

AGERP no XXVII Festival Internacional de Inverno da UFSM¹

Francisco GALARRETA²

Francielly Callegaro SARAIVA³

Joana Guterres de Oliveira RABUSKY⁴

Loise Buchmann CARDOSO⁵

Nadia GARLET⁶

Priscila Martins VIDOR⁷

Elisângela Carlosso Machado MORTARI⁸

Universidade Federal de Santa Maria, Rio Grande do Sul, RS

RESUMO

Esse trabalho é um relato do XXVII Festival Internacional de Inverno da Universidade Federal de Santa Maria, que ocorreu no período de 29 de julho a 05 de agosto de 2012, na cidade de Vale Vêneto. O objetivo é avaliar a organização e a realização do evento, a fim de identificar possibilidades de melhorias para as próximas edições do Festival, considerando a parceria estabelecida entre o Departamento de Música e a Agência Experimental de Relações Públicas da Universidade Federal de Santa Maria.

PALAVRAS-CHAVE: Festival de inverno; Música; Organização de evento; Planejamento; Relações Públicas

1 INTRODUÇÃO

O Festival Internacional de Inverno da Universidade Federal de Santa Maria (FIIUFSM) é um Programa de Extensão do Departamento de Música da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) e teve sua primeira edição em 1986, sendo realizado anualmente na última semana do mês de julho. Desde então, se consolidou na agenda cultural da região central do Rio Grande do Sul, principalmente da cidade de Santa Maria e

¹ Trabalho submetido ao XX Prêmio Expocom 2013, na Categoria Relações Públicas e Comunicação Organizacional, modalidade Organização de Evento.

² Aluno líder do grupo e graduado no curso de Comunicação Social - Relações Públicas da UFSM, e-mail: francisco_pag@hotmail.com

³ Estudante do 5º. Semestre do Curso de Comunicação Social - Relações Públicas da UFSM, e-mail: fran.callegaro@gmail.com

⁴ Estudante do 3º. Semestre do Curso de Comunicação Social - Relações Públicas da UFSM, e-mail: Jorabusky@hotmail.com

⁵ Estudante do 5º. Semestre do Curso de Comunicação Social - Relações Públicas da UFSM, e-mail: lolobuchmann@gmail.com

⁶ Estudante graduada no curso de Comunicação Social - Relações Públicas e Comunicação Social - Jornalismo da UFSM, e-mail: ngarlet@yahoo.com.br

⁷ Estudante do 7º. Semestre de Comunicação Social - Relações Públicas da UFSM, e-mail: prividor@gmail.com

⁸ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social - Relações Públicas da UFSM. E-mail: elimortari@hotmail.com

idades que integram a região da Quarta Colônia de Imigração Italiana. O Festival tem ocorrido em parceria com a comunidade de Vale Vêneto, que promove a Semana Cultural Italiana, evento que busca resgatar as tradições da região, com o apoio da Prefeitura de São João do Polêsine e da *Univeristy of Georgia* (EUA).

Ele está estruturado sobre quatro importantes ações: Oficinas de aperfeiçoamento em canto, instrumento, composição, regência ou educação musical sob a orientação de professores de renome nacional e internacional; recitais diários, gratuitos e abertos ao público em geral; oficinas de musicalização para crianças e jovens da comunidade; e curso de formação continuada em música para professores de educação infantil.

O presente trabalho pretende explicar a organização do XXVII Festival Internacional de Inverno da UFSM, que contou com a parceria da Agência de Relações Públicas da UFSM (AGERP), do Curso de Música da UFSM e da Resumo Coletivo.

2 OBJETIVO

O objetivo do evento foi desenvolver ações de cunho pedagógico e artístico na área de música, promovendo vivências de apreciação, criação, desempenho e educação musical aos participantes em geral. Já o objetivo de comunicação foi proporcionar ao FIIUFSM maior visibilidade aos públicos envolvidos, utilizando-se de estratégias de comunicação e divulgação, principalmente via internet.

Além disso, o evento busca:

- Promover o aperfeiçoamento técnico e musical dos alunos por meio de oficinas com docentes altamente qualificados e o contato desses alunos com o público por meio de recitais;
- Integrar os participantes do Festival com a cultura da comunidade de imigração italiana, através de jantares promovidos pela Semana Cultural Italiana de Vale Vêneto;
- Difundir o trabalho musical erudito também com a transmissão via internet dos concertos, podendo assim expandir a visibilidade do festival;
- Propiciar formação musical para crianças da comunidade por meio de aulas de musicalização, flauta doce, violão, percussão e coro infantil;
- Propiciar à comunidade da região a vivência da apreciação musical de um repertório musical diversificado e de alta qualidade;

- Estabelecer intercâmbios com os professores convidados e suas respectivas universidades nacionais e internacionais;
- Oferecer curso de formação continuada em música para professores de educação infantil da rede de ensino municipal atuantes nas cidades que integram a Quarta Colônia;
- Articular ações do Laboratório de Educação Musical (LEM) e do Programa de Mestrado em Educação - Linha de Pesquisa em Artes (Centro de Educação) em ações de cursos de formação de professores;
- Contribuir para a divulgação das atividades artísticas, de pesquisa e de ensino desenvolvidas na UFSM.
- Manter um canal de comunicação direto e bidirecional com os possíveis alunos através da criação e atualização de redes sociais, assim como criar um site para que as informações, sucintas nas redes sociais, fossem publicadas de maneira completa, bem como promover uma maior interação do público participante com o festival.

3 JUSTIFICATIVA

O FIIUFSM é o maior festival de música de concerto do Rio Grande do Sul e está inserido no meio da comunidade, propiciando o acesso à música de concerto e à educação musical a um público que não está acostumado com essa atividade. Por outro lado, oferece oportunidade de aperfeiçoamento musical a jovens músicos, através das oficinas oferecidas com professores de diversos países, levando o nome da UFSM a inúmeras instituições de ensino de música em vários países e colocando o Departamento de Música, Centro de Artes e Letras e UFSM lado a lado com universidades de reconhecido destaque no meio musical.

Além disso, o Festival propicia a aprendizagem e a formação musical de instrumentistas, cantores, regentes e compositores e promove a realização de recitais de artistas nacionais e internacionais em uma comunidade distante dos centros culturais, democratizando o acesso à música de concerto e à educação musical. Ainda, através de sua integração com a Semana Cultural Italiana, promove a formação musical e o acesso à educação, cultura, arte, gastronomia e tradições italianas.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Para guiar o trabalho de organização do evento, utilizou-se um planejamento de comunicação, que segundo Kunsch (2003) não se restringe ao que fazer, de que modo e com que recursos: é um processo complexo que exige conhecimentos, criatividade, análises conjunturais e ambientais, além de aplicativos instrumentais técnicos.

Os principais objetivos do planejamento de Relações Públicas são formular estratégias para os meios de comunicação com os públicos, definir as estratégias e organizar os recursos técnicos e físicos para o relacionamento com esses. Com isso, ele foi implantado a partir da reunião de dados sobre os públicos, a segmentação e as particularidades de cada segmento de público. Em seguida, elaborou-se um planejamento de comunicação que atingisse aqueles públicos que foram considerados potenciais para o Festival Internacional de Inverno da UFSM.

O planejamento foi elaborado pelos acadêmicos de Relações Públicas com a orientação e supervisão de profissionais da área e permitiu que o Festival fosse organizado e conduzido de forma planejada e que toda divulgação necessária fosse realizada com êxito. Para isso, trabalhou-se a partir da ideia de que por serem diferentes públicos, se utilizariam diferentes ferramentas e, assim, utilizou-se da assessoria de imprensa e da internet para possibilitar uma divulgação mais ampla.

A assessoria de imprensa foi a ferramenta utilizada para atingir o público de forma mais abrangente, especialmente as comunidades próximas à Santa Maria e à Vale Vêneto, além dos acadêmicos e professores da UFSM e de outras Universidades. Para Monteiro,

conscientes da importância do acesso à mídia e do poder que têm junto a ela, as instituições trabalham para serem ‘lembradas pela imprensa’, para ampliarem sua presença nos veículos e, mais do que isso, para serem reconhecidas como referências. Para atingir esses objetivos, produzem textos informativos para divulgação jornalística, compreendendo pautas, *releases*, *position papers*, informes oficiais, comunicados, artigos, notas técnicas. Enfim, produzem notícias. (MONTEIRO, 2008, p. 146)

Essas notícias permitiram que o FIIUFSM chegassem a diversos lugares, como Revistas de cunho musical, Universidades do país que oferecem o curso de música, jornais, emissoras de tevê, rádios, portais de notícias e blogs.

Além da assessoria de imprensa, para facilitar a comunicação com o público-alvo do evento, foi criado um website (www.ufsm.br/festivaldeinverno) com as informações necessárias para quem quisesse participar do Festival, uma *fanpage* na rede social Facebook

e uma conta no Twitter, que buscaram divulgar o conteúdo do website e outras informações relevantes para o público presente nessas redes. Segundo Raquel Recuero,

essa comunicação [a internet], mais do que permitir aos indivíduos comunicar-se, amplificou a capacidade de conexão, permitindo que redes fossem criadas e expressas nesses espaços: as redes sociais mediadas pelo computador (RECUERO, 2009a, p.16).

Portanto, a internet é um meio que amplifica as conexões sociais, além de permitir a comunicação mais rápida e de maior alcance. Como o Festival busca atrair estudantes de outras partes do país, além de estudantes estrangeiros, o meio mais fácil para se conectar ao seu público é a internet, onde não há fronteiras para a comunicação. Além disso, o uso das redes sociais também se justifica, pois além da quantidade de pessoas ali presentes, essas tornam-se divulgadoras do Festival. Isso porque nas redes sociais não há divisão entre emissor e receptor, todos são parte do processo comunicativo, como cita Di Felice:

a distinção entre emissor e receptor é substituída por uma interação de fluxos informativos entre o internauta e as redes, resultante de uma navegação única e individual que cria um rizomático processo comunicativo entre arquiteturas informativas (site, blog, comunidades virtuais etc.), conteúdos e pessoas. [...] a comunicação em rede apresenta-se como um conjunto de teias nas quais é impossível reconstruir uma única fonte de emissão, um único sentido e uma única direção (DI FELICE, 2008, p. 44-45).

Dentro da divulgação, também estava incluída a cobertura fotográfica e midiática na importante integração do FIIUFSM com a Semana Cultura Italiana, que tem como finalidade promover conjuntamente formação musical, educação, cultura, arte, gastronomia e tradições italianas.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

A organização de um evento é um processo complexo que depende da participação de muitas pessoas e de um planejamento bem elaborado que guie todas as atividades. Como o Festival de Inverno é um evento de alcance internacional, que traz diversos professores de música de outras universidades e que também conta com a participação de alunos de vários lugares do mundo, planejar é essencial para que ele ocorra com êxito.

Dessa forma, o evento começou a ser organizado no início de 2012, com a elaboração do projeto e do planejamento, que incluiu a orçamentação e o contato com professores e demais parceiros. Essa parte inicial ficou a cargo do Curso de Música da UFSM, pois os professores envolvidos já atuam na organização do evento há alguns anos e tem os contatos necessários para facilitar esse processo. A organização das listas de inscritos, transporte e hospedagem foi de responsabilidade da Resumo Coletivo, que cuidou de toda parte logística do evento, contando com o suporte da Prefeitura de São João do Polêsine e da Igreja Católica de Vale Vêneto.

A AGERP focou mais na divulgação do evento e suporte aos demais envolvidos na organização. Dentro da divulgação esteve a criação de um website (www.ufsm.br/festivaldeinverno) para o evento, principal ferramenta de contato com o público-alvo e onde todas as informações eram divulgadas, além de abrigar as inscrições para participação no Festival. Como muitos dos participantes não conhecem a cidade onde acontece o Festival, o site também tem a função de ajudar com orientações sobre hospedagem, alimentação e transporte – a organização do evento disponibiliza um pacote para hospedagem e alimentação durante os dias de realização do evento.

Além disso, as redes sociais digitais servem de suporte às informações fornecidas no website, promovendo sua divulgação e alcançando o público do evento. Assim, elas tornam-se um canal de comunicação direto e bidirecional com os possíveis alunos através da criação e atualização de perfis. Da mesma forma, buscou-se através dessas ferramentas promover uma maior interação do público participante com o festival.

Como o evento não é frequentado só pelas pessoas inscritas para participar das oficinas, mas também com o público geral, que pode assistir os recitais e participar da Semana Cultural Italiana, a divulgação em veículos de massa também é muito importante. Assim, foram desenvolvidas estratégias de divulgação que assegurassem o contato com os veículos midiáticos específicos do meio musical, assim como das mídias massivas locais, utilização de modos de divulgação que buscassem publicações através de mídia doada e espontânea.

Os acadêmicos de Relações Públicas também acompanharam todo o desenvolvimento do evento, dando o suporte necessário à organização e realizando a cobertura fotográfica, que é muito importante para manter um histórico do Festival. Ainda, foi realizada uma pesquisa de opinião para identificar potencialidades e problemas do evento. A pesquisa foi aplicada em três públicos do festival: professores, alunos e público

em geral. Nas três pesquisas, os públicos se disseram satisfeitos com o Festival, consideraram importante manter o Festival em Vale Vêneto e elogiaram também a receptividade das pessoas que receberam os inscitos, professores e público em geral.

Em mais de uma pesquisa aparecem como sugestões para as próximas edições: telão na praça para acompanhamento das atividades, oferecer melhores condições de higiene; ofertar recitais no salão de jantar da Semana Italiana (durante ou após os jantares); número de alunos ideal para as oficinas entre 8 e 15; procurar igualar o número de inscitos em todas as oficinas de modo que a orquestra fique homogênea; isolamento acústico temporário para as salas; ar condicionado/calefação nas salas e nos dormitórios pois os tendões e músculos não aquecidos prejudicam ao tocar o instrumento; alimentação mais adequada/equilibrada; refeição disponível para vegetarianos; instalação de um pronto-atendimento; disponibilidade de caixas eletrônicos (Banrisul, BB, CEF etc).

Os dados obtidos através de todas as ferramentas utilizadas permitiram perceber que o evento mantém-se como um sucesso na área musical, alcançando cerca de 200 inscitos anualmente, entre estudantes de música do Brasil, Argentina e Uruguai, principalmente. Além disso, o website do Festival de Inverno, somente no período de inscrições – 01 a 26 de junho de 2012 – obteve um total de 9715 visitantes, sendo 6923 visitantes únicos⁹, o que demonstra uma grande procura pelo evento. No mesmo período, o perfil no Facebook¹⁰ atingiu um total de 1194 amigos e o Twitter¹¹ obteve um total de 356 seguidores.

É importante salientar também que por se tratar de um Festival de música erudita realizado no interior, que não tem por tradição apreciar esse tipo de atividade, o público alcançado nos recitais também foi considerável. Durante as noites do festival, a circulação era de aproximadamente 150 pessoas nos recitais, sendo a capacidade do local onde ocorriam os mesmos de 130 pessoas.

6 CONSIDERAÇÕES

O Festival Internacional de Inverno da UFSM, que já se encontra em sua 27ª edição, segue sendo uma excelente forma de levar a cultura a todos os públicos, pois prova que facilitando o acesso, a comunidade participa desse tipo de atividade. Podemos perceber isso pelo grande número de pessoas presentes tanto nas oficinas, como nos recitais e demais

⁹ Dados do Google Analytics – www.google.com/analytics

¹⁰ www.facebook.com/fiiufsm

¹¹ www.twitter.com/fiiufsm

atividades do Festival. Grande parte das tarefas foi executada com êxito e de acordo com o cronograma, sendo que os pontos falhos apontados nas pesquisas servirão para aplicar melhorias nas próximas edições.

Além disso, para os acadêmicos de Relações Públicas é uma experiência muito importante na área de Organização de Eventos e Produção Cultural, pois proporciona o contato com um evento de grande dimensão e de nível internacional que promove a cultura e que permite aprimorar os conhecimentos nessa área, praticando com um grande exemplo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

DI FELICE, M. Das tecnologias da democracia para as tecnologias da colaboração. In: ____ (org.). **Do público para as redes: a comunicação digital e as novas formas de participação social**. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2008. p. 17-61.

KUNSCH, M. M. K. **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada**. 4 ed. rev. São Paulo: Summus, 2003.

MONTEIRO, G. F. A notícia institucional. In: DUARTE, Jorge (org.). 2. ed. **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia**. São Paulo: Atlas, 2008. p. 140-160.

RECUERO, R. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009a.

RECUERO, R. Diga-me com quem falas e dir-te-ei quem és: a conversação mediada pelo computador e as redes sociais na internet. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, n 38, p 118-128, abr. 2009b. Disponível em:

<<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/5309/3879>>. Acesso em: 30 abril 2012.