

Comunicação e festivais de música: uma breve reflexão sobre a atuação em favor da sustentabilidade ambiental¹

Amanda Letícia Pies²

Andréia Silveira Athaydes³

Universidade Federal de Santa Maria - UFSM

RESUMO

O presente estudo objetiva promover uma reflexão acerca da atuação da comunicação estratégica em festivais de música para mobilização social frente à sustentabilidade ambiental. Para isso, emprega como metodologia a pesquisa bibliográfica (GIL, 2002) sobre os temas de festivais de música, a partir de Pereira (2016) e Batoco (2021), sustentabilidade ambiental, a partir de Bueno (2012), e comunicação como estratégia de mobilização social a partir de Henriques (2007), Peruzzo (2007) e Grunig (2011). Por fim, tem-se como resultado uma análise reflexiva a respeito da relação entre essas temáticas e as possibilidades na área da comunicação.

PALAVRAS-CHAVE

Comunicação; Festivais de Música; Sustentabilidade Ambiental; Mobilização Social; Relações Públicas.

INTRODUÇÃO

O presente trabalho busca trazer uma reflexão sobre a potencialidade da atuação da comunicação em festivais de música no que tange a mobilização a respeito de causas socioambientais. O objetivo geral da pesquisa é refletir sobre como a atuação estratégica da comunicação em festivais de música pode mobilizar causas sociais, expandido o objetivo destes eventos para além dos limites do entretenimento.

O procedimento metodológico a ser utilizado neste trabalho é o de pesquisa bibliográfica que, segundo Gil (2002), pauta-se em estudar os conceitos integrantes da pesquisa para aprofundar os conhecimentos a respeito, a partir de materiais já

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Cultura Pop e comunicação - GT08SU, evento integrante da programação do 24º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 3 a 5 de julho de 2025.

² Estudante de Graduação do 7º semestre de Comunicação Social - Relações Públicas na UFSM. E-mail: amanda.pies@acad.ufsm.br

³ Professora do curso de Relações Públicas na UFSM. E-mail: andreia.athaydes@ufsm.br

publicados. Para tal, aborda a temática de festivais de música a partir do pensamento de Pereira (2016) e Batoco (2021); sustentabilidade ambiental a partir de Bueno (2012); e comunicação como estratégia de mobilização social a partir de Henriques (2007), Peruzzo (2007) e Grunig (2011).

Neste recorte, serão discutidas as noções conceituais dessa temática para provocar reflexão sobre possibilidades de atuação para a área da comunicação em prol da sustentabilidade ambiental em festivais de música. Futuramente, essa pesquisa será aprofundada com estudo de casos de festivais de música que realizam ações sustentáveis e as características de suas estratégias de comunicação.

Festivais de Música

Festivais de música são eventos culturais com foco na música ao vivo, geralmente reúnem apresentações de diversos artistas, podendo ser organizados em torno de determinados gêneros musicais ou finalidades mercadológicas. Na contemporaneidade, eles ocupam um lugar de destaque no que diz respeito ao entretenimento, sendo responsáveis por movimentar diversas pessoas, ser palco das mais diversas atrações musicais, funcionar como um estande mercadológico para várias marcas e gerar momentos únicos para aqueles que os presenciam, gerando impactos econômicos, sociais e culturais. Com o cenário pós-pandêmico, os festivais de música tiveram um *boom* no mercado e estão sendo uma parte fundamental da participação cultural no Brasil.

Para Pereira (2016), os festivais têm uma importância crucial no que diz respeito à conexão entre indivíduos e formação de comunidades, pois geram um senso único de pertencimento entre aqueles que estão ali presentes. Dessa maneira, entende-se que os festivais de música podem funcionar como um espaço cultural com objetivos além de entretenimento. Além disso, para o autor, os festivais são historicamente conhecidos como um espaço de participação cultural e social, ou seja, desempenham papel fundamental nas dinâmicas sociais da atualidade.

Os festivais de música são um espaço que favorecem a abordagem de diversas causas e ativismos, uma vez que a espetacularização de determinados temas tende a ser bem recebida pelo público, o qual se mostra mais sensível a certas questões. Isso

porque, como proposto por Batoco (2021), são um ambiente de experiências, no qual a música ao vivo é capaz de criar uma atmosfera e senso de comunidade únicos.

Sustentabilidade ambiental

O conceito de sustentabilidade surgiu em 1987, a partir do Relatório de Brundtland, ou Nosso Futuro Comum, criado pela Comissão Mundial para o Ambiente e Desenvolvimento, definindo sustentabilidade como a capacidade de atender as demandas atuais sem prejudicar as futuras gerações. A noção de sustentabilidade também abrange as concepções sociais e econômicas, no entanto, este estudo dará ênfase ao pilar ambiental, uma vez que tem se tornado cada vez mais urgente debater acerca das questões socioambientais, dado que o planeta enfrenta uma crise ambiental grave (PNUMA, 2025) e é necessário que sejam tomadas medidas para que seus efeitos sejam minimizados. O desenvolvimento sustentável é fundamental para que a sociedade possa progredir, uma vez que com os avanços da humanidade é preciso zelar pelo mínimo impacto ambiental possível. Desse modo, é necessária responsabilidade ambiental para que o desenvolvimento da sociedade ocorra de forma harmônica com as necessidades ecológicas. Nesse sentido, ter responsabilidade ambiental é uma forma das organizações priorizarem o desenvolvimento econômico em conjunto com as necessidades ambientais, de forma a preservar a humanidade e o planeta.

Na perspectiva de Bueno (2012), a sustentabilidade é um pilar essencial a ser adotado pelas instituições e, segundo ele,

(...) precisa incorporar uma perspectiva política, buscando mobilizar, conscientizar além de informar sobre conceitos e processos porque, fundamentalmente, este é o papel que pode desempenhar para alterar o cenário desfavorável (...) (Bueno, 2012, p. 06)

Assim, frente aos diversos dilemas ambientais ocorridos nos últimos tempos, é de extrema importância que as organizações, além de adotarem medidas para minimizar os seus impactos ambientais, realizem ações para incentivar o debate e ativismo frente a essa problemática.

A comunicação como estratégia de mobilização social

Frente a esse cenário de crise ambiental, a comunicação surge como uma aliada para unir os festivais à perspectiva sustentável. Com a atuação estratégica da comunicação, é possível avançar ainda mais no que concerne a compreensão das

melhores formas para atingir o público com ações de conscientização ambiental e abordar tais questões.

Segundo Henriques (2007), a comunicação exerce um papel chave no âmbito da mobilização social, através da promoção do reconhecimento e da importância dos movimentos sociais. Para ele, a comunicação deve incentivar a participação dos públicos, além de, no processo de mobilização social, cumprir com os objetivos de disseminar informações, fortalecer o sentimento de coletividade, preservar e guardar memórias do movimento e inventar maneiras de o público se identificar com a causa desejada.

Para Peruzzo (2007), a comunicação faz parte do processo de construção da cidadania. Assim, considerando o princípio da sustentabilidade ambiental, as estratégias de comunicação devem estar alinhadas com os princípios do desenvolvimento sustentável, de modo a sensibilizar o público para tais questões e engajá-lo com a causa.

Grunig (2011) complementa o pensar das estratégias de comunicação e relações públicas como participantes da transformação social. Segundo o autor, as relações públicas são uma parte fundamental da gestão ética e transparente das organizações, intrinsecamente relacionadas à responsabilidade social. Para ele, o pensar social é essencial para a construção dos relacionamentos das organizações com os públicos, isto é, é preciso que ele seja considerado pela comunicação, pois é uma parte integrante da organização.

Nessa perspectiva, as organizações devem estar atentas às demandas sociais que as cercam, com a comunicação desempenhando um papel fundamental em favor das questões que a envolvem. Além de difundir informações, a comunicação pode utilizar de suas estratégias para engajar a comunidade e disseminar o senso de coletividade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Considerando as contribuições teóricas a respeito de festivais de música, sustentabilidade ambiental e comunicação para a mobilização social, compreende-se que esses três conceitos podem formar uma aliança e funcionar como aliados. Os festivais de música devem ser encarados como eventos com objetivos para além de somente o entretenimento, tendo em vista que eles desempenham um papel importante no que diz respeito ao estímulo de emoções, promoção do senso de pertencimento e fortalecimento da coletividade. Desse modo, constituem-se como um espaço propício

para abordagem de temáticas de relevância social e estímulo de debates e interesse no público. Nesse contexto, as questões socioambientais, por serem de extrema urgência e importância, são uma possibilidade de serem abordadas em eventos culturais, para que seja estimulado o debate e ativismo a seu respeito.

Assim, a comunicação dos festivais de música deve considerar os preceitos de mobilização social e sua comunicação deve ser pautada no engajamento e sensibilização do público. A comunicação que vise atingir o público de maneira a conscientizá-lo sobre as questões ambientais, deve considerar a capacidade de transformação social do campo e pensar na melhor maneira de levar o público a refletir e se engajar a respeito.

Nessa perspectiva, denota-se que, os festivais de música, ao utilizarem a comunicação - para a mobilização social - de maneira estratégica, são aliados da transformação social, capazes de gerar debates e promover reflexões sobre a sustentabilidade ambiental, assim estabelecendo uma aliança sinérgica. A comunicação, nesse cenário, exerce um papel fundamental na transformação da sociedade, impactando o pensar e gerando mobilização social e transformação.

REFERÊNCIAS

BATOCO, Sara Raquel Vinagre. **A comunicação Integrada em festivais de música: o caso Rock in Rio**. Dissertação (Mestrado em Gestão Estratégica das Relações Públicas) - Escola Superior de Comunicação Social, Lisboa, 2021. Disponível em: <https://www.academia.edu/download/88462425/481353794.pdf>. Acesso em: 10 mai. 2025.

BUENO, Wilson da Costa. Comunicação e sustentabilidade: aproximações e rupturas. **Razón y Palabra**, n. 79, maio-julho, 2012. Disponível em: http://www.razonypalabra.org.mx/N/N79/M79/05_Costa_M79.pdf. Acesso em: 10 mai. 2025.

BOFF, Leonardo. **Sustentabilidade: o que é - o que não é**. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2016.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo, SP: Atlas, 2002.

GRUNIG, E James. Definição e posicionamento das Relações Públicas. In: GRUNIG, E James; FERRARI, Maria Aparecida; França, Fábio. **Relações Públicas. Teoria, Contexto e Relacionamentos**. Cidade: Difusão; 2ª edição, 2011. p.01- 11.

HENRIQUES, Márcio Simeone (Org.). **Comunicação e estratégias de mobilização social**. 2. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2007.

VIANA, Gilvana. *O boom dos festivais de música no Brasil*. Casa Black, 2024. Disponível em: <https://casablack.cc/feel/o-boom-dos-festivais-de-musica-no-brasil/>. Acesso em: 10 mai. 2025.

PERUZZO, Cicilia MK. Cidadania, comunicação e desenvolvimento social. **Relações públicas comunitárias: a comunicação em uma perspectiva dialógica e transformadora**. São Paulo: Summus, p. 45-58, 2007.

PEREIRA, João Pedro Gaspar Lopes. *Where the Things Always Happen: Um estudo sobre festivais de música e desenvolvimento local*. Dissertação (Mestrado em Sociologia) - Universidade do Porto, 2016. Disponível em: [Where the Things Always Happen: Um estudo sobre Festivais de Música e Desenvolvimento Local](#). Acesso em: 10 mai. 2025.

PROGRAMA DAS NAÇÕES UNIDAS PARA O MEIO AMBIENTE. **Relatório anual 2024**. Nairobi: PNUMA, 2024. Disponível em: <https://www.unep.org/resources/annual-report-2024>. Acesso em: 10 mai. 2025.