



## **Departamento de Comunicadores do MTG: instalação de uma linha de comunicação institucional em entidade sócio-cívica-cultural sem fins lucrativos<sup>1</sup>**

Noele Bolzan DUARTE<sup>2</sup>

Aline ALVARENGA<sup>3</sup>

Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS

### **1. APRESENTAÇÃO**

O presente trabalho trata de um planejamento de comunicação institucional construído para o Movimento Tradicionalista Gaúcho (MTG) do Rio Grande do Sul, visando a instalação do Departamento de Comunicadores do MTG. O planejamento foi executado no período compreendido entre julho e dezembro de 2007, sendo que a Equipe Diretiva do MTG contribuiu para a construção do diagnóstico e optou por desenvolver o planejamento de comunicação proposto.

### **2. OBJETIVOS**

Instalar o Departamento de Comunicadores do Movimento Tradicionalista Gaúcho (MTG/ Rio Grande do Sul); Motivar a definição de uma linha de comunicação institucional no MTG; Difundir informações; Fornecer elementos de identificação com o MTG e oportunidades de aplicação de conhecimento e aquisição de experiências a universitários.

### **3. JUSTIFICATIVA**

O Movimento tradicionalista Gaúcho -MTG- é uma sociedade civil sem fins lucrativos que se dedica à preservação, resgate e desenvolvimento da cultura gaúcha, por entender que o tradicionalismo é um organismo social de natureza nativista, cívica, cultural, literária, artística e folclórica, conforme descreve simbolicamente seu Brasão de Armas, com as sete folhas do broto, que nasce do tronco do passado.

A administração do MTG do Rio Grande do Sul -sendo que existem MTGs em outros estados do Brasil e que neste trabalho tratamos do MTG do Rio Grande do Sul- constitui-se atualmente por Conselheiros Efetivos e por Conselheiros Suplentes -os quais compõem o Conselho Diretor-, pelas Coordenadorias Regionais das trinta Regiões Tradicionalistas e por Conselheiros da Junta Fiscal, sem qualquer remuneração. Todos dedicam-se graciosamente para que o MTG tenha condições de atingir seus objetivos, que estão pautados no de congregar os Centros de Tradições Gaúchas e entidades afins, e preservar o núcleo da formação gaúcha, cuja filosofia é decorrente da Carta de Princípios.

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao Expocom 2008, na categoria D- Relações Públicas, modalidade Produto Terceiro Setor, como representante, na categoria, da Universidade Federal de Santa Maria.

<sup>2</sup> Estudante do 7º. Semestre do Curso de Comunicação Social habilitação Relações Públicas da Universidade Federal de Santa Maria, email: noeleduarte@hotmail.com.

<sup>3</sup> Professora Orientadora do trabalho.



Apesar de ter seu estatuto aprovado em 28 de outubro de 1966 e de, atualmente, congregar mais de 1500 entidades tradicionalistas, até o ano de 2007, o MTG não possuía atividades de comunicação institucional formalizadas, detinha, sim, atividades relacionadas às de assessoria de imprensa e veículos de comunicação: o *Jornal Eco da Tradição* (periodicidade mensal) e o *site mtg.org.br*. Com tais veículos de comunicação dirigida, sem que esses atingissem a maioria dos tradicionalistas, o Movimento acabava por não ter controle sobre o fluxo de informações da instituição e, sendo assim, não as potencializava. A partir disso, entendemos a pertinência e a necessidade do estabelecimento de uma linha de comunicação institucional no MTG e, no ano de 2007, através da execução de um planejamento de comunicação institucional, demos os primeiros passos no sentido de efetivá-la.

Nesse contexto, concordamos que

a comunicação para mobilização deve se propor a orientar os indivíduos em seus espaços de interação, ou mesmo criar ambientes, onde as relações e as interações ocorrerão através do diálogo livre entre os sujeitos, e o conhecimento será apreendido e reelaborado através dos próprios contextos da comunidade. (HENRIQUES apud ROTONDARO, 2004, p. 5).

Dessa forma,

é necessário um esforço permanente para colocar as suas questões principais no campo dos valores, dos elementos simbólicos com os quais as comunidades operam, em constante atenção para com os múltiplos significados que orientam a vida das comunidades, esforço tal que os grupos constituídos para a ação e suas lideranças podem empreender estrategicamente (HENRIQUES; MAFRA, 2002, p. 2).

Castells (1999, p.22) afirma que “a comunicação pode dinamizar a mobilização e potencializar os movimentos, para que estes não se tornem simples seqüências de ações e reações desarticuladas de pouca representatividade” onde as pessoas devem sentir-se parte do movimento e abraçar sua causa.

A partir disso, um plano de relações públicas é de extrema relevância porque possibilita orientar e formalizar objetivos a serem alcançados, a partir de um diagnóstico. É o elemento-chave que serve como instrumento de controle -permitindo a correção de possíveis mudanças de cursos de ação e ajustes- além de evitar a improvisação. No caso do MTG, o planejamento de comunicação justifica-se pela necessidade de se implantar um sistema de gerenciamento do fluxo de informações e potencializar as ações do Movimento.

É pertinente destacar que consta no Planejamento Estratégico do MTG a formação, até o ano de 2006, de “Comissões de Comunicação”. Nesse sentido, havia uma predisposição, por parte da organização, pela existência de atividades de comunicação além da assessoria de imprensa.

Através da participação em atividades do MTG em diferentes locais do Rio Grande do Sul, e mesmo interagindo e observando o comportamento, maneiras de vestir e hábitos dos universitários da Universidade Federal de Santa Maria pudemos observar a existência de acadêmicos simpatizantes do tradicionalismo gaúcho dispostos a atuarem no MTG como forma de aplicação de conhecimento e aquisição de experiências. Dessa forma buscamos, no planejamento de comunicação institucional,



incluir acadêmicos na formação dos Departamentos de Comunicadores, cuja descrição faremos no decorrer deste trabalho, visto que faz parte das técnicas/estratégias utilizadas.

#### 4. MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Construímos o planejamento de comunicação institucional para a formação do Departamento de Comunicadores do MTG a partir de um diagnóstico baseado na observação, na análise de documentos da instituição tais como documentos descritivos, publicações e planejamento estratégico, e no diálogo com suas lideranças.

Optou-se por definir o público segundo a teoria de Fábio França (FRANÇA, Fábio. **Públicos – como defini-los e identificá-los em uma nova visão estratégica.** São Caetano do Sul/SP: Difusão Editora, 2004.), trabalhando-se com a classificação de público prioritário e determinando as expectativas do Departamento de Comunicadores para com esses:

##### PÚBLICO PRIORITÁRIO

**Conselheiros Honorários, Conselheiros Beneméritos, Presidente, Vice-presidentes, Chefes de Departamento, Coordenadores Regionais e Prendas e Peões do Rio Grande do Sul**

Adesão às propostas do Departamento de Comunicadores do MTG, disponibilização de recursos estruturais, concessão de informações em nível satisfatório, disponibilidade em conceder contatos e manter relacionamento com o Departamento de Comunicadores, defesa de interesses comuns, transmissão de idéias e sugestões, mobilização para formação dos Departamentos Regionais de Comunicadores, respeito dos prazos estabelecidos.

A ação inicial foi a formação do grupo gerenciador das atividades de comunicação, o qual chamamos de Departamento Central de Comunicadores, que ficou constituído com os seguintes recursos humanos: Prof. Dilmar Paixão, conselheiro do MTG e diretor do Departamento Central de Comunicadores, Noele Bolzan Duarte, acadêmica do Curso de Comunicação Social habilitação Relações Públicas da Universidade Federal de Santa Maria, Andressa Domanski, acadêmica do Curso de História da Universidade Regional Integrada- URI Campus Santo Ângelo, José Aldomar de Castro, conselheiro do MTG e radialista.

A partir da formação do Departamento Central de Comunicadores, composto propositalmente por indivíduos residentes em diferentes cidades do Rio Grande do Sul, passou-se a motivar a formação dos Departamentos Regionais de Comunicadores nas trinta Regiões Tradicionalistas que compõem o MTG, de modo que estes deveriam ser formados por, pelo menos, um jornalista ligado ao tradicionalismo, um radialista profissional ligado ao tradicionalismo, um acadêmico de jornalismo ou relações públicas e um acadêmico de qualquer área do conhecimento ligado ao tradicionalismo. A data sugerida para formação, em Ato Administrativo do Coordenador da respectiva Região Tradicionalista, dos Departamentos Regionais de Comunicadores foi dia 11 de setembro de 2007 e, a posse oficial, no dia do gaúcho, 20 de setembro de 2007.

Como estratégias do planejamento citamos:

- Construção de *mailling-list* do Departamento Central de Comunicadores;
- Apresentação do Departamento de Comunicadores em Encontro de Conselheiros e Coordenadores, que ocorreu no dia 07 de julho de 2007, na sede do MTG, em



Porto Alegre, Rio Grande do Sul. É pertinente salientar que, inicialmente, aproveitamos as oportunidades oferecidas pela calendarização de eventos do MTG, de forma a manter sempre presente a pauta “Departamento de Comunicadores” e para não ser necessário deslocamento das lideranças do Movimento para fins específicos de atividades do Departamento de Comunicadores, considerando que tais lideranças encontram-se geograficamente dispersas pelo Rio Grande do Sul;

- Envio de mala-direta - enviamos uma mala-direta para os endereços de *e-mail* do *mailling* interno, com pedido de confirmação do recebimento. Dessa forma, soubemos quem utiliza o *e-mail* como forma de se comunicar e, a partir disso, definimos os meios de comunicação mais eficazes para a transmissão de informações;
- Produção do *newsletter* do Departamento de Comunicadores - Produzimos *newsletters* com questões que abrangem a temática da cultura gaúcha e notícias do Departamento de Comunicadores do MTG. O boletim é chamado de *e-Chasque*, denominação que faz conotação, através dos caracteres *e-* à internet e *e-mail*, ou seja, à forma como será enviado. Já o termo *Chasque* indica, na linguagem regional, recado, mensagem;
- Promoção do VI Encontro de Comunicadores da Cultura Gaúcha - Na década de 1980 foram realizados Encontros de Comunicadores da Cultura Gaúcha. Em 2007, retomou-se a realização de tal evento. Este transcorreu no dia 28 de agosto de 2007, paralelamente à 72ª Convenção Tradicionalista, evento que é realizado anualmente e conta com grande participação de tradicionalistas e, ainda, com a presença obrigatória das lideranças do MTG. Nesse momento apresentamos, através de *ppt*, a estrutura e propostas do Departamento de Comunicadores do MTG, incitamos as Regiões Tradicionalistas a constituírem os Departamentos Regionais de Comunicadores e, principalmente, fizemos um mapeamento dos espaços na mídia nos quais o MTG poderia veicular notícias;
- Publicação de artigos no Jornal Eco da Tradição - Como fez-se constar anteriormente, o Eco da Tradição é a publicação oficial do MTG. Nesse sentido, inserimos notícias nas suas edições mensais, tratando de temas de interesse do Departamento de Comunicadores.

Quanto aos meios de comunicação utilizados para a concretização das estratégias planejadas, optamos por defini-los previamente, havendo constante complementação do *mailling*, e por classificá-los conforme a teoria de Norval Baitello Junior (BAITELLO, N. **O tempo lento e o espaço nulo. Mídia primária, secundária e terciária.** In: NETO, Antônio Fausto et al. (Orgs.). *Interação e Sentidos no Ciberespaço e na Sociedade.* Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001.), de maneira que tivemos inicialmente, como Mídia primária: explicações em reuniões, encontros e eventos oficiais do MTG;

Mídia secundária: Jornal Eco da Tradição;

Mídias terciárias: *Site* do MTG ([www.mtg.org.br](http://www.mtg.org.br)), Boletim Eletrônico *e-Chasque*, *sites* que tenham conotação com a cultura gaúcha, tais como:

[www.geocities.com/primeiraregiaors.br](http://www.geocities.com/primeiraregiaors.br)

[www.portaldogaicho.com.br](http://www.portaldogaicho.com.br)

[www.chasquepampeano.com.br](http://www.chasquepampeano.com.br)

[www.raizesdosul.com.br](http://www.raizesdosul.com.br)

[www.tradicao.pampasonline.com.br](http://www.tradicao.pampasonline.com.br)

[www.clicrbs.com.br/rodadechimarrao](http://www.clicrbs.com.br/rodadechimarrao)

[www.coxixogaicho.com.br](http://www.coxixogaicho.com.br)



[www.desgarradosdaquerencia.com.br](http://www.desgarradosdaquerencia.com.br)  
[www.valdemargauderio.hpg.com.br](http://www.valdemargauderio.hpg.com.br)

Por sua vez, o método de avaliação definido foi *feedback* obtido da equipe diretiva do MTG, observação do engajamento dos Departamentos Regionais de Comunicadores através da participação numérica nos encontros e nível de interatividade durante o período que compreendeu a execução das estratégias, ou seja, de julho a dezembro de 2007 e *clipagem* das publicações na mídia do Rio Grande do Sul.

Em 2008 está sendo dada seqüência às atividades do Departamento de Comunicadores do MTG, e sendo feito um planejamento para o período, na medida em que o planejamento de comunicação institucional que descrevemos neste trabalho, construído e realizado em 2007, corresponde à fase de instalação e estruturação do Departamento. O planejamento para 2008 corresponderá a um segundo momento, o de legitimação e expansão.



## REFERÊNCIAS

BAITELLO, N. **O tempo lento e o espaço nulo. Mídia primária, secundária e terciária.** In: NETO, Antônio Fausto et al. (Orgs.). *Interação e Sentidos no Ciberespaço e na Sociedade.* Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede – a era da informação: economia, sociedade e cultura.** Vol 1. 5. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

FORTES, Waldyr Gutierrez. **Relações Públicas: processo, funções, tecnologia e estratégias.** 2. ed. São Paulo: Summus, 2003.

FRANÇA, Fábio. **Públicos – como defini-los e identificá-los em uma nova visão estratégica.** São Caetano do Sul/SP: Difusão Editora, 2004.

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

HENRIQUES, Márcio Simeone; MAFRA, Rennan Lanna Martins. **Estratégias comunicativas para a ação co-responsável: um estudo de caso** - capturado do site <<http://www.fafich.ufmg.br/~larp/mobiliza2001/sipec1.htm>> Disponibilizado em 28 de março de 2008.

KUNSCH, Margarida Krohling. **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada.** 4. ed. São Paulo: Summus, 2003.

ROTONDARO, Maria Angélica M. **A comunicação na governança social para Municípios sustentáveis - estudo de caso** – capturado do site <<http://reposcom.portcom.intercom.org.br>>. Disponibilizado em 28 de março de 2008.

<http://www.mtg.org.br>. Acesso em 15 de agosto de 2007, 13h50min.



## APÊNDICE A- Fotografia do VI Encontro de Comunicadores da Cultura Gaúcha. Passo Fundo, RS, 28 de agosto de 2007.



## APÊNDICE B- Imagem capturada do *newslwttter* e-Chasque número 3 de 2007.

