

## **ASSESSORIA DE IMPRENSA PARA O TERCEIRO SETOR: A AÇÃO DE MELHORIAS DA COMUNICAÇÃO COMUNITÁRIA NAS MÍDIAS DIGITAIS DO PROJETO FORMIGUINHA**

Ednan Gomes de Souza<sup>1</sup>; Flávia Alexandre Stopa<sup>2</sup>; Flávia Eloísa Izidoro<sup>3</sup>; Jéssica Caroline Oliveira Pirazza<sup>4</sup>; Renata Alves Ribeiro<sup>5</sup>; Jéssica de Cássia Rossi<sup>6</sup>

<sup>1</sup>Estudante do 7º semestre do curso de Jornalismo da Universidade do Sagrado Coração (USC).E-mail: ednangomes@hotmail.com

<sup>2</sup>Estudante do 7º semestre do curso de Jornalismo da Universidade do Sagrado Coração (USC).E-mail: flaviastopa@gmail.com

<sup>3</sup>Estudante do 7º semestre do curso de Jornalismo da Universidade do Sagrado Coração (USC). E-mail: flavia\_helo@hotmail.com

<sup>4</sup>Estudante do 7º semestre do curso de Jornalismo da Universidade do Sagrado Coração (USC).E-mail: jessica.pirazza@gmail.com

<sup>5</sup>Estudante do 7º semestre do curso de Jornalismo da Universidade do Sagrado Coração (USC).E-mail: ribeiralt@gmail.com

<sup>6</sup>Doutora e professora da disciplina de Comunicação nas Organizações e Comunicação Pública e Comunitária curso de Jornalismo da Universidade do Sagrado Coração (USC). E-mail: jessica.rossi@usc.br

### **RESUMO**

Este trabalho propõe-se melhorar a comunicação entre o “Projeto Assistencial Formiguinha” com os seus públicos estratégicos em suas mídias digitais. O Projeto atende crianças carentes da região do bairro Pousada da Esperança em Bauru, interior de São Paulo. Com objetivo de aplicar as técnicas e teorias aprendidas sobre comunicação no Terceiro Setor, foi produzido um vídeo institucional para ajudar na visibilidade dos valores e contribuições ao Formiguinha para a comunidade. O vídeo contém cenas de crianças atendidas no espaço físico da instituição e foi veiculado nas mídias sociais digitais oficiais da entidade.

**Palavras-chave:** Comunicação Comunitária. Assessoria de Imprensa. Terceiro Setor. Projeto Formiguinha.

### **INTRODUÇÃO**

Este trabalho propõe-se melhorar a comunicação entre o “Projeto Assistencial Formiguinha” com os seus públicos estratégicos em suas mídias digitais. Dessa forma, atrair mais colaboradores para financiarem o Projeto e para fazerem trabalhos voluntários no local, por meio de uma ferramenta de comunicação desenvolvida nas disciplinas de “Comunicação Pública e Comunitária” e “Comunicação nas Organizações”. De acordo com Monteiro (2006), para estabelecerem-se no mercado e poderem competir, as organizações têm que se relacionar profundamente com a mídia para atingir os públicos-alvo, orientando a opinião pública e as políticas nacionais. “As questões públicas afetam tanto os negócios quanto a imagem das instituições” (MONTEIRO, 2006, p. 147). Para Bueno (2011, p.12), “a sociedade da informação exige organizações plugadas com o mundo. Cultivar esta parceria é estratégico para alavancar bons negócios e fortalecer a sociedade”. Tendo em vista este contexto, as

organizações precisam e devem se relacionar muito bem com os públicos ao qual se destinam, treinando as suas fontes para falarem com os seus públicos de interesse e com a comunidade em que estão inseridos. “A imprensa, como mediadora, pode facilitar este trabalho de comunicação, destacando atividades e realizações e ajudando a contribuir para moldar uma imagem positiva”. (BUENO, 2011, p.12). Este trabalho propõe-se melhorar a comunicação entre o “Projeto Assistencial Formiguinha” com os seus públicos estratégicos em suas mídias digitais. Dessa forma, atrair mais colaboradores para financiarem o Projeto e para fazerem trabalhos voluntários no local, por meio de uma ferramenta de comunicação desenvolvida nas disciplinas de “Comunicação Pública e Comunitária” e “Comunicação nas Organizações”.

## **OBJETIVOS**

Melhorar a comunicação institucional da organização comunitária Projeto Formiguinha, por meio do desenvolvimento de um vídeo do projeto e um treinamento básico de mídia para as colaboradoras pedagógicas que fazem a manutenção e atualização das mídias digitais do projeto. Atingir possíveis colaboradores para subsidiarem as atividades desenvolvidas pelo projeto. Atrair universitários e profissionais de diversas áreas para participarem e contribuam de forma voluntária com a instituição.

## **METODOLOGIA**

Dentre a multiplicidade de Organizações Não Governamentais que atuam efetivamente na cidade de Bauru, optamos pelo desenvolvimento do Plano de Ação Social no Projeto Formiguinha, primeiramente, pela relação pré-estabelecida entre parte dos membros do grupo e a instituição, mas principalmente pela proposta defendida pela instituição de não somente fornecer subsídio aos seus atendidos, mas também contribuir para a formação de um caráter transformador dentro deles. A instituição que acompanhamos está em funcionamento desde o ano de 2002, há quinze anos, tempo que consideramos suficiente para qualificá-lo como maduro. Através de uma análise feita pelo grupo, por meio de uma Pesquisa Exploratória, que segundo Gil (2008), é uma pesquisa que se utiliza de entrevistas, conversas, pesquisas bibliográficas e documentais, visando trazer maior conhecimento sobre o tema para o pesquisador, o grupo percebeu certa carência de recursos para manter o projeto, já que este é totalmente sem fins lucrativos. Dessa forma, foi possível aprofundar o conhecimento teórico acerca de temas como Comunicação Pública e Comunitária, Comunicação Organizacional e Terceiro Setor. Por meio destas pesquisas, o grupo verificou qual seria a ferramenta mais adequada para ajudar a aumentar a visibilidade do projeto e, assim, atrair mais colaboradores para si.

## **RESULTADOS E DISCUSSÕES**

Apesar de ser gratificante, o trabalho comunitário é pouco valorizado, pouco procurado e demanda um esforço abnegado do voluntariado. A começar pela gestão dos recursos, que, em sua maioria, chegam por meio de doações ou por meio de patrocínio. A proposta do artigo foi demonstrar a prática da comunicação comunitária dentro do Projeto Formiguinha. Para isto, o grupo estudou, se organizou e se aplicou na criação de um vídeo institucional para as plataformas digitais do projeto, com a colaboração das crianças que frequentam a instituição e com as educadoras do mesmo. Além disso, foi aplicado também

um treinamento de mídia ou *media training*, para auxiliar as educadoras nas postagens de conteúdo para mídias digitais, a fim de torná-lo mais conhecido e promovê-lo perante o público.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Vale a pena ressaltar que a teoria se liga à metodologia que se liga a prática. Desse modo, sem as teorias pautadas em ações comunitárias, a prática seria inviável. Por fim, com este trabalho foi possível verificar a relevância de se ter um profissional, gestor da comunicação organizacional, para atuar em organizações sociais como o Projeto Formiguinha. Por meio dos princípios de Comunicação Pública e Comunitária, como aponta Kunsch (2007), este profissional pode atuar em uma realidade social contemporânea, a partir das ações de comunicação organizacional, em que busque como resultado a produção de um produto ou serviço essencial e em benefício da sociedade.

## REFERÊNCIAS

CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino; SILVA, Roberto da. **Metodologia científica**. 6. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2007.

\_\_\_\_\_. **Imprensa, uma parceira estratégica**. São Paulo: Saraiva, 2011.

DUARTE, J. C. S. **Rede Sociais: uma estratégia de ação local para o desenvolvimento**, 2000. Disponível em: <[www.rits.org.br](http://www.rits.org.br)>.

DUARTE, Jorge. **Comunicação Pública: glossário de comunicação pública**. Brasília, DF: Casa das Musas, 2006.

FERRARETO, Luiz; KOPPLIN, Elisa. **Assessoria de Imprensa na Teoria e na Prática**. São Paulo: Summus, 2009.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. São Paulo: Summus, 1986.

\_\_\_\_\_. **Relações públicas e modernidade: novos paradigmas na comunicação organizacional**. São Paulo: Summus, 1997.

Projeto Formiguinha. **Facebook**. Disponível em: <<https://www.facebook.com/projetoformiguinha/?fref=ts>>. Acesso em: 28 abr. 2016.

Projeto Formiguinha. **Instagram** Disponível em: <<https://www.instagram.com/projeto.formiguinha/>>. Acesso em: 28 abr. 2016.

Projeto Formiguinha. **Tumblr**. Disponível em: <<http://projetoformiguinha.tumblr.com/>>. Acesso em: 28 abr. 2016.

TAVARES, Maurício. **Comunicação empresarial e planos de comunicação**: integrando teoria e prática. São Paulo: Atlas, 2007.