brechó, que muitos vêm como um local de rejeitos. O Diagnóstico de Comunicação é uma ferramenta eficaz, pois é possível identificar pontos fortes e melhorar a comunicação e

exposição de uma empresa, bem como ter uma ideia de futuro acerca do que está sendo feito e, assim, poder tomar decisões com mais clareza bem como realizar ações de comunicação, relacionamento, marketing digital, entre outras, para potencializar o negócio e conquistar os objetivos da empresa. É como uma ¿fotografia¿ do momento atual da empresa. Bassegio contribui, afirmando que essa ferramenta se configura ¿[...] como uma investigação aprofundada sobre as relações existentes entre a organização e os públicos a ela ligados ¿ também chamada de mapeamento¿ [...]. Margarida Kunsh (2003) mostra a prática de diagnosticar (na Comunicação Social) como um método de levantamento e análise de dados, usando a expressão ¿análise de desempenho¿ de uma organização. Olhando o ambiente interno e externo, essa metodologia auxilia na tomada de decisões dentro de uma organização/instituição. Referências: BASSEGIO, Ana Luisa. O diagnóstico aplicado às Relações Públicas: uma análise de seus aspectos teóricos e empíricos. Revista Organicom. Ano 6. Edição especial, números 10 / 11, 2009. BERND, Zilá; Kayser, Patrícia. orgs. Dicionário de expressões da Memória social e dos Bens culturais e da Cibercultura. 2. Ed. Corrigida e aumentada, Canoas: editora UnilaSalle, 2017. BERND, Zilá; GRAEBIN, Cleusa Maria. orgs. Memória social: revisitando autores e conceitos. Série Memória e patrimônio, 10. Canoas: editora UnilaSalle, 2018. BERND, Zilá. Por uma estética dos vestígios memoriais: releitura da literatura contemporânea das Américas a partir dos rastros. 1 ed. Belo Horizonte, MG: Fino Traço, 2013. CANDAU, Joël. Memória e identidade. Tradução de
Maria Leticia Ferreira. São Paulo: Contexto, 2011. HALBWACHS, Maurice. A Memória Coletiva. 2 ed. Presses Universitaires de France Paris, 1968. p. 25-47. Tradução de Laurent Léon Schaffter. São Paulo: Editora Revistas dos Tribunais , 1990. KUNSCH, Margarida Maria Krohling. Planejamento de relações públicas na comunicação integrada. 4. ed. rev. atual. e ampl. São Paulo: Summus, 2003.