



“A COMUNICAÇÃO COMO FERRAMENTA PARA MELHOR DESENVOLVIMENTO SOCIAL”

Pedro Germano Nobre NETO¹
Bruna Rafaella Almeida da COSTA²
Caroline Brito MAGALHÃES³
Laís Cabral RIBEIRO⁴
Marçal Constâncio Vieira RIBEIRO⁵
Roberta Carla Marques TORRES⁶
Rogério COSTA⁷
Universidade Federal do Maranhão, São Luís, MA

RESUMO

Este paper apresenta a proposta de um workshop para intervenção nas práticas comunicacionais de municípios maranhenses, baseado em um projeto piloto realizado em maio de 2008 na cidade de Gonçalves Dias (MA). O projeto visa proporcionar qualificar a atuação dos comunicadores das cidades escolhidas, baseando-se na melhoria do fluxo informacional corrente na sociedade e do investimento na sociedade local de maneira responsável. Tendo em vista, a precariedade de formação de profissional e o descuido ao efetuar as funções comunicacionais, busca-se trabalhar as melhores formas de execução e ferramentas de tais atividades, no que diz respeito à produção e difusão de conhecimento e ao planejamento e execução de eventos voltados o desenvolvimento social.

Palavras-Chave: Comunicação; Conhecimento; Qualidade.

Trabalho submetido ao XVI Prêmio Expocom 2009, na Categoria Áreas Emergentes, modalidade Plano de Comunicação Integrada.

¹ Aluno líder do grupo e estudante do 6º semestre do Curso de Comunicação Social da UFMA – habilitação em Relações Públicas, email: nobreneto@gmail.com.

² Estudante do 6º. Semestre do Curso de Comunicação Social da UFMA – habilitação em Rádio e TV, email: brunaalmeida87@gmail.com

³ Estudante do 6º. Semestre do Curso de Comunicação Social da UFMA – habilitação em Relações Públicas, email: carolbritom@gmail.com

⁴ Estudante do 6º. Semestre do Curso de Comunicação Social da UFMA – habilitação em Rádio e TV, email: laiscabralr@gmail.com

⁵ Estudante do 6º. Semestre do Curso de Comunicação Social da UFMA – habilitação em Rádio e TV s, email: marcalconstancio@gmail.com

⁶ Estudante do 6º. Semestre do Curso de Comunicação Social da UFMA – habilitação em Relações Públicas, email: betinha188@hotmail.com

⁷ Orientador do trabalho: Mestre em Comunicação/UFPE. Professor do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Maranhão/UFMA. E-mail: radialistarogeriocosta@gmail.com



1. INTRODUÇÃO

A realidade conhecida de boa parte dos municípios maranhenses demonstra a grande deficiência em níveis educacionais da sociedade. Tal fato é notado pelos meios de comunicação de massa locais, em geral, transmissões radiofônicas, onde é possível perceber a redução do veículo como apenas meio de entretenimento. Da mesma, reduzem-se os eventos à *shows*, negligenciando o papel educacional que este pode desempenhar.

Sabe-se que a área comunicacional tem desempenhado grande papel em nível local e mundial, formando opiniões e conseqüentemente difundindo informações que se encontram diretamente ligadas ao conhecimento.

Dessa maneira, este projeto visa, através de palestras e mini-cursos, oferecer suporte para a formação de uma nova estrutura dos veículos responsáveis pela produção de eventos, propagação de informação e reinvenção das formas de entretenimento oferecidas. Pretende-se assim desenvolver não só as técnicas para execuções dessas atividades como também do próprio crescimento social da localidade.

2. OBJETIVOS

2.1. Objetivo Geral

O projeto de intervenção comunicacional visa proporcionar aos indivíduos atuantes nos veículos de comunicação da localidade um melhor desenvolvimento das atividades, bem como contribuição marcante na aquisição de conhecimento/informação por parte da população da cidade.

2.2. Objetivos Específicos

- Despertar a importância da comunicação enquanto ferramenta de desenvolvimento social;
- Proporcionar capacidade de desenvolvimento progressivo da comunicação local pelos instrumentos existentes no município;
- Instigar o desenvolvimento de programas informativos de cunho educativo, jornalístico, além de entretenimento;
- Satisfazer a sociedade em relação ao fluxo informacional, especialmente às que dizem respeito à comunidade local;



3. JUSTIFICATIVA

A falta incontestável de igualdade sócio-econômica vem ao longo dos anos sendo uma constante em nosso país, neste contexto, grupos em especial vem sofrendo com a falta de organização política nacional, criando quadros problemáticos que precisam da ajuda de projetos que reúnam em si a força do setor privado em união com o poder público para que possa amenizar os efeitos negativos causados por esta situação.

O projeto aqui proposto é uma evolução de uma experiência piloto realizada, em maio de 2008, no município de Gonçalves Dias (MA), onde constatou-se essa realidade social. O município de Gonçalves Dias possui atualmente **16.790** habitantes, de acordo com o Censo Demográfico do IBGE (2000). Sua Área é de **875,98 km²** representando **0.2639%** do Estado, **0.0564%** da Região e **0.0103%** de todo o território brasileiro. Seu IDH é de **0.568** segundo o Atlas de Desenvolvimento Humano/PNUD (2000).

Os problemas sociais são constantes e pouco se faz em termos de informação a essa parcela da população que sofre com a pobreza. Não há políticas de comunicação capazes de transmitir conhecimento, dados, experiências de vidas, educação, dentre outros. Isto considerando a problemática encontrada no município, durante a construção do briefing, em que as rádios comunitárias possuem profissionais sem formação na área, trabalhando apenas uma vertente da comunicação: o entretenimento.

Houve uma crescente valorização do conceito de responsabilidade social como afirma Solano Fleta (1995), constitui-se da seguinte forma:

Conjunto de obrigações inerentes a evolução de um estado ou condição com força ainda não reconhecidas pelo ordenamento jurídico positivo ou desconhecidas parcialmente, mas cuja força que se vincula e sua prévia tipificação procedem da íntima convicção social de que não segui-la constitui uma transgressão da norma da cultura.

Considerando, a partir disso, o papel das mais diversas áreas de produção de conhecimento, acreditamos caber a nós, estudiosos da Comunicação, contribuir com o que for de natureza comunicacional.

A saber que a mídia é em parte responsável por difundir informações, é conveniente conscientizar a parcela da sociedade responsável pela área de comunicação.



Especialmente quando se trata de municípios com situação similar ao do município que participou do projeto piloto citado anteriormente.

Dos duzentos e dezessete (217) municípios que tiveram o Índice de Desenvolvimento Humano analisado pelo PNUD no ano de 2000, cento e cinquenta (150) apresentaram o IDH abaixo de 0,600.

A par dessa problemática, acredita-se que a implantação de um projeto que possibilite uma conscientização dos profissionais, permitirá uma melhor transmissão de conhecimento e informação. Além disso, a organização dos mais diferentes eventos para os públicos diversos do município podem ser ampliada e otimizada.

O projeto “A Comunicação como Ferramenta para o Desenvolvimento Social” vem conscientizar os profissionais que atuam nos meios de comunicação dos municípios que serão envolvidos de que muito há para se fazer por uma população. Não é apenas com entretenimento que “atendemos” a uma localidade. Para se melhorar a qualidade de vida em nível comunicacional se faz necessário, antes de tudo, a informação.

E é seguindo a idéia de Peruzzo (1993):

Hoje, teórica e praticamente, é possível falar de relações públicas populares, ou comunitárias, orgânicas às classes subalternas. Ou seja, de um trabalho de relações públicas comprometido com os interesses dos segmentos sociais subalternos organizados, ou num sentido mais amplo com o interesse público.

Que apostamos na ação conjunta de graduandos na área de comunicação pretendendo, dessa maneira, contribuir com o desenvolvimento humano dos municípios escolhidos.

4. MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

O projeto basear-se-á em pesquisa exploratória a fim de identificar a viabilidade, além de pesquisa bibliográfica a fim de garantir o embasamento teórico necessário para a produção do workshop.

A escolha dos municípios participantes deve acontecer com base na estrutura social destes e se dará a partir da interação entre o grupo coordenador do projeto em negociação e as respectivas prefeituras a fim de obter os meios necessários para



efetivação do projeto. A equipe do projeto visitará cada município em processo de briefing antes da realização do workshop, com o objetivo de identificar a peculiaridade de cada local.

Visando conscientizar os membros responsáveis pela comunicação da cidade, far-se-á uma palestra demonstrando o papel da comunicação enquanto elemento de desenvolvimento social, instigando produção de programas radiofônicos educativos e de eventos desse mesmo cunho.

Baseados na idéia de Mário Kaplún, pretendemos, enquanto parte integrante da sociedade, distinguir as problemáticas que nos afligem. Desta forma, além de reconhecer a precariedade de informação nestes locais, nos propomos a fornecer métodos e técnicas que modifiquem esta realidade. Pretende-se, assim, demonstrar as vertentes que envolvem o fluxo informacional e como este é importante para formação da cidadania.

Definido quais cidades participarão do projeto aqui proposto, os acadêmicos partirão para definir os pontos críticos a serem trabalhados em cada cidade. O projeto, que deve acontecer no período de um fim de semana, utilizar-se-á recursos audiovisuais e gráficos pertinentes.

5. DESCRIÇÃO DO PRODUTO/PROCESSO

ATIVIDADE	JUSTIFICATIVA
Interação nos estúdios	Buscando entender como trabalham os responsáveis pelas rádios (e tv's quando houver), os acadêmicos envolvidos no processo visitarão as rádios a fim de identificar os pontos a serem melhorados, além de propor a produção pertinente de programas que proporcionem o crescimento da sociedade.
Palestra (Rádio)	Nesse momento, faz-se um histórico sobre o Rádio, apresentando os principais locutores, programas e as emissoras de maior respaldo. Procura-se demonstrar as falhas identificadas nas rádios locais. A partir disso, busca-se ensinar noções básicas para produção de



	<p>programas informativos (roteiro para rádio, <i>lead</i>, boletins). Além de demonstrar as técnicas de locução, como: respiração, entonação e interpretação. A palestra se encerra com um exercício prático de um produto radiofônico, como por exemplo, um boletim.</p>
Palestra (Relações Públicas)	<p>Expor os diferentes tipos de eventos, a fim de evidenciar outros tipos (que não <i>shows</i>) que corroboram para o desenvolvimento da cidadania na sociedade. Procura-se demonstrar a importância da comunicação aproximativa para os variados assuntos voltados à sociedade, assim como o seu bom planejamento, execução, avaliação e controle. Todos os aspectos técnicos de produção de eventos são demonstrados. Ao final, abre-se espaço para dúvidas da platéia, assim como estudos de casos da realidade do próprio município.</p>
Encerramento/ avaliação	<p>Encerra-se o projeto com um momento de interação entre acadêmicos e participantes, negociado com a prefeitura local, onde se avaliará o rendimento do projeto para identificar pontos a serem melhorados.</p>

6. RECURSOS NECESSÁRIOS

- Recursos Áudio Visuais

Discriminação	Quantidade	Valor Unitário	Valor Total
Projeter Multimídia S-VGA	1	-	-
Tela de 100" tipo mapa	1	-	-
Microcomputador	1	-	-
Sonorização Mod. II	1	-	-



Microfone sem fio bastão	2	-	-
TOTAL	6	-	R\$ 0,00

- **Recursos Humanos**

Discriminação	Quantidade
Organização	3
Representantes de mídia	2
Equipe de Comunicação Social	7
TOTAL	12

- **Recursos Gráficos**

Discriminação	Quantidade
Fichas de Inscrição	30
Lista de Frequência	1
Listas de Inscritos	1
Questionários de Opinião	30
Certificados	30
Pastas	30
Canetas	30
Blocos	30
TOTAL	183

- **Recursos Estruturais**

Discriminação	Quantidade
Sala	1
TOTAL	1

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Sabemos das dificuldades de legitimação dos profissionais de comunicação em pequenos municípios, sobretudo em rádios comunitárias. Mas temos a consciência da importância de se difundir o conhecimento através das diversas maneiras de se fazer comunicação.

Os objetivos iniciais do projeto experimental foram alcançados. Hoje, é notório o início da aplicação deste conhecimento por parte das rádios de Gonçalves Dias. Percebe-se, também, a realização de eventos educativos com a preocupação de



informar a população sobre diversas questões sociais com potencialidades de problemática, além de explanarem sobre as adversidades já existentes, na tentativa de amenizá-las ou até mesmo solucioná-las.

Pela a avaliação desenvolvida no final das explicações, nota-se a assimilação por parte dos participantes, um bom conteúdo a cerca dos temas trabalhados, o cumprimento do que foi estabelecido no início das apresentações, assim como o desejo de novas ações sobre outros tantos assuntos de interesse geral da platéia.

Com essa constatação obtida a partir do processo avaliatório do projeto piloto, e considerando os fatores levantados do porquê de um workshop em municípios maranhenses, remetemos relevância à tal prática por associá-la ao desenvolvimento social. Dessa maneira contribui-se não só com os municípios trabalhados, como também para o desenvolvimento humano num âmbito mais global.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

FRANÇA, Fábio. FREITAS, Sidinéia Gomes. **Manual da Qualidade em Projetos de Comunicação**. São Paulo: Pioneira Administração de Negócios, 1997.

KAPLÚN, Mário. **O comunicador popular**. Quito: CIESPAL, 2002.

FLETA, Luís Solano. **Fundamentos de las Relaciones Públicas**. Madri: Editorial Síntesis SA, 1995.

PERUZZO, Cicília M. Krohling. **Relações Públicas, Movimentos Populares e Transformação Social**. Disponível em < <http://www.bocc.ubi.pt/pag/peruzzo-cicilia-relacoes-publicas.pdf> >. Acesso em 22/03/2009.

MEDITSCH, Eduardo e BETTI, Juliana Gobbi. **Mario Kaplún: teoria e técnica radiofônica a serviço da emancipação latinoamericana**. Apresentado no XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Natal: 2008.