



Ciência e meio ambiente:  
urgências para o ensino  
de jornalismo

22º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo  
e IV Congresso de Jornalismo da Amazônia

De 25 a 28 de Abril de 2023

local: Universidade Federal do Amazonas (UFAM) - Manaus/AM



## RELATO

# DIVULGAÇÃO DA OSUFPB: UM PROJETO DE EXTENSÃO DE FORMAÇÃO DE PÚBLICO PARA MÚSICA SINFÔNICA NA PARAÍBA EM MEIO A ERA DIGITAL

<sup>1</sup>André Firmino Faustino Dias de Almeida; [andre.firmino@academico.ufpb.br](mailto:andre.firmino@academico.ufpb.br)

<sup>2</sup>Julia Rodrigues Alves da Silva; [julia.rodrigues@academico.ufpb.br](mailto:julia.rodrigues@academico.ufpb.br)

<sup>3</sup>Juliana Marinho de Lima; [juliana.marinho@academico.ufpb.br](mailto:juliana.marinho@academico.ufpb.br)

<sup>4</sup>Kananda Vitória Arão de Souza; [kananda.arao@academico.ufpb.br](mailto:kananda.arao@academico.ufpb.br)

<sup>5</sup>Adeildo Vieira dos Santos (orientador); [adeildov@gmail.com](mailto:adeildov@gmail.com)

## RESUMO

Este relato pretende abordar as atividades desenvolvidas no projeto de extensão da Universidade Federal da Paraíba (UFPB) intitulado “DIVULGAÇÃO DA OSUFPB - ORQUESTRA SINFÔNICA DA UFPB”, cujo intuito é criar e manter o contato com práticas estratégicas de divulgação no jornalismo cultural. Essas atividades visam conquistar a formação de público para a música sinfônica, por meio da execução de obras da história universal da música, incluindo, ainda, obras da cena regional e paraibana. Para isso, as estratégias desenvolvidas perpassam pela esfera tradicional da Assessoria de Imprensa, como o envio de releases para os veículos de comunicação, bem como pela produção de materiais gráficos e audiovisuais para uma produção de conteúdo sobre a orquestra nos meios digitais, especialmente o Instagram.

## PALAVRAS-CHAVE

Assessoria de Comunicação. Música Sinfônica. Formação de Público. Jornalismo Cultural. Projeto de Extensão.

---

<sup>1</sup> Graduando em Jornalismo pela UFPB. Voluntário no projeto de extensão.

<sup>2</sup> Graduanda em Jornalismo pela UFPB. Voluntária no projeto de extensão.

<sup>3</sup> Graduanda em Jornalismo pela UFPB. Bolsista no projeto de extensão.

<sup>4</sup> Graduanda em Jornalismo pela UFPB. Voluntária no projeto de extensão.

<sup>5</sup> Mestre em Jornalismo pela UFPB. Coordenador do projeto de extensão de divulgação da OSUFPB.



Ciência e meio ambiente:  
urgências para o ensino  
de jornalismo

22º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo  
e IV Congresso de Jornalismo da Amazônia

De 25 a 28 de Abril de 2023

local: Universidade Federal do Amazonas (UFAM) - Manaus/AM



## 1. O PROJETO

A Assessoria de Comunicação da OSUFPB - Orquestra Sinfônica da Universidade Federal da Paraíba - é um projeto de extensão que tem como principal objetivo promover ampla divulgação dos eventos da orquestra e criar vínculos com seu público por meio de estratégias de comunicação. As atividades desenvolvidas pelos alunos André Firmino, Julia Rodrigues, Juliana Marinho e Kananda Arão, todos do curso de Jornalismo da UFPB, com a orientação do coordenador do projeto, Adeildo Vieira, têm o intuito de garantir que este equipamento cultural cumpra o intento para o qual foi criado, isto é, a formação de público, o escoamento da produção musical dos departamentos de música da instituição, além de fomentar a cena cultural paraibana e realizar concertos didáticos para crianças e adolescentes, contribuindo, assim, para a democratização do acesso à cultura.

Por meio dessas informações, juntamente com todo o conhecimento adquirido ao longo da graduação, a equipe realizou um diagnóstico das redes sociais e da relação da OSUFPB com seu público. Nesta análise, foi detectada a falta de frequência nas postagens, o que interferiu diretamente no engajamento. Ademais, a falta de um canal de comunicação mais direta com os seus seguidores e a ausência de conteúdos para além dos cartazes de eventos também afetou o alcance nas redes sociais. A partir disso, foi traçado um plano de ação para a Orquestra; era preciso estar cada vez mais presente e atuante nos principais meios de comunicação de massa, como a internet e a televisão, para atingir os mais diversos públicos, desde os jovens ligados às redes sociais até pessoas mais velhas que não acompanham esse meio.

## 2. JORNALISMO CULTURAL E CONVERGENTE NA ERA DIGITAL

Com as restrições físicas impostas em razão da pandemia, o setor de artes foi prejudicado com a falta de recursos financeiros e a ausência dos eventos presenciais (GOSSLING; SCOTT; HALL, 2020). A utilização de conhecimentos em Assessoria de Imprensa e Mídia Convergente se tornou cada vez mais indispensável no retorno às



Ciência e meio ambiente:  
urgências para o ensino  
de jornalismo

22º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo  
e IV Congresso de Jornalismo da Amazônia

De 25 a 28 de Abril de 2023

local: Universidade Federal do Amazonas (UFAM) - Manaus/AM



atividades presenciais. A assessoria de comunicação impulsiona o desenvolvimento de processos que trazem mudanças no formato de produção e entrega da informação.

Os equipamentos culturais, como a OSUFPB, precisam utilizar as ferramentas da comunicação para que novos públicos sejam atingidos e, assim, o objetivo de contribuir para a formação do público pessoense, aconteça. As estratégias para o aumento de público consiste em chamar a atenção por meio de divulgação e criação de quadros que interajam com as pessoas, sobretudo no Instagram, e uma relação positiva se construa. Elisa e Luiz Ferraretto (2009) exemplificam essas ações: “As atividades de uma assessoria de Imprensa podem ser descritas como: [...] elaboração de outros produtos jornalísticos, como fotografias, vídeos, programas de rádio ou de televisão; participação na definição de estratégias de comunicação.” (FERRARETTO, E; FERRARETTO, L. 2009, p. 13-14).

Ademais, em meio a era digital, os conteúdos multimídia e as habilidades com as redes sociais se tornaram requisitos procurados pela maioria dos setores de comunicação. Para Jenkins, “a narrativa transmídia designa a utilização de várias plataformas midiáticas que convergem para contar uma história, e a cada novo texto contribui de forma distinta para tal” (JENKINS, 2009, p. 47). Nesse contexto, os ensinamentos assimilados nas disciplinas Multiplataforma I e II durante a graduação em Jornalismo<sup>6</sup> na UFPB facilitaram o processo para o desenvolvimento da comunicação em diversas redes e plataformas.

O início do desenvolvimento das atividades aconteceu com muitos desafios. Em sua essência, a proposta era de criação dos cartazes dos concertos e contato com a imprensa para divulgação na comunidade universitária e extra universitária. Contudo, ao garantir essa ampla divulgação, criar vínculos com a plateia e tornar a OSUFPB uma orquestra presente nos meios digitais, as atividades se expandiram.

---

<sup>6</sup> Projeto pedagógico do curso de bacharelado em Jornalismo - 2016. Disponível em: <<http://www.ccta.ufpb.br/cj/contents/documentos/matriz-nova/ppc-2016-jornalismo.pdf/view>>



Ciência e meio ambiente:  
urgências para o ensino  
de jornalismo

22º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo  
e IV Congresso de Jornalismo da Amazônia

De 25 a 28 de Abril de 2023

local: Universidade Federal do Amazonas (UFAM) - Manaus/AM



## 2.1. A prática jornalística na Assessoria da OSUFPB

A começar pelas mídias digitais, no Instagram da orquestra<sup>7</sup>, foi implementado, a partir de agosto de 2022, uma programação de conteúdos semanais, desde materiais gráficos, como os cartazes de divulgação dos concertos, a produções audiovisuais, que possuem um maior alcance e interatividade com o público. Ainda na internet, a Assessoria também produz os releases para serem publicados no site do Lamusi - Laboratório de Música Aplicada - da UFPB e também enviados à imprensa, fornecendo os programas de cada concerto e demais informações que possam ser interessantes ao público e, especialmente, aos jornalistas. Ao contrário dos cartazes e outras publicações realizadas no Instagram, os dados apresentados no release “têm como único objetivo ajudar o jornalista a se pautar. Também não é notícia, porque serve para informar e não para ser publicado” (MAFEI, Maristela, 2005).

Na mídia televisiva, destaca-se a importância da articulação com a imprensa, função fundamental de uma Assessoria, o que proporcionou à OSUFPB a oportunidade de participar diversas vezes de quadros sobre cultura e entretenimento das televisões paraibanas. Esse é o caso do programa de agenda cultural “Qual é a boa?”, da TV Cabo Branco. Outro exemplo são os diversos telejornais que já noticiaram, com notas ou reportagens, os concertos da OSUFPB, além das entradas ao vivo. Carolina Ladeira explica:

A manutenção de contato permanente com repórteres e editores dos veículos de comunicação é fundamental, criando-se uma relação de confiança. O setor também dá suporte para todo tipo de textos, elabora jornais, revistas e vídeos, e promove entrevistas coletivas e individuais, gerando a chamada mídia espontânea. (LADEIRA, Carolina, 2009, pág. 9)

Além dessas ações, outra etapa essencial para esse processo foi fortalecer o processo comunicacional entre a OSUFPB e o seu público. São exemplos disto: responder diretamente aos questionamentos e sugestões, e interagir nos comentários das publicações via Instagram. Dessa forma, é possível atingir a meta de criar um sentimento de aproximação entre o público e a orquestra.

---

<sup>7</sup>@osufpb.official. Disponível em: <<https://www.instagram.com/osufpb.official/>>



Ciência e meio ambiente:  
urgências para o ensino  
de jornalismo

22º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo  
e IV Congresso de Jornalismo da Amazônia

De 25 a 28 de Abril de 2023

local: Universidade Federal do Amazonas (UFAM) - Manaus/AM



Para 2023, ano que marca uma década de fundação da OSUFPB, a Assessoria de Comunicação da orquestra, juntamente com a Assessoria de Comunicação do CCTA - Centro de Comunicação, Turismo e Artes - da UFPB, desenvolveu um selo comemorativo para esse marco. Além do selo gráfico, a equipe de divulgação da OSUFPB tem ampliado a produção de quadros especiais para o Instagram, que são:

1. Glossário OSUFPB: por meio de *cards*<sup>8</sup>, o quadro pretende desmistificar termos desconhecidos pelo público para educar a plateia acerca da música sinfônica;
2. Eu e o meu instrumento: por meio de vídeos, os músicos que compõem o grupo da OSUFPB falam sobre a relação deles com os seus respectivos instrumentos;
3. Especial de 10 anos: por meio de vídeos, estão sendo produzidos episódios para uma série especial que pretende contar a história da OSUFPB e de personagens que fizeram parte desse processo, como o Maestro que regeu o primeiro concerto, Diretores de Centro, músicos da orquestra, etc.

Além destes quadros, em toda semana de concerto, são feitos vídeos com o Maestro ou Solista convidados para dar as informações necessárias ao público. Dessa forma, além de garantir a proximidade do público com os músicos que estarão no palco, também é passado o conhecimento necessário para formação de público para música sinfônica na Paraíba.

#### **4. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Dessa forma, o trabalho realizado pela equipe de divulgação da Orquestra Sinfônica da Universidade Federal da Paraíba se consolida como importante fonte de comunicação entre a orquestra, a mídia e a sociedade. Ou seja, essas atividades garantem o cumprimento da proposta de estreitar vínculos entre a orquestra e o seu

---

<sup>8</sup> Cards são imagens criadas com um determinado padrão de identidade visual alinhado ao perfil que apresenta um conteúdo sobre um único assunto.



Ciência e meio ambiente:  
urgências para o ensino  
de jornalismo

22º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo  
e IV Congresso de Jornalismo da Amazônia

**De 25 a 28 de Abril de 2023**

local: Universidade Federal do Amazonas (UFAM) - Manaus/AM



público, que engloba a comunidade universitária e também a comunidade externa à instituição.

Por meio das estratégias de divulgação do projeto, a OSUFPB atingiu uma parcela ainda maior de sua audiência nas redes sociais. No principal meio de divulgação da orquestra - o Instagram - o crescimento foi considerável. Em 6 meses de projeto, a página oficial recebeu cerca de 1.121 novos seguidores. O perfil, que, no início de agosto de 2022 contava com 879 seguidores, atingiu, no final de fevereiro de 2023, a marca de 2.000. Também como resultado, a procura pelos concertos cresceu, chegando a lotar a Sala Radegundis Feitosa por vários concertos seguidos.

Todo esse trabalho, além de aumentar significativamente o fluxo informacional deste equipamento cultural, funciona como um registro histórico das atividades realizadas pela orquestra. Além disso, o projeto contribui com a qualificação profissional dos estagiários, que diariamente têm a oportunidade de ter contato direto com a prática jornalística, e, de forma mais específica, com a assessoria de comunicação e o jornalismo cultural.



Ciência e meio ambiente:  
urgências para o ensino  
de jornalismo

22º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo  
e IV Congresso de Jornalismo da Amazônia

De 25 a 28 de Abril de 2023

local: Universidade Federal do Amazonas (UFAM) - Manaus/AM



## REFERÊNCIAS

FERRARETTO, E.; FERRARETTO, L. **Assessoria de imprensa: teoria e prática**. São Paulo: Summus, 2009.

GÖSSLING, Stefan; SCOTT, Daniel; HALL, C. Michael. **Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19**. *Journal of Sustainable Tourism*, v. 29, n. 1, p. 1-20, 2020. Disponível em: <<https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708>>. Acesso em: 21 de Março de 2023.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

LADEIRA, Carolina. **Assessoria de Imprensa para Televisão: um estudo de caso do setor de relações com a imprensa da rede globo de televisão**. 69 pág. Monografia apresentada no Curso de Comunicação Social - Jornalismo, UFRJ, Rio de Janeiro, 2009. Disponível em: <<https://pantheon.ufrj.br/bitstream/11422/2288/1/CLADEIRA.pdf>>. Acesso em 21/03/2023.

MAFEI, Maristela. **Assessoria de Imprensa, como se relacionar com a mídia**. São Paulo: Contexto, 2005.