

Coral UFMT Araguaia: o segundo ano de uma assessoria de imprensa universitária¹

Rafael Vasconcelos de AGUIAR²

Adailson Rosa PEREIRA³

Heitor Roncalli Barbosa BRITO⁴

Kelly Souza FREITAS⁵

Jociene Carla Bianchini Ferreira PEDRINI⁶

Universidade Federal de Mato Grosso, Barra do Garças, MT

RESUMO

O presente artigo tem o propósito de relatar a experiência de alunos do curso de jornalismo, da Universidade Federal de Mato Grosso, Campus Araguaia, na execução do projeto de assessoria de imprensa do Coral UFMT Araguaia, que tinha como objetivo a divulgação do grupo coral e sua agenda de apresentações ao longo do ano de 2017. Neste trabalho, apresenta-se os principais resultados obtidos no segundo ano do projeto. Como resultados mais relevantes, notam-se acadêmicos comprometidos com a divulgação do grupo na imprensa local e também envolvidos com a produção de conteúdo para a internet e mídias sociais.

PALAVRAS-CHAVE: coral; assessoria; imprensa; jornalismo.

INTRODUÇÃO

Como parte de um projeto de extensão universitária, o Coral UFMT Araguaia foi implantado em 2001, na Universidade Federal de Mato Grosso, Campus Universitário do Araguaia. No ano de 2016, através de parceria com o curso de Comunicação Social-Jornalismo da universidade, também com um projeto de extensão, o coral passou a contar com uma assessoria de imprensa, feita por estudantes mediante orientação de um professor. Desta forma, o grupo coral ganhou reconhecimento na imprensa local, tendo

¹ Trabalho apresentado no IJ 01 - Jornalismo do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, realizado de 13 a 15 de junho de 2018.

² Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT), Campus Universitário do Araguaia (CUA), e-mail: vasco_sp@hotmail.com.

³ Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT), Campus Universitário do Araguaia (CUA), e-mail: adailsonrpg@gmail.com.

⁴ Estudante de Graduação 3º. semestre do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT), Campus Universitário do Araguaia (CUA), e-mail: heitor_roncalli@hotmail.com.

⁵ Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT), Campus Universitário do Araguaia (CUA), e-mail: kellyjornalismoufmt@gmail.com.

⁶ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT), Campus Universitário do Araguaia (CUA), e-mail: jocienebf@gmail.com.

suas apresentações e atividades relevantes divulgadas nos veículos de comunicação da região do Araguaia, entre eles os canais televisivos locais, as emissoras de rádio e também as redes sociais.

Este artigo busca refletir sobre a experiência da assessoria de imprensa do Coral UFMT Araguaia no período de trabalho que compreende os meses de maio a dezembro de 2017. Os acadêmicos contribuíram para a criação e manutenção da assessoria de imprensa do coral com o abastecimento através de *releases* para imprensa local e regional, assim como a produção de conteúdo multimídia para o site criado para o grupo e sua *fanpage* no *Facebook*.

O objetivo do projeto era mostrar a importância do papel do assessor de imprensa no coral universitário, divulgando seus trabalhos, apresentações, agenda e seus participantes. Além disso, a assessoria optou por rejuvenescer a imagem do coral, que se encontra próximo de completar 18 anos de existência na universidade.

Neste artigo, os resultados apresentados se referem ao segundo ano de uma assessoria de imprensa universitária, realizada por alunos do curso de jornalismo da UFMT Araguaia, que através da prática procuram exercer o conhecimento adquirido em sala de aula. Acredita-se no trabalho prático como um importante instrumento para a aprendizagem no campo da comunicação e da assessoria de imprensa.

Neste período, a assessoria teve como produção jornalística, além dos *releases* enviados e publicados na mídia local, também a produção de conteúdo multimídia produzido na *fanpage* oficial no *Facebook* e no site do coral: (<http://araguaia2.ufmt.br/SiteCORAL/index.html>). Através das redes sociais, verificou-se o aumento do público alcançado pelo grupo. As publicações nas plataformas digitais geraram milhares de visualizações, fazendo com que a popularidade do coral crescesse substancialmente.

A IMPORTÂNCIA DO CORAL UNIVERSITÁRIO

O ambiente acadêmico se caracteriza por ser repleto de possibilidades, em que os estudantes descobrem e aperfeiçoam potenciais aptidões. Nesse sentido, existir, dentro da universidade, espaços que possam se inserir socialmente, como o coral universitário, acabam fazendo com que o período acadêmico seja mais agradável e menos estressante. Nesse tipo de atividade, é possível notar que ao juntarmos pessoas de diferentes

pensamentos e vivências, mas com o mesmo propósito, que é ampliar o contato com a música, faz com que sejam mais abertas a conhecer o diferente.

Em seu livro *Regência Coral*, o maestro Oscar Zander (1985) afirma que cantar em conjunto é uma das atividades que já encontramos no homem primitivo. E acrescenta que, “o canto manifesta-se como uma força que conserva os grupos unidos ou une outros para uma participação e vivência coletiva, tornando-se comunicação das massas” (ZANDER, 1985, p. 28).

Partindo desta ideia, a manutenção de um grupo coral universitário tem como função fazer com que através da união entre os participantes, surja um trabalho artístico de qualidade. Para os participantes de um coral, estar em consonância com os demais é primordial. Não se deve, em nenhum momento, pensar que existem melhores ou piores cantores no grupo. Para cada um deles existe uma região vocal específica, que somada às demais em uma peça musical formam a harmonia do conjunto. Zander explica que:

[...] o regente deve, com sua técnica e conhecimento de literatura, saber entusiasmar a todos e despertar cada vez mais o interesse de seu grupo, no sentido dos ensaios serem fontes de renovação, apesar das múltiplas repetições (ZANDER, 1985, p.30).

Quando refletimos sobre a formação de um coro universitário, enxergamos fatores inerentes à constituição do grupo coral. Com isso, manifesta-se a agitação social comum ao meio acadêmico, a interação e o intercâmbio de vivências. Por isso, é importante que ao chegar um novo membro, este seja bem recebido.

No grupo, o novo candidato logo deve sentir-se em casa. Este aspecto humano é muito importante. Muitos são tímidos e podem desistir caso sintam certo bloqueio ou indiferença por parte dos futuros colegas. O novo cantor deve, imediatamente, ser colocado entre os antigos (ZANDER, 1985, p. 158).

Através do canto, é possível que seja construída uma compreensão de linguagem pela música. Isto acentua a necessidade de desenvolver instrumentos para o controle dessa linguagem. No âmbito da música coral, para Fernandes; Kayama e Ostergren (2006), o processo interpretativo é um pouco complexo. Os autores explicam que na re-criação da música coral existem quatro agentes essenciais: compositor, regente (intérprete), cantores (executantes) e público.

Andreo (2013) aponta que na concepção de Pereira (2007), a música, sendo meio de transmissão de mensagens, realça elementos subjetivos e intersubjetivos, despertando sentimentos, afeições e emoções conforme a visão subjetiva dos indivíduos.

Vale ressaltar a importância de estar disposto a receber os ensinamentos que virão, como novas peças musicais, o contato com novos idiomas, estilos, arranjos e culturas (FEDERIZZI; ORMEZZANO, 2012). Desta forma, são feitos estudos sobre o contexto que engloba as canções que serão cantadas, tais como o folclore, sotaques, falas e aspectos diversos que fazem parte da região de onde se originam.

Ainda para Andreo (2013), no campo da educação musical é importante valorizar os gostos individuais trazidos pelos coralistas. Para ela, pensar criticamente suas escolhas e mediar reflexões sobre o repertório proposto pelos cantores é uma maneira de facilitar a ação educativa musical.

A partir disso, entende-se que ao valorizar um membro do coral, seja em suas potencialidades musicais ou em aspectos humanos, certamente se reconhece a harmonia do conjunto. Quando estas ações ocorrem de maneira natural, o que se espera é a criação de laços entre os participantes do grupo, colaborando para o desempenho acadêmico, relações sociais e posicionamento crítico.

A ASSESSORIA DE IMPRENSA DO CORAL UFMT ARAGUAIA

A Federação Nacional dos Jornalistas Profissionais (FENAJ), em seu Manual de Assessoria de Comunicação (2007), define assessoria de imprensa como o serviço prestado a instituições públicas e privadas, que se concentra no envio frequente de informações jornalísticas, dessas organizações, para veículos de comunicação em geral. Cabe, portanto, ao assessor de imprensa ser o mediador entre o assessorado e os meios de comunicação, sejam eles TV, rádio, jornais, revistas, sites e etc.

Sobre as funções do assessor, a FENAJ esclarece:

Compete facilitar a relação entre o seu cliente – empresa, pessoa física, entidades e instituições - e os formadores de opinião. No leque de atividades do assessor há destinatários definidos conforme a área de atuação. Ele pode coordenar ações de Relações Públicas, Imprensa, Publicidade e Propaganda e mais recentemente tem incorporado ações de cunho institucional identificadas pela assimilação de estratégias de marketing (FENAJ, 2007, p. 8).

O Manual de Assessoria de Comunicação (FENAJ, 2007) ainda afirma que o assessor de imprensa deve ter consciência de que sua credibilidade depende de um bom relacionamento com os jornalistas dos veículos de comunicação. Portanto, para que seja possível o trabalho do assessor, é necessário que haja uma parceria entre os dois lados, e transparência na relação.

Para Priscila Pompeu (2011, p.43), a assessoria é especializada na elaboração de estratégias de comunicação que busca a integração do cliente com os meios de comunicação. Desta forma, o assessor é o responsável por consolidar a imagem e aumentar o alcance do assessorado, fazendo-o aparecer de maneira positiva na mídia.

Nesse sentido, o uso das novas tecnologias, como a internet, tem grande importância na divulgação dos assessorados. Pompeu (2011, p.25) ainda ressalta que as assessorias precisaram se adequar às demandas da área, uma vez que o mercado está atento ao desenvolvimento de novas tecnologias. Para a autora, a ascensão tecnológica contribui para um trabalho mais eficaz da área de comunicação.

Com o objetivo de estabelecer canais de comunicação cada vez mais eficazes com empresas, entidades ou mesmo uma pessoa, as assessorias de imprensa buscam aprimorar o desenvolvimento de suas estratégias visando o alcance de tal finalidade. Não somente o jornalismo on line, mas também as assessorias de imprensa têm feito uso das novas tecnologias para consolidar seus canais de comunicação, visando a divulgação e a disseminação da informação em tempo real. (POMPEU, 2011, p.24).

Nas últimas duas décadas, a internet obteve popularidade considerável, sendo hoje a principal ferramenta de disseminação de informações em grande escala com curto espaço de tempo. A assessoria de imprensa atual, valendo-se desse alcance da *web*, também explora suas potencialidades. Segundo Mota et al. (2011).

Desta forma, é desejável que a Assessoria de Imprensa em ambientes de convergência -- por estar inserida numa sociedade na qual as novas tecnologias tornam-se necessárias na vida das pessoas -- estabeleça um constante esforço para motivar, capacitar e criar novas oportunidades de interação (MOTA et al., 2011, p. 9).

Neste contexto, Ribeiro (2012) conceitua que, com a disseminação da internet, surge um novo cenário onde qualquer pessoa pode produzir e difundir informações para grupos de amigos nas diversas plataformas existentes na rede. Para o autor, esse “poder” do cidadão de agir com apenas um “click”, fez com que as empresas, incluindo as de comunicação, passassem a agir de forma diferenciada, com o objetivo de atuar nesse novo cenário em ascensão.

No âmbito da assessoria de imprensa, o trabalho dos assessores do Coral UFMT Araguaia teve início em maio de 2017, e ao longo do ano buscou-se apresentar para os veículos de imprensa da região informações relativas ao grupo, divulgando suas apresentações. A assessoria, composta por quatro acadêmicos de graduação do curso de

Comunicação Social-Jornalismo, trabalhou na produção e disseminação de conteúdo do grupo coral em plataformas digitais e mídias tradicionais.

Sendo o ambiente virtual um dos mais favoráveis para a divulgação de um assessorado pertencente ao meio artístico, já que a rapidez com que se consegue atingir o público desejado é infinitamente maior do que em outros meios, o trabalho feito pelos assessores do coral teve como enfoque as publicações *online*, com envio de *releases* e notícias para veículos digitais, como sites e portais de notícias.

Planejar os passos do trabalho é de fundamental importância, desta forma, os resultados se mostram mais efetivos. Pompeu (2011) aponta que hoje, independentemente do tamanho das empresas, é necessário que exista uma estrutura de comunicação para buscar atingir maior interação estratégica com seu público. Nesse sentido, elaborar estratégias específicas na área de assessoria contribui para resultados positivos.

Conforme Rabaça e Barbosa (1987, p. 463), o planejamento é o “ato de relacionar e avaliar informações e atividades – de forma ordenada e com lógico encadeamento entre elas – a serem executadas num prazo definido visando à consecução de objetivos predeterminados”. Neste contexto, compreendemos que se trata de um plano amplo, com metas e objetivos definidos, assim como o público-alvo, e além disso, determina quais políticas de comunicação serão empregadas.

A partir do trabalho com a assessoria de imprensa, o Coral UFMT Araguaia teve maior reconhecimento fora do âmbito universitário. Foi possível atingir grande número de pessoas através de redes sociais, ambiente pelo qual se deu o enfoque do trabalho. Com isso, constatou-se a força das novas tecnologias quando aliadas a área de comunicação, potencializando os resultados desejados.

Ribeiro (2012) afirma que o profissional que decide priorizar os meios digitais deve entender a dimensão desta plataforma e conhecer o seu funcionamento a fundo, bem como suas principais ferramentas e possibilidades.

É importante também conhecer como funcionam os sistemas de busca, de recomendação e de monitoramento na Web, para poder avaliar sistematicamente se as estratégias de comunicação digital estão obtendo o resultado esperado. Essas atitudes aplicam-se a quaisquer instituições ou empresas que pretenderem atuar nesse mundo que se transforma a cada segundo com o surgimento de novas tecnologias e sua adoção pelos cidadãos conectados (RIBEIRO, 2012, p. 2).

A autora acrescenta ainda que ao ingressar no ambiente digital, é preciso planejamento sobre como falar e dialogar com os públicos de seu interesse (RIBEIRO,

2012, p.13). Pois, para qualquer passo da assessoria haverá uma reação do público receptor da mensagem. Desta forma, estar preparado para lidar com diferentes reações é uma maneira de sentir menos o impacto com os imprevistos que surgem na internet.

PRINCIPAIS RESULTADOS OBTIDOS

É importante salientar que os resultados apresentados neste artigo se referem a um trabalho ainda em estágio inicial de uma assessoria de imprensa, sendo um projeto de extensão sob coordenação da professora Dr. Jociene Carla Bianchini Ferreira Pedrini. A assessoria foi colocada em prática por estudantes do curso de Comunicação Social-Jornalismo, da UFMT Campus Araguaia, que procuram através deste projeto vivenciar o ofício de um assessor de imprensa, executando o que aprenderam em sala de aula.

Vale ressaltar que a metodologia utilizada para a realização deste trabalho está focada em levantamentos bibliográficos sobre o universo da assessoria de imprensa e da importância do coral universitário, assim como um estudo de caso do Coral Universitário UFMT Araguaia.

Ao longo do ano de 2017 foram treze apresentações do Coral UFMT Araguaia, com o trabalho da assessoria envolvendo produções de *releases*, entrevistas em TV e emissoras de rádio, produção de material audiovisual e fotos de divulgação. Neste artigo, apresentaremos os principais resultados obtidos, fruto do trabalho prático de uma equipe de assessores de imprensa durante a graduação.

Mostra-se como produção jornalística dos assessores do Coral UFMT Araguaia tanto os *releases* publicados pela imprensa local como também a implantação do Site Oficial (<http://araguaia2.ufmt.br/SiteCORAL/index.html>), que está interligado à *fanpage* no *Facebook* do grupo (495 curtidas), replicando automaticamente as postagens da rede social. Além disso, também foram produzidos pela equipe de assessoria, pôsteres, fotos e vídeos de divulgação. Ao todo foram cinco *releases* publicados, 19 aparições na mídia de Barra do Garças e região, 52 postagens no *Facebook* com alcance total de 36 mil pessoas, 5 vídeos com alcance total de 8.089 pessoas, cobertura jornalística das TVs Rede Record, SBT Barra, Redetv e TV Band, além de participação nos programas de jornalismo das rádios Aruanã e Centro América FM.

A mídia mais utilizada para a divulgação do coral foi a *fanpage* no *Facebook*, onde o retorno acabou sendo maior e mais rápido de se visualizar. Dos itens de divulgação produzidos pela assessoria, os vídeos são os que possuem maior popularidade na

plataforma digital. Como por exemplo, o vídeo abaixo, sobre um “Flash Mob” (mobilização artística) ocorrido no Restaurante Universitário da UFMT. O objetivo da ação era convidar os alunos ingressantes para um concerto especial, que aconteceria no dia seguinte à mobilização. Foi o vídeo mais acessado da página, postado em 28 de junho de 2017. O alcance foi de 5226 pessoas.

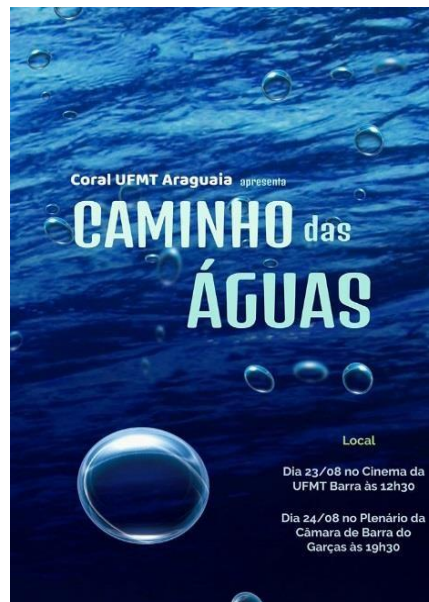


O coral UFMT Araguaia completou no mês de agosto 17 anos de existência e, para comemorar a data, foram apresentados dois concertos especiais com o tema “Caminho das Águas”, trazendo um repertório repleto de clássicos da música popular brasileira. Os dias da apresentação foram 23 e 24 de agosto de 2017. A primeira, aconteceu na sala de Cinema I da UFMT em Barra do Garças e a segunda (24/08), no Plenário da Câmara Municipal de Barra do Garças.

Foram pensadas diversas ações para a divulgação destes concertos, além do *release* pré-evento, foram feitas visitas a veículos de comunicação da cidade para enfatizar a realização das apresentações. A assessoria, acompanhada de corralistas e do maestro Marco Donisete, esteve presente nas rádios Centro-América FM, Rádio Aruanã e Rede TV.



Para este concerto comemorativo, produziu-se um cartaz adequado ao tema. Foi escolhido como fundo a imagem do mar, vista por baixo. As cores das fontes escolhidas, com variações de azul, se deram em tonalidades claras para contrastar com o fundo escuro do mar. A fonte principal do título “Caminho das Águas” é a *Denk one*, que possui a força necessária para atrair a atenção de quem vê o cartaz. As informações de “local” e “horários” foram inseridas na parte inferior, também em tons azulados.



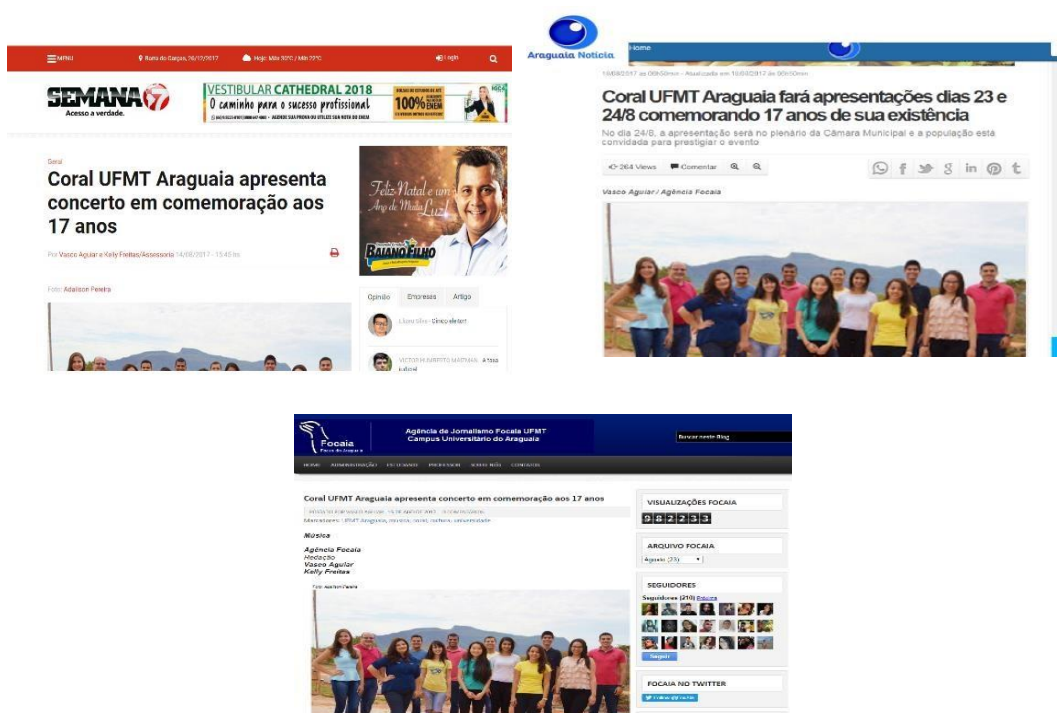
Os vídeos foram utilizados para a divulgação dos concertos comemorativos. Mas, desta vez, optou-se por produzir vinhetas curtas, espécies de *pílulas* do que estaria por vir, ambos postados no *Facebook* do coral. O primeiro vídeo, com a proposta de tela embaçada, captou imagens de um ensaio do grupo, onde era possível ouvir um trecho de uma música inédita e ao final a mensagem “Vem aí o Caminho das Águas, aguarde”. Já

o segundo, também com imagem embaçada, mostrava durante o ensaio outro trecho de música inédita e a mensagem lembrando o dia do concerto. O alcance das duas peças foi de 1936 pessoas.

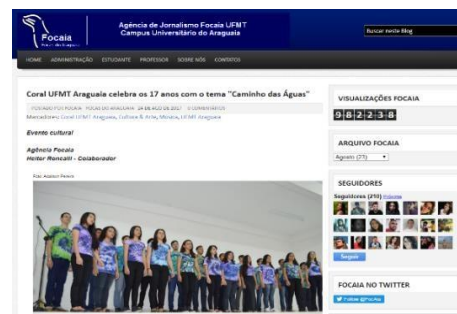


Os *releases* foram importantes ferramentas para a divulgação dos concertos comemorativos de 17 anos do grupo. Desta vez, optou-se em produzi-los antes e pós-evento. O objetivo desta estratégia foi reforçar o êxito das apresentações e valorizar o trabalho da assessoria de imprensa.

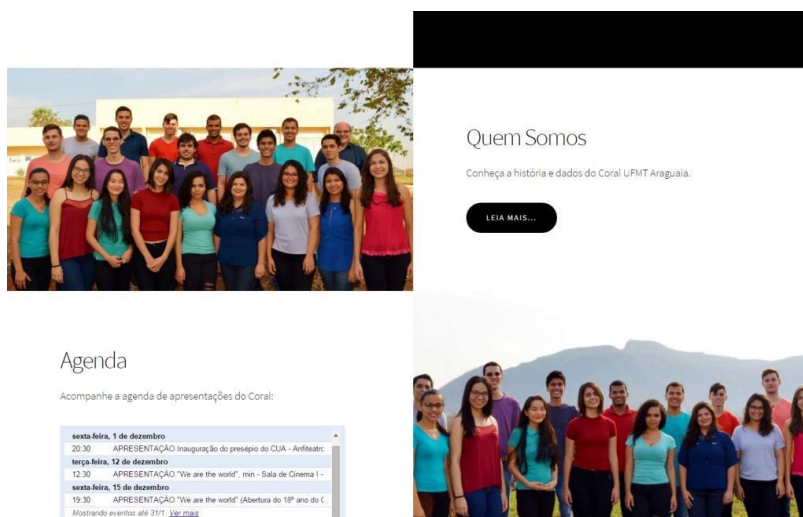
Os *releases* pré-evento foram publicados nos veículos: *Semana 7*, *Araguaia Notícia* e *Focaia*:



Já os *releases* pós-evento foram publicados pelos veículos: *Notícias do Araguaia*, *Água Boa News*, *Semana 7* e *Focaia*.



O site do Coral UFMT Araguaia foi colocado no ar em agosto de 2017. Ele está hospedado no servidor da UFMT e possui as editorias: “Quem somos; Agenda de apresentações; Galeria de fotos e Contatos”. As atualizações são feitas a partir da página oficial no *Facebook*, que redireciona o conteúdo automaticamente para o site. O endereço eletrônico é <http://araguaia2.ufmt.br/SiteCORAL/index.html>, foto abaixo:



No mês de dezembro de 2017, o coral fez três concertos com o tema “We are the World” (Nós somos o mundo), que teve a intenção de valorizar as diferenças e a reflexão de que todos somos um. A primeira destas apresentações ocorreu no Anfiteatro da Unidade de Pontal do Araguaia da UFMT, no dia 1 de dezembro de 2017, durante a

inauguração do Presépio natalino da universidade. A segunda apresentação aconteceu no Cinema I da UFMT, em Barra do Garças (MT), dia 12/12 e a terceira na Câmara Municipal da cidade, na sexta-feira (15).

O principal cartaz de divulgação foi produzido pela assessoria de imprensa e publicado no dia 27 de novembro de 2017, na *fanpage*. Conforme demonstrado abaixo, a imagem principal é de um globo terrestre segurado por duas mãos, remetendo à solidariedade necessária para que o mundo seja mais justo e igualitário. Esta foi a inspiração para o título do concerto, “We are the world”. As cores utilizadas, predominantemente em escala de azul, teve o objetivo de dar ao leitor a sensação de acolhimento e solidariedade. O alcance no *Facebook* foi de 813 pessoas.



Como parte do trabalho da assessoria de imprensa, fizemos a divulgação nos veículos de comunicação da cidade. Estivemos nas rádios Aruanã e Centro América FM. Também, durante o evento, a equipe do SBT Barra fez a cobertura, produzindo uma reportagem sobre o concerto, veiculada no dia 14/12. Abaixo fotos da entrevista para o SBT.



O *release* sobre os concertos foi enviado no início do mês de dezembro de 2017 aos meios de comunicação da região. Foi publicado nos veículos *online*: *Semana7*, *A Gazeta do Vale do Araguaia* (versão impressa e digital), *Água Boa News*, *Araguaia Notícia* e *Focaia*.



CONSIDERAÇÕES

Quando analisamos os resultados do trabalho da assessoria de imprensa, em 2017, podemos concluir que foram bastante positivos. A proposta da assessoria era de aumentar a visibilidade e conhecimento do Coral UFMT Araguaia na região e os números de acesso pelas redes sociais mostram que o objetivo foi alcançado.

É importante ressaltar que a assessoria do grupo foi feita por um grupo de quatro

estudantes do curso de Comunicação Social-Jornalismo da UFMT Araguaia, sob a coordenação da professora. Jociene Carla Bianchini Ferreira Pedrini e orientação dos professores Gesner Duarte Pádua, Edson Luiz Spenthof e Igor Aparecido Dallaqua Pedrini.

Como pôde ser verificado nos exemplos citados neste artigo, o conhecimento do coral ultrapassou o âmbito universitário, sendo pauta para diversos veículos de imprensa, inclusive fora do município de Barra do Garças. A propagação dos *releases* e participações em programas de Rádio e TV contribuíram para a difusão da imagem do coral na região. A ampla divulgação fez com que o grupo pudesse, através desta abertura, mostrar sua proposta universitária, suas músicas e aproximar-se ainda mais da comunidade. Além disso, pôde também apoiar causas sociais e usar sua visibilidade na mídia para contribuir de alguma maneira auxiliando entidades assistenciais.

Também constatamos que foi através das plataformas digitais, como o *Facebook* e jornais *online*, que o coral atingiu um maior número de pessoas. Isso acontece devido a facilidade do acesso à internet no país. Entendemos que a rapidez desta plataforma foi essencial para a recepção imediata do trabalho da assessoria de imprensa. Um *release* enviado para uma mídia *online* já era postado minutos depois, diferente do que ocorre com a mídia impressa tradicional.

E por fim, acrescentamos que a relação assessor/assessorado também foi a base para o bom trabalho produzido, uma vez que parte do assessorado as diretrizes de trabalhos do coral. Ressaltamos que este relacionamento foi extremamente pacífico e de trocas mútuas, fazendo com que os resultados finais pudessem ser positivos.

Ao todo foram produzidos cinco *releases* publicados 19 vezes na mídia de Barra do Garças e região, 52 postagens no *Facebook* com alcance total de 36 mil pessoas, 5 vídeos com alcance total de 8.089 pessoas, cobertura jornalística das TVs Rede Record, Rede TV, SBT Barra e TV Band, além de participação nos programas de jornalismo das rádios Aruanã e Centro América FM.

Fizemos jornalismo, colocamos em prática os conhecimentos adquiridos em sala de aula, discutimos e fomos a campo, da melhor forma possível. A assessoria de imprensa do Coral UFMT Araguaia trouxe bastante experiência e prática jornalística na vida de todos os alunos envolvidos no projeto.

REFERÊNCIAS

ANDREO, M. M. R. Funções sociais e influências na formação da identidade musical dos indivíduos. In. **Fórum de práticas de ensino de música**. Maringá, 2013. p. 1- 9. Disponível em: <<http://www.dmu.uem.br/pesquisa/index.php?conference=forumed&schedConf=fpem02&page=paper&op=viewFile&path%5B%5D=163&path%5B%5D=69>>. Acesso em: 12 fevereiro de 2018.

FEDERAÇÃO NACIONAL DOS JORNALISTAS – FENAJ. **Manual da Assessoria de Comunicação**. 4 ed. Brasília, 2007.

FEDERIZZI, R. B; ORMEZZANO, G.O canto coral no processo educativo estético. In. **Seminário de pesquisa em educação na região sul (IX ANPED SUL)**. Caxias do Sul, 2012. p. 1-13. Disponível em: <<http://www.ucs.br/etc/conferencias/index.php/anpedsul/9anpedsul/paper/viewFile/298/785>>. Acesso em: 12 fevereiro de 2018.

FERNANDES, A. J; KAYAMA, A. G; OSTERGREN, E. A. O regente moderno e a construção da sonoridade do coral: interpretação e técnica vocal. **Revista de Música Per Musi**. Belo Horizonte, n. 13, jan./jun., 2006. Pp 33-51.

MOTA, I. et al. Assessoria de imprensa: cenário de negócios e convergência tecnológica. **Revista Temática**. Paraíba, ano VII, n.5, maio, 2011. p. 1-11. Disponível em: <<http://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/tematica/article/view/30212/15974>>. Acesso em: 19 fevereiro de 2018.

PEREIRA, Elen. **Educação Musical: do sentido à compreensão**. 2007. Disponível em: <http://www.abemeducaomusical.org.br/Masters/anais2007/Data/html/pdf/art_e/Educa%C3%A7%C3%A3o%20Musical%20do%20sentido%20%C3%A0%20compreens%C3%A3o.pdf>. Acesso em: 20 de fevereiro de 2018.

POMPEU, P. B. **Jornalistas, Relações Públicas e Assessoria de Imprensa**: Um problema de comunicação. 2011. 124 f. Tese (Mestrado em Comunicação) - Faculdade Cásper Líbero, São Paulo. 2011.

RABAÇA, C. A; BARBOSA, G. **Dicionário de Comunicação**. 2ª Ed. São Paulo: Ática, 1987.

RIBEIRO, M. E. O papel do assessor de imprensa em um mundo movido pelas tecnologias digitais. **Artigo da Linha de Pesquisa Inovações Tecnológicas na Comunicação Contemporânea do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Metodista de São Paulo (UMESP)**. São Paulo, 2012. Disponível em: <<http://docplayer.com.br/5070138-O-papel-do-assessor-de-imprensa-em-um-mundomovido-pelas-tecnologias-digitais.html>>. Acesso em: 19 de fevereiro de 2018.

ZANDER, O. **Regência Coral**. Porto Alegre: Editora Movimento, 1985.