



## **Planejamento de Relações Públicas Comunitárias para a Escola de Samba Alagoana Gaviões da Pajuçara<sup>1</sup>**

Laryssa Sarmento BITTENCOURT<sup>2</sup>

Letícia Neto da SILVA<sup>3</sup>

Manuela Rau de Almeida CALLOU<sup>4</sup>

Universidade Federal de Alagoas, Maceió, AL

### **RESUMO**

Pretendemos neste artigo trabalhar as relações públicas numa perspectiva comunitária em um cenário de mobilização social aplicada ao âmbito cultural, referente aos esforços para preservar e manter contínuo fortalecimento do papel cultural da escola de samba alagoana Gaviões da Pajuçara frente àqueles que dela fazem parte, assim como em sua função cultural no carnaval alagoano. Tendo em vista que a escola atualmente está enfrentando algumas dificuldades, principalmente de ordem financeira, este artigo propõe-se à construção de estratégias para amenizar tal situação enfrentada pela mesma. Fazendo-se uso da análise SWOT, este trabalho foi planejado com base em informações recebidas de entrevistas concedidas em áudio e texto junto aos responsáveis, assim como conversas informais e observação empírica.

**PALAVRAS-CHAVE:** Relações Públicas comunitárias; Gaviões da Pajuçara; planejamento; escola de samba; cultura.

### **1. Introdução**

Este trabalho está relacionado com a experiência prática desenvolvida pelas graduandas, durante a disciplina Comunicação e Comunidade, na Universidade Federal de Alagoas. A escola de samba alagoana Gaviões da Pajuçara é uma organização não governamental, localizada no bairro de nome Pajuçara.

Com cerca de quinze anos de história, a escola se destaca no carnaval alagoano, sendo várias vezes campeã dos desfiles, além de ser convidada ao longo do ano para participação de festas, inaugurações de lojas, casamentos, batizados e eventos de diversas naturezas.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ 03 – Relações Públicas e Comunicação Organizacional do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 02 a 04 de julho de 2015.

<sup>2</sup> Estudante de graduação do 7º semestre do curso de Relações Públicas da UFAL, e-mail: [bittencourt.laryssa@gmail.com](mailto:bittencourt.laryssa@gmail.com)

<sup>3</sup> Estudante de Graduação do 7º semestre do curso de Relações Públicas da UFAL, email: [leticia\\_divas@hotmail.com](mailto:leticia_divas@hotmail.com)

<sup>4</sup> Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Relações Públicas da UFAL, email: [manu.callou30@gmail.com](mailto:manu.callou30@gmail.com)



Este artigo se propõe à construção de estratégias para amenizar dificuldades enfrentadas pela escola. Partindo-se da análise SWOT e realizando-se uma auditoria de comunicação, verificou-se quais áreas precisam ser analisadas, a fim de alcançar os objetivos pretendidos. Sem deixar de levar em conta o cenário global da situação, para tornar mais eficazes as estratégias a serem implementadas é necessário que se considere a comunicação no âmbito comunitário de forma plena e integral, “a comunicação comunitária é holística e participativa em nível de comunidade, ao contrário, por exemplo, da comunicação massiva, que atende necessidades sociais maiores” (BUSO, *et. al.* 2013, p. 04).

## 2. Relações Públicas comunitárias

As Relações Públicas compreendem uma função que tem como característica principal a consecução de uma relação harmônica entre diferentes públicos, pautando-se através de planejamentos estratégicos e ações táticas, e, na maioria das vezes trabalhando em conjunto com demais áreas da comunicação e marketing.

As atividades são empreendidas de acordo com a natureza da organização e/ou da causa em que se está trabalhando. Na perspectiva das relações públicas comunitárias, torna-se saliente sua função social. De acordo com Waldemar Kunsch (2007) nas relações públicas comunitárias, “os discursos se voltam à qualidade de vida do homem em sua comunidade, na construção da cidadania” (KUNSCH, 2007, p. 107).

Assim, o senso de pertencimento a uma comunidade representa, então, o elemento de coesão para o fortalecimento da cidadania. Peruzzo & Volpato (2009), elencam autores que fornecem conceituações sobre comunidade: de acordo com Buber “toda Vida (*sic*) nasce de comunidades e aspira a comunidades. A comunidade é fim e fonte de Vida (*sic*)” (BUBER, 1987, p. 34 *apud* PERUZZO & VOLPATO, 2009, p. 142).

Já para o sociólogo alemão Tönnies, “aonde quer que os seres humanos estejam ligados de forma orgânica pela vontade e se afirmem reciprocamente, encontra-se alguma espécie de comunidade” (TÖNNIES, 1995, p. 239 *apud* PERUZZO & VOLPATO, 2009, p. 141), ou seja, o sentimento de coesão e pertencimento numa comunidade pode existir, prescindindo da necessidade da presença física entre seus membros, sendo a “vontade” e a mútua afirmação entre os componentes da comunidade os elementos imprescindíveis para sua existência. Esse é o caso da comunidade



estudada, a escola de samba Gaviões da Pajuçara já que a está situada no bairro da Pajuçara, mas seus componentes residem tanto no próprio bairro, como em outros da cidade, sem enfraquecer o vínculo com a escola.

E, ao se falar em vontades compartilhadas para uma direção determinada, remete-se a definição dada por Toro A. & Werneck (1996) de mobilização social, que pode ser entendida como um processo de “convocar vontades para atuar na busca de um propósito comum, sob uma interpretação e um sentido também compartilhados” (TORO; WERNECK, 1996, p. 05).

As estratégias de comunicação voltadas para o trabalho junto a comunidades precisam ser norteadas pela atenção ao aspecto dialógico e participativo da comunicação. Paulo Freire (1983) ressalta o caráter interativo e horizontal que precisa haver na troca de informações entre as pessoas.

A comunicação e a interação precisam valer-se tanto num ambiente campestre, como o abordado por Freire, como em outros lugares em que as comunidades precisam do fortalecimento comunicativo. Há que se prezar pela promoção de estratégias que visem o aspecto da comunicação e conjuguem-se esforços para a promoção de maior coesão entre seus membros e reivindicações por seus direitos. Para Waldemar Kunsch: “Trata-se de atuar em função de uma proposta educativo-libertadora, como fica patente em todo o discurso da comunicação comunitária, que, mais do que nunca, há de ser simétrica e de mão dupla” (KUNSCH, 2007, p. 119).

Na mesma linha, Henriques *et. al.* (2004) abordam que a comunicação precisa valer-se, em ambientes de mobilização social, de três aspectos: dialógico, libertador e educador e salientam a importância da corresponsabilidade nesses ambientes. Esta se dá, de acordo com os autores, quando há um senso forte de engajamento entre os membros que participam da comunidade ou de determinado projeto, a fim de conjugarem esforços em prol de um objetivo definido.

Quando os membros de uma comunidade estão envolvidos, em senso de pertencimento a um projeto cultural que se torna símbolo da identidade dos mesmos, como o caso da escola de samba Gaviões, torna-se premissa básica a existência do senso de corresponsabilidade entre aqueles que dela fazem parte ou que a ela estão de algum modo relacionados.

As ONG's que realizam trabalhos sociais, como a escola de samba Gaviões da Pajuçara, devem praticar as relações públicas comunitárias com o objetivo de consolidar o relacionamento com a comunidade, sendo um instrumento para a construção de ações



que proporcionem melhoria da qualidade de vida da população, sendo esse o objetivo final da organização.

### **3. A Gaviões da Pajuçara**

Antes de ser criada a escola de samba Gaviões da Pajuçara, existia um time de futebol local chamado Urabi, este time já era responsável pela composição das letras. As cores do time: preto e branco, passaram a ser as cores da escola. No ano de 2000 a escola foi pela primeira vez à avenida, ainda em caráter de apresentação ao público, não estava disputando o prêmio. No ano seguinte, seu samba enredo prestava uma homenagem a Teotônio Vilela pai, a escola sagrou-se campeã do carnaval alagoano naquele ano. A mesma vem, desde então, colecionando muitos prêmios e primeiros lugares, sendo uma das mais reconhecidas de Alagoas.

Seu nome, de acordo com um de seus responsáveis que concedeu entrevista às autoras, não tem nenhuma relação com a escola de samba paulista Gaviões da Fiel, ou com o time de futebol Corinthians. A escola tem como estrutura física um espaço para a guarda de seus materiais, o chamado “barracão”, onde são alocadas as fantasias, adereços e demais alegorias, e também dispõe de uma sede, onde são feitas as reuniões da diretoria. Tanto o barracão quanto a sede estão localizados no mesmo bairro.

Os integrantes da escola compõem-se de pessoas da Pajuçara e de diferentes bairros de Maceió, tais como: Benedito Bentes, Pitanguinha, Roseane Collor, Vergel e Jatiúca. Todo o trabalho das costureiras, dos marceneiros, mecânicos, entre outros profissionais, é pago.

A escola desenvolve suas atividades voltadas para o carnaval a partir do segundo semestre de cada ano. Neste período contrata os profissionais responsáveis pela costura, marcenaria, pintura. No “barracão” da escola são realizadas as costuras e montagens das peças e alegorias, os outros serviços de marcenaria, serragem, pintura são realizados dentro ou fora das dependências da escola conforme a viabilidade de execução. Nessa época também são contratados os compositores, coreógrafos e escolhido o samba enredo através de uma votação com a diretoria da escola.

Os ensaios são realizados alguns dias na semana durante a noite e nos sábados a tarde, sendo feitos em rua aberta em frente a sede da escola no bairro da Pajuçara, onde a comunidade pode prestigiar.



Além do carnaval, a escola se faz presente em datas comemorativas como o Dia das Mães, os Festejos Juninos e o Dia dos Pais, preservando as características de cada ocasião, na comunidade do entorno da Pajuçara.

Dentro da escola funciona um projeto de tamborins voltados para crianças em que elas aprendem o instrumento e depois são inseridas na escola de samba. Quanto a este projeto, em virtude dos entrevistados atentarem mais às dificuldades enfrentadas pela escola, não nos foram repassadas mais informações sobre o mesmo.

A direção da escola é composta pela presidenta, vice-presidente, diretor financeiro, de patrimônio e pela encarregada pela comunicação. Os três primeiros cargos são da mesma família e esta equipe é responsável pelas decisões da escola.

Os recursos financeiros da escola são limitados tendo em vista que ela recebe apenas uma contribuição do governo municipal nas proximidades do carnaval e uma doação da personalidade homenageada pela escola. Tendo pouco patrocínio de algum empresário ou político, a escola realiza eventos como bingos ou festas na comunidade para adquirir alguma renda extra.

Atualmente, apesar de seu prestígio na tradição do carnaval alagoano, a escola está passando por algumas dificuldades: há a carência de um planejamento da comunicação estratégica para a mesma, tanto relacionada com o aumento de sua divulgação junto à sociedade e imprensa e também sua comunicação voltada para o ambiente interno funcional da escola e entre seus membros, de modo a contribuir para o fortalecimento do senso grupal da mesma. Mas há também a necessidade da conquista de maiores verbas para sua manutenção e a sustentação de sua função social, observada de acordo com entrevista cedida por um dos responsáveis pela escola. Esta última dificuldade mostra-se de certo modo sobressalente ante as demais, em função da atual carência de recursos para a manutenção da mesma.

#### **4. Metodologia do estudo**

A escola de samba Gaviões da Pajuçara foi escolhida para uma atuação de Relações Públicas comunitárias devido a sua tradição e destaque no desfile das escolas de samba no carnaval alagoano. A problemática da pesquisa foi definida pela investigação proposta.

Para realizar as ações na escola, utilizou-se da pesquisa qualitativa, em que colhemos dados através da *fanpage* da escola, entrevistas com membros da diretoria e



observação empírica do local. As estratégias foram elaboradas partindo-se primeiramente de realização de uma auditoria de comunicação na Gaviões, na qual foi constatada que a comunicação da escola funciona com deficiência, principalmente a comunicação externa. Internamente ela acontece por meio de avisos nos ensaios, informações pelo o *Facebook* e telefonemas. A comunicação interna é composta pela mesma equipe da diretoria, sendo de responsabilidade de um membro as informações postadas na rede social da escola, esta pessoa é chamada de “responsável pela comunicação”. No momento atual, a escola desativou sua página no *Facebook* por estar recebendo comentários negativos, por parte daqueles que prestam serviços, por falta de repasse financeiro do governo, o que ocasionou atraso em seus pagamentos.

Externamente a escola tem problemas para utilizar a comunicação como ferramenta para alcançar objetivos de arrecadação de fundos, patrocínios e aproximação com a comunidade local, além de não manter visibilidade na sociedade e nem conquistar membros do seu próprio bairro. A comunicação externa é praticamente inexistente, sendo exercida pelo diretor financeiro e apenas realizada com o objetivo de, por meios limitados, conseguir patrocinadores. Tais características internas e externas foram auferidas na auditoria de comunicação, através de análise SWOT.

O objetivo geral do trabalho reside em conhecer as dificuldades presentes na escola e como elas atrapalham seu desempenho cultural. Como objetivos específicos, sanar as deficiências através de estratégias de comunicação que se perfazem em: comunicações dirigidas aproximativas e ações de comunicação interna.

## **5. Ações de Relações Públicas comunitárias**

As ações que propomos e temos a intenção de realizá-las foram divididas tanto para o público interno como o externo. Aquelas voltadas para o público interno estão baseadas na melhoria da comunicação entre eles. São técnicas utilizadas pelas relações públicas para auxiliar esse processo: os jornais murais e digitais, a comunicação dirigida, campanhas internas e ações de comunicação interna.

A comunicação para o público externo será efetuada por meio de eventos e exposições para o engajamento da comunidade da Pajuçara, como também dos outros bairros que compõe a escola e de uma forma geral da sociedade. Os *press kit* serão enviados para as empresas como uma forma de arrecadar fundos para os projetos da escola. O *blog* e o *release* são para reforçar a existência e a importância das escolas de



samba para a cultura alagoana, além de incentivar a participação de outras pessoas e uma busca por novos investimentos.

Ações para o público interno: criação de uma equipe de comunicação através de eleição com os membros, onde as pessoas da escola encarregadas pela comunicação fossem treinadas para administrar os fluxos comunicacionais da Gaviões da Pajuçara. A equipe de comunicação ficará responsável pela criação e manutenção de jornais murais fixados na entrada da sede e do barracão da escola, além da elaboração de jornais digitais: criar um grupo dentro do *Facebook* da escola para servir de jornal e informações oficiais para seus membros, além de ser incluído outro dentro de uma aba do blog para informações da escola para o público externo.

Reuniões para os membros da escola expondo a situação em que a escola se encontra, a ser feita em caráter emergencial, a fim de expor a real situação financeira que a escola enfrenta para que os membros tomem conhecimento de forma direta junto à diretoria, o que evitaria os comentários negativos nas redes sociais e tornaria mais transparente a todos a realidade.

Campanha voltada ao público interno, intitulada “Nossa história com você”, onde a escola faria uma seleção dos seus melhores momentos com o seu público interno, de modo que, ao cada um de seus membros destacarem as funções que exercem na escola, a diretoria pudesse demonstrar um reconhecimento para com todos que pertencem à mesma. Mostrar a devida importância dos membros para a existência da escola, valorizando o seu público interno.

Endomarketing seria trabalhado através de um concurso idealizado pelas autoras: “Meus 15 anos”, para comemorar o aniversário da escola. Nesse concurso, será utilizado material de audiovisual parabenizando a escola pelos seus 15 (quinze) anos, a ser elaborada pelos concorrentes a um possível prêmio, para que seus membros sintam-se motivados. Esta campanha circulará nas redes sociais de cada um deles, facilitando a disseminação de conteúdo da escola, em ambiente digital, para uma maior parcela da sociedade alagoana.

Como ações direcionadas ao público externo, haverá ensaios dirigidos à comunidade de entorno, o chamado dia “D” Pajuçara, que é um dia no mês em que a escola poderá voltar o ensaio para sua comunidade. Objetiva-se a aproximação da comunidade à escola, através desse momento cultural, bem como uma forma de captação de recursos para a mesma, através da comercialização de alimentos e bebidas, através da parceria com comerciantes locais. Ao final de cada apresentação da escola,



aqueles que demonstrarem vontade em aprender passos e tocarem instrumentos, poderão ser chamados para terem uma pequena aula.

Outra estratégia de aproximação com a comunidade consiste numa exposição fotográfica para a comunidade da Pajuçara contando a história do bairro, suas personalidades, desenvolvimentos, mesclando com o trabalho que a escola desenvolve.

A avaliação sobre o andamento das ações quanto o cumprimento dos objetivos e resultados esperados será dada através de reuniões com a diretoria e a equipe de comunicação; pesquisa com os membros e mensuração e métrica das interações no *Facebook*.

## 9. Considerações Finais

As Relações públicas comunitárias precisam estabelecer uma ponte comunicativa entre determinada instituição e seus públicos, com ênfase no relacionamento com a comunidade diretamente envolvida. É importante que as estratégias visem à comunicação participativa e dialógica, a fim de garantir-se o pleno exercício da cidadania. Na comunidade trabalhada, a escola de samba alagoana Gaviões da Pajuçara, torna-se notável sua função cultural junto a seus membros, sua comunidade e ao carnaval alagoano.

Baseando-se nas observações e entrevistas com membros da escola de samba Gaviões da Pajuçara, percebemos sua dificuldade com a comunicação com o público externo e uma deficiência na comunicação do público interno. As ações foram voltadas para suprir esses pontos frágeis da escola, além de objetivarem a arrecadação de mais recursos para sua manutenção, para que a mesma possa continuar contribuindo com a cultura alagoana com eficácia.

## REFERÊNCIAS

BUSO, Alexa de Souza et. al. **Relações Públicas comunitárias e Rádio Ferradura Mirim**: Uma Proposta Para o Centro Socioeducativo Irmã Adelaide. Trabalho submetido ao XX Prêmio Expocom 2013, na Categoria Projeto de Assessoria de Comunicação para o Terceiro Setor, modalidade avulso. Disponível em <<<http://portalintercom.org.br/anais/sudeste2013/expocom/EX38-0546-1.pdf> >> Acesso em: 16 maio 2015





FREIRE, Paulo. **Extensão ou comunicação**. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1983.

HENRIQUES, Márcio Simeone *et. al.* Relações Públicas em projetos de mobilização social: funções e características. In: HENRIQUES, Márcio Simeone (org.). **Comunicação e estratégias de mobilização social**. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.

KUNSCH, Wlademar Luiz. Resgate histórico das relações públicas comunitárias no Brasil. In: KUNSCH, Margarida Maria Krohling; KUNSCH, Waldemar Luiz (orgs.), **Relações Públicas comunitárias: a comunicação em uma perspectiva dialógica e transformadora**. São Paulo: Summus, 2007.

PERUZZO, Cicilia M. Krohling; VOLPATO, Marcelo de Oliveira. Conceitos de comunidade, local e região: inter-relações e diferença. **Líbero** – São Paulo – v. 12, n. 24, p. 139-152, dez. de 2009.

TORO A., José Bernardo; WERNECK, Nísia Maria Duarte. **Mobilização social: um modo de construir a democracia e a participação**. UNICEF – Brasil, 1996. Disponível em

<<<http://www.compreender.com.br/gestao/files/biblioteca/5b1eeb01411d764ed1046eea1b92be10.pdf>>>. Acesso em 16 maio 2015.