



Projeto Revitalização das Pastorinhas¹

Alan Tapajós Pena MATOS²
Alberto Guerreiro de Carvalho FILHO³
Luiz Cezar Silva dos SANTOS⁴
Universidade da Amazônia, Belém, PA

RESUMO

No intuito de resgatar a cultura popular existente na memória da população, o espetáculo “As Pastorinhas”, traz na forma das artes cênicas, a representação histórica da colonização portuguesa como ferramenta de catequização dos índios. Pretendemos assim, solidificar a imagem religiosa da universidade perante a sociedade e ainda, desmistificar a imagem de uma instituição elitizada, diminuindo a distância entre comunidade e universidade. Através de uma campanha institucional de revitalização realizada nos 4 *campi* da UNAMA, a campanha contará com a exposição de figurinos, fotos, banners, vídeos que conta um pouco da história deste projeto.

PALAVRAS-CHAVE: revitalização; pastorinhas; cultura; religião.

TEXTO DO TRABALHO

Briefing

1 – Análise de mercado:

De acordo com a breve análise de mercado que fizemos, constatamos que a Universidade Federal do Pará – UFPA, Faculdade do Pará - FAP e o Centro Universitário do Pará – Cesupa possuem projetos voltados na área cultural, mas nada com o mesmo perfil do projeto “Revitalização das Pastorinhas”.

2 - Público alvo:

Alunos de 17 a 27 anos dos quatro *campi* da Unama.

3- Posicionamento:

Campanha de divulgação do Projeto Revitalização das Pastorinhas.



4 - Área de ação:

A campanha será realizada nos 4 *campi* da Unama.

5 – Plano de Mídia:

A Campanha será divulgada na TV Unama, Rádio Unama, Comunicado Unama, Internet da Unama e outras mídias alternativas como: Outdoor Itinerante; Cortinas estampadas em serigrafia com a marca do projeto; Mostra de figurinos utilizados nas apresentações; Banners; Fotos; Cartazes e mini-cinema (Cine Cultural) que consiste na apresentação de vídeos.

Objetivo do Projeto

O Projeto “Revitalização das Pastorinhas” quer resgatar, no estado do Pará, este tipo de folguedo natalino, que chegou a região pelas mãos dos portugueses e suas tradições ibéricas, junto com a colonização e a fundação da cidade de Belém, cuja revitalização será viabilizada através da montagem do espetáculo “As Pastorinhas” e por sua itinerância no centro e bairros periféricos de Belém, Ananindeua e Marituba, com a realização de 23 apresentações, perfazendo um total de 600 pessoas por espetáculo, num total de 13 mil pessoas a serem atingidas.

Com base no projeto original, acrescentamos ainda a preocupação do projeto em solidificar a imagem religiosa da Universidade no cenário paraense, afinal Belém é uma capital Religiosa bem como a UNAMA.

Pretendemos também, desmistificar a imagem de uma instituição elitizada que a universidade possui, pois além realizar e levar projetos culturais até as comunidades, diminuindo a distância entre elas, vem fazendo com que esses grupos tenham uma maior acessibilidade junto à UNAMA, bem como seus projetos e cursos.



Objetivo de Marketing

Serviço:

Projeto Cultural “Revitalização das Pastorinhas”.

Praça:

Quatro *campi* da Unama.

- UNAMA Alcindo Cacela
- UNAMA Quintino Bocaiúva
- UNAMA - Senador Lemos
- UNAMA - BR - 316

Preço:

Valor estipulado para realização total do projeto “Revitalização das Pastorinhas” é de R\$ 495.481,00

Valor estipulado para realização da campanha institucional do projeto “Revitalização das Pastorinhas” nos quatro *campi* Unama é de R\$ 5.752,00.

Objetivo de Comunicação

Mostrar ao público a importância da cultura e da religiosidade como base da civilização na história.

Planejamento de Comunicação:

Divulgar o projeto “Revitalização das Pastorinhas”, usando os meios de comunicação ofertados pela UNAMA e outros necessários, com o objetivo de promover a cultura amazônica entre os jovens. Essa divulgação começa no dia 04 de Novembro a 23 de Dezembro, totalizando 50 dias.



Ações de Campanha:

Estratégias:

Primeira Estratégia

Rádio UNAMA

O rádio foi escolhido para entrar na etapa de lançamento da campanha, pois através do rádio atingiremos o público-alvo com o intuito de apresentá-los o projeto. Serão três inserções diariamente do informe cultural, uma pela manhã, uma a tarde e uma a noite.

A peça constitui de um informe cultural de quarenta segundos.

- **Tempo de Veiculação:** diariamente, durante 50 dias.
- **Rádio:** Rádio UNAMA.

TV UNAMA

Por ser uma campanha institucional, usaremos a TV da instituição. Um informe cultural de aproximadamente dois minutos.

- **Tempo de Veiculação:** aos Sábados, durante 50 dias.
- **Emissora:** TV UNAMA.

Exposição I (Anexo I)

Exposição de Banners, para despertar a atenção do público. São dois por *campus*, estampadas com a marca do projeto.

- **Tempo de Veiculação:** 50 dias
- **Pontos de Localização:** nos quatro *campi* da UNAMA.

Segunda Estratégia

Cinecultural

A montagem de um mini-cinema que trará a apresentação de vídeos sobre o projeto.

- **Tempo de Veiculação:** 5 dias, de 24 de novembro a 28 de novembro.
- **Pontos de Localização:** nos quatro *campi* da UNAMA.



Exposição II (Anexo II)

Exposição tipo cortina, para despertar a atenção e interagir com o público. Serão duas cortinas por *campus*, estampadas em serigrafia com a marca do projeto.

- **Tempo de Veiculação:** 30 dias, de 24 de novembro a 23 de dezembro.
- **Pontos de Localização:** nos quatro *campi* da UNAMA.

Exposição III (Anexo III)

Exposição de fotos, cartazes e mostra de figurinos.

- **Tempo de Veiculação:** 5 dias, de 24 de novembro a 28 de novembro.
- **Pontos de Localização:** nos quatro *campi* da UNAMA.

Terceira Estratégia

Comunicado UNAMA

Utilização do Jornal da Instituição para a divulgação do projeto. A peça constitui de um pôster com a marca do projeto, que virá como capa do comunicado da Unama na semana cultural.

- **Tempo de Veiculação:** 7 dias, de 24 de novembro a 30 de novembro.
- **Pontos de Localização:** nos quatro *campi* da UNAMA.

Internet (Anexo IV)

Pop-up no portal da UNAMA. Peça com a marca do projeto trará um link com informações sobre o projeto.

- **Tempo de Veiculação:** 26 dias, de 28 de novembro a 23 de dezembro.
- **Pontos de Localização:** nos quatro *campi* da UNAMA.

Outdoor Itinerante

Consiste na montagem de um outdoor que tráfegará pelos corredores da instituição, no intuito de semear a cultura através deste e de outros projetos.

- **Tempo de Veiculação:** 26 dias, de 28 de novembro a 23 de dezembro.
- **Pontos de Localização:** nos quatro *campi* da UNAMA.



Anexo I – Banner





Anexo II – Cortina





Anexo III – Fotos



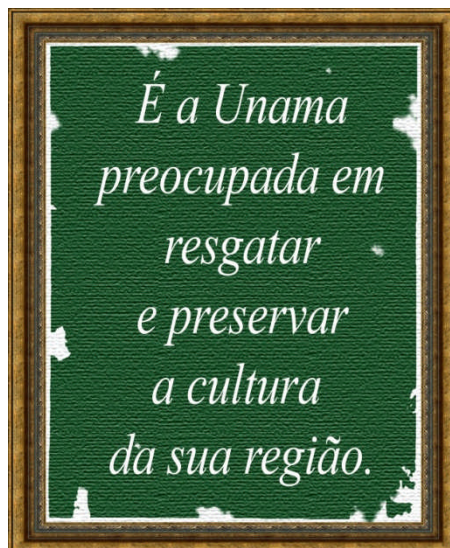


Anexo IV – Internet (Pop-up)

I – Janela



II – Janela





Referências Bibliográficas

ASAS DA PALAVRA – v.4, n. 7. Belém: UNAMA - PA, 1997. Semestral.

BASTOS, Luiza Teixeira Coelho. **Auto das Pastorinhas** / Luiza Teixeira Coelho Bastos; Joelma Telles; Paulo Santana, organizadores. – Belém: UNAMA, 2006. (Revitalização das Pastorinhas, 4) vol.4, 66p.

FERREIRA, Maria Fabiana de Cristo Santana. **Pastorinhas Cristo Rei** / Maria Fabiana de Cristo Santana Ferreira; Joelma Telles; Paulo Santana, organizadores. – Belém: UNAMA, 2006. (Revitalização das Pastorinhas, 6) vol.6, 64p. Texto de Maria Fabiana de Cristo Santana, revitalizado no ano de 2002.

FONSECA, Wilson. **Pastorinhas de Santarém** / Wilson Fonseca; Joelma Telles, Paulo Santana Organizadora. – Belém: UNAMA, 2006 (Revitalização das Pastorinhas, 1) vol.1, 68p. Texto do Maestro Wilson Fonseca, revitalizado no ano de 1997.

GRACIOSO, Francisco. **Propaganda Institucional: nova arma estratégica da empresa** - São Paulo; Editora Atlas, 1995.

PEREIRA, Noêmia da Silva. **Pastorinhas Filhas de Maria** / Noêmia da Silva Pereira; Luiz Fernando Vaz, adaptação; Joelma Telles; Paulo Santana, organizadores. Belém: UNAMA, 2006. (Revitalização das Pastorinhas, 8) vol.8, 60p. Texto de Noêmia da Silva Pereira, revitalizado no ano de 2005.

SOUZA, Bettina Ferro. **Pastorinhas Cruzadinhas de São João Batista** / Bettina Ferro de Souza; Dirce Pinto Marques, música; Joelma Telles; Paulo Santana, organizadores. – Belém: UNAMA 2006. (Revitalização das Pastorinhas, 3) vol.3, 80p. Texto de Bettina Ferro de Souza, revitalizado no ano de 1999.

SOUZA, Lourival Pontes. **Pastorinhas Poder da Fé** / Lourival Pontes e Souza; Joelma Telles; Paulo Santana, Organizadores. – Belém: UNAMA, 2006. (Revitalização das Pastorinhas, 2) vol.2, 80p.

¹Trabalho apresentado no GT – Comunicação Organizacional, Relações Públicas e Propaganda, do Iníciacom, evento componente do VII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte.

²Estudante de graduação 6º semestre do curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da UNAMA, e-mail: alanpmattos@yahoo.com.br

³Estudante de graduação 6º semestre do curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da UNAMA, e-mail: betinhoguerreiro@yahoo.com.br

⁴Orientador do trabalho. Professor do Curso de Planejamento Publicitário II.