



Comunicação Comunitária Multimídia: proposta de atuação de RP na ONG Atena de Frederico Westphalen-RS¹

Aline Godoy BICCA²

Verônica Gomes MARANDINI³

Jordana Casarin da ROSA⁴

Márcia BARKOSKI⁵

Universidade Federal de Santa Maria, Campus de Frederico Westphalen - RS

RESUMO

O presente artigo objetiva mostrar um dos trabalhos realizados nas disciplinas “Comunicação Comunitária” e “Planejamento de Programas Comunitários e Campanhas Institucionais” cursadas em 2011, no Curso de Relações Públicas-Multimídia da UFSM. Para a realização do trabalho, foi escolhida uma Organização Não Governamental da mesma cidade cujo nome é Associação Cultural Atena, onde os alunos autores deste artigo realizaram, o diagnóstico da comunicação da entidade para, propor estratégias de comunicação através de um Projeto de Comunicação. As ações objetivaram o aperfeiçoamento das formas de divulgação da ONG em meios digitais. Para isso foi criado um *blog*, além da inserção e atuação no *twitter*, com o intuito de criar um meio de relacionamento.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação Comunitária; ONG; *Blog*; *Twitter*; Relações Públicas.

INTRODUÇÃO

O referente artigo relata os projetos e estratégias do Projeto de Comunicação desenvolvido nas disciplinas “Comunicação Comunitária” e “Planejamento de Programas Comunitários e Campanha Institucionais”⁶, cursadas no decorrer de 2011. O projeto teve como principal objetivo o aperfeiçoamento das formas de divulgação nos meios digitais com a finalidade de criação e atuação na ambiência digital. A intenção

¹ Trabalho apresentado no IJ 3 – Relações Públicas e Comunicação Organizacional do XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul realizado de 31 de maio a 2 de junho de 2012.

² Acadêmica do 6º semestre de Relações Públicas Multimídia da UFSM/Campus Frederico Westphalen-RS; aline_bicca@hotmail.com.

³ Acadêmica do 6º semestre de Relações Públicas Multimídia da UFSM/Campus Frederico Westphalen-RS; veronica_marandini@hotmail.com.

⁴ Acadêmica do 6º semestre de Relações Públicas Multimídia da UFSM/Campus Frederico Westphalen-RS; jordanacasarin@gmail.com

⁵ Acadêmica do 6º semestre de Relações Públicas Multimídia da UFSM/Campus Frederico Westphalen-RS; marciabarkoski@hotmail.com

⁶ As disciplinas foram ministradas por Jaqueline Quincozes da Silva Kegler, Professora Adjunta do Departamento de Ciências da Comunicação – UFSM – Campus Frederico Westphalen-RS, orientadora do presente artigo.



dessa ação era através da produção e disseminação de conteúdos, colocar em contato cidadãos de forma a possibilitar uma troca mais dinâmica e interativa, estreitando essa relação entre a organização e seu público alvo. Além de potencializar a visualização da ONG e despertar o senso e a prática da solidariedade com a utilização desse instrumento de fortalecimento e meios de atingir os objetivos propostos.

A Associação Cultural Atena, de Frederico Westphalen⁷, Estado do Rio Grande do Sul, Brasil, fundada em 01 de junho de 2008, é uma Organização Não Governamental, (ONG), sem fins lucrativos, constituída, inicialmente, de pessoas físicas, a maioria de nacionalidade brasileira, de duração indeterminada.

Esta entidade busca em suas ações, promover atividades culturais, educacionais e de formação na perspectiva de seus objetivos; promover e apoiar todas as formas de manifestação da cultura popular; incentivar comportamentos de participação, organização, fraternidade e voluntariado. A ONG também desenvolve atualmente no município quatro projetos socioculturais e oferece aos cidadãos três cursos que são ministrados para a formação e participação na Associação Cultural Atena.

O presente artigo está estruturado em três seções: Comunicação Comunitária e Relações Públicas: pressupostos teóricos para a elaboração do projeto; O projeto da inserção de novos meios digitais na ONG Atena: do planejamento á execução; e por fim as considerações Finais.

A primeira seção se trata sobre a comunicação comunitária e Relações Públicas e tem como objetivo agregar ao trabalho uma solidez teórica explicitando de forma clara e concisa as principais definições de comunicação comunitária e de relações públicas enfatizando a necessidade desse profissional para que exista excelência na comunicação e sobre os elos que fortalecem esse relacionamento. E com esse propósito usufruímos da ambiência digital para reforçar a construção do papel do cidadão na sociedade.

A segunda seção tem como intuito relatar a inserção da ONG nos meios digitais, desde o planejamento até a execução do projeto. Relatando como se iniciou o processo de criação do *blog* e do *twitter*, a disposição do conteúdo e avaliação dos resultados. E por fim a terceira seção tem como propósito mostrar as contribuições positivas e negativas da execução do projeto, tanto como nossas impressões pessoais e profissionais. Com o intuito de refletir sobre esse processo que nos permitiu um

⁷ Sede na Rua do Comércio, 281/202, Bairro Centro, CEP 98400-000, Frederico Westphalen-RS.



aprimoramento e amadurecimento pessoal e que contribuiu para o desenvolvimento contínuo e nos trouxe uma oportunidade de aprendizagem e um olhar mais crítico.

1. COMUNICAÇÃO COMUNITÁRIA E RELAÇÕES PÚBLICAS: PRESSUPOSTOS TEÓRICOS PARA ELABORAÇÃO DO PROJETO

Ao reconhecermos a importância que as Organizações Não Governamentais, têm perante seu *locus*, o seu trabalho torna-se cada vez mais relevante socialmente. Tal trabalho pode ser fortalecido a partir de projetos de comunicação que fomentem o envolvimento das ONGs com a comunidade, como ações culturais, sociais e digitais para conseguir alcançar o seu público e se legitimar.

Segundo Roque (2007, p. 238) a expressão terceiro setor designa um grande número de entidades e articulações entre o público e o privado, que vão desde associações esportivas, bancos, indústrias, até grupos móveis de assistência e organizações filantrópicas destinadas a atender grupos restritos e hiperlocalizados. Como exemplo de *ongs* onde a intenção é retoricamente explicar a distinção (não a negação) entre a unidade e o governo, bem como seu comportamento em relação ao lucro.

Pensando assim, Andrade (2002, p.156) acredita que é importante observar princípios básicos de relações com a comunidade que seriam: conhecer a comunidade que se deseja trabalhar; coletar informações e utilizar os meios de comunicação para estabelecer diálogo. Em relação ao conceito de comunidade, consideramos o proposto por Cesar, ou seja, refere-se a “uma entidade marcada pelo bem comum, descrita como uma grande família onde todos convivem harmonicamente e buscam saciar objetivos estabelecidos pelo grupo” (CESAR, 2007, p.81).

Comunidade então, vai além de pessoas geograficamente próximas, é a busca da idealização de uma história, a ligação entre pessoas e a construção de uma identidade. Dentro de uma comunidade pode haver a comunicação popular, comunitária, participativa, horizontal ou alternativa que nada mais é do que o processo comunicativo feito por movimentos populares e organizações sem fins lucrativos. Assim, entende-se por comunicação comunitária: “[...] aquela desenvolvida de forma democrática por grupos populares em comunidades, bairros, espaços online, entre outros, segundo seus interesses, suas necessidades e capacidades. Em outras palavras é feita pela e para comunidade” (PERUZZO, 2009, p. 418).



Para que uma organização consiga desenvolver a comunicação comunitária acaba se tornando necessária a presença de um profissional de Relações Públicas, pois este acaba responsável pelo relacionamento com o público “cabe salientar que são consideradas atividades da área aquelas que se referem ao relacionamento desses atores com seus públicos e com o conjunto da sociedade” (PERUZZO, 2009 p. 428).

O profissional de Relações Públicas não tem função apresentar soluções pré-determinadas aos problemas existentes e apresentados em determinada situação. E sim tem como incumbência estar inserido na comunidade, tendo participação efetiva e agir em prol da comunidade. Pois “o desempenho no terceiro setor dependerá da sua capacidade de estabelecer diálogo com os públicos sendo a veracidade e a ética fatores chaves para o sucesso” (CHARRAPO 2002, p.23).

A partir de Peruzzo (2009), entende-se por Relações Públicas Comunitárias aquelas que dizem respeito às relações públicas que se estabelecem no âmbito das associações e organizações comunitárias, ou seja, das Organizações Não Governamentais e sem objetivos lucrativos. Ao pensar nas Relações Públicas comunitárias devemos levar em conta as comunidades criadas virtualmente, “os *chats*, *blogs* e o *Orkut* são exemplos das inúmeras possibilidades de determinados grupos constituírem comunidades em torno de interesses específicos” (KUNSCH 2009, p.445).

Sabe-se que cada vez mais, o uso de ferramentas digitais está presente em nossas vidas, pela facilidade e rapidez de comunicação que nos proporciona, além de uma eficaz disseminação de conteúdos. Para ROSSI (2011) nunca foi tão propício para que o setor ‘*non-profit*’, ou seja, as organizações não governamentais, incorpore o mundo digital com propriedade, assegurando, a suas causas, progressão constante, sólida e inspirando indivíduos neste atual período de transição. Muitos contextos e atuações estão sendo repensados.

Desse modo as organizações do terceiro setor podem utilizar a internet para desenvolver um canal simples, já que o custo é relativamente baixo, para melhorar o número de adeptos de sua causa, o apoio da iniciativa privada, criando assim, uma imagem mais favorável da organização perante da sociedade em geral. A internet nas organizações não governamentais vem sendo cada vez mais adotada, pois serve como aliada na divulgação de conteúdos além de dar maior visibilidade e mostrar as atividades e propósitos os quais desenvolvem para seu público alvo, ou seja, a sociedade. Outro ponto positivo é o baixo custo para a criação e manutenção dessas



ferramentas multimídias, pois tendo a internet como suporte facilita e se torna ágil todo o processo de disseminação e divulgação dos conteúdos.

É interessante ressaltar que com toda essa tecnologia que nos cerca e com essa rápida e ágil disseminação de informação, a inclusão de um profissional adequado para fazer esse gerenciamento de mídias sociais e de conteúdos para a internet é essencial, pois também é uma forma de comunicação e relacionamento com os públicos em geral que devem ser sempre levados em conta onde um profissional de Relações Públicas pode fazer essa relação ONGs, internet e público.

As Relações Públicas comunitárias tem como pressuposto fazer uma comunicação do mesmo nível, do público para o público, ou da comunidade para a comunidade. E, promover a interação e resultados positivos primando pela transparência. Assim, à esta atuação comunicacional comunitária podem ser incorporados os meios digitais, de forma complementar aos meios de comunicação tradicionais. E esta atuação em ambiências digitais se faz necessária na atualidade diante das potencialidades que as novas tecnologias proporcionam em relação ao diálogo e participação, próprios da comunicação comunitária. Assim, é nesse escopo que estrutura-se o projeto desenvolvido, o qual será relatado na próxima seção.

2. PROJETO DA INSERÇÃO DE NOVOS MEIOS DIGITAIS NA ONG ATENA: DO PLANEJAMENTO Á EXECUÇÃO

Qualquer processo de planejamento deve ser iniciado pelo diagnóstico da comunicação da entidade. Assim, procuramos a ONG Associação Cultural Atena para saber um pouco mais das suas atividades desenvolvidas e o seu trabalho realizado na sociedade. Em conversa informal com responsável da ONG, visamos conhecer as necessidades para propor e desenvolver ações pertinentes à ONG. Neste encontro constatamos a demanda por inserção da ONG em meios digitais, e nós como acadêmicos e voluntários, sugerimos a criação de um blog, além de atuação no twitter, para sua aprimorar a divulgação na internet.

Realizamos visitas semanais à ONG Atena a fim de conhecer seu espaço, suas atividades desenvolvidas, cursos oferecidos, os valores e princípios além de toda sua história e trajetória desde sua criação, para conseguirmos nos adequar às linguagens e estarmos inseridos nesse meio para conhecermos e aprendermos a visão que a ONG



seguia. A partir disto, compreendemos a dinâmica e os princípios da organização sendo possível propor e desenvolver estratégias comunicacionais.

Tanto no processo de criação do *blog* como do *twitter* buscamos manter as características da ONG, seguindo o modelo padrão das cores e do símbolo já existentes. Criamos uma imagem visual do blog considerando a metáfora do espelho atribuída à internet (SODRÉ, 2002), ou seja, colocamos uma moldura ao redor do cabeçalho da página como se a aquele espaço da ONG fosse um espelho que reflete toda a realidade e transparência de suas atividades e ações desenvolvidas perante a sociedade. E, ao mesmo tempo em que a ONGs reflete a sociedade a sociedade pode espelhar-se em suas ações de voluntariado.

Todo o conteúdo postado era relevante para a ONG, já que construímos uma estrutura baseada no seu histórico onde contamos a sua trajetória, a missão, visão, valores, filosofia, eventos promovidos, os cursos oferecidos, fotos, vídeos além de uma parte destinada a incentivar novos membros para participar da ONG. Após algumas pesquisas consideramos a criação de um blog apropriada para inserirmos a ONG em um meio digital, pois é considerado de fácil acesso além de ser um meio de comunicação e divulgação com disseminação rápida de conteúdos, e sem custos altos com manutenções.

Após a finalização da nossa ação comunitária pudemos perceber resultados positivos através dos nossos métodos de avaliação, que se deram através das visualizações na nossa página, de alguns comentários que repercutiram na sociedade e entre os próprios membros da ONG, o acréscimo de voluntários, e as matérias publicadas em jornais da cidade, que acabaram dando maior visibilidade a ONG.

Já o *twitter* não alcançou nossas expectativas, pois não teve muita repercussão devido ao baixo número de seguidores, mas serviu como meio rápido de repassar mensagens e principalmente divulgar o endereço do *blog*.

Infelizmente após terminarmos a disciplina de comunicação comunitária, a ONG Associação Cultural Atena não deu continuidade a novas postagens do *blog* e nem do *Twitter*, e com isso não houve mais nenhuma alteração desde as nossas últimas postagens.



2.1 Blog

O *blog* da Associação Cultural Atena foi criado em doze de outubro de dois mil e onze (12/10/2011). A plataforma utilizada para criar o *blog* foi a www.blogger.com.br e o *blog* está no domínio www.ongaca.blogspot.com.br é controlado pelas alunas de Relações Públicas da Universidade Federal de Santa Maria campus de Frederico Westphalen responsáveis pelo planejamento e realização deste projeto.

O conteúdo postado no *blog* era desenvolvido pelo presidente da Atena Giancarlo Panosso e aprovado pelos demais membros da *ong*. O *blog* divulgava e convidava para as ações que a Atena ou seus membros iriam participar ou realizar.

O *layout* do *blog* foi desenvolvido baseado na obra “antropológica do espelho” de Muniz Sodré. O intuito da utilização de um espelho é a sua real função que é refletir a realidade do que se está procurando enxergar.

Goethe (apud SODRÉ, 2008 pag 22) diz “a conduta é o espelho em que todos exibem a sua imagem” A partir dessa citação entendeu-se que o que fazemos e o que pensamos é o que nos define através de uma imagem, o que passamos para as demais pessoas.

Associando a ONG com a intenção do espelho, pretendemos mostrar todas as realidades e culturas existentes no nicho de Frederico Westphalen. A utilização do espelho para uma ONG trás uma realidade “nua e crua” onde todos podem auxiliar de alguma forma, sem nenhum pré-conceito.

Sendo assim, pretendeu-se levar ao alcance da comunidade outras realidades desconhecidas e culturas antes inalcançadas, através de cursos, eventos, projetos e voluntariado.

O *blog* funcionou da seguinte forma: para cada página estática desenvolvida dentro do *blog* da ONG Atena houve as seguintes informações:

Histórico: há toda a história da ONG Atena sua missão, visão e filosofia

Direção: contem os membros da direção da ONG seus contatos e os contatos da ONG.

Cursos: nesta página foi disponibilizado as informações e descrição de todos os cursos oferecidos pela Atena.

Projetos: há a descrição de cada projeto desenvolvido pela ONG.

Seja um voluntário: informações para os interessados em participar da ONG e como fazer para se tornar um membro.



Para a realização da avaliação do *blog* levamos em consideração os seguintes critérios: número de visitantes do *blog*; comentários e mensagens enviadas para o *blog*; comentários feitos na sociedade; acréscimo de voluntários na ONG.

As análises ocorreram em duas etapas, nos dias vinte e cinco de outubro (25/10) e dezoito de novembro (19/11) calculado um mês e dois meses de existência do *blog*. Ao total foram nove seguidores e mais de seiscentas visitas e em torno de dez postagens. Nas análises percebemos a visita de pessoas de outros países, e detectamos por qual meio os visitantes estariam tendo acesso ao *blog* que foram o conhecimento do endereço eletrônico seguido pelo *twitter* da ONG e divulgações feitas em alguns *facebooks*. A página mais acessada foi a dos projetos realizados pela Atena e a *postagem* mais vista foi relacionada ao evento Jantar Africano, que foi a última ação realizada pela ONG em 2011.



Figura 1 – Layout do Blog

2.2 Twitter

O *twitter* para a ONG associação Cultural Atena foi criado no dia doze de outubro de dois mil e onze (12/10/2011). O email para a criação foi o endereço já existente: atenafw@gmail.com o qual é assessorado pelo presidente da ONG, senhor Giancarlo Cerutti Panosso. O conteúdo das postagens que deveriam ser colocadas no *twitter* eram enviadas pelo presidente, com caráter sempre pertinente a Associação. Tais como a divulgação de jantares, palestras, etc. por ela promovidos.



Abaixo na figura 1 ilustramos as postagens do primeiro dia do *twitter* na internet, onde convidava as pessoas a conhecerem o trabalho realizado pela Associação, falando também da existência de um *blog* e seu endereço.



Figura 1- Primeiras postagens

As postagens que se seguiram eram postadas conforme a demanda de informações, ou seja, conforme fosse acontecer algum evento na Associação que precisasse ser divulgada. Mas, eram feitas atualizações quase semanalmente.

A última postagem do *twitter* foi no dia vinte de novembro de dois mil e onze (20/11/2011). Um mês e oito dias após o início das postagens. O tempo de duração foi curto decorrente do término da matéria de Comunicação Comunitária, do qual projeto estava sendo realizado.

Abaixo a figura 2 com os detalhes da postagem:

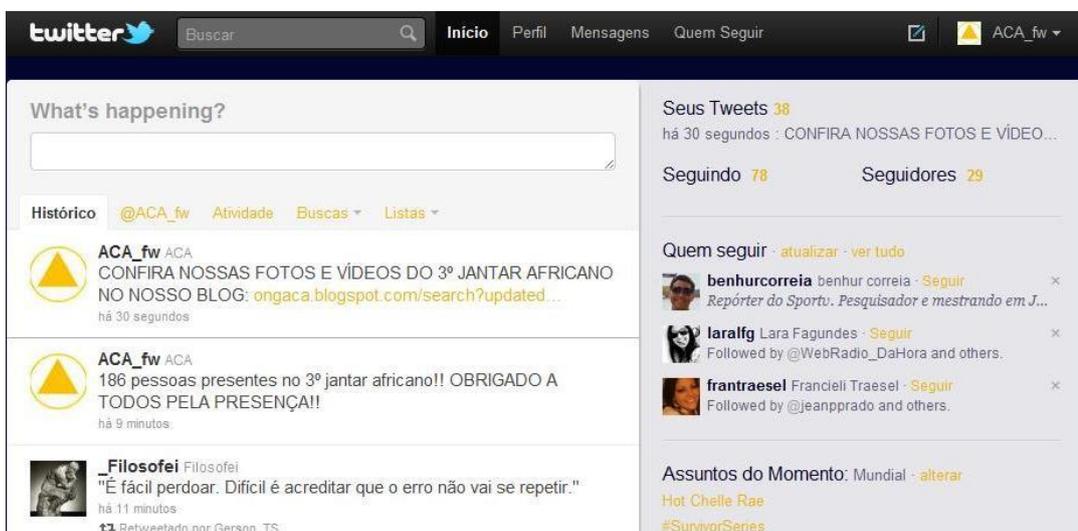


Figura 2- Última postagem



Consideramos que o *twitter* criado foi um meio rápido de disseminação de conteúdo. A *ONG* teve trinta e oito (38) mensagens postadas, seguiu setenta e nove pessoas (79), destes a maioria eram acadêmicos da UFSM/CESNORS, contando também com jornais da cidade de Frederico Westphalen. O *twitter* da associação teve apenas vinte e nove (29) seguidores. Em virtude disso, podemos concluir que esse meio não teve a repercussão que havíamos planejado.

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O trabalho acadêmico realizado na ONG Associação Cultural Atena foi de grande valia para as acadêmicas, pois além de ser uma das atribuições do Relações Públicas e ser uma grande chance de aperfeiçoamento profissional tem o intuito de ajudar e contribuir para um mundo mais justo e solidário, atendendo as demandas daquela organização e da comunidade em que esta inserida.

Ao realizar um trabalho voluntário tem-se a oportunidade de conhecer pessoas novas, ideias e pensamentos diferentes, além de saber mais sobre as realidades enfrentadas pelas ONGs e todo o trabalho realizado a fim de crescermos como pessoas e profissionais, e é claro praticar a solidariedade com o próximo.

A experiência que tivemos com a nossa participação voluntária na ONG Associação Cultural Atena nos proporcionou muitos conhecimentos daqueles que não se aprendem somente em livros e teorias, mas com a convivência dentro de um determinado contexto. E para isso nos como futuras profissionais de Relações Públicas pudemos vivenciar na prática esses conhecimentos que nos engrandeceram e nos trouxeram experiências distintas que ficarão em nossas memórias.

A ONG assistida mostrou-se bastante grata com a nossa participação voluntária e com o retorno que tiveram após a criação do *blog*, e do *twitter* pois perceberam que um uso adequado das mídias pode gerar pontos positivos para a organização.

O *blog* que criamos teve muitas visualizações, inclusive internacionais, além de alguns seguidores, o que com certeza ajudou a dar maior visibilidade da ONG perante a sociedade que está inserida, onde divulgamos os eventos promovidos, as palestras ministradas, jantares realizados e os cursos oferecidos, também foram divulgados no



twitter como mensagens rápidas, onde pudemos praticar nossos conhecimentos acadêmicos para manter o contato com o público alvo, ou seja, a sociedade em geral.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, S.T. Candido. **Curso de Relações Públicas** -Relações com os Diferentes Públicos .cap.12 relações com a comunidade. Pioneira: 6ed, 2002.

BARICHELLO, Eugenia Mariano da Rocha. **Visibilidade Midiática e Legitimação**. Dez estudos sobre as práticas de comunicação na Universidade. Santa Maria: FACOS/UFSM/ CNPq, 2005.

CESAR, Regina Escudero. Movimentos Sociais, comunidade e cidadania. **In:** KUNSCH, Margarida Krohling, KUNSCH, Waldemar Luiz. **Relações Públicas comunitárias- a comunicação emu ma perspectiva dialógica e transformadora**. São Paulo: Summus, 2007

CHARRAPO, C. Informação, bem social. In Myers-Squibb Brasil SA. Fontes abertas. São Paulo: Bristol Myers-Squibb Brasil SA, 2002

FOSSÁ, Maria Ivete Trevisan; KEGLER, Jaqueline Quincozes S. Da sociedade midiática à sociedade midiaticizada: a complexificação da ambiência organizacional. In: DUARTE, Elizabeth Bastos; CASTRO, Maria Lília Dias de. (Org.). **Em torno das mídias: práticas e ambiências**. Porto Alegre: Sulina, 2008.

KUNSCH, Margarida Krohling. Planejamento e gestão das Relações Públicas comunitárias . **In:** KUNSCH, Margarida Krohling (org). **Relações Públicas – história, teorias e estratégias nas organizações contemporâneas**. São Paulo: Saraiva, 2009

PERUZZO, Cecilia Maria Krohling. Relações Públicas nos movimentos sociais e nas “comunidades”, princípios, estratégias e atividade. **In:** KUNSCH, Margarida Krohling (org). **Relações Públicas – história, teorias e estratégias nas organizações contemporâneas**. São Paulo: Saraiva, 2009

ROQUE, Mauren Leni de. Relações Públicas no terceiro setor. **In:** KUNSCH, Margarida Krohling, KUNSCH, Waldemar Luiz. **Relações Públicas comunitárias- a comunicação emu ma perspectiva dialógica e transformadora**. São Paulo: Summus, 2007



ROSSI, Gabriel. **Como o Terceiro Setor pode prosperar no Mundo Digital.** Disponível em: <http://www.ecodesenvolvimento.org.br/colunas/gabriel-rossi/terceiro-setor-mundo-digital> Acesso: 12 set. 2011.

SODRÉ, Muniz. O ethos midiaticizado. In: **Antropológica do Espelho.** Por uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002. p.11 a 82