



Relatos de uma Assessoria Artesanal Especializada no Terceiro Setor¹

Kaetlyn Ferreira FOCKINK²

Jamylle de Assunção LIMA³

Rosane ROSA⁴

Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS

RESUMO

A atuação das Relações Públicas dificilmente é mensurada em organizações do Terceiro Setor, visto que ainda é pouco explorada por tais instituições. Porém, sabe-se que as RP exercem papel fundamental no aperfeiçoamento dos fluxos comunicacionais. Neste sentido, este artigo traz relatos de uma experiência prática de assessoria artesanal especializada no Terceiro Setor, cujo principal objetivo era criar vínculos entre ONG e Relações Públicas comunitárias através da realização de eventos direcionados aos públicos de interesse da organização.

PALAVRAS-CHAVE: cidadania; assessoria de eventos; terceiro setor; relações públicas comunitárias.

INTRODUÇÃO

O presente trabalho versa sobre a temática da comunicação comunitária e da cidadania, perpassando a atuação das Relações Públicas na consolidação da educomunicação, especificamente no âmbito do Terceiro Setor. Para isso, definiu-se uma Organização Não-Governamental – a ONG CEDEDICA (Centro de Defesa dos Direitos da Criança e do Adolescente) – de Santa Maria/RS. O objetivo do trabalho é, pois, identificar a forma de atuação das Relações Públicas nesta organização e, deste modo, trazer um relato sobre as experiências na organização de eventos realizados pela ONG CEDEDICA durante o primeiro semestre do ano de 2011.

A metodologia utilizada foi, inicialmente, a observação participante e dialógica, no sentido de instigar a interação dos profissionais que trabalham na ONG. Assim, visou-se a otimizar os fluxos de comunicação através de maior interação e colaboração dos membros para a melhoria das atividades desenvolvidas.

Além disso, utilizou-se de revisão bibliográfica a fim de fundamentar teoricamente a temática abordada. A conceituação histórica acerca da cidadania e dos Direitos Humanos fundamentou-se nos autores Marshall (1967) e Bobbio (1992). Já

¹ Trabalho apresentado no IJ 7 – Comunicação, Espaço e Cidadania do XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 31 de maio a 2 de junho de 2012.

² Estudante de Graduação. 7º semestre do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Relações Públicas da UFSM, e-mail: k_fockink@hotmail.com

³ Estudante de Graduação. 7º semestre do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Relações Públicas da UFSM, e-mail: jamylle.rp@gmail.com

⁴ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Comunicação Social da UFSM, email: rosane.rosa@terra.com.br



para a abordagem sobre a importância da cidadania no âmbito da comunicação buscou-se aporte, principalmente, em Kunsch (2007) e Peruzzo (2007).

Considera-se, pois, que a importância deste trabalho está no fato de que o terceiro setor é uma área ainda pouco explorada pela comunicação. Neste sentido, é fundamental a atuação das Relações Públicas no cenário das Organizações Não-Governamentais.

Para fins de organização, o trabalho está dividido em duas partes: na primeira delas, traz-se uma abordagem teórica a fim de fundamentar conceitualmente o campo da comunicação na efetivação da construção da cidadania. Na segunda parte é elaborado um relato acerca das atividades desenvolvidas na ONG CEDEDICA. Neste sentido, o foco estará nas experiências vivenciadas por duas acadêmicas de Relações Públicas da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) no contexto da ONG em questão.

O PAPEL DA COMUNICAÇÃO NA DEFESA DOS DIREITOS DOS CIDADÃOS

A noção de cidadania, considerada o cerne do discurso da modernidade, surge juntamente com a lógica do Estado Moderno, tendo a Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão como marco do reconhecimento dos direitos humanos. Com a emergência da sociedade civil moderna, alguns direitos fundamentais dos homens são reconhecidos, fazendo com que “os súditos se tornassem cidadãos” (BOBBIO, 1992).

A cidadania, numa visão clássica, ocorre em três níveis de direitos: os civis, os políticos e os sociais. Enquanto o elemento civil compreende os direitos necessários à liberdade individual – como a liberdade de ir e vir, liberdade de pensamento e expressão, liberdade de imprensa –, os direitos políticos correspondem à participação no exercício do poder político, como o direito de votar e ser votado. Os direitos sociais, por fim, relacionam-se às condições de civilidade do ser humano, como o direito à educação, ao trabalho e à saúde (MARSHALL, 1967). Assim, os direitos constitutivos da cidadania passam a ser considerados fatores de nivelamento entre os indivíduos, uma vez que são baseados no princípio da igualdade perante a lei, adquirindo, desta forma, o atual caráter de universalização.

Na atualidade, duas abordagens principais ilustram a temática cidadã: a cidadania corporativa e a cidadania planetária. A primeira, também chamada de “cidadania empresarial”, se refere à elaboração de iniciativas privadas que, direta ou indiretamente, trazem benefícios à sociedade em geral. Segundo Kunsch (2007:70), “a importância que as organizações assumem na sociedade globalizada e as novas exigências sociais que lhes são postas obrigam-nas a se posicionar de forma diferente do passado, quando o



foco estava só no negócio e no lucro”. Neste contexto, questões como responsabilidade social, preservação do meio ambiente, projetos sociais/culturais, sustentabilidade, saúde e bem-estar, ética e direitos humanos têm de fazer parte do dia-a-dia das organizações.

Já a cidadania planetária, preconizada pelos movimentos da sociedade civil global – como manifestações no espaço público que defendem interesses específicos e ganham destaque na mídia –, surge com vistas a se opor à globalização autoritária e assimétrica que atinge as sociedades menos favorecidas. Desta forma,

a organização desses agentes que integram a sociedade civil organizada, como movimentos sociais, ONGs, associações, ativistas, grupos de interesses e de pressão, redes sociais, comunidades virtuais, etc., possibilita uma mobilização social em torno de objetivos comuns e em defesa dos direitos humanos e da cidadania, que ultrapassam as fronteiras nacionais. Daí assumirem um caráter de cidadania planetária (KUNSCH, 2007:67).

É importante ressaltar, porém, que a existência de direitos básicos constitutivos da cidadania não garante, na prática, a democratização dos mesmos. Segundo Marshall (1967:64), “a cidadania enquanto igualdade básica de participação na sociedade se viabiliza através da concretização de direitos”. Nesse sentido, as políticas públicas surgem como alternativa e esperança dos cidadãos em resposta à sociedade capitalista, uma vez que desarticulam e estabilizam tensões entre a lógica do consumo exacerbado e a falta de acesso sequer aos direitos básicos dos cidadãos. Em suma, pode-se dizer que as políticas públicas contribuem para a consolidação da cidadania. Contudo, no atual cenário consumista, que acaba por acentuar ainda mais as desigualdades econômicas, sociais e, inclusive, culturais, é árduo o processo para se alcançar uma sociedade genuinamente democrática e cidadã.

Daí a importância de ações – inclusive por parte das organizações privadas – que visem ao bem comum da sociedade em geral. Segundo Kunsch (2007), o desenvolvimento da sociedade atual não mais está marcado pela separação do público e do privado, e sim por uma convergência entre ambos. E é no âmbito da parceria entre público e privado que a área de comunicação e, essencialmente, as relações públicas devem fazer suas mediações.

Justamente com o objetivo de intervir na realidade social, visando a alcançar uma sociedade mais justa e democrática, é que os profissionais de comunicação social podem – e devem – vir a atuar. Políticas públicas baseadas nas comunicações autônomas e democráticas, que envolvam desde a comunicação popular-alternativa e



participativa até os meios massivos e de abrangência nacional constituem-se em elementos fundamentais ao processo de desenvolvimento da cultura, identidade e cidadania nacional (PERUZZO, 2007). Waldemar Kunsch (2007) afirma que a comunicação demonstra sua importância no processo de construção da cidadania ao passo que ajuda o homem a tornar-se sujeito. Peruzzo (2007:46) concorda e acrescenta: “a comunicação, por meio de seus variados processos, que incluem canais de expressão e o intercâmbio de informação e de saberes, bem como os mecanismos de relacionamento entre pessoas, públicos e instituições, desempenha papel central na construção da cidadania”. Portanto, a comunicação e a mídia, com um todo, são consideradas pilares centrais da promoção de visibilidade. Henriques (2007:96) vai além e afirma: “O que nas sociedades altamente midiáticas se impõe como novidade é o modo como os meios de comunicação alteram as formas de produção e difusão desse discurso e, por consequência, assumem um papel central para a ação coletiva”.

É importante, porém, que a comunicação não passe a ser considerada somente objeto de promoção de visibilidade e/ou disseminação de informações através da mídia em geral, pois a comunicação é, na verdade, muito mais do que isso. Peruzzo (2007) afirma que a participação ativa da sociedade e, principalmente, o acesso aos canais de comunicação tornam-se fundamentais para o exercício da cidadania.

Já Kunsch (2007) defende que “[...] os meios de comunicação direta, os veículos alternativos e a mídia impressa, eletrônica e digital devem ser acionados de forma articulada e bem pensada”, de forma que se dê visibilidade pública aos movimentos sociais e, ao mesmo tempo, sejam criados vínculos com os cidadãos, para que eles tenham não só acesso às informações, mas também considerem os meios de comunicação como formas legítimas de manifestações grupais. Ou seja,

significa considerar a mídia em posição central, ou por ser o principal canal de acesso dos cidadãos às informações ligadas à sua atuação, [...] ou por ser o principal instrumento de visibilidade de que podem dispor os atores para propor temas para a agenda pública e construção de vontades coletivas (MIGUEL apud HENRIQUES, 2007:99).

Não é de hoje que os meios de comunicação são considerados essenciais para a difusão de inovações visando à modernização da sociedade, à mudança de hábitos e à aceitação de novas ideias e tecnologias mais avançadas. Neste sentido, a “comunicação para a cidadania” (PERUZZO, 2007) vem à tona como uma proposta de desenvolvimento participativo, orgânico e comprometido com os interesses das



maiorias, contribuindo para uma “consciência social” (KUNSCH, 2007) que tem como foco os princípios e os valores da democracia e da cidadania. Assim,

a comunicação comunitária diz respeito a um processo comunicativo que requer o envolvimento das pessoas de uma “comunidade”, não apenas como receptoras de mensagens, mas como protagonistas dos conteúdos e da gestão dos meios de comunicação (PERUZZO *apud* CÉSAR, 2005: 82).

Com a busca pela democratização da cidadania e dos direitos dos cidadãos, emergem “outros segmentos que promovem diversas formas de luta pela conquista da cidadania, como as organizações não-governamentais e os grupos organizados que surgem no chamado terceiro setor” (KUNSCH, 2007:61). O poder de comunicação, até há pouco tempo extremamente centralizado e controlado pelos setores dominantes da sociedade, “passa a ser democratizado, embora não represente ruptura na estrutura da grande mídia.” (PERUZZO, 2007:52). Ainda assim, a chamada comunicação comunitária representa o movimento de cidadãos e o protagonismo da sociedade civil em prol da ampliação dos direitos de cidadania.

Conforme ressalta Wendhausen (2002), o surgimento das organizações não-governamentais no Brasil, em meados dos anos de 1960, proporcionou mudanças no cenário internacional em diversos aspectos sociais, tais como a economia, a política, as tecnologias e a cultura. Este novo contexto mundial gerou uma maior afirmação das grandes organizações e de empresas transnacionais, contudo, esse cenário também proporcionou às ONGs a conquista do espaço antes dominado somente pela esfera governamental. Além disso, tornaram-se recorrentes as mobilizações populares para reivindicação de questões sociais, as quais possibilitaram “um aumento do número de organizações que, diante deste quadro, se colocam como mediadoras” (ACIOLI, 2008, p. 10).

As ONGs, caracterizadas como organizações sem fins lucrativos e sem vínculos com o governo, são complementares a ação do Estado no que diz respeito às demandas sociais. Por serem destinadas a suprir às diversas necessidades da sociedade, auxiliam o poder governamental na busca da resolução dos anseios desses indivíduos. Seguindo nesse pensamento, Wendhausen (2007) complementa que as ONGs, quando de seu surgimento, eram conectadas aos movimentos sociais, objetivavam promover a cidadania através da conquista do acesso aos bens de consumo e da democracia nos âmbitos político e cultural. Somente nos anos de 1990 o terceiro setor se expandiu e



diversificou sua atuação, buscando ações distintas, como preservação ambiental, educação, direitos sociais e saúde. Tenório (2005) ratifica as características e os objetivos das organizações não-governamentais:

As ONGs não fazem parte do Estado, nem a ele estão vinculadas, mas se revestem de caráter público na medida em que se dedicam a causas e problemas sociais e em que, apesar de serem sociedades civis privadas, não tem como objetivo o lucro, e sim o atendimento das necessidades da sociedade. (TENÓRIO, 2005).

Segundo Henriques (2007), os movimentos sociais têm o desafio de estabelecer um relacionamento público – ou seja, defender seus interesses – e manter vínculos horizontais entre os atores mobilizados, visto que os conflitos são, de modo geral, característicos da esfera pública. Já Kunsch (2007:74) destaca os desafios de “trabalhar estrategicamente os processos comunicativos das organizações, na sensibilização da sociedade e da opinião pública, ao lado do poder político, administrativo e econômico [...]”. Dessa forma, a estratégia e a mobilização compreendem caráter importante na comunicação. Peruzzo destaca:

Especialmente as relações públicas têm o papel fundamental de facilitar o processo de ação coletiva, no que diz respeito tanto ao relacionamento interno, quanto às relações com os públicos de interesse externos, visando conquistar aliados e dar visibilidade pública às novas formas de realização (2007:16).

Assim, a construção da cidadania pode ser considerada o pilar das relações públicas comunitárias, que têm como base, teórica e prática, o trabalho comprometido com os interesses dos segmentos sociais organizados ou com o interesse público em geral, de tal modo que os discursos se voltem à qualidade de vida do homem em sua comunidade, na construção da cidadania (KUNSCH, 2007).

Andrade já destacava, em 1970, que as relações públicas deviam se fundar em um objetivo comum entre organização e seus públicos, para que ocorresse desta forma o desenvolvimento de ambos – instituição e comunidade à qual se pertence (ANDRADE *apud* KUNSCH, 2007). Assim, em 1980 as relações públicas passaram por uma transformação teórica e, principalmente, prática: os indivíduos começaram a se tornar mais conscientes na busca de uma sociedade mais justa, e as organizações passaram a exercer um novo papel na construção da cidadania, preocupando-se cada vez mais com a elaboração e efetivação de programas de cunho social. Segundo Kunsch,



o conceito de relações públicas comunitárias diz respeito, com propriedade, apenas ao trabalho realizado diretamente com a comunidade, dentro dela e em função dela, por profissionais que se integram nos grupos ou por profissionais orgânicos surgidos nos próprios grupos (KUNSCH *apud* KUNSCH, 2007: 112).

Neste cenário, “as ONGs, com suas estruturas mais horizontalizadas e priorizando propostas de intervenção social, habilitam-se como usuárias potenciais e beneficiárias do uso de técnicas de relações públicas na gestão de sua comunicação institucional” (UTSUNOMIYA *apud* KUNSCH, 2007:23). Henriques (2007:101), por sua vez, lembra-se da importância da visibilidade pública ao afirmar que “como qualquer tipo de organização contemporânea, os movimentos ou projetos mobilizadores necessitam posicionar-se publicamente e entrar no espaço de visibilidade definido pelo sistema da mídia, por meio da produção estratégica de enquadramentos”. Assim, é tarefa das relações públicas desempenhar papel central na construção desses enquadramentos, que se constituirão em referências que orientam as percepções dos públicos e estabelecem relações e vínculos efetivos e duradouros com eles.

Entretanto, é importante ressaltar que o trabalho de relações públicas, especificamente no chamado terceiro setor, deve ser diferenciado, visto que “[...] as peculiaridades socioeconômicas e as políticas das sociedades em desenvolvimento não podem ser tratadas apenas como fatores institucionais e processuais específicos, mas é preciso uma adaptação do conjunto de instrumentos da análise de políticas públicas às condições peculiares das sociedades em desenvolvimento” (FREY, 2000).

Para os profissionais de relações públicas que desejam atuar no terceiro setor, paciência e determinação são fundamentais, porque nele as conquistas ocorrem de forma lenta, difícil e sutil (ROQUE, 2007). O papel das relações públicas em uma organização não-governamental deve estar embasado na democratização de seus conhecimentos e na facilitação das ações coletivas, não devendo estar apenas na transmissão de informações, na mediação de relacionamentos e na resolução de conflitos. Neste sentido, Kunsch (2007) destaca que os profissionais de relações públicas têm de prever a inclusão de opções inovadoras. Para tanto, deve-se pensar na flexibilidade para a viabilização de novas inserções ou adaptações, visto que a comunicação, em geral, é considerada uma área dinâmica e interdisciplinar.

Segundo a perspectiva de Peruzzo (1993), tem-se que o trabalho das relações públicas comunitárias deve envolver iniciativas de mobilização social em busca da co-



responsabilidade, através de uma visão dialética e holística da realidade; deste modo, as organizações não-governamentais exigem projetos abertos, multidirecionais e participativos, para que, a longo prazo, a democratização da cidadania se consolide como algo tangível. Assim, atividades tradicionais de relações públicas – como assessoria, planejamento, execução e avaliação, organização e divulgação de eventos, dentre outras – devem ser elaboradas levando-se em consideração a realidade social em que se insere.

Em se tratando do exercício das relações públicas no meio comunitário – mais especificamente nas organizações não-governamentais – o profissional da área necessita direcionar seus esforços mais precisamente à organização e divulgação de eventos internos, bem como a projetos desenvolvidos através de patrocínio cultural de organizações públicas ou privados. Além disso, atividades de rotina do relações públicas, como acompanhar o andamento de publicações internas, contato com imprensa, agências de propaganda e elaborar pesquisas de opinião também integram as atividades em ONGs.

Os eventos são, certamente, uma parte importante e bastante recorrente no ambiente das organizações não-governamentais. Pelo fato de serem destinadas a suprir as necessidades sociais, as ONGs possuem uma demanda relevante de eventos em seus calendários anuais. Eventos podem ser explorados como estratégias das organizações para que se obtenha interatividade e proximidade com a comunidade.

A interatividade e a dialética presentes nesses eventos geram sentidos e formações discursivas mercadológicas e institucionais que são os motes usados para promover maior proximidade e identificação das organizações com seus públicos de interesse (FILHO *apud* KUNSCH, 2007:21).

É pertinente que busquemos compreender conceitualmente o tema. A partir disso, em se tratando de evento, Martin define:

Eventos são todos os acontecimentos previamente planejados, organizados e coordenados de forma a contemplar o maior número de pessoas em um mesmo espaço físico e temporal, com informações, medidas e projetos sobre uma idéia, ação ou produto, apresentando os diagnósticos de resultados e os meios mais eficazes para se atingir determinado objetivo (2003:32).

Em virtude da necessidade de abranger um determinado número de indivíduos na apresentação de projetos, na captação de recursos, na mobilização de voluntários, nos



eventos, entre outras atividades, é relevante a assessoria de um profissional capacitado – como o relações públicas – para desenvolver de maneira adequada e eficaz todas as etapas, por exemplo, de um evento, tais como: definição do público-alvo; providências em relação a data, hora e local mais adequados ao evento; elaboração de convites; lista de presenças; desenvolvimento do cerimonial; e acompanhamento e avaliação posterior ao evento.

A partir de Paulo Freire podemos pensar que no trabalho comunitário, o profissional de relações públicas deve se posicionar “como alguém que se integra no grupo” e não como um “transmissor de conhecimentos, [...] com soluções prontas para aquele grupo” (FREIRE *apud* KUNSCH, 2007:113).

Lucena Filho (2007) afirma que, nos dias atuais, as relações públicas necessitam de se adequar a um novo cenário, no qual a comunicação organizacional se desenvolve de maneira integrada, com gestão de eventos e campanhas institucionais que demandam um planejamento elaborado de forma diferenciada. Essa adequação deve-se ao fato de as organizações comunitárias necessitarem de auxílios diferenciados – ou seja, cada organização governamental possui características específicas que não possibilitam um trabalho semelhante do profissional de relações públicas em comparação a outras ONGs – tais como: ambientes demográfico, social e cultural. Em conformidade com isso, Kunsch, afirma que a ação de comunicação, no meio das organizações comunitárias, “pressupõe que esses agrupamentos sociais estabeleçam políticas de comunicação e trabalhem de forma integrada com os atores envolvidos” (2007:296).

Para a realização da atividade de relações públicas é preciso, portanto, que exista um estudo aprofundado das características e especificidades da organização na qual se irá atuar para que, assim, o processo de interação entre a organização e seus públicos ocorra de maneira eficaz.

Neste contexto, a organização e a divulgação de eventos em ONGs com busca de parcerias e apoios, surgem como alternativas possíveis de serem executadas por um profissional de Relações Públicas no cenário – geralmente limitado economicamente – em que as Organizações Não-Governamentais estão inseridas.

RELATOS DA ASSESSORIA EM ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS

A experiência prática em uma Organização Não-Governamental teve início com o propósito de assessorar na organização de eventos, com a finalidade de obter maior visibilidade e consolidar a legitimidade da mesma junto à comunidade local.



A implantação da ONG ocorreu em 2005, pelo então Juiz da Vara de Execuções Criminais da Comarca de Santa Maria, Dr. Sidinei José Brzuska. Desde este período, a ONG tem trabalhado na execução de programas socioeducativos inclusivos, fundamentados em princípios pedagógicos, psicológicos, sociais e culturais. Assim, ao focar a ressocialização de uma parcela excluída da sociedade, a organização oferece a adolescentes em processo peculiar de desenvolvimento o cumprimento de medidas socioeducativas em meio aberto.

O desenvolvimento de atividades coletivas e oficinas de geração de renda auxiliam na inclusão social e econômica desta parcela da população e na prevenção da reincidência em ato infracional, uma vez que todo o trabalho é acompanhado por profissionais capacitados, o que possibilita a reflexão acerca dos aprendizados e, sobretudo, torna possível a efetivação dos direitos e deveres dos adolescentes, contribuindo para a cidadania plena.

Focados neste objetivo global – o de democratizar a cidadania comunicativa – propomos algumas metas específicas que, no âmbito da organização do Terceiro Setor pudesse contribuir no exercício da cidadania. Considerando as dificuldades econômicas enfrentadas pela maioria das Organizações Não-Governamentais, tivemos de ser bastante realistas quando nos inserimos no contexto do chamado Terceiro Setor. Assim, demos início à nossa atuação na ONG no momento em que conhecemos a estrutura do local e fomos apresentados aos profissionais que lá atuam.

De modo geral, as atividades desenvolvidas proporcionaram maior controle e organização no decorrer dos eventos, pois contribuíram para a organização dos acontecimentos com o respaldo dos conhecimentos acerca de comunicação interna, cerimonial e protocolo, gestão de eventos e produção audiovisual. A partir das demandas da ONG, buscou-se realizar ações pertinentes para que os eventos fossem embasados em estratégias comunicacionais e, com isso, ocorressem de maneira satisfatória.

Inicialmente, ao conhecer a ONG e os profissionais que nela trabalham, realizamos observação participante a fim de perceber as características peculiares de sua comunicação interna. A partir disso, constatou-se que, devido a uma relevante quantidade de servidores de diversas áreas - como psicologia, assistência social e direito – a ONG enfrenta obstáculos no que se refere à circulação de informações. Isso ocorre, em grande parte, pelo fato de a organização possuir duas sedes, o que influencia na proximidade entre os funcionários e na demanda de atividades. Esses fatores refletem-se



no planejamento, execução e avaliação dos eventos realizados, uma vez que a distância física dos colaboradores gera certa dificuldade comunicacional.

Ainda neste primeiro contato, os profissionais responsáveis foram questionados acerca dos eventos realizados pela ONG, a fim de que pudesse se entender o funcionamento da comunicação, quais as datas comemorativas, bem como a forma como os eventos costumavam ser realizados. Além do esclarecimento de dúvidas, os profissionais passaram orientações sobre o perfil e comportamento dos adolescentes atendidos, pois esses poderiam demonstrar-se insatisfeitos com nossa presença. Também os responsáveis alertaram quanto ao modo de interação com os adolescentes, o qual deveria ser bastante flexível e paciente, uma vez que a situação dos jovens era bastante delicada. .

Após o primeiro dia de atividade, partiu-se para a definição de uma demanda imediata, o “III Módulo de Capacitação Bem-Me-Quer”. O propósito do evento era capacitar os profissionais relacionados à área de assistência a crianças e jovens em situação de risco. O evento contou com a presença de duas renomadas palestrantes, a advogada Grasielle Augusta Ferreira Nascimento e a jornalista Eliane Trindade.

Grasielle Nascimento - doutora em Direito das Relações Sociais; membro do conselho editorial da Revista Direito e Paz; e líder do grupo de pesquisa "Direito das Minorias" - abordou a temática com enfoque jurídico e legal. Já Eliane Trindade tratou do tema fazendo menções às experiências que teve ao escrever o livro “Meninas da Esquina”, que posteriormente originou o filme “Sonhos Roubados”, dirigido por Sandra Werneck.

Para o evento, que ocorreu no dia 29 de abril de 2011, no auditório do Sest/Senat de Santa Maria - RS, foi desenvolvida uma pesquisa acerca dos currículos das participantes para a elaboração do cerimonial. Além disso, foi elaborada a programação do evento, para que houvesse organização na sequência das ações, desde a abertura do evento até o seu encerramento. Assim, durante o dia do evento, realizou-se o acompanhamento integral, a fim de controlar possíveis imprevistos e avaliar o andamento das atividades. A abertura do evento se deu pela manhã, com a apresentação do mestre de cerimônias e a fala da superintendente da ONG CEDEDICA, Ediane Gressler Fuchs Oliveira. Após, iniciou-se a palestra de Grasielle Nascimento com a participação de cerca de 120 pessoas na plateia.

Momentos depois, houve uma interrupção da palestra para que os participantes tivessem um pequeno espaço de descontração e interação em um *coffee-break*, que foi



realizado no saguão do Sest/Senat. Neste mesmo local também estavam expostos alguns produtos criados nas oficinas da ONG para fins de comercialização.

Após o intervalo, Grasielle Nascimento prosseguiu sua palestra normalmente. Com a conclusão da fala da palestrante, encerraram-se as atividades pela parte da manhã.

À tarde, o evento iniciou com a palavra da palestrante Eliane Trindade. Ao longo da palestra, realizou-se o acompanhamento através de registros fotográficos e de monitoramento constante das ações programadas.

Por fim, como medida de avaliação, foi elaborado um relatório a partir da análise das atividades desenvolvidas para o Módulo de Capacitação. Constatou-se, por fim, que o evento – que teve a cobertura da imprensa santa-mariense – ocorreu satisfatoriamente e supriu positivamente as expectativas de público e de divulgação.

Além do auxílio na organização do evento supracitado, a Assessoria Artesanal de Relações Públicas prestou serviços pontuais a outros eventos da ONG, como a produção de material audiovisual para a formatura dos participantes do “Identidade e Profissão”, projeto mantido pela ONG que visa capacitar jovens para exercerem a profissão de auxiliar em postos de combustíveis. O curso, que teve duração de três meses, demandou, para seu encerramento, a realização de uma cerimônia para entrega dos certificados aos participantes.

A participação dos jovens nos cursos e oficinas oferecidos pela ONG é bastante valorizada, merecendo, portanto, uma comemoração quando da conclusão das atividades. Sendo assim, foi elaborado um vídeo, com duração de três minutos, para homenagear os participantes e reconhecer seus esforços ao longo da etapa de aprendizados. Foram utilizados registros feitos pela equipe da ONG e elaborada uma sequência fotográfica com o objetivo de transmitir emoção e motivação aos formandos. Acredita-se que o material audiovisual servirá de demonstração do projeto para posteriores apresentações e eventos da ONG CEDEDICA.

CONSIDERAÇÕES

A partir da análise de nossa atuação na ONG em estudo, conclui-se que a intervenção da Assessoria Artesanal de Relações Públicas nas questões básicas de organização de eventos surtira efeitos benéficos para a organização.

De modo geral, foram várias as dificuldades enfrentadas inicialmente pela Assessoria Artesanal especializada no terceiro setor. Ainda que se tratasse de uma Organização Não-Governamental, em determinados momentos notou-se certa



centralização das informações, o que prejudicou o fluxo comunicacional. Outro fato que também dificultou a circulação eficaz da comunicação na ONG foi o distanciamento físico das sedes, o que acarreta dificuldade de interação entre os profissionais.

Ainda assim, considera-se que o trabalho tenha sido realizado satisfatoriamente dentro das condições possíveis e do contexto em que se estava inserido, visto que se conseguiu atuar, ainda que pontualmente, em todos os eventos realizados. Destaca-se, dentre os eventos, o “III Módulo de Capacitação Bem-Me-Quer”, que contou com a participação de duas palestrantes reconhecidas nacionalmente. Em tal evento conseguiu-se realizar todas as etapas relativas à organização (pré-evento, evento e pós-evento), o que contribuiu para que o público superasse as expectativas e para que o acontecimento ganhasse visibilidade, inclusive em telejornal local.

Finalmente, acredita-se que a Assessoria Artesanal de Relações Públicas obteve desempenho satisfatório quando da realização de suas atividades na ONG CEDEDICA, o que se caracteriza como uma etapa inicial ao processo de desenvolvimento social e de democratização da cidadania, ainda que em âmbito local.

Desta forma, a cidadania, nas palavras de Peruzzo (2007:51), é construída pelos próprios cidadãos, “na sua interação com as outras forças constitutivas da sociedade. O desenvolvimento só faz sentido se promover a igualdade no acesso à riqueza e o crescimento integral da pessoa e de todos, ou seja, se tiver como mola mestra o ser humano”.

Acredita-se, portanto, que a consolidação da educomunicação só é possível quando inserida em um contexto de comunicação dialógica e participativa, na qual a interação e a integração dos membros constituem pilares fundamentais. Assim, o desenvolvimento das atividades comunicacionais na Organização do Terceiro Setor em estudo, deu-se no sentido de buscar, sempre que possível, a participação de todos os profissionais a fim de otimizar a realização dos eventos e, em um contexto mais amplo, o desenvolvimento da organização como um todo.



REFERÊNCIAS

- ACIOLI, Andréa. **A explosão das ONGs no mundo e no Brasil e seus reflexos no espaço rural fluminense**. 4^o Encontro Nacional de Grupos de Pesquisa – ENGRUP, São Paulo, 2008.
- CÉSAR, Regina Escudero. Movimentos sociais, comunidade e cidadania. In: KUNSCH, Margarida M. Krohling; KUNSCH, Waldemar Luiz (org.). **Relações Públicas Comunitárias: a comunicação em uma perspectiva dialógica e transformadora**. São Paulo: Summus, 2007.
- COUTINHO, Carlos Nelson. **Notas sobre cidadania e modernidade**. *Revista Ágora: políticas públicas e serviço social*. São Paulo, ano 2, n. 3, 2005. Disponível em <<http://www.assistentesocial.com.br/>>. Acesso em 22 de maio de 2011.
- FREY, Klaus. **Políticas Públicas: um debate conceitual e reflexões referentes à prática da análise de políticas públicas no Brasil**. *Revista Planejamento e políticas públicas*, n. 21, 2000. Disponível em <<http://www.ipea.gov.br/ppp/index.php/PPP/article/viewFile/89/158>> Acesso em 22 de maio de 2011.
- GONÇALVES, Alexandre H. **Os termos da cidadania e da política em crise no Brasil**. *Revista Urutágua*. São Paulo, n.13. Disponível em: <<http://br.monografias.com/trabalhos915/cidadania-politica-crise/cidadania-politica-crise.shtml>>. Acesso em 23 de maio de 2011.
- HENRIQUES, Márcio Simeone. Ativismo, movimentos sociais e relações públicas. In: KUNSCH, Margarida M. Krohling; KUNSCH, Waldemar Luiz (org.). **Relações Públicas Comunitárias: a comunicação em uma perspectiva dialógica e transformadora**. São Paulo: Summus, 2007.
- KUNSCH, Margarida M. Krohling. Sociedade civil, multicitadania e comunicação social. In: KUNSCH, Margarida M. Krohling; KUNSCH, Waldemar Luiz (org.). **Relações Públicas Comunitárias: a comunicação em uma perspectiva dialógica e transformadora**. São Paulo: Summus, 2007.
- KUNSCH, Waldemar Luiz. Resgate histórico das relações públicas comunitárias no Brasil. In: KUNSCH, Margarida M. Krohling; KUNSCH, Waldemar Luiz (org.). **Relações Públicas Comunitárias: a comunicação em uma perspectiva dialógica e transformadora**. São Paulo: Summus, 2007.
- MARSHALL, T.H. *Cidadania, classe social e status*. Rio de Janeiro: Zahar, 1967.
- MARTIN, Vanessa. **Manual Prático de Eventos**. São Paulo: Atlas, 2003.
- NASCIMENTO, Claudemiro Godoy. **Educação, lutas sociais e cidadania**. *Revista Movimentos Sociais e Educação*. Campinas, n. 3, 2005. Disponível em: <www.anped.org.br/reunioes/28/textos/GT03/GT03-616--Int.rtf> Acesso em 23 de maio de 2011.
- PERUZZO, Cicilia M. Krohling. Cidadania, comunicação e desenvolvimento social. In: KUNSCH, Margarida M. Krohling; KUNSCH, Waldemar Luiz (org.). **Relações Públicas Comunitárias: a comunicação em uma perspectiva dialógica e transformadora**. São Paulo: Summus, 2007.
- _____. **Comunicação nos Movimentos Populares: a participação na construção da cidadania**. Petrópolis: Vozes, 1998a.



_____. **Relações Públicas, movimentos populares e transformação social.** *Revista Brasileira de Comunicação*, v. XVI, n.2, p.125-133. São Paulo: Intercom, 1993.

ROQUE, Mauren Leni de. Relações Públicas no terceiro setor. *In*: KUNSCH, Margarida M. Krohling; KUNSCH, Waldemar Luiz (org.). **Relações Públicas Comunitárias: a comunicação em uma perspectiva dialógica e transformadora.** São Paulo: Summus, 2007.

TENÓRIO, Fernando G. **Gestão de ONGs: principais funções gerenciais.** Rio de Janeiro: FGV, 2005.

WENDHAUSEN, Henrique. **Comunicação e Mediação das ONGs: uma leitura a partir do Canal Comunitário de Porto Alegre.** Porto Alegre: EDIPUCRS, 2003.