

PROCESSO n.º 26/2025

PROCEDÊNCIA: PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO, PESQUISA, EXTENSÃO E CULTURA – PROPPEX.

ASSUNTO: PROJETO DE CONTRAPARTIDA – PROGRAMA UNIVERSIDADE GRATUITA – SED/SC – IMAGEM E MEMÓRIA.

PARECER n.º 14/2025**DATA: 30/9/2025****1 HISTÓRICO**

A Pró-Reitoria de Pós-Graduação, Pesquisa, Extensão e Cultura – Propex protocolou no Conselho Universitário – CONSUNI, do Centro Universitário da Fundação Educacional de Brusque – UNIFEBE, para análise e deliberação, o Projeto de Contrapartida – Programa Universidade Gratuita – SED/SC – Imagem e Memória.

2 ANÁLISE

2.1 Documento anexo.

3 PARECER

Diante do exposto na análise, o Conselho Universitário – CONSUNI do Centro Universitário da Fundação Educacional de Brusque – UNIFEBE deliberou:

APROVAR o Projeto de Contrapartida – Programa Universidade Gratuita – SED/SC – Imagem e Memória.

Brusque, 30 de setembro de 2025.

Rosemari Glatz (Presidente) _____

Sergio Rubens Fantini _____

Edinéia Pereira da Silva _____

Sidnei Grippa _____

Anna Lúcia Martins Mattoso _____

João Derli de Souza Santos _____

Wallace Nóbrega Lopo _____



UNIFEBE

**Centro Universitário da Fundação Educacional de
Brusque – UNIFEBE**

Conselho Universitário – CONSUNI

Roberto Heinzle _____

Carlos Augusto Benaci Gregol _____

Angela Sikorski Santos _____

Robson Zunino _____

Publicado na UNIFEBE em 30 de setembro de 2025.

**PROJETO DE CONTRAPARTIDA
PROGRAMA UNIVERSIDADE GRATUITA – SED/SC
CENTRO UNIVERSITÁRIO DA FUNDAÇÃO EDUCACIONAL DE BRUSQUE –
UNIFEBE**

PROJETO - IMAGEM E MEMÓRIA

1 APRESENTAÇÃO

Qualificação das instituições:

Sociedade Amigos de Brusque e de Apoio ao Museu Histórico do Vale do Itajaí-Mirim – Museu Casa de Brusque. CNPJ nº 83.721.639/0001-93, Avenida Otto Renaux, n.º 285, São Luiz, Brusque/SC. Responsável: Marcus Schlösser – Contato: casadebrusque@gmail.com

Instituto Aldo Krieger. CNPJ n.º 05.745.094/0001-41, Rua Paes Leme, n.º 63, Centro, Brusque/SC. Responsável: Carmelo Krieger – Contato: institutoaldokrieger@gmail.com

Área do Projeto proposto: Artes e Humanidades; Negócios, Administração e Direito. (Áreas de acordo com o INEP)

Local/municípios de execução do projeto de contrapartida:

Museus e arquivos históricos de Brusque, Guabiruba, Botuverá, Nova Trento, São João Batista, Canelinha, Major Gercino, Tijucas e Gaspar.

Agentes envolvidos: Profissionais formados nos seguintes cursos: Design de Moda, Design Gráfico e Publicidade e Propaganda.

2 JUSTIFICATIVA DA PROPOSTA

O presente projeto tem como finalidade a realização de atividades interdisciplinares em museus e arquivos históricos da região, envolvendo os cursos de Design de Moda, Publicidade e Propaganda e Design Gráfico, com o propósito de oferecer a prestação de serviço de profissionais já formados como contrapartida do Programa Universidade Gratuita. A iniciativa visa promover a valorização e a difusão do patrimônio cultural, por meio de atividades integradas de criação, comunicação e design, possibilitando que os profissionais apliquem seus conhecimentos em ações práticas de impacto social. Entre as atividades previstas estão a produção e o registro fotográfico de acervos; o desenvolvimento de materiais gráficos e digitais; a elaboração de estratégias de marketing institucional; e a criação de conteúdos para divulgação em sites e redes sociais das instituições parceiras.

A contrapartida a ser desenvolvida justifica-se pela importância de aproximar a universidade das instituições culturais e dos egressos, fortalecendo a preservação, a promoção e a visibilidade dos museus e de seus acervos. O envolvimento dos profissionais em tais atividades amplia suas habilidades e contribui para que os museus contem com recursos contemporâneos de comunicação e design,

fundamentais para sua inserção e permanência no ambiente digital. Ao proporcionar aos egressos a vivência prática de projetos que dialogam diretamente com o patrimônio cultural, o projeto favorece a consolidação de competências técnicas, criativas e comunicacionais, e promove o engajamento comunitário, além de desenvolver um olhar crítico sobre a importância da memória coletiva para a comunidade regional.

Ao atender às demandas das instituições culturais, o projeto também reafirma o compromisso da UNIFEBE como instituição comunitária voltada ao desenvolvimento regional. Por meio da parceria entre a universidade, os cursos de graduação, os egressos e os museus, é fomentado um ecossistema de cooperação no qual o conhecimento acadêmico e profissional é colocado a serviço da sociedade, contribuindo para a difusão cultural, o fortalecimento das identidades locais e a redução das desigualdades no acesso à cultura. Dessa forma, o projeto não apenas cumpre a contrapartida estabelecida pelo Programa Universidade Gratuita, mas também reafirma a responsabilidade social da UNIFEBE e de seus egressos em promover iniciativas que unem educação, cultura e comunidade.

3 RESPONSÁVEIS PELA EXECUÇÃO E DEMAIS ENVOLVIDOS

Agentes Responsáveis – UNIFEBE:

Edinéia Pereira da Silva, Angela Sikorski Santos e Bruna Ferraz da Luz.

Agentes Responsáveis – Entidades – Museus

Diretores e coordenadores das instituições

4 RESUMO DOS OBJETIVOS E METAS A ATINGIR

Geral:

Contribuir para a valorização do patrimônio e para a difusão cultural por meio de ações de Design e Comunicação Integrada, fortalecendo a identidade e a visibilidade institucional das casas museais junto à comunidade.

Específicos:

- Apresentar a profissão e as diferentes possibilidades de atuação.
- Promover a aplicação prática dos conhecimentos de egressos das áreas de Design e Comunicação em projetos culturais, possibilitando o desenvolvimento profissional e o fortalecimento de competências em contextos reais de atuação.
- Desenvolver registros fotográficos e audiovisuais de acervos museológicos, incluindo materiais têxteis tridimensionais, visando sua preservação e divulgação em plataformas digitais.
- Elaborar materiais gráficos e digitais que fortaleçam a identidade visual das casas museais e ampliem sua presença institucional.
- Planejar e implementar estratégias de comunicação e marketing, com foco em atrair e engajar diferentes públicos para os museus.
- Estimular a integração entre universidade, egressos e instituições culturais, promovendo experiências de formação prática de impacto social na comunidade.

Metas:

- Registrar fotograficamente 20 peças do acervo museológico a cada ciclo do projeto, assegurando qualidade técnica e estética adequada à divulgação cultural.
- Realizar a cobertura fotográfica de, no mínimo, um evento por semestre, promovendo a documentação e a difusão das atividades desenvolvidas pelas instituições parceiras.
- Criar e gerenciar uma rede social institucional dedicada à comunicação do museu, fortalecendo sua presença digital e sua interação com diferentes públicos.
- Produzir e publicar duas postagens semanais nas redes sociais, com conteúdos que destaquem o acervo, as atividades e a importância cultural das casas museais.
- Elaborar, em conjunto com a equipe do museu, um plano estratégico de marketing e comunicação, contemplando ações de curto, médio e longo prazos para ampliar a visibilidade institucional.
- Ampliar, gradualmente, o alcance e o engajamento do público nas plataformas digitais do museu, utilizando métricas de desempenho para monitorar e avaliar resultados.

5 ESCOPO E PÚBLICO-ALVO

O projeto tem como princípio uma atuação estratégica no campo da valorização cultural, por meio de ferramentas que, por vezes, estão distantes do contexto das instituições museais. Ele envolve diretamente os egressos dos cursos de Design de Moda, Publicidade e Propaganda e Design Gráfico. Esses profissionais terão a oportunidade de aplicar seus conhecimentos em contextos reais ao desenvolver atividades, como registros fotográficos de acervos, criação de materiais gráficos e digitais, elaboração de estratégias de comunicação e implantação de ações de marketing cultural.

O projeto também beneficiará as instituições museais, que passarão a contar com suporte qualificado para fortalecer sua imagem institucional, ampliar sua visibilidade no ambiente digital e se aproximar da comunidade. Ao mesmo tempo, o público visitante dos museus, incluindo estudantes, famílias e demais cidadãos, será beneficiado com experiências culturais mais atrativas, acessíveis e bem comunicadas.

Na condição de instituição comunitária, a UNIFEBE reafirma seu compromisso com o desenvolvimento regional ao estimular a inserção de egressos no mercado de trabalho e contribuir para a preservação e difusão do patrimônio cultural. Nesse sentido, a iniciativa promove impactos positivos tanto para a formação continuada dos egressos quanto para o fortalecimento da identidade cultural local, ampliando as oportunidades de acesso à cultura e fomentando a valorização da memória coletiva.

6 PLANO DE AÇÃO E METODOLOGIA

Etapas diagnóstica: reunião com a equipe do museu, levantamento de informações sobre acervo, eventos e canais de comunicação e mapeamento do público-alvo.

Metodologia: entrevistas, observação *in loco* e análise documental.

Elaboração do plano de marketing e comunicação: construção conjunta com a equipe do museu, definição de metas de curto, médio e longo prazos, organização da identidade visual e das diretrizes de linguagem, além do planejamento estratégico para ampliar a presença digital e fortalecer a imagem institucional.

Metodologia: oficinas participativas, aplicação de ferramentas de planejamento estratégico (SWOT, Canvas, OKRs) e validação conjunta com a equipe do museu.

Produção fotográfica do acervo: seleção de, no mínimo, 20 peças, e realização de registros fotográficos com qualidade técnica e estética.

Metodologia: registro fotográfico profissional, uso de técnicas de iluminação e enquadramento, seguido de edição digital.

Comunicação digital: criação e gestão de rede social institucional, elaboração de cronograma editorial com duas postagens semanais e produção de conteúdos visuais e textuais sobre acervo, eventos e relevância cultural do museu.

Metodologia: gestão de mídias sociais, com calendário editorial, uso de ferramentas de design gráfico e monitoramento de métricas de alcance e engajamento.

Cobertura de eventos museológicos: acompanhamento de, pelo menos, um evento no semestre, produção de materiais gráficos de divulgação prévia e registros audiovisuais para circulação posterior nas redes sociais.

Metodologia: cobertura fotográfica e audiovisual, de caráter documental e jornalístico, criação de peças gráficas digitais e edição de materiais para publicação.

Avaliação e relatório final: análise de resultados com indicadores quantitativos (alcance, engajamento, número de postagens) e qualitativos (*feedback* da equipe e público), e elaboração de relatório consolidando atividades.

Metodologia: avaliação comparativa de métricas, entrevistas de *feedback*, sistematização dos dados em relatório.

7 RECURSOS

As atividades serão realizadas por meio da colaboração entre a universidade e as instituições museais parceiras. Os museus disponibilizarão os recursos necessários para a execução das ações, incluindo equipamentos fotográficos, de iluminação e demais insumos indispensáveis, além de acesso ao acervo e aos espaços físicos, para o desenvolvimento das atividades.

A responsabilidade pela execução das ações ficará a cargo dos egressos dos cursos de Design e Comunicação, que atuarão diretamente no planejamento e na realização das atividades, como forma de contrapartida ao Programa Universidade Gratuita, sob a supervisão da UNIFEBE e dos responsáveis das casas museais. Essa oportunidade possibilita que os profissionais recém-formados ponham em prática seus conhecimentos técnicos, ao mesmo tempo que contribuem para a valorização do patrimônio cultural e o fortalecimento institucional das casas museais.

8 CRONOGRAMA DE APLICAÇÃO

A carga horária prevista para a execução do projeto é de 120 horas por semestre, totalizando 480 horas no período de dois anos, em conformidade com o disposto no Art. 15 da Lei Complementar n.º 831/2023 e suas alterações. Essa carga

horária será organizada em diferentes etapas de desenvolvimento, incluindo a elaboração do plano de marketing, a produção fotográfica do acervo, a gestão de redes sociais, a cobertura de eventos museológicos e a avaliação das ações, assegurando a diversidade metodológica e a efetividade na consecução dos objetivos propostos.

A previsão contempla não apenas a realização direta das atividades nos museus, mas também o planejamento e a articulação com as equipes das instituições parceiras, com o acompanhamento da UNIFEBE. Dessa forma, garante-se que a execução do projeto ocorra de maneira estruturada, sistemática e alinhada às necessidades das casas museais e às diretrizes estabelecidas pelo Programa Universidade Gratuita.

1.º mês 20 horas	2.º mês 20 horas	3.º mês 20 horas	4.º mês 20 horas	5.º mês 20 horas	6.º mês 20 horas
Planejamento	Execução	Execução	Execução	Execução	Relatório

9 AVALIAÇÃO

A execução do projeto será supervisionada de forma conjunta pela instituição de ensino superior e pelas casas museais. Ao final de cada semestre, serão realizadas reuniões de avaliação das atividades, envolvendo os responsáveis pelas instituições externas, egressos e o (a) professor (a) responsável da Instituição de Ensino Superior. Esses encontros garantirão o acompanhamento sistemático, a análise dos resultados e o aperfeiçoamento contínuo das ações desenvolvidas.

10 BIBLIOGRAFIA REFERENCIADA

SANTA CATARINA (Estado). Lei Complementar n.º 831, de 31 de julho de 2023. Institui o Programa Universidade Gratuita e estabelece outras providências. Florianópolis: Diário Oficial do Estado de Santa Catarina, 1.º ago. 2023.

11 EVIDÊNCIAS DE EXECUÇÃO

Serão anexadas fotografias do processo, bem como notícias publicadas em diferentes mídias, assegurando o registro e a divulgação das atividades realizadas.