

PESQUISA DE MERCADO - ROSSINI RODRIGUES

Carla Wu, discente do curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda,
Universidade Federal do Pampa Campus São Borja

Edson Alves Leandro, discente do curso de Comunicação Social - Publicidade e
Propaganda, Universidade Federal do Pampa Campus São Borja

Fernando Silva Santor, docente do curso de Comunicação Social - Publicidade e
Propaganda, Universidade Federal do Pampa

Renata Patricia Correa Coutinho, docente do curso de Comunicação Social -
Publicidade e Propaganda, Universidade Federal do Pampa

E-mail do Autores: carlawu.aluno@unipampa.edu.br;
edsonleandro.aluno@unipampa.edu.br;
fernandosantor@unipampa.edu.br;
renatacoutinho@unipampa.edu.br

Este resumo apresenta as informações e sugestões de ações resultantes de uma pesquisa de mercado para o artista Rossini Rodrigues. O artista foi prospectado no componente Atendimento e Planejamento Publicitário, orientado pela profa. Renata Coutinho, no qual foram feitas as etapas de briefing, diagnóstico e identificação do problema. A pesquisa de mercado foi desenvolvida no componente Pesquisa de Opinião e Mercado, orientado pelo prof. Fernando Santor, no qual foram feitas as etapas de coleta e análise dos dados dos perfis dos respondentes, tipos de expressões artísticas consumidas e nível de conhecimento dos moradores em relação ao artista. O Rossini busca a valorização de sua arte, inspirar jovens para o despertar das artes plásticas e a preservação da cultura regional das Missões, com enfoque na cidade de São Borja, onde nasceu, formou sua família e busca inspiração para a produção de suas peças. O artista possui diversas obras em São Borja e não se considera reconhecido em relação à cidade. O problema de pesquisa identificado é o baixo nível de conhecimento da cidade em relação ao artista. Os objetivos seriam identificar os tipos de expressões artísticas mais consumidas, traçar seus perfis e o nível de conhecimento local do Rossini Rodrigues e suas obras que se encontram espalhadas pela cidade. Foi realizada uma pesquisa exploratória quantitativa através de questionário feito no Google Forms com os moradores são-borjenses, para traçar o perfil dos respondentes da cidade, mensurar qual expressão artística que a comunidade mais consome, para identificar a relação da cidade com cultura, mostrando de forma ilustrativa as obras do artista plástico Rossini e quais delas são mais conhecidas. Yasuda (2016) aponta que a coleta de dados é o alicerce para a pesquisa de mercado e que as perguntas e sua ordem são cruciais para o resultado. Nesta pesquisa exploratória quantitativa, a amostra foi selecionada por julgamento, amostragem não probabilística e feito o cálculo amostral. A coleta de dados ocorreu de julho a agosto de 2022, realizada por meio de um questionário do Google Forms onde a abordagem foi através do e-survey na rede social WhatsApp e em entrevista de campo, em locais públicos em São Borja, com 86 pessoas que estavam na faixa etária a partir de 15 anos. Os resultados apresentaram como perfil da maioria das respondentes mulheres com mais de 30 anos, tendo escolaridade variando, principalmente, entre o ensino médio completo, superior incompleto e superior completo; 62% dos entrevistados se identificaram

como estudantes ou trabalhadores assalariados como ocupação. Conforme os dados coletados, 30% dos respondentes já ouviu falar do artista e 16% reconheceram o artista, os outros 54% não conhecem o mesmo. Os respondentes consomem mais música como expressão artística com 75% das respostas. Segundo os mesmos, a maioria considera a arte como algo importante, tendo 79,1% considerando a arte como profissão, não apenas um hobby. Resultante da análise dos dados foi confirmado o problema existente, o baixo nível de conhecimento da comunidade são-borjense em relação ao artista plástico Rossini Rodrigues, tendo em vista que, suas obras estão expostas em pontos de grande fluxo de pessoas, considerando entre elas, as estátuas dos ex-presidentes Getúlio Vargas e Jango, duas esculturas produzidas recentemente que estão expostas em frente aos seus respectivos museus. Com base nisso, entende-se que o problema de comunicação do cliente é a falta de visibilidade pública e observando que o maior consumo de cultura no município é a música, as artes plásticas acabam com baixa procura. Foi recomendado ao artista a realização de uma ação social anual do circuito ciclístico cultural, onde o caminho percorreria suas peças pela cidade em conjunto com a implantação de placas com informações sobre o artista ao lado das peças e a contratação de um profissional para gerenciar suas redes sociais, suas publicações, spot e realizar uma exposição virtual e física na cidade de São Borja para expor suas obras e criar um reposicionamento do artista diante os moradores da cidade.

Agradecimentos: Agradecemos aos orientadores Prof. Fernando Silva Santor e Profa. Renata Patricia Correa Coutinho pela ajuda para a realização e execução da pesquisa apresentada. Aos discentes Adriano Gonçalves de Vargas, Bruno Allan de Oliveira Costa, Daniéli Vieira Ferreira e Tauane Carvalho Mello pela colaboração para a execução da pesquisa e à UNIPAMPA pelo incentivo e oportunidade.

Palavras-chave: Rossini Rodrigues; Artista plástico; Pesquisa de mercado; São Borja.