

Programa de Relações Públicas Para a Associação de Deficientes e Familiares - ASDEF¹

Emanoel Maia GERMANO²

Georgia MENESES³

Manuelle MACÊDO⁴

Andréa Karinne ALBUQUERQUE⁵

Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, PB

RESUMO

O projeto de assessoria de comunicação para a Associação de Deficientes e Familiares (ASDEF) foi desenvolvido observando-se a necessidade da organização de atrair voluntários. Na elaboração do *briefing*, identificou-se informações relevantes para o projeto de pesquisa de opinião pública. Metodologicamente adotou-se uma abordagem qualitativa, de natureza aplicada, tendo como objetivo compreender a relação do trabalho dos extensionistas com a causa da organização. O diagnóstico apontou as fragilidades da organização com relação ao trabalho dos extensionistas. Diante dos resultados, foi possível definir um Programa de Relações Públicas formado por ações necessárias para mudar a realidade encontrada. Assim, a ASDEF pôde priorizar um público mais específico, porém essencial para a continuidade do trabalho na organização.

PALAVRAS-CHAVE: Pessoa com deficiência; Terceiro Setor; Planejamento de comunicação; Relações Públicas.

1. INTRODUÇÃO

A Associação de Deficientes e Familiares (ASDEF) surgiu no ano de 2003 e é direcionada à causa da pessoa com deficiência, através de um trabalho de capacitação para o mercado de trabalho, conscientização e luta por direitos sociais. A ASDEF conta com uma equipe de profissionais, estagiários e voluntários/extensionistas que colaboram para cumprir sua missão e difundir uma visão que busca a inclusão da pessoa com deficiência.

¹ Trabalho submetido ao XXIII Prêmio Expocom 2016, na Categoria Relações Públicas, modalidade Projeto de assessoria de comunicação para o Terceiro Setor.

² Aluno líder do grupo. Graduado em Comunicação Social – RP, UFPB, email: emanoelgermano@live.com.

³ Graduada em Comunicação Social – RP, UFPB, email: duartegeorgia@live.com.

⁴ Graduada em Comunicação Social – RP, UFPB, email: manuelle-macedo@hotmail.com.

⁵ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Comunicação Social – RP, UFPB, email: andreakarinne@gmail.com.

No que concerne a este trabalho, inicialmente, foi necessário realizar uma pesquisa institucional para a elaboração do *briefing* junto a ASDEF, sendo possível compreender qual seria o melhor caminho a seguir para a etapa da pesquisa, visando sempre às necessidades da organização, desde a escolha do público que seria trabalhado até os objetivos que deveriam ser alcançados.

O público delimitado para o trabalho, os alunos extensionistas da Faculdade Maurício de Nassau, foram entrevistados com base em uma pesquisa qualitativa por meio de um roteiro de entrevista semiestruturada. O processo de análise de dados proporcionou uma visão holística do material coletado durante as entrevistas, possibilitando o diagnóstico e, em seguida, a elaboração do Programa de Relações Públicas.

2. OBJETIVO

O objetivo geral do Projeto de Assessoria de Comunicação para a Associação de Deficientes e Familiares foi identificar e resolver os problemas de comunicação e relacionamento com os alunos do programa de extensão, aferindo questões a partir da compreensão de sua relação com a causa da organização, e resolvendo-as por meio de um Programa de Relações Públicas.

3. JUSTIFICATIVA

Um Programa de Relações Públicas é de extrema relevância para as organizações do Terceiro Setor, pois promove a elaboração de estratégias planejadas com o objetivo de estabelecer e manter relacionamentos, além de consolidar a imagem da organização perante a sociedade. Nesse sentido, essa relação se constituirá com o objetivo de tornar a organização bem aceita, o que garantirá, dessa forma, benefícios e resultados positivos a ela. Assim, o profissional de relações públicas contribui para:

Obter-se interesse favorável em uma instituição e/ou em seus programas, difundindo notícias significativas sobre os mesmos em publicações ou obtendo divulgação gratuita em rádio, televisão ou outras mídias. Os

profissionais de relações públicas se veem como responsáveis ou aperfeiçoadores da imagem da instituição (TARGINO, 2008, p. 3).

É importante observar que a Comunicação Organizacional possibilita a circulação e a troca de informações relevantes entre os diversos níveis organizacionais, além de objetivar o constante diálogo com os públicos estratégicos externos, tudo isso por meios e canais de comunicação adequados. Trata-se de um processo contínuo que proporciona um conhecimento mais abrangente da organização, agregando valores a ela.

Kunsch (2003, p. 149) conceitua Comunicação Organizacional, ressaltando que ela “é a disciplina que estuda como se processa o fenômeno comunicacional dentro das organizações no âmbito da sociedade global. Ela analisa o sistema, o funcionamento e o processo de comunicação entre organização e seus diversos públicos”.

Ao trabalhar a comunicação nas organizações, através do relacionamento com os diversos públicos, por meio do planejamento, buscou-se a partir das mudanças, criar novas formas de comunicação, com o intuito de desenvolver tanto a organização quanto a sociedade.

As organizações do Terceiro Setor precisam criar vínculos sólidos com a sociedade, para facilitar a captação de recursos que sustentará a organização. Em troca, essa organização devolve a sociedade, entregando a sua contribuição para o desenvolvimento humano. Sendo assim, construiu-se atividades planejadas estrategicamente.

O trabalho que a ASDEF desenvolve, de capacitação e garantia de direito das pessoas com deficiência, é uma atividade transformadora. O profissional de Relações Públicas tem um papel importante nessa transformação, é ele quem relacionará o trabalho da ASDEF ao caráter social que carrega. Logo, torna-se evidente que o processo faz parte da atividade de Relações Públicas Populares, pois elas

Dizem respeito à questão da apropriação pela classe trabalhadora de instrumentos que possam auxiliá-la no processo de conquista de sua cidadania em plenitude. É questão de compromisso político, de relação orgânica com a classe trabalhadora. É questão de compromisso filosófico

com a capacidade e crescimento integral do homem e da espécie humana (PERUZZO, 1989, p. 107-112).

Assim, o trabalho da ASDEF, ao ser disseminado, desconstrói preconceitos em relação à pessoa com deficiência. E o relações-públicas faz a ponte entre o compromisso que a ASDEF assume, dando-lhe a devida relevância, ao passo que viabiliza transformações positivas na sociedade.

Tendo em vista que a ASDEF trabalha com público específico, a atividade de Relações Públicas pode contribuir de forma enriquecedora para a organização, por ela possuir instrumentos que são planejados, e com objetivo direto para atingir um grupo específico. Dessa forma, o relações-públicas utiliza técnicas para desenvolver seu trabalho. Essas técnicas têm por base o Planejamento e o uso de instrumentos dirigidos aos públicos que são os principais diferenciais do profissional.

4. MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Para a realização desta pesquisa foi utilizado o método de abordagem qualitativo, sendo o mais adequado para identificar quais são os comportamentos e relações estabelecidas entre os extensionistas e a ASDEF. A pesquisa qualitativa é indicada quando busca-se um conteúdo profundo sobre os entrevistados, permitindo assim que o pesquisador interprete quais são as realidades sociais pré-estabelecidas do indivíduo.

O tipo de pesquisa abordada é a aplicada, pois permite que os dados sejam coletados de forma diversificada. O conteúdo produzido deverá “contribuir para fins práticos, visando à solução mais ou menos imediata do problema encontrado na realidade” (BARROS e LEHFELD, 2000, p. 78). Quanto aos meios, foi utilizado o método exploratório. Vergara (2009, p. 42) afirma que este permite a realização de uma busca mais detalhada quando se tem pouco conhecimento e informações na área sobre o assunto abordado.

A coleta de dados ocorreu nos dias 8, 13 e 14 de maio de 2015 por meio de entrevista semiestruturada, em local indicado pelos extensionistas. Para Mazzotti-Alves e Gewandsznajder (2000, p. 168) “por sua natureza interativa, a entrevista permite tratar de

temas complexos que dificilmente poderiam ser investigados adequadamente através de questionários, explorando em profundidade”.

Em relação aos instrumentos de pesquisa, o roteiro foi o guia para o pesquisador conduzir o entrevistado a disponibilizar as informações necessárias. Foram feitos questionamentos com o objetivo de pontuar e esclarecer qual a relação dos entrevistados com a organização. A entrevista foi gravada para que posteriormente as informações fossem analisadas.

O roteiro se dividiu em três partes, na primeira procurou-se conhecer o perfil do entrevistado. Informações como gênero e idade foram perguntadas a fim de encaixar os entrevistados em categorias. Em seguida, interrogou-se sobre a relação e ciência do entrevistado sobre o terceiro setor, incluindo movimentos sociais, uma vez que essas informações visavam conectar o entrevistado ao teor da pesquisa e a fim de proporcionar maior esclarecimento sobre o engajamento dele com a atividade da área.

Na segunda parte da pesquisa, averiguou-se a relação do extensionistas com a ASDEF. Nessa etapa questionou-se sobre as motivações do relacionamento com a organização, e de onde parte sua identificação. Além disso, perguntou-se sobre a experiência e expectativas com atividade desenvolvida. Sendo assim, buscou-se entender se a causa da ASDEF está internalizada no entrevistado, abordando uma reflexão sobre a missão da organização ao final do questionamento.

A terceira parte voltou-se especificamente para os funcionários da assessoria de comunicação. Assim, investigou-se a participação dos extensionistas no setor, com a finalidade de obter informações sobre as atividades realizadas por eles.

O tipo de amostragem selecionada foi a não probabilística, essa revela que “a seleção dos elementos da população para compor a amostra depende ao menos em parte do julgamento do pesquisador ou do entrevistador no campo.” (MATTAR, 1996, p.132). Entre os cinco extensionistas, que atuam na ASDEF, foram selecionados quatro estudantes, para o processo de coleta de dados. Esses atuam dentro da assessoria de comunicação, e funcionaram como termômetro, para identificar como se estabelecia o relacionamento entre organização e alunos.

O universo da pesquisa foi formado por todos os públicos da ASDEF. Atualmente, a organização mantém convênio com a Faculdade Maurício Nassau que, no curso de comunicação, disponibilizou cinco alunos para atuarem na elaboração do programa de TV juntamente com os dois funcionários da Assessoria de Comunicação da ASDEF. A organização tinha como foco, no momento da pesquisa, a estreia de um programa em uma rede de televisão, e com isso, todas as atividades voltadas para a sua formação possuem forte demanda, que sobrecarregariam o setor de comunicação. Sendo assim, o serviço prestado e voluntário é de grande importância para a continuidade e cumprimento de metas.

5. DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O Programa de Relações Públicas baseou-se no diagnóstico obtido a partir dos resultados da pesquisa realizada com os extensionistas da ASDEF, e consiste no projeto e execução de quatro instrumentos de comunicação dirigida, que foram elaborados com base nas necessidades de aproximação de novos voluntários/extensionistas para assessoria de comunicação, internalização da causa nos envolvidos e comprometimento com as atividades realizadas.

5.1 PROJETO MANUAL DE INTEGRAÇÃO

O Manual de Integração foi apresentado aos extensionistas e voluntários da Assessoria de Comunicação da ASDEF como um material impresso, cujo conteúdo trouxe assuntos referentes à organização. O seu objetivo é organizar as informações que esse público deve encontrar ao iniciar um trabalho voluntário para a ASDEF.

O projeto do Manual de Integração visa contribuir para elucidar as dúvidas que os extensionistas e voluntários possam ter no momento que ingressam na organização. Ele cumpre uma função de internalização de informações já obtidas pelo público, através de conversas com funcionários e usuários, de aprofundamento de questões relevantes para o desenvolvimento do trabalho e de apresentar uma perspectiva promissora em relação ao trabalho nesse segmento.

Em suma, o Manual destina-se a aproximar o público-alvo, contribuir para a assimilação de informações sobre a organização e dirigir informações específicas de interesse do seu público. A recomendação é que a avaliação de seus resultados aconteça a partir de uma pesquisa realizada com os profissionais da assessoria de comunicação e com os extensionistas e voluntários, a fim de verificar se o Manual cumpriu os seus objetivos.

5.2 PROJETO *PRESS-KIT*

A montagem de um *press-kit*, direcionado aos jornalistas da mídia paraibana, teve o intuito de gerar certa visibilidade para os eventos, como os *workshops*, organizados pela ASDEF. Buscou-se assim, uma divulgação gratuita ao público paraibano, sensibilizando-os a participarem dos cursos gratuitos promovidos pela ASDEF e a sua importância profissional e acadêmica.

Fez parte da composição dos *kits* um *release* elaborado pela própria Assessoria de Comunicação, que semanas antes do evento do *workshop*, elaborará um resumo estruturado, expondo o que a organização pretende com a realização do evento. Esse texto ajudará o jornalista a entender com clareza a que tipo de público a ASDEF tem pretensão de atingir.

Os outros materiais que compõe o *press kit* são, bloco de notas personalizados, caneta, folder de divulgação da organização, o jornal institucional mais recente confeccionado e algum objeto elaborado pelo balcão gráfico – como canecas, camisetas e outros brindes – podem atrair o olhar do jornalista que, em meio ao grande número de pautas, pode deixar “passar em branco” a divulgação de um evento gratuito de formação para a sociedade. Assim, o método ideal para avaliar e acompanhar a eficiência dos *press-kits* entregues será a clipagem, “recorte” de matérias e citações que circularão na mídia, semanas antes do evento.

5.3 PROJETO DE ANÁLISE DE APTIDÃO

A Associação de Deficientes e Familiares (ASDEF) recebe voluntários por meio da realização de *workshops* voltados à área de comunicação. Contudo, foi observado que as

atividades destinadas aos novos voluntários não são designadas corretamente, o que pode acarretar problemas.

Diante disso, o projeto “Análise de Aptidão”, consiste na elaboração de perguntas com o intuito de conhecer as habilidades que os voluntários possuem. Assim, após a análise das questões, os indivíduos serão conduzidos a tarefas que se relacionem ou se aproximem com suas aptidões.

A aplicação foi realizada na própria sede da organização, em uma sala adequada, em conjunto com a profissional graduada em psicologia e responsável pela gestão de pessoas na ASDEF. Assim, devido a sua formação profissional, é a mais adequada para avaliar as respostas e conhecer com maior competência o perfil dos futuros voluntários.

Diante da ausência de um instrumento que possibilite conhecer as habilidades dos voluntários, a análise de aptidão se mostra como uma importante ferramenta para a organização. A avaliação das perguntas aplicadas possibilitará um maior conhecimento do perfil dos indivíduos e a partir disso, um melhor direcionamento das atividades.

É importante destacar que ao realizar ações que condizem com aquilo que o voluntário se identifica, seu trabalho será feito de forma mais eficaz, com mais disposição e empenho, e isso contribuirá para atingir os objetivos do setor de comunicação e também auxiliará no crescimento profissional do voluntário.

Como forma de avaliação, deverá ser realizada uma pesquisa junto ao setor de comunicação e ao profissional de gestão de pessoas para saber como as atividades destinadas por meio do teste de aptidão estão sendo realizadas e se estão trazendo os resultados esperados, ou seja, se condizem com os objetivos do setor.

5.4 PROJETO “BEM-VINDO, VOLUNTÁRIOS”

Trata-se de uma reunião com uma série de apresentações sobre um tema em comum. A posposta é reunir profissionais da ASDEF para exporem sua experiência com a causa e missão da organização. Assim, o público poderá ver na prática como os conceitos da causa e missão da ASDEF contribuem e influenciam nas atividades realizadas na organização. O evento de recepção será conduzido pela assessoria de comunicação da ASDEF, que ao

início exibirão os conceitos que integralizam a organização para que os espectadores tomem conhecimento.

Assim, funcionará em consonância com o projeto do Manual de Integração, que será apresentado na ocasião. Ao final das apresentações, ocorrerá uma conversa com espectadores para que eles possam questionar os profissionais sobre suas experiências.

Os alunos extensionistas não detinham conhecimento adequado sobre o Terceiro Setor, muito embora, tenham interesse em assuntos correlacionados como os movimentos sociais. Além disso, eles também não possuem conhecimento sobre a causa e missão da ASDEF. Procura-se, então, a integração de voluntários às atividades da ASDEF, apresentando com clareza a causa e missão que ASDEF defende.

Sendo assim, o “Bem-vindo, Voluntários” torna-se necessário porque promoverá a causa que a ASDEF defende, de forma direta e expositiva; servindo para integralizar os voluntários, mostrando a importância da mesma.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através do trabalho realizado na Associação Deficientes e Familiares foi possível ver e enfrentar problemáticas reais, vivenciar o mercado de trabalho e com isso aplicar técnicas de Relações Públicas para sanar os problemas encontrados. O estudo do relacionamento entre a associação, extensionistas e voluntários pôde mostrar como entender os públicos influencia na causa que a organização está propagando. A implementação de um Programa de Relações Públicas na ASDEF foi recebida de maneira positiva pelos responsáveis da administração, principalmente pelo setor de comunicação. As ações pensadas e posteriormente executadas, foram feitas com base em uma densa pesquisa, onde as entrevistas com os extensionistas possibilitou enxergar para além da visão da organização.

REFERÊNCIAS

ALVES-MAZZOTTI, A. J. e GEWANDSZNAJDER, F. **O Método nas Ciências Naturais e sociais:** pesquisa quantitativa e qualitativa. 2ª ed. São Paulo: Pioneira, 1999.

BARROS, Aidil J. Paes.; LEHFELD, Neide Aparecida S. **Fundamentos de metodologia: um guia para a iniciação científica.** 2 Ed. São Paulo: Makron Books, 2000.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. Planejamento de relações públicas na comunicação integrada. 4.ed. São Paulo: Summus, 2003.

MATTAR, Fauze Najib. **Pesquisa de marketing.** São Paulo: Ed. Atlas. 1996.

PERUZZO, Cicília M. Krohling. Relações Públicas nos movimentos populares. **Revista Brasileira de Comunicação**, São Paulo, n. 60, p. 107-112, 1989. Disponível em <http://www.portal-rp.com.br/bibliotecavirtual/comunidade terceirosetor/0135.htm>. Acesso em 24 mai. 2015.

TARGINO, Edlaine Carvalho Bôto. Terceiro Setor: responsabilidade social das empresas e a contribuição das Relações Públicas. **RP em revista.** Salvador, ano 6, n.24, mai 2008. Disponível em <http://www.rp-bahia.com.br/rpemrevista/edicao24/targino.pdf>. Acesso em 23 mai. 2015.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração.** 10 ed. São Paulo: Atlas, 2009.