



Plano de comunicação integrada no 27º Festivale: a experiência de uma metodologia colaborativa¹

Bráulio Quirino SIFFERT²
Sâmia Bechelane Cordeiro de MELO³
Universidade Federal de Minas Gerais, Minas Gerais, MG

Resumo

O presente trabalho apresenta os esforços empreendidos na elaboração e implementação de um plano de comunicação integrada no 27º Festival de Cultura Popular do Vale do Jequitinhonha (Festivale). Em especial, o texto procura destacar o caráter colaborativo do processo, à medida que buscou integrar jovens da região, alunos, mídias e parceiros do Programa Polo de Integração da UFMG no Vale do Jequitinhonha em um projeto de caráter pedagógico e transdisciplinar⁴.

PALAVRAS-CHAVE: Festivale, comunicação, integração, mobilização.

1. INTRODUÇÃO

O Festivale – Festival de Cultura Popular do Vale do Jequitinhonha – é um dos maiores eventos do gênero em Minas Gerais. Além de apresentações musicais, o Festivale reúne artesanato, folclore, teatro, dança, poesia e oferece várias oficinas para formação e aprimoramento nessas áreas. É promovido pela Federação das Entidades Culturais e Artísticas do Vale do Jequitinhonha (Fecaje) e ocorre a cada ano em uma cidade diferente no Vale do Jequitinhonha.

O objetivo principal do Festivale é “fazer emergir a cultura popular como veículo de democratização e humanização no Vale do Jequitinhonha”⁵. Também, é uma oportunidade para se repensar a cultura popular da região, por meio da garantia de políticas públicas de resgate e preservação cultural⁶. Em 2009, o Festivale chegou à sua 27ª edição. De 26 de julho a 1º de agosto de 2009, a cidade de Grão Mogol, no norte de Minas, foi escolhida para ser a “capital cultural do Vale”.

¹ Trabalho submetido ao XVII Prêmio Expocom 2010, na categoria Produção Editorial e Produção Transdisciplinar em Comunicação, modalidade Plano de Comunicação Integrada.

² Estudante do 7º Semestre do Curso Comunicação Social/Jornalismo da FAFICH/UFMG, e-mail brauliosiffert@gmail.com.

³ Aluna líder do grupo e estudante do 7º Semestre do Curso Comunicação Social/Relações Públicas da FAFICH/UFMG, e-mail samiabechelane@gmail.com

⁴ Os estudantes registram aqui a preciosa orientação do supervisor do presente trabalho, Márcio Simeone Henriques, professor doutor do curso de Comunicação Social/Relações Públicas, da FAFICH/UFMG.

⁵ Retirado de www.fecaje.org.br

⁶ Adaptado de www.onhas.com.br



Em 2008, a UFMG, por meio do Programa Polo de Integração da UFMG no Vale do Jequitinhonha, firmou parceria com a Fecaje para implementar uma assessoria de comunicação no 27º Festivale. A realização da assessoria foi também uma atividade de Ensino, constituindo umas das frentes do *Laboratório de Planejamento: Suporte de Comunicação para o Programa Pólo Jequitinhonha*. A disciplina foi ofertada pelo Departamento de Comunicação Social da UFMG no primeiro semestre de 2009 e conduzida pelo então coordenador executivo do Programa Polo, Márcio Simeone Henriques, também professor do Departamento.

Para reforçar a dimensão extensionista da atividade, foi concebida uma assessoria que, ao mesmo tempo em que proporcionasse visibilidade ao evento, assumisse forte caráter pedagógico, mediante a qualificação de recursos humanos locais. Para tanto, foi realizado durante os meses de junho e julho processo formativo em comunicação para jovens da cidade de Grão Mogol que, posteriormente, trabalharam na assessoria com a equipe da UFMG. Além disso, foram mobilizados para a equipe jovens membros de núcleos de audiovisual das cidades de Araçuaí, Itaobim e Padre Paraíso, também integrantes do Projeto Rede de Juventudes, do Programa Polo.

A assessoria de comunicação no 27º Festivale contou, portanto, com atividades pré, durante e pós-Festivale. Foram planejadas e executadas a divulgação do evento, a assessoria de comunicação na ocasião do Festivale e a posterior avaliação das ações.

2. OBJETIVOS

O trabalho desenvolvido teve, como objetivo geral, planejar, executar e avaliar de maneira integrada as atividades de comunicação no 27º Festivale. Como objetivos específicos, e principalmente por se constituir no âmbito da Extensão Universitária, o trabalho buscou alcançar a integração em diferentes esferas: envolver alunos de diferentes habilitações em torno de um projeto de caráter transdisciplinar; experimentar o contato entre tradicionais e novas mídias em um evento de cultura popular; gerar e manter vínculos entre o evento mobilizador e seus públicos; reforçar o relacionamento do Programa Polo junto a parceiros no Vale do Jequitinhonha; e, por fim, integrar jovens entre si e ao Festivale por meio de uma atividade pedagógica e colaborativa. Cabe salientar que tais objetivos constituíram-se



conjuntamente durante todo o processo de planejamento, execução e avaliação das atividades.

3. JUSTIFICATIVA

O trabalho de comunicação desenvolvido no 27º Festivale veio para celebrar o efetivo diálogo entre universidade e sociedade, revelando, pois, total afinidade com as diretrizes que regem a Extensão Universitária no Brasil. Nogueira (2000) conceitua a Extensão como o “processo educativo, cultural e científico que articula o ensino e a pesquisa de forma indissociável e viabiliza a relação transformadora entre universidade e sociedade” (NOGUEIRA, 2000: 11). É nesse sentido que a Extensão se coloca como uma via de mão-dupla e encontra na sociedade a oportunidade de disseminação, (re)construção e compartilhamento de conhecimentos e práticas oriundos do ambiente acadêmico. Ainda de acordo com a autora, tal fluxo traz como consequência a produção de conhecimento contextualizado, no qual teoria e prática aliam-se em uma dimensão dialética e multidisciplinar.

É neste cenário que o Programa Polo Jequitinhonha vislumbrou, aliado à dimensão do Ensino, a oportunidade de contribuir para o fortalecimento do Festivale por meio da comunicação. Sabemos que esta é, por si só, um dos elementos constitutivos do processo mobilizador, à medida em que contribui para a criação e o fortalecimento de vínculos entre os públicos envolvidos e o projeto de mobilização (Henriques et al, 2004). Mais que um fim em si mesma, portanto, a assessoria de comunicação ao 27º Festivale pautou-se antes no estabelecimento de uma relação dialógica, educativa e libertadora com todos os envolvidos⁷. Antes de um produto, a comunicação foi entendida enquanto um **processo**.

Assim, o plano de comunicação se orientou por integrar à atividade uma dimensão pedagógica, uma vez que desenvolveu processo formativo na área com jovens do próprio Vale do Jequitinhonha. O trabalho se baseou em metodologia participativa já

⁷ Segundo Henriques et al (2004), tais características estão no âmago de toda a comunicação orientada para a mobilização social. A comunicação é *dialógica* quando, de maneira democrática e horizontal, todos os envolvidos no processo têm direito à voz; é *libertadora* quando favorece a emancipação dos sujeitos e não reforça condições de dependência e, por fim, é educativa quando possibilita a troca de conhecimentos e forma agentes comprometidos com a transformação de sua própria realidade.



desenvolvida pela Associação Imagem Comunitária (AIC)⁸, de Belo Horizonte, também grande parceira na assessoria de comunicação. De acordo com a AIC, o acesso público às mídias deve ser embasada em uma metodologia que

respeite e estimule a criatividade de cada indivíduo, que se baseie na construção coletiva e dialógica do conhecimento, valorizando os saberes dos participantes, a experimentação, o lúdico, que estimule a autonomia, que contribua com a participação do sujeito e de sua participação ativa nos processos cotidianos de transformação da sociedade (ASPAHAN et al, 2006: 45).

A preocupação em imprimir um caráter colaborativo ao processo integrou todas as etapas do plano, embora tenha se tornado mais explícita no planejamento do processo formativo em comunicação e nas atividades desenvolvidas durante o Festivale.

4. MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

A elaboração do plano de comunicação integrada para o 27º Festivale foi realizada no âmbito do *Laboratório de Planejamento: Suporte de Comunicação para o Programa Pólo Jequitinhonha*. A frente contou com a participação de seis alunos matriculados na disciplina, sendo um deles também estagiária do Suporte de Comunicação do Programa Polo.

As atividades para a assessoria de comunicação foram devidamente planejadas (e também executadas) entre os meses de março a junho de 2009, por alunos do Laboratório.

A etapa **diagnóstica** do planejamento da comunicação compôs-se dos seguintes métodos:

Pesquisa Documental: Foram selecionados, analisados e comentados documentos que, de alguma forma, pudessem contribuir no planejamento das atividades de comunicação por meio de dados secundários: relatório da assessoria de comunicação no Festivale em

⁸ A Associação Imagem Comunitária (AIC) é uma organização não-governamental de Belo Horizonte que atua na promoção do acesso público aos meios de comunicação, por meio da construção de espaços na mídia em que grupos com poucas oportunidades de visibilidade possam se colocar no debate público. (LEONEL & PISSOLATI, 2009)



2003⁹, histórico do Festivale e relato do evento em 2008, textos sobre a cidade-sede, dentre outros.

Entrevista: A equipe realizou entrevista em profundidade com a diretora executiva da Fecaje, Ângela Freire, que relatou dificuldades enfrentadas na realização dos Festivais passados e reafirmou demandas para a edição de 2009. Também, a equipe realizou entrevistas com duas profissionais de Relações Públicas, que já haviam participado de eventos semelhantes no Vale do Jequitinhonha.

Questionário: Foi aplicado um questionário junto a multiplicadores culturais do Vale, no I Seminário de Cultura Popular do Vale do Jequitinhonha, realizado em março de 2009 na cidade de Itaobim. O objetivo era levantar dados sobre o perfil do público artístico do Festivale e conhecer suas opiniões a respeito de divulgação, visibilidade e atrativos do evento.

Participação em reuniões: Com o intuito de levantar as demandas do 27º Festivale e conhecer melhor a cidade-sede, os públicos do evento e tudo que pudesse complementar o planejamento, a equipe participou de dois encontros entre organizadores e parceiros do evento. O primeiro foi em Itaobim, em março, quando foi definida a cidade-sede do evento. O segundo, o 59º Encontro das Entidades Culturais e Artísticas do Vale do Jequitinhonha, aconteceu no mês de maio, em Grão Mogol. Na ocasião, a equipe também apresentou aos organizadores do Festival uma proposta inicial de atividades de comunicação.

Com base em tais atividades, foram elaboradas as seguintes **ações** de comunicação:

Divulgação pré-evento: Previu esforços em âmbito local, regional e nacional, mediante produção, redação e envio de *releases* e produção, redação, locução e envio de *spots* de rádio. Outras atividades/produtos de caráter publicitário não foram previstos, tendo em vista que grande parte da divulgação já é tradicionalmente assumida pela Fecaje.

⁹ Em 2003, parceria semelhante foi firmada entre o Programa Polo e a Fecaje, quando alunos de Comunicação Social realizaram assessoria de comunicação para o 22º Festivale, embora em menor proporção. Nos anos posteriores, a própria Federação implementou ações de comunicação no evento. Em 2006 e 2007, este trabalho ficou sob responsabilidade de uma produtora cultural de Belo Horizonte, contratada pela Avon, na época patrocinadora do Festivale por meio do Programa Viva o Vale!.



Oficinas de comunicação: Atenta ao caráter pedagógico que a atividade também deveria assumir, a equipe planejou processo formativo em comunicação junto a jovens da cidade-sede, mobilizados por intermédio do diretor de Cultura de Grão Mogol, Guilherme Meira. O primeiro módulo teve por objetivo sensibilizar os jovens para o Festivale, para o papel desempenhado pela comunicação nesse evento e despertar nos mesmos o interesse pela atividade jornalística. Já o segundo teve como proposta capacitar os jovens nas diferentes mídias a serem utilizadas no Festivale: rádio, boletim impresso e *web* (especificamente *blog*). Como já mencionado, a assessoria também contou com produção audiovisual, realizada por jovens membros de núcleos de audiovisual das cidades de Araçuaí, Itaobim e Padre Paraíso, implantados pela AIC e hoje geridos autonomamente¹⁰.

Central de notícias e assessoria de imprensa: Seriam atividades desenvolvidas durante o Festivale. O desenho do plano previu, para a central, a constituição de núcleos de diferentes mídias. Já a assessoria de imprensa contemplaria o envio de sugestões de pauta a mídias estratégicas (postura ativa), bem como o fornecimento de imagens e entrevistas a veículos que porventura os solicitassem (postura passiva).

Pesquisa: A equipe elaborou um *survey* para aplicação junto a participantes do evento. O questionário deveria coletar dados quantitativos e qualitativos acerca do perfil do entrevistado, do próprio Festivale e das atividades de comunicação do mesmo, inclusive no que tange à divulgação do evento. A amostra compunha-se de 130 questionários.

5. DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

No início do Laboratório de Planejamento, foi proposto aos alunos o cronograma seguinte:

Quadro 1. Plano de comunicação: metas e prazos

Metas	Prazo
-Composição e apresentação ao professor do mapa de públicos -Apresentação ao professor de texto de caracterização do evento	6 de abril

¹⁰ A implantação dos Núcleos de Audiovisual nestas cidades fez parte do projeto *Juventude do Jequi*, desenvolvido pela ONG entre os anos de 2007 e 2009. A afinidade metodológica, em áreas de atuação semelhante, estimulou a firmamento da parceria entre a AIC e o Programa Polo Jequitinhonha na assessoria de comunicação no 27º Festivale.



-Apresentação ao professor de projeto das ações pré-evento (treinamento de equipes locais e programa de divulgação de evento) -Apresentação ao professor do projeto operacional e logístico de assessoria	27 de abril
Realização das atividades planejadas para o período pré-evento	8 de junho
Entrega do relatório final do Laboratório	29 de junho
Realização das atividades planejadas para o evento, incluindo o processo avaliativo	24 de julho a 1º de agosto
Consolidação do relatório final das atividades	30 de setembro

Todas as metas foram devidamente cumpridas pelos alunos. A divulgação do Festivale contou com a produção e envio de sugestões de pauta e *spots* a mídias impressas, televisivas, radiofônicas e na *web*, em âmbito local, regional e nacional. Particular atenção foi dada a rádios no Vale do Jequitinhonha, não só no envio de materiais pré-evento como também na articulação de parcerias para veiculação do boletim radiofônico do Festivale. Ao todo, 16 emissoras, de 14 municípios, transmitiram o programa de rádio do evento.

O processo formativo, conduzido por alunos do Laboratório e também por uma integrante da AIC, contou com 15 jovens de Grão-Mogol. Ao final, os próprios jovens julgaram ter evoluído muito desde o primeiro encontro. Todos se empenharam nas atividades propostas e demonstraram ter compreendido a importância e as nuances da comunicação em um evento como o Festivale. Além disso, sinalizaram forte interesse em participar do festival. Nos questionários de avaliação distribuídos aos jovens na reunião final, a “curta” duração das oficinas foi a principal reclamação. Muitos deles sugeriram que a equipe deveria ministrar mais oficinas desse tipo para outros jovens/cidades. Ainda, destacaram o aprendizado de “coisas” que nunca imaginaram aprender. A equipe também foi elogiada, bem como a dinâmica e os produtos desenvolvidos nas oficinas.

As atividades desenvolvidas durante o 27º Festivale ficaram a cargo de equipe coordenada pelo Programa Polo e pela Associação Imagem Comunitária (AIC). Integrando diferentes mídias, jovens, graduandos, parceiros e funções, esse momento representou, então, o ponto de convergência de todo o plano de comunicação integrada.



Vinte e um jovens oriundos de quatro cidades do Vale do Jequitinhonha, seis estudantes de Comunicação Social, professor e técnico da UFMG e dois membros da AIC trabalharam integrados durante toda a semana do Festivale na produção de diversos produtos midiáticos (boletim de rádio, boletim impresso, postagem de *blog* e vídeo), constituindo uma valiosa troca de experiências.

A assessoria funcionou em uma escola pública de Grão Mogol. Computadores, máquina de fotocópia, impressora e linha telefônica foram cedidos pela Prefeitura. Outros materiais, como máquinas fotográficas, gravadores analógicos, ilhas de edição e câmeras, foram cedidos pela Pró-Reitoria de Extensão da UFMG, pelo técnico de rádio e pelos Núcleos de Audiovisual de Araçuaí, Itaobim e Padre Paraíso.

Como planejado, a assessoria de comunicação contou com dois principais núcleos: assessoria de imprensa e central de notícias. A primeira contemplou o envio diário de *releases* sobre a programação do Festivale a mídias televisivas, radiofônicas, impressas e *online* previamente selecionadas, além do fornecimento de imagens e entrevistas aos veículos de imprensa que solicitaram. Já a central de notícias subdividiu-se em núcleos de produção do boletim impresso, do boletim radiofônico, manutenção do *blog* (www.festivale27.blogspot.com) e do *hotsite* (www.festivale27.tmp.br) da assessoria e de cobertura audiovisual.

Os jovens inseriram-se em tais núcleos de acordo com suas escolhas durante o processo formativo. Os meninos e meninas de Grão Mogol foram responsáveis pelo boletim impresso, boletim radiofônico e de *web*. Os de Araçuaí, Itaobim e Padre Paraíso, já capacitados anteriormente pela AIC, realizaram diariamente a cobertura audiovisual. Apesar de terem funções delimitadas, os jovens puderam transitar entre os diversos núcleos, seja por meio de observações, dicas ou mesmo contribuição efetiva aos trabalhos. Isso possibilitou o contato com uma produção simultânea e integrada em comunicação midiática.

Além disso, houve convergência entre os próprios produtos: vídeos, boletins impressos e radiofônicos e fotografias alimentavam o *blog*; o vídeo trazia diariamente um convite à visita do *hotsite*, que, por sua vez, congregou informações sobre o evento, a assessoria e toda a produção desta. A busca pela integração, tanto entre produtores quanto entre produtos, fez com que as atividades e o próprio Festivale ganhassem bastante visibilidade. Os produtos não apenas refletiram o evento, mas estiveram antes integrados a ele.



Os vídeos, que diziam de eventos do dia anterior, eram exibidos no palco do Festival imediatamente antes da atração principal da noite. Constituíram-se, dessa forma, uma síntese do trabalho da assessoria no Festival. Mais que um produto acabado, a produção audiovisual refletiu e representou os processos empreendidos no âmbito da assessoria, além de conferir maior importância ao próprio evento e reforçar o sentimento de pertença entre os presentes. No *survey* aplicado a participantes do evento, por exemplo, o vídeo foi o produto mais citado: 65% dos entrevistados revelaram tê-lo assistido, sendo que, deste montante, 68% julgaram-no ótimo.

6. CONSIDERAÇÕES

O caráter colaborativo e integrado do plano de comunicação no 27º Festival foi, sem dúvida, seu maior diferencial. A integração deu-se não somente ao nível do planejamento, mas, e principalmente, no âmbito de sua implementação. Mais que os produtos resultantes desta atividade, os processos desencadeados durante a assessoria propiciaram ganhos valiosos a nível acadêmico, profissional e, sobretudo, humanístico a todos os envolvidos.

Em contraste a uma tradicional concepção de assessoria de comunicação, que vem apenas para dar visibilidade a algo já constituído, preferimos entender as atividades desenvolvidas no 27º Festival como um suporte: a comunicação de fato integrou o Festival; foi um de seus elementos constitutivos. Nesse sentido, atuou como mediadora de diversos fluxos relacionais processados no âmbito do evento.

Em especial, os meninos e meninas participantes assumiram postura ativa, autônoma e proponente durante todas as etapas e relataram ao final do processo quão importante foi para eles a experiência do acesso às mídias. Se uma atividade como esta fosse até então inimaginável para muitos, agora puderam experimentar, acertar e errar, construindo conjuntamente diversos fazeres comunicativos. Ainda puderam vivenciar no cotidiano, coletivamente, os resultados de seus esforços.

O Programa Polo de Integração da UFMG no Vale do Jequitinhonha reafirmou, mais uma vez, o real compromisso com a Extensão Universitária, à medida em que possibilitou a construção conjunta de conhecimentos entre universidade e sociedade sob uma perspectiva dialética, educativa e dialógica.



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ASPAHAN, P.; BRANDÃO, A. T.; BRITTO, B.; DE PAULA, V.; LEONEL, J.; MELO, A.; TEIXEIRA, O. **Metodologia: o jogo e a reinvenção**. In: LIMA, R. (org.). Mídias comunitárias, juventude e cidadania. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.

Assessoria de comunicação no 27º Festivale. Belo Horizonte: 2009. (*mimeo*)

LEONEL, J; PISSOLATI, T. **Formação e protagonismo no Jequitinhonha pelo audiovisual**. Trabalho apresentado no Seminário Visões do Vale IV, do Programa Polo de Integração da UFMG no Vale do Jequitinhonha, Belo Horizonte, maio-2009. Disponível em http://www.ufmg.br/polojequitinhonha/arquivos/pdfs/formacao_protagonismo_jequitinhonha.pdf. Acesso em 22/03/2010.

HENRIQUES, M.S. (org.). **Comunicação e estratégias de mobilização social**. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.

NOGUEIRA, M. D. P. (org.). **Polo Jequitinhonha 10 anos [1996-2006]: a consolidação de uma experiência de desenvolvimento regional**. PROEX/UFMG, 2006.

NOGUEIRA, M. D. P. (org.). **Extensão Universitária: diretrizes conceituais e políticas**. Belo Horizonte: PROEX/UFMG, 2000.

Sites visitados:

“27º Festivale”. Disponível em www.festivale27.tmp.br. Acesso em 20/03/2010.

“Fecaje”. Disponível em www.fecaje.org.br. Acesso em 17/03/2010.

“Portal Onhas”. Disponível em www.onhas.com.br. Acesso em 17/03/2010.

“Prefeitura de Grão Mogol”. Disponível em www.graomogol.mg.gov.br. Acesso em 16/03/2010.