

ASSESSORIA CIDADÃ: COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA PARA MOBILIZAÇÃO NO TERRITÓRIO DO SISAL

Carolina Ruiz de Macedo¹
Tiago Santos Sampaio²
Vilbégina Monteiro dos Santos³

Resumo: O Assessoria Cidadã é um projeto de extensão do curso de Comunicação Social da UNEB, Campus XIV, Conceição do Coité, iniciado em 2009. Tem como públicos-alvo entidades que se destacam no atendimento de demandas sociais do Território do Sisal como a ABRAÇO-SISAL, AMAC e CODES-SISAL. As entidades situam-se em Valente e Retirolândia, no entanto, suas ações têm abrangência em parte considerável do território. Tem como proposta central o assessoramento destas entidades no sentido de, por meio das estratégias da comunicação organizacional como mecanismo de gestão, auxiliar no cumprimento dos seus objetivos institucionais. A partir de uma metodologia que contempla o levantamento de diagnósticos, o estudo sistemático e a aplicação dos conceitos adequada às demandas específicas de cada entidade, o projeto busca operacionalizar técnicas de relacionamento destas com os seus públicos e favorecer a formação de imagens consonantes às suas filosofias organizacionais. Os primeiros resultados foram o levantamento das ações de parte destas entidades no que se refere às políticas de comunicação praticadas, a formação dos envolvidos através de oficinas, por meio das quais, também tem se buscado o conhecimento das condições que viabilizam o desenvolvimento de estratégias comunicacionais e sua realização através de produtos e serviços.

Palavras-chave: Mobilização social. Gestão da comunicação. Estratégia.

Abstract: The Citizens Advice is an extension project of the Social Communication course UNEB, Campus XIV's Conception Coité, started in 2009. Its target public entities that excel in meeting social demands of the Territory of Sisal as HUG-SISAL, AMAC and CODES-SISAL. The entities are located in Valente and Retirolândia, however, their actions have considerable scope in the territory. Its central proposal advising these entities in order, through the strategies of organizational communication and management mechanism, assist in achieving its institutional goals. From a methodology that includes the diagnostic

1 Mestrado em Cultura e Sociedade pela Universidade Federal da Bahia – UFBA; Professora Titular da Universidade do Estado da Bahia – UNEB.

2 Mestrado em Programa Multidisciplinar em Cultura e Sociedade pela Universidade Federal da Bahia – UFBA; Professor Titular da Universidade do Estado da Bahia – UNEB.

3 Mestrado em Cultura e Sociedade pela Universidade Federal da Bahia – UFBA; Professora Assistente da Universidade do Estado da Bahia – UNEB.

survey, the systematic study and application of concepts appropriate to the specific demands of each entity, the project seeks to operationalize these technical relationship with its stakeholders and promote the formation of images in line with their organizational philosophies. The first results were lifting the shares of these entities with regard to communication policies practiced, training involved through workshops, through which, has also sought the knowledge of the conditions that enable the development of communication strategies and its realization through products and services.

Keywords: Social mobilization. Communication management. Strategy.

Introdução e objetivos

No quadro de transformações iniciado entre as décadas de 1970 e 1980 em que se inserem os movimentos e as entidades sociais e populares, a comunicação tem sido percebida como fator preponderante para gerar mobilização e de, de modo crescente, como ferramenta de gestão para a consecução dos objetivos organizacionais. O contexto regional do Território do Sisal, palco de articulação das entidades sociais, há algum tempo tem mostrado como estas reconhecem o potencial estratégico da comunicação enquanto forma de mobilizar a comunidade em torno dos seus objetivos institucionais.

O Território do Sisal está localizado no semiárido brasileiro, é formado por 20 municípios¹, cuja realidade é marcada pela concentração de renda, agricultura familiar², sobretudo voltada para o cultivo do sisal, e forte atuação

das entidades sociais. Dentre estas, podemos mencionar, como exemplos, as entidades parceiras do projeto, a saber: Agência Mandacaru e Comunicação e Cultura (AMAC); Associação de Rádios e TVs Comunitárias do Território Sisaleiro (ABRAÇO-SISAL) e Conselho Regional de Desenvolvimento Rural Sustentável da Região Sisaleira do Estado da Bahia (CODES-SISAL).

A AMAC está localizada no município de Retirolândia e surgiu em 2005 com o apoio e a assessoria do Movimento de Organização Comunitária (MOC), que investiu no processo de formação e qualificação de jovens comunicadores para atuarem na área de comunicação, promoção da cidadania e cultura. Desde sua criação, em 2005, funciona como entidade autônoma e, segundo a coordenadora Camila Oliveira³, em entrevista, tem como principal proposta “contribuir para o desenvolvimento territorial sustentável da Região Sisaleira, através do fomento à cultura e ao meio ambiente do semiárido rural nos meios de comunicação locais”.

Em 2002, a ABRAÇO-BA passa a incentivar a criação de sub-regionais, num processo que culminou no surgimento da ABRAÇO-SISAL em 2004, situada no município de Valente. Tem como objetivo defender e representar legalmente as associações de comunicação comunitária no Território Sisaleiro a fim de melhor contribuírem com a construção do desenvolvimento no semiárido baiano. A instituição tem como meta principal **organizar, articular e assessorar, política e juridicamente, rádios, TVs, jornais e agências de comunicação comunitárias filiadas, além de capacitar comunicadores comunitários em temas atuais e fundamentais para a democratização da comunicação e o desenvolvimento local.**

Criado em 2002, o CODES-SISAL é um consórcio de municípios composto paritariamente por 14 representantes da sociedade civil e 14 do poder público dos municípios, com o

1 Araci, Barrocas, Biritinga, Candéal, Cansanção, Conceição do Coité, Ichu, Itiúba, Lamarão, Monte Santo, Nordestina, Queimadas, Quinjingue, Retirolândia, Santa Luz, Serrinha, São Domingos, Teofilândia, Tucano, Valente (N.A.).

2 Na área rural estão concentrados 63% da população, segundo o censo realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em 2007.

3 Entrevista de Camila Oliveira, Coordenadora da AMAC.

objetivo de propor alternativas de gestão pública para a questão rural no Território do Sisal e o desafio de desenvolver uma política territorial.

Embora haja relevância do grau de mobilização e organização destas entidades, aspecto evidenciado pela capilaridade que suas ações possuem no território, as próprias entidades revelam que estas ações em comunicação organizacional padecem com a falta de um planejamento sistemático e melhor execução a partir da noção de estratégia. Essa assertiva é confirmada num relatório produzido pelo MOC objetivando conhecer a realidade da comunicação institucional da Região Sisaleira.

Foram avaliadas, nesse relatório, quatro categorias principais, a saber: Estrutura e apoio à comunicação institucional; Meios de comunicação institucional; Assessoria de imprensa e Planejamento em Comunicação. Essas categorias revelaram que 73% das entidades não dispõem de recursos financeiros específicos para a comunicação, apesar de cerca de 80% delas possuírem um mural interno com notícias e avisos. Apenas 20% declaram ter alguém que desempenha a função de assessor, sendo o atendimento ao público externo feito, em sua maioria, pelos dirigentes da entidade.

O quesito planejamento em comunicação é o que parece mais controverso: 53% das entidades afirmam que o item “comunicação” consta do seu planejamento estratégico, no entanto, por falta de recursos não conseguem efetivar as ações propostas. Outras entidades, por sua vez, que não incluíram a comunicação em seu planejamento estratégico, conseguiram desenvolver ações comunicativas através de planos operacionais (MOVIMENTO DE ORGANIZAÇÃO COMUNITÁRIA, 2006).

Para tanto, por meio do projeto de extensão foi estabelecido que é necessário repensar as práticas de composição de imagem institucional, o relacionamento com os seus diversos públicos e redimensionar as estratégias comunicacionais que viabilizem a consolidação das políticas vislumbradas por estas entidades

como o seu norte de ação no território.

Em suas acepções práticas, portanto, o projeto Assessoria Cidadã tem como objetivo geral o assessoramento de entidades sociais voltadas para a promoção da cidadania, buscando o desenvolvimento e aprimoramento dos seus instrumentos de comunicação organizacional. Para isso é fundamental dar visibilidade às ações de mobilização social efetivadas por estas entidades, divulgando os seus produtos e oferecendo-lhes maior suporte técnico e operacional para que atinjam seus objetivos através de uma comunicação estratégica e alinhada às suas filosofias organizacionais.

Dentre os objetivos específicos do projeto, é relevante destacar: despertar, nas entidades parceiras, a necessidade de investir, de modo mais eficiente, nos processos comunicacionais; contribuir para o planejamento e o desenvolvimento de atividades comunicacionais das entidades parceiras; montar oficinas de comunicação com a finalidade de capacitar os comunicadores populares para promover ações comunicacionais que atendam à demanda das entidades parceiras; promover oficinas de assessoria e planejamento de comunicação (análise, diagnóstico, planejamento e avaliação); promover diagnósticos sobre os públicos e os problemas apresentados nas entidades envolvidas na área de comunicação; avaliar a atuação das entidades assistidas, através de pesquisas com o público e outras ferramentas; criar uma aproximação entre as entidades parceiras e a universidade, e melhorar os processos de aprendizado dos alunos envolvidos, permitindo-lhes aplicar as teorias aprendidas no curso e aprofundá-las através de aplicações práticas.

Metodologia

De acordo com a perspectiva sistêmica que rege a noção contemporânea de organização, seu significado remete inicialmente à função de ordenar, hierarquizar, delimitar as atribuições

de partes integradas, enfim, organizar o todo. Tais tarefas estão voltadas para o pensamento interessado em ligar as partes da organização, e, nesse sentido, a comunicação passa a assumir o papel de amálgama e elemento fundamental da gestão, uma vez que se entende que gerir a organização é, antes de tudo, gerir os seus processos comunicacionais e seus fluxos informativos de modo estratégico (REGO, 1986).

A concepção de estratégia no contexto organizacional associa-se assim ao gerenciamento da comunicação como forma de evidenciar que esta deve se diferenciar pelo seu potencial estratégico, ou seja, que a comunicação precisa assumir um caráter reflexivo, deliberado, sendo planejada e controlada a fim de alcançar objetivos específicos. A comunicação estratégica é entendida como o conjunto amplo de processos, produtos, cenários que permitem, a uma organização, obter resultados positivos em conformidade com os seus objetivos, sua missão, seus valores. Deste modo, o sucesso da estratégia de uma organização depende do elo entre a estratégia de comunicação e a estratégia geral, além do planejamento. Para isso devem-se estabelecer, a priori, os objetivos, os recursos, os diversos aspectos que perpassam as relações entre a organização e seus públicos e as políticas voltadas para a composição da imagem (KUNSCH, M. M. K; KUNSCH, W. L., 2007).

O assessoramento de uma organização sob a ótica da comunicação deve identificar assim as condições de traçar estratégias que possam atender a demandas específicas, embasando-se em dados concretos amparados por mecanismos de pesquisa e prospecção de informações para se ter diagnósticos que permitam orientar as ações planejadas. Uma das funções que estabelece o princípio do assessoramento é o detalhamento de toda a organização, a partir da experiência e competência do profissional de comunicação.

As estratégias utilizadas pelas entidades para cumprir com seus fins sociais também recorrem, portanto, a estes diversos recursos e técnicas oferecidos pelos conhecimentos dis-

ponibilizados pela área da comunicação organizacional. No entanto, por se tratar de entidades sociais, a comunicação se opera para o cumprimento de outras finalidades que não o lucro. A dimensão estrutural que orienta esta mudança de perspectiva está ancorada na própria diferença conceitual entre organizações convencionais e instituições ou entidades com fins sociais. As primeiras estão voltadas para atingir os próprios objetivos e funcionam calcadas no princípio de colaboração e divisão do trabalho, segundo a lógica capitalista de produção. Já as segundas têm como princípio norteador normas e valores sociais, funcionando para atender à sociedade, gozando, por isso, de respeitabilidade e possuindo estabilidade estrutural (KUNSCH, M. M., 2003).

A comunicação realizada nas entidades sociais está estruturada em uma lógica não instrumental, dialógica, participativa e democrática. Através desta é possível exercer um debate contínuo, aberto e plural sobre questões sociais relevantes e buscar a construção coletiva de soluções para os problemas que afetam o todo social. Esta comunicação não age, no entanto, como modo de provocar o arrefecimento dos conflitos, mas uma vez que percebe a inevitabilidade destes, os aproveita como modo de problematizar e maturar as decisões dos grupos envolvidos a fim de encontrar as melhores saídas para os obstáculos que impedem o desenvolvimento coletivo. O respeito à dialogicidade pode, deste modo, colocar em prática a razão comunicativa, enquanto conhecimento gerado pela discussão coletiva, na qual o papel de legitimação de um saber polarizado em poucos sujeitos perde a importância para dar lugar ao saber construído e partilhado coletivamente (HABERMAS, 1992).

A comunicação organizacional voltada para as organizações convencionais ou entidades com fins sociais caracteriza-se como o conjunto dos diferentes tipos de comunicação que perpassam o ambiente organizacional. Tem como objetivos primordiais gerir internamente a organização, atendendo o seu público interno; atender

o público externo, mantendo um bom relacionamento com os diversos tipos que compõem esta categoria, como o governo, por exemplo, e compor uma imagem organizacional adequada. Além disso, são levados em consideração aspectos como os fluxos de informação e as redes formais e informais pelas quais a comunicação se concretiza (KUNSCH, M. M., 2003).

Um dos princípios básicos da comunicação diferenciada utilizada pelas entidades sociais refere-se à atenção voltada para a geração de vínculos entre aqueles que dela participam. Segundo esta lógica, a comunicação não se constitui apenas como modo de promover a veiculação informativa de forma unidirecional, mas como instrumento capaz de ampliar a coesão dos membros envolvidos (COGO, 2006).

As estratégias para mobilização social incluem a geração de co-responsabilidade e participação institucional e o atendimento de requisitos que envolvem a difusão de informações, a promoção da coletivização, o registro da memória das entidades, o planejamento das ações e a definição de políticas de comunicação bem delineadas. Essas atribuições transcendem as dimensões técnicas e estéticas da comunicação, o que exige pensá-la ainda segundo suas dimensões éticas e políticas (HENRIQUES, 2007).

Existe a expectativa da prática da comunicação organizacional enquanto meio de viabilizar a mobilização social e ferramenta de promoção da participação popular nas ações das entidades sociais. Esta participação é construída dentro de uma dinâmica de engajamento social mais amplo, em prol do desenvolvimento social, e tem o potencial de, uma vez efetivada, ajudar a mexer com a cultura, a construir e reconstruir valores, contribuir para maior consciência dos direitos humanos fundamentais e dos direitos de cidadania, a compreender melhor o mundo e o funcionamento dos próprios recursos de comunicação, que se revelam como espaço de aprendizado das pessoas para o exercício de seus direitos e a ampliação da cidadania (KUNSCH, M. M. K; KUNSCH, W. L., 2007).

Deste modo, o projeto parte do princípio de que as entidades parceiras, que enfatizam a luta pela melhoria das condições de vida da população a que assistem e promovem ações de cunho solidário e voltadas para o interesse coletivo, alcançam estes objetivos quando investidas de um saber fazer comunicacional nas instâncias organizacionais. Assim, além de atuar na formação e na capacitação de comunicadores populares, é necessário atuar buscando formas de mobilização dos seus públicos na perspectiva de mantê-los integrados aos projetos de cidadania e das ações sociais, utilizando a comunicação como um recurso pedagógico ou de divulgação. Logo, muitos dos recursos presentes no horizonte do projeto contemplam lógicas semelhantes às das organizações capitalistas apenas no que tange a algumas técnicas empregadas. No entanto, no que se refere às finalidades a serem alcançadas por meio destas técnicas, é preciso ter em vista o seu perfil diferenciado, uma vez que objetiva utilizar a comunicação como ferramenta estratégica no cumprimento de causas sociais, razão da existência das entidades envolvidas no projeto.

A partir da discussão conceitual e maturação acerca dos seus potenciais práticos e operacionais, a metodologia empregada pelo projeto contempla as técnicas da comunicação organizacional para o desenvolvimento de uma gestão estratégica que culmina no desenvolvimento de políticas materializadas na forma de produtos de comunicação elaborados como decorrência de um processo de planejamento coletivo e integrado. O assessoramento das entidades tem como aspectos balizadores da ação: a definição dos seus objetivos; o estabelecimento de suas metas e a proposição de ações táticas. A partir daí o encaminhamento do projeto segue as seguintes etapas: 1) Definição da equipe; 2) Levantamento de informações; 3) Análise dos dados e das políticas de comunicação; 4) Diagnóstico; 5) Elaboração coletiva do plano de ação; 6) Desenvolvimento das ações; 7) Avaliação das ações.

Análise e discussão dos resultados

Após um semestre de planejamento, o projeto Assessoria Cidadã inicia as suas atividades práticas no primeiro semestre de 2010. Contemplando a estratégia esboçada no planejamento do projeto, a implementação das atividades de assessoria aconteceu com uma diferença temporal de um semestre de uma instituição para outra. Assim, em 2010.1, a AMAC foi a primeira instituição junto à qual o projeto desenvolveu ações, seguida da ABRAÇO SISAL, no semestre 2010.2, e, posteriormente, do CODES, no semestre 2011.1. Considerando essa diferença temporal, o desenvolvimento da assessoria em cada instituição também se apresenta em estágios diferenciados.

As equipes de trabalho foram pensadas no intuito de otimizar o desenvolvimento das atividades em cada instituição, cujas equipes foram compostas pelo responsável pela gestão da comunicação, e na inexistência desse, pelo gestor geral ou algum outro representante da instituição indicado por ele, e por um monitor de extensão vinculado ao projeto. Essas equipes foram supervisionadas e orientadas pelos coordenadores do projeto. Dessa forma, os grupos de trabalho ficaram assim configurados:

AMAC – Camila Oliveira, diretora-presidente da instituição, e Laudécio Carneiro da Silva, monitor. A composição desta equipe possui especificidade pelo fato de seus integrantes serem estudantes do curso de comunicação da Universidade e membros da instituição assessorada. O envolvimento do monitor com a AMAC foi um dos critérios da escolha e daí o direcionamento do mesmo para esta instituição. A gestora da AMAC, por sua vez, foi recentemente aprovada no vestibular para o curso. Avaliamos que essa característica da equipe tem possibilitado uma participação mais efetiva dos integrantes devido a sua ligação orgânica com a instituição e a proposta do projeto.

ABRAÇO-SISAL – Arlene Silva, presidente, e Kaio Ícaro Macedo, monitor.

CODES-SISAL – A equipe que atua no CODES também tem uma especificidade, é formada a partir das indicações de Losângela Araújo, que é monitora, e atua como secretária da instituição assessorada. Essa formação da equipe é momentânea, considerando que o trabalho com esta instituição está no início e o gestor representante ainda está sendo definido pelo CODES.

A AMAC é formada por uma diretoria-presidente, diretoria-financeira e secretaria, além dos jovens comunicadores. A instituição possui um planejamento de ações anual a partir do qual são definidos os indicadores, metas e responsáveis pela execução de cada atividade. A instituição apresenta uma estrutura razoável de planejamento e execução de ações comunicacionais voltadas para a formação de jovens mobilizadores e para a elaboração de produtos de comunicação e cultura para divulgar a própria agência ou resultantes de assessorias prestadas a outras instituições. Pode-se destacar a elaboração de produtos como peças radiofônicas, vídeos, revistas, *fanzines*, *sites*, produção de textos jornalísticos diversos. Atua também, em diversos projetos de capacitação voltados para a seara da comunicação popular e comunitária, tendo os jovens como público prioritário.

Em sua estrutura organizacional, a comunicação não é institucionalizada, considerando a função ou o gestor específico para o atendimento dessa demanda. No entanto, ações de sua própria comunicação institucional são contempladas no planejamento das atividades. Muito embora a instituição desenvolva diversos produtos de comunicação, precisa melhorar suas ações de identidade organizacional, a fim de projetar sua imagem no próprio território, garantindo maior legitimidade no processo de mobilização da juventude local. A manutenção de alto grau de mobilização desses jovens constitui-se hoje no seu maior desafio. A comunicação interna é razoavelmente desenvolvida, através de instrumentos como murais, informativos, reuniões semanais e *e-mails*.

A participação dos jovens comunicadores em eventos em todo o país e o *site* da instituição têm sido os principais mecanismos de comunicação externa utilizados. Outro dado relevante diz respeito à formação desses atores. Oriundos de movimentos populares, esses jovens demandam da Universidade uma capacitação formal nas áreas da gestão financeira, administrativa e comunicacional, bem como nos aspectos linguísticos e de repertório cultural.

A ABRAÇO-SISAL é formada pela presidência e secretária, tendo como demais componentes as próprias rádios afiliadas. Tem como missão contribuir com o processo de desenvolvimento regional sustentável a partir da organização e articulação dos meios de comunicação comunitários para prestação de serviços de comunicação social como forma de ajudar a promover a cidadania. A entidade oferece cursos para gestores e comunicadores das rádios comunitárias como forma auxiliar no seu funcionamento, com qualidade técnica, sem perder de vista as questões burocráticas da parte administrativa. São realizadas oficinas técnicas e temáticas que dão conta da produção de programas de rádio, vinhetas, *spots* e campanhas sobre temas como agricultura familiar, violência contra a mulher, direitos da criança e adolescente, cultura e outros assuntos de interesse das comunidades atendidas, além dos debates sobre políticas públicas em diversas áreas, que objetivam conscientizar os ouvintes sobre seus direitos e deveres.

A aproximação do projeto com a ABRAÇO-SISAL revelou desafios maiores do que a proposição da Assessoria Cidadã. A instituição tem vivenciado uma fase de desestruturação em função de uma crise político-financeira. Sendo assim, a comunicação não se configura, nesse momento, como a questão mais emergencial. No entanto, o projeto detectou demandas afinadas com as necessidades das outras instituições assessoradas e alinhadas com os objetivos do projeto, a exemplo das capacitações voltadas para produção de textos e redação radiofônica, gestão financeira e administrativa e repertórios culturais.

A estrutura organizacional do CODES-SISAL é formada pela Assembleia Geral, Conselho Fiscal (3 representantes das entidades afiliadas), Conselho de Administração (presidente, vice-presidente e 6 conselheiros) e secretaria executiva (secretário e funcionários administrativos e técnicos). A missão da instituição é

Contribuir para o desenvolvimento integral, participativo e ecologicamente sustentável do Território Sisal, priorizando o fortalecimento da cidadania, a erradicação da exclusão social e a melhoria da qualidade de vida, através da articulação dos sujeitos e das políticas públicas e apoiando e incentivando ações e projetos referenciais (CONSELHO REGIONAL DE DESENVOLVIMENTO-SISAL, 2008, p. 15).

Para atender a sua missão e seus objetivos, o CODES elaborou um Plano Territorial de Desenvolvimento Rural Sustentável – PTDRS. Nesse documento encontra-se um conjunto de programas e projetos, com detalhamento sobre a abrangência das ações, impactos gerados, custos e arranjos institucionais necessários para a consolidação das propostas, pensadas a partir de eixos prioritários de desenvolvimento. A comunicação torna-se um dos seis eixos prioritários, sendo os outros: agricultura familiar, saúde, educação, meio ambiente e infraestrutura. A comunicação, pensada como estratégia do desenvolvimento sustentável do território, se traduz em planos de ação que objetivam sua efetivação como política pública.

Apesar de compor os eixos prioritários, a comunicação não é institucionalizada na estrutura organizacional. Algumas ações de comunicação internas foram observadas, como a produção de um *site*, *e-mails* e boletins informativos. A comunicação interna também é viabilizada através de reuniões de monitoramento e avaliação. Porém essas ações ainda são insuficientes, considerando que o nível de conhecimento da população, de uma maneira mais abrangente, sobre a existência e o funcionamento do Conselho, é

ainda incipiente. Foi detectado que até mesmo entidades que se apresentam na estrutura do CODES-SISAL não têm conhecimento do verdadeiro papel que este representa.

Embora a comunicação seja um tema que perpassa as atividades fim das três instituições, esta é pensada como demanda de proposição de políticas públicas para o território. No entanto, a comunicação não é pensada em nível institucional e, portanto, não alcança dimensões estratégicas para que, através destas, essas instituições cumpram seus objetivos institucionais no tocante à imagem, melhor relacionamento com seus públicos e mobilização social.

Durante a fase de levantamento de dados e diagnósticos foram percebidos problemas não diretamente relacionados à gestão comunicacional que, embora não fossem alvo da atuação do projeto, dificultavam o andamento da instituição em relação à gestão administrativa e à implantação do próprio projeto. Nesse sentido, a Assessoria Cidadã tem planejado a execução de atividades de formação em gestão administrativa e prática contábil, elaboração de projetos e oficinas de redação. A partir das demandas levantadas pelas instituições, já foram realizadas oficinas de assessoria de comunicação, enfocando a elaboração de produtos de comunicação e o planejamento, uma vez que foi identificada a necessidade de institucionalizar a comunicação organizacional. Também foi realizada, em parceria com o Centro de Referência em Saúde do Trabalhador (CEREST), uma oficina de fonoaudiologia e dicção para as instituições, voltada para os alunos do curso de comunicação e para a comunidade externa. Especificamente na AMAC foi realizada uma oficina sobre temas relacionados à cultura e identidade e produção audiovisual, o que auxiliou a instituição na elaboração de um vídeo sobre uma manifestação cultural local, o “Vamos roubar um boi”. Está em curso ainda a viabilização de uma oficina de fotografia digital básica, a fim de auxiliar no registro imagético das atividades destas instituições e composição dos seus bancos de imagens.

Considerações finais

Embora o referencial teórico aponte a relevância dos aspectos que compõem a comunicação organizacional voltada para a mobilização social, estes não se manifestam de modo igualitário nas instituições dada a realidade específica de cada uma. Portanto, o projeto tem buscado atuar a partir das demandas levantadas por cada uma delas no sentido de propor a institucionalização das práticas de comunicação, com a utilização de mecanismos como o planejamento e seus correlatos mecanismos de controle e acompanhamento das ações.

O projeto tem se caracterizado, sobretudo, pela permanente preocupação de construção dialógica do planejamento e execução das suas ações. Mesmo com diretrizes pré-concebidas, há um constante redimensionamento das atividades a fim de atender às demandas de cada instituição. O projeto também tem visualizado, a partir das suas potencialidades, em gerar um aprendizado para as entidades, especialmente para os alunos e coordenadores envolvidos. Isto porque se deve ressaltar o caráter dialógico do projeto que não hierarquiza os saberes por filiação institucional nem pelos diferentes perfis dos atores que os desenvolvem.

Considerando a especificidade da estrutura organizacional das entidades que comportam em seus diversos quadros outras instituições, o desenvolvimento da noção de estratégia na comunicação organizacional torna-se um imperativo, uma vez que é necessário, por meio desta, articular e compatibilizar diversos interesses. As ações desenvolvidas pelo projeto, nesse sentido, têm caminhado para o cumprimento das suas propostas principais, pois não se restringem à divulgação das ações das entidades, mas têm buscado subsidiar a formação dos sujeitos envolvidos para que desenvolvam saberes e técnicas comunicacionais para o cumprimento dos seus objetivos alinhados às suas filosofias e posicionamentos políticos.

Referências

- CONSELHO REGIONAL DE DESENVOLVIMENTO (CODES). **Plano Territorial de Desenvolvimento Rural Sustentável do Sisal**. Valente: CODES, 2008.
- COGO, D.; MAIA, J. **Comunicação para a cidadania**. Rio de Janeiro: Ed. UERJ, 2006.
- HABERMAS, J. **The Theory of Communicative Action: reason and the rationalization of society**. Cambridge: Polity Press, 1992. v. 1.
- HENRIQUES, M. S. (org). **Comunicação e estratégias de mobilização social**. Belo Horizonte: Autêntica, 2007.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Censo 2007**. (População, Censos demográficos). Brasília, DF: IBGE, [200-] em: <<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/contagem2007/>>. Acesso em: [200-].
- KUNSCH, M. M. K. **Gestão estratégica em comunicação organizacional e relações públicas**. São Paulo: Difusão Editora, 2008.
- _____. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. São Paulo: Summus, 2003.
- KUNSCH, M. M. K.; KUNSCH, W. L. (org.). **Relações públicas: a comunicação em uma perspectiva dialógica e transformadora**. São Paulo: Summus, 2007.
- MOVIMENTO DE ORGANIZAÇÃO COMUNITÁRIA (MOC). **Como está a comunicação nas organizações sociais?** Uma breve análise da comunicação institucional de 15 organizações sociais da Região Sisaleira. Feira de Santana: Programa de Comunicação do MOC, 2006.
- OLIVEIRA, C. **Camila Oliveira**: inédito. Retirolândia, 20 maio 2010. Entrevista concedida a Carolina Ruiz de Macedo, Tiago Santos Sampaio e Vilbégina Monteiro dos Santos.
- PERUZZO, C. M. K. **Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania**. Petrópolis: Vozes, 1998.
- REGO, F. G. T. do. **Comunicação empresarial / comunicação institucional: conceitos, estratégias, sistemas, estrutura, planejamento e técnicas**. São Paulo: Summus, 1986.