

A história organizacional como estratégia de Relações Públicas: campanha de comunicação do Centro Histórico-Cultural Santa Casa

Gabriela Cerqueira da Silva, Karla Maria Müller

Resumo

Esta monografia aborda o tema da história organizacional, através de estudo de caso do Centro Histórico-Cultural Santa Casa, que é o projeto de resgate da história do Complexo Hospitalar Santa Casa de Misericórdia de Porto Alegre. Buscou-se expor como os projetos de resgate da trajetória histórica das organizações podem trazer resultados de comunicação e contribuir para o alcance dos objetivos estratégicos destas. Para tanto, recorreu-se à bibliografia sobre o tema, principalmente no Campo da Comunicação, e realizou-se análise da campanha de comunicação veiculada para angariar fundos para o Centro. Observou-se que o projeto de resgate histórico faz parte de um planejamento estratégico maior da instituição, com ênfase no fortalecimento da identidade e imagem da Santa Casa. E, nesse contexto, a primeira campanha de comunicação do Centro Histórico-Cultural Santa Casa (uma nova campanha está sendo elaborada para a etapa final de execução do projeto) exerceu papel importante no alcance dos objetivos estratégicos da instituição.