



## **A Realização de Eventos como Estratégia de Aproximação com a Comunidade: A atuação da Unibrava e V-ambiental no desenvolvimento sustentável da Praia Brava, de Itajaí (SC)<sup>1</sup>**

Eni Maria Ranzan<sup>2</sup>  
Larissa Paola de Oliveira<sup>3</sup>

Universidade do Vale do Itajaí

### **Resumo**

O profissional de Relações Públicas gerencia o relacionamento entre as organizações e seus públicos. Uma das estratégias utilizadas para atingir esta finalidade são os eventos. Estes também possuem o objetivo de auxiliar na preservação ambiental. O meio ambiente, estando equilibrado, contribuirá para a qualidade de vida. O objetivo da pesquisa é verificar de que forma os eventos realizados pelas ONG's Unibrava e V-Ambiental influenciam na qualidade de vida dos moradores da Praia Brava. A metodologia será do nível exploratória, por meio de pesquisa bibliográfica, documental e de campo. Serão realizadas entrevistas com os responsáveis pelas ONG's, e questionário com os moradores da Praia Brava, de Itajaí-SC. Percebeu-se que os eventos realizados pelas ONG's influenciam na qualidade de vida dos moradores, devido às ações em prol do meio ambiente e desenvolvimento sustentável.

**Palavras-chave:** Gestão de Eventos; Relacionamento; Unibrava e V-Ambiental.

### **Eventos: Estratégia de aproximação com os públicos**

O profissional de Relações Públicas é habilitado a atuar na gestão da comunicação em empresas de diferentes portes e ramos. Exemplo disto são hospitais, universidades, agências de comunicação, agências marítimas. Também atuam em organizações governamentais e não governamentais. Estas criam estratégias de relacionamento com os seus diversos públicos que são formados mediante “presença de pessoas ou grupos organizados de pessoas” (FORTES, 2003, p. 25) com um objetivo em comum, não havendo a necessidade de aproximação física.

A sociedade é formada pela relação entre os diversos públicos. Se as organizações buscarem relacionar-se com os públicos-alvo estarão beneficiando também a sociedade.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao Intercom Junior, na Divisão Temática de Relações Públicas, do X Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul.

<sup>2</sup> Mestre em Educação; especialista em Gestão empresarial; e bacharel em Comunicação Social – Habilitação em Relações Públicas da Univali e Pesquisadora do Grupo Redes de Comunicação.

<sup>3</sup> Acadêmica do 8º período do Curso de Comunicação com habilitação em Relações Públicas. Email: golfinho\_rp@yahoo.com.br



Segundo Ferrari (2003, p.10), o Relações Públicas tem como uma das principais estratégias, construir o relacionamento entre as organizações e seus públicos.

[...] As Relações Públicas atuam para construir relacionamentos com seus públicos.  
[...] As organizações são parte da sociedade que, por sua vez, é moldada pela interação dos públicos. Se nós construímos nossos relacionamentos com os públicos estratégicos, pensando nas organizações para as quais prestamos serviços, mesmo que indiretamente, estamos também beneficiando a sociedade.

As empresas necessitam definir seus públicos de interesse, podendo ser os funcionários, a mídia, a comunidade local, os fornecedores, dependendo dos objetivos que as mesmas querem alcançar. Após a definição dos objetivos e dos públicos criam-se instrumentos de diálogo. Não basta haver apenas um instrumento de comunicação; é importante ter um mediador que possa

Construir políticas de comunicação com responsabilidade social e promover abertura de canais efetivos de diálogo serão condições indispensáveis para viabilizar o processo interativo e as mediações entre as organizações e seus públicos, a opinião pública e a sociedade em geral. (KUNSCH, 1999, apud FORTES, 2003, p.20)<sup>4</sup>

As organizações utilizam diversos instrumentos para relacionar-se com os públicos-alvo, tanto para informá-los como para ouvi-los. A adequação dos instrumentos é fundamental para que haja uma interação entre as organizações e seus públicos, assim como para obter um bom resultado. Os eventos são um destes instrumentos que auxiliam no relacionamento entre as organizações e seus públicos. Estas formas de olhar para os eventos são discutidas, na seqüência, para entender melhor a opção pelo uso dos eventos no processo de comunicação das organizações.

Para Fortes (2003), os veículos de comunicação dirigida dividem-se em: escrita, oral, auxiliar e aproximativa. Na comunicação dirigida escrita são utilizados: informativos, correspondências, publicações, manuais, regulamentos, suportes dos veículos e transferência dos veículos. Na comunicação dirigida oral são utilizados: conversas pessoais, telefone, sistema de alto-falante e reuniões. Na comunicação dirigida auxiliar são utilizados: recursos visuais, recursos auditivos e recursos audiovisuais. Na comunicação dirigida aproximativa são utilizados: serviços de prestação de informações, visitas dirigidas, cessão de instalações e equipamentos, extensão comunitária, patrocínios, promoção do turismo, programas de qualidade e negociações e eventos excepcionais.

Os eventos podem ser decorrentes de fatos importantes que geram “oportunidades de relacionamentos, utilizando temas de interesse do público” (FORTES, 2003, p.339). Estes

---

<sup>4</sup> Kunsch, Margarida (Coord). Os grupos de mídia no Brasil e as mediações das assessorias de comunicação, relações públicas e imprensa. São Paulo: USP, 1999. Relatório de pesquisa apresentado ao CNPq, à Fapesp, à USP, p.418.



abrangem: comemorações internas e externas; concursos internos e externos; programações artísticas, culturais e sociais; homenagens; inaugurações; organizações de reuniões; programações especiais de Relações Públicas, entre outros. Em relação aos eventos, para o autor, destacam-se as datas comemorativas nacionais e datas de importância para empresa e seus públicos, formando um calendário.

Simões (1995) também indica o uso dos eventos, mas com abordagem diferenciada. Para o autor, os tipos de instrumentos são divididos em mistos, de saída e de entrada. Os instrumentos de saída são utilizados pelas empresas para informar seus públicos. Alguns exemplos são: identidade organizacional, informativos e marca. Os instrumentos de entrada são canais de comunicação disponibilizados aos públicos para expressarem suas opiniões e sugestões da empresa. As informações obtidas são analisadas no setor de comunicação e, posteriormente, enviadas à direção. Alguns exemplos destes são: pesquisas e levantamentos de expectativas, atitudes e opinião, clipping, caixa de sugestões e reclamações. Com os instrumentos mistos a comunicação é imediata e possibilita que haja um fluxo de informação entre as organizações e seus públicos. Alguns instrumentos mistos mais comuns são: Planejamento participativo, círculos de controle de qualidade, lobby, cerimonial e protocolo e eventos. O cerimonial e protocolo têm regras que garantem que as autoridades dos eventos recebam o tratamento adequado à sua posição, de acordo com o cargo que exercem. Para o autor, o evento é criado com o intuito de melhorar o relacionamento entre as organizações e seus públicos em função das situações analisadas. Neste, geralmente, há um momento de interação, permitindo que haja um intercâmbio de idéias entre os representantes e os públicos.

Para Canton (1998, p.102), o evento “é todo fato ou acontecimento, espontâneo ou organizado, ocorrido na sociedade, que, sob o ponto de vista do profissional organizador de eventos, pressupõe planejamento e organização.” Rabaça (1998, p.250) complementa que o evento é também “uma estratégia para atrair a atenção do público e da imprensa à organização”. Estas estratégias utilizadas nos eventos podem auxiliar a “(...) manter, elevar ou recuperar o conceito de uma organização junto ao seu público.” (CESCA, 1997, p.14)

Os tipos de eventos devem ser escolhidos de acordo com o objetivo da organização, seja de melhorar o relacionamento com seus públicos, manter, elevar ou recuperar o seu conceito. Segundo Cesca (1997), Silveira (2007) e Britto e Fontes (2002), os eventos são classificados por categoria, como sendo: institucionais ou promocionais (mercadológicos). Brito e Fontes (2002) entendem que os institucionais têm o intuito de criar ou fortalecer o conceito e a imagem da organização ou pessoa. Os promocionais visam a promoção de um



produto ou serviço da organização ou pessoa, dando suporte ao marketing. A classificação dos eventos também pode ser por área de interesses<sup>5</sup>, por localização<sup>6</sup>, por características estruturais (pelo porte, conforme as datas e pelo perfil dos participantes) e pela tipologia.

As características estruturais, em relação ao porte do evento, podem ser de pequeno (com a participação de até 200 pessoas), médio (entre 200 a 500 pessoas) e grande porte (mais de 500 participantes). O evento pode ser classificado conforme as datas em: fixo (realizado anualmente no mesmo período), móvel (sempre ocorre, porém em data variada conforme o calendário e o interesse da organização) e esporádico (realizado de forma temporária, conforme acontecimentos não previstos). A classificação dos eventos de acordo com o perfil dos participantes é dividida em: geral (aberto para todos os públicos), dirigido (focado num público que possui afinidade com o tema) e específico (público previamente determinado). Os eventos são também classificados, para Britto e Fontes (2002), pela tipologia<sup>7</sup>. O tipo de evento deverá ser definido de acordo com os interesses da pessoa que estiver promovendo o mesmo. Após a escolha do evento é preciso planejar as ações que serão realizadas neste evento, de acordo com os objetivos, metas e seu público alvo. Para Silveira (2007, p.144) “[...] a interação face-a-face retoma os contextos interativos de co-presença, promovendo uma maior proximidade entre os indivíduos e possibilitando ações mais coesas”. O organizador de eventos, para Canton (1998), deve estar atento às novidades que aparecem no mercado, com o intuito de criar estratégias inovadoras.

Os eventos realizados pelo Terceiro Setor, para Canton (2002), geralmente são voltados ao lazer e à sustentabilidade destas organizações, mediante captação de recursos. As organizações (por meio da cultura, mediante o mecenato<sup>8</sup> e o marketing cultural) têm a possibilidade de realizarem projetos para captação de recursos.

Nos eventos organizados, especialmente por ONG’s, há um envolvimento social dos participantes. Desta forma, a pessoa é influenciada e influencia. “O evento assim proposto, envolve socialmente os seus participantes, mesmo porque não podemos falar de desenvolvimento individual sem falarmos em social, ou seja, o indivíduo como parte integrante de um grupo social.” (CANTON, 2000, p.94).

---

<sup>5</sup> As áreas de interesses são: artística, científica, cultural, educativa, cívica, política. Governamental, empresarial, lazer, social, desportiva, religiosa, beneficente e turística.

<sup>6</sup> Os eventos são identificados pela sua abrangência geográfica, por exemplo: bairro, município, região, estadual, nacional e internacional.

<sup>7</sup> Estes são divididos em: Programas de visitas; Exposições; Encontros Técnicos e Científicos; Encontros de convivência; Cerimônias; Eventos competitivos; Inaugurações; Lançamentos; Excursões; Desfiles; Leilões; e Dias específicos.

<sup>8</sup> O mecenato surgiu com o intuito de chamar a população para ter uma participação cultural. As pessoas que atuavam neste ramo conseguiam trazer pessoas conhecidas da cultura, assim o governo tinha como retorno o prestígio e a aproximação da população.

## **Atuação das ONG's Unibrava e V-Ambiental no desenvolvimento da Praia Brava**

O trabalho das ONG's, de maneira geral, segundo Utsunomiya (2007), é diferenciado. Seu principal objetivo não é obter lucros ou ter como base os interesses políticos, mas sim, defender causas sociais, ambientais ou ideológicas, beneficiando a comunidade. A comunicação das ONG's, segundo o autor, está voltada ao relacionamento com os mantenedores, outras entidades, seus beneficiários, com indivíduos inseridos na comunidade, entre outros.

Segundo Canton (2002, p.2), as ONG's não estão vinculadas ao governo, porém estas têm a habilidade de “fazer política” mediante a relação com os movimentos sociais, como de ecologia, direitos humanos, associações de bairros. Os movimentos sociais e as associações civis são os que mais conscientizam as pessoas dos seus direitos e deveres de cidadania (mais politizado) do Terceiro Setor. Estes, para Canton (2002, p. 28), “lutam por determinadas causas e determinados fins junto à sociedade e o Estado.”

Para as organizações obterem o desenvolvimento sustentável precisam buscar o desenvolvimento de forma sustentável, ou seja, sem prejudicar o meio onde está inserida. "O desenvolvimento sustentável é aquele que atende as necessidades do presente sem comprometer a possibilidade de as gerações futuras atenderem as suas próprias necessidades." (Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, 1998 apud TEIXEIRA, 2006). O desenvolvimento sustentável auxilia na obtenção da qualidade de vida, pois as organizações devem preocupar-se com o meio em que estão inseridas. Pode-se entender que a comunidade faz parte deste meio. Segundo Penteadó (apud PERRUZO, 2006, p.4), comunidade “significa o público que vive onde a empresa se localiza. (...) Se a empresa se localiza numa grande cidade, o conceito de comunidade deve restringir-se ao bairro onde ela funciona.”

A qualidade de vida, para **Giacomi Filho** (1996), é um conjunto de fatores, e a preocupação com o meio ambiente é um destes. É importante também que se tenha acesso à educação, saúde, segurança, entre outros. Neste contexto, é necessário que a qualidade de vida abranja as questões fundamentais como saúde, educação, espaço urbano e meio ambiente. Segundo Linhares (2002, p. 51), os direitos fundamentais abrangem os direitos humanos e dos cidadãos, que são divididos em primeira, segunda e terceira geração. O autor define os direitos fundamentais da terceira geração como sendo os direitos fundamentais da qualidade de vida. Nestes encontram-se os direitos ao meio ambiente e ao



desenvolvimento, sendo este último, um dos mais importantes. O direito ao meio ambiente refere que todas as pessoas têm direito ao meio ambiente ecologicamente moderado. Este, juntamente com o direito ao desenvolvimento, tem o objetivo de buscar a melhoria das situações de vida, auxiliando no desenvolvimento de uma melhor qualidade de vida.

Pretendendo contribuir com este processo, estabeleceu-se como metodologia para esta pesquisa, de nível exploratória, o estudo por meio de pesquisa bibliográfica, documental e de campo. Na pesquisa documental<sup>9</sup> foram estudados materiais fornecidos pelas ONG's União dos Amigos da Brava (Unibrava) e Voluntários pela Verdade Ambiental (V-Ambiental). Igualmente foram retirados dados complementares sobre os eventos realizados, dados históricos sobre as ONG's Unibrava V-Ambiental em blogs alusivos<sup>10</sup>. A pesquisa de campo foi realizada por meio de entrevista semi-estruturada (contendo 12 perguntas) com um membro do conselho gestor da V-Ambiental (entrevistado A) e com a presidente da Unibrava (entrevistado B). Os questionários (com duas perguntas abertas e cinco fechadas) foram aplicados nos dias 15, 16, 22 e 30 de novembro, junto aos moradores da Praia Brava<sup>11</sup>. A aplicação dos questionários foi realizada batendo palmas de casa em casa, com a ajuda de amigos. O universo da pesquisa é de 1.697 pessoas<sup>12</sup>. A amostragem pretendida foi de 313 pessoas, com margem de erro de 5%. No entanto, devido as enchentes que aconteceram no período na região, obteve-se resposta de 126 pessoas<sup>13</sup>.

Apresenta-se, desta forma, os dados obtidos, contextualizando inicialmente as ONGs e, na seqüência, apresentando a visão dos pesquisados.

A Praia Brava, nas décadas de 70 e 80, era praticamente deserta, poucas pessoas habitavam este local. Nesta época, havia no bairro casas noturnas (prostituição) e um cassino. A partir dos anos 90, os empresários e políticos começaram a visualizar a riqueza do local, vendo assim, uma possibilidade de realizar um plano de urbanização. Conforme Luna (2001), os ambientalistas preocupavam-se com a questão do desenvolvimento do bairro para que respeitassem as áreas de preservação permanente e fosse realizado um desenvolvimento sustentável.

---

<sup>9</sup> São documentos contendo os eventos realizados com descrição e fotos; TCC's voltados para a Praia Brava, com dados recentes e ações realizadas na mesma; TCC do Curso de História contendo dados históricos da praia

<sup>10</sup> [www.movaceitajai.wordpress.com](http://www.movaceitajai.wordpress.com); [www.unibrava.wordpress.com](http://www.unibrava.wordpress.com); [www.vambiental.wordpress.com](http://www.vambiental.wordpress.com); [www.ampremavi.org.br](http://www.ampremavi.org.br) e [www.magru.wordpress.com](http://www.magru.wordpress.com)

<sup>11</sup> Foram pesquisados moradores tanto do lado da praia como da rodovia Osvaldo Reis.

<sup>12</sup> O dado foi retirado do Instituto de Pesquisas Sociais da Univali, mediante documento disponibilizado pelo TER-SC do ano de 2008.

<sup>13</sup> Após a entrega deste trabalho científico pretende-se continuar a aplicação dos questionários para ampliar a visão, sendo que com a amostragem realizada é possível ter uma visão geral.



A idéia de criar a V-Ambiental surgiu dos estudantes da Universidade do Vale de Itajaí – UNIVALI, a partir dos anos de 95 e 96. A maioria destes residia na Praia Brava e realizava suas pesquisas de iniciação científica em assuntos ambientais. No dia 27 de novembro de 1997 foi fundada a ONG, que passou a assumir o papel de contrapor e tentar parar a especulação imobiliária e a crescente degradação dos recursos naturais da Praia Brava. Neste sentido, a primeira ação foi realizar um mutirão de limpeza com objetivo de chamar a atenção dos freqüentadores e moradores da Praia Brava. Na sequência foram realizadas muitas ações com o objetivo de preservar o meio ambiente.

A maior parte das ações, na Praia Brava, foi protagonizada pela V-Ambiental, até o surgimento da União dos Moradores e Freqüentadores da Praia Brava – Unibrava. Esta foi fundada em 19 de outubro de 2002, como sendo a Associação dos Moradores e Freqüentadores da Praia Brava. Na ocasião, a V-Ambiental já fazia parte do Conselho de Meio Ambiente de Itajaí, inclusive ocupando a presidência pelo período de um ano.

A Unibrava tem como finalidade reivindicar e planejar ações que visem a melhoria da qualidade de vida dos moradores da Praia Brava e de seus freqüentadores. Ao mesmo tempo buscará, prioritariamente, conciliar estas ações com o desenvolvimento sustentável e a defesa do meio ambiente da região da Praia Brava como um todo. Atua, também, como agente fiscalizador, denunciando ações consideradas ilegais pela legislação brasileira. As ONG's localizam-se na Praia Brava, Itajaí-SC, até os dias atuais, porém não possuem uma estrutura física. Entretanto, reúnem-se nas casas dos membros e na Univali, juntamente com outras associações e ONG's voltadas à questão ambiental.

A V-Ambiental e a Unibrava desenvolveram projetos como: Educação e Cidadania Ambiental, Monitoramento Ambiental Voluntário (Clube Olho Vivo), Proteção e Recuperação das Dunas de Navegantes, entre outros. Também prestaram assessoria e apoio jurídico a várias associações e movimentos socioambientais. Iniciaram o processo de criação da Liga de Associações da Praia Brava e participaram do movimento que deu início à Agenda 21, de Itajaí. A partir de novas ocorrências criaram-se projetos com o intuito de preservar o meio ambiente da cidade de Itajaí.

As ONG's Unibrava e V-ambiental realizaram uma série de ações, como explanado anteriormente, sendo que, para o estudo dos eventos de 2008, faz-se necessário mencionar os eventos anteriores, apresentados no quadro abaixo:

Ano	Eventos realizados
1999	Primeiro Estaqueamento das dunas da praia e Projeto Olho Vivo
2000	Estaqueamento das dunas – trote dos calouros do CTTMAR
2003	Colocação de lixeiras e placas educativas para não estacionar no local das dunas



2004	Reuniões Comunitárias: Projeto Praia Brava Restauração das dunas: plantio de mudas com auxílio da Escola Básica Yolanda de Aririgó
2005	Restauração das dunas Arborização das ruas do bairro Participação ativa na Semana do Meio ambiente através da Tenda da Integração: Meio ambiente, Cultura e Informação com Exposição sobre as ONG's, Oficinas de Re-conhecimento e conexão com o ambiente da Praia Brava e Oficinas de fluxo contínuo com trilha interpretativa e perceptivas no ambiente local e estantes com informações e temas pertinentes: ecossistemas costeiros e técnicas alternativas de manejo ambiental.
2006	Mutirão de limpeza próximo a Lagoa Santa Clara: mutirão de limpeza dos Campos das Dunas, Orla da Praia Brava e uma confraternização.

Quadro 1: Eventos realizados pela Unibrava e V-Ambiental.

Fonte: Elaborado pelas pesquisadoras, a partir de pesquisa documental.

A partir destes dados percebe-se a atuação das ONG's e a preocupação das mesmas com a questão ambiental, principalmente da Praia Brava. Os eventos de 2008 foram escolhidos como objeto de estudo por serem mais recentes. Destes destacam-se o Abraço ao Canto do Morcego, o Abraço ao Palácio Marcos Konder e o Ato do Parque de Cordeiros.

O Abraço ao Canto do Morcego ocorreu no dia 31 de agosto, no período vespertino, no Canto do Morcego, na Praia Brava. Seu intuito foi de unir-se ao movimento contra a Lei Municipal Complementar nº 144/2008, que instituiu o código de zoneamento, parcelamento e uso do solo de Itajaí (aprovada pela Câmara de Vereadores, no dia 21 de agosto do mesmo ano) e em favor do patrimônio ambiental de Itajaí, simbolizado pelo Canto do Morcego. Este evento aconteceu pelo fato de o projeto aprovado permitir a construção de prédios e a urbanização completa do Canto do Morcego, considerado área de preservação permanente. A ação realizada foi o abraço simbólico ao Canto do Morcego, representando a atitude de cuidado, respeito e amor pelo patrimônio de Itajaí. As estratégias de divulgação foram através do jornal impresso Diarinho, de Itajaí, e para formadores de opinião, causando a divulgação boca-a-boca. No blog da V-Ambiental foi postado um convite, incentivando as pessoas a participar do evento. O resultado foram 600 pessoas compartilhando do abraço, desde crianças até pessoas idosas. Desta forma, conseguiram abraçar o Canto do Morcego na sua totalidade. Este evento gerou repercussão no site da Associação de Preservação do Meio Ambiente e da Vida (APREMAVI), que discute a questão deste projeto. Após a realização do evento foram postados nos blogs da Unibrava, V-Ambiental e do Magru<sup>14</sup> os resultados alcançados. No mesmo dia realizaram-se, no período matutino, o Campeonato de Surf e Body Boarding, e o mutirão de limpeza na Praia Brava. Estes eventos foram promovidos por entidades e associações que fazem

<sup>14</sup> Professor dos Cursos de Comunicação Social da Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI Itajaí



parte do Movimento de Ação, Cidadania Ambiental e Ética de Itajaí (MOVACE)<sup>15</sup>. Estima-se que passaram no local, aproximadamente, mil pessoas.

O Abraço ao Palácio Marcos Konder ocorreu no dia 13 de setembro, na rua Hercílio Luz. Teve como objetivo resgatar a essência do itajaiense, além de homenagear a cidadania do peixeiro, justamente nas proximidades das comemorações do dia da independência do Brasil. Foi escolhido o Palácio Marcos Konder, pois este já foi sede da Prefeitura Municipal, da Câmara de Vereadores e, atualmente, é o Museu da Cidade. O evento teve como público, moradores de Itajaí, pessoas de todas as idades que estavam passando na rua, mães com crianças de colo e, até mesmo, pessoas idosas. Houve um convite no blog do Movace e, a partir daí, as pessoas começaram a comentar, auxiliando, assim, na divulgação. O evento resultou em um abraço de cerca de 100 pessoas, que envolveu totalmente o Museu.

O Ato do Parque de Cordeiros ocorreu no dia 27 de setembro, em Cordeiros, bairro de Itajaí, com o intuito de discutir sobre a permuta da área do mesmo. Há anos atrás, o governo municipal criou este parque, através de um pedido feito pelos jovens da Escola Básica Antonio Ramos. Tempos depois, sem ampla discussão, a prefeitura estava prestes a liberar esta área a um empresário, dando o direito de exploração. As ações realizadas foram: teatro sobre zoneamento, conversa e divulgação. Aproximadamente 50 pessoas estiveram presenciando este evento.

Analisando os eventos citados, conforme a classificação de Britto e Fontes (2002), percebe-se que os três possuem características de interesse educativo, devido ao objetivo de conscientizar e mobilizar a cidade. Conforme a classificação pela localização, possuem abrangência municipal. Os eventos acontecem devido às necessidades apresentadas e são temporários; desta forma, são classificados, pelas datas, como esporádicos. Pelo perfil dos participantes, a sua classificação é geral, pois os mesmos abrangem um público variado. De acordo com o tamanho do evento, o Abraço ao Palácio Marcos Konder e o Ato do Parque de Cordeiros possuem características de pequeno porte. O Abraço ao Canto do Morcego é de grande porte.

A atuação das ONG's é traduzida, a partir deste momento, pelas falas dos pesquisados. Destaca-se que o relacionamento entre as ONG's e a comunidade é fundamental para que haja a participação desta nas ações realizadas. O fato de haver uma associação de moradores no bairro pode auxiliar no relacionamento, por estar mais próxima dos mesmos.

---

<sup>15</sup> Movimento que reuni Associações e entidades em prol da preservação do meio ambiente na Foz do Rio Itajaí, no qual as ONGs Unibrava e V-Ambiental fazem parte.



Neste sentido, o entrevistado A diz “eu acho que pode se dizer que é um relacionamento até certo ponto bom [...] ela tem um relacionamento bom até com os moradores”. Já o entrevistado B indica que este relacionamento “depende de cada assunto que possa interessar, [...] as pessoas participam quando tem um interesse específico. Portanto, às vezes, torna-se difícil, porque cobro a participação nos objetivos da comunidade.” A comunidade também foi ouvida sobre esta questão, conforme o questionário. Percebe-se que, ao mesmo tempo que 63% dos moradores dizem que não há um relacionamento, para 13%, as ONG’s informam sobre suas ações, para 9% as mesmas buscam ouvir os moradores e discutir suas necessidades. Somente 7% disseram que as ONG’s promovem a participação de toda a comunidade. Para 6% há um relacionamento contínuo entre as mesmas e os moradores e 2% não responderam. Isto mostra que as ONG’s divulgam suas ações, ouvem e discutem as necessidades dos moradores, porém não conseguem alcançar toda a comunidade.

Os entrevistados foram ouvidos em relação às estratégias de relacionamento das ONG's para com seus públicos. Ao longo destes anos, as ONG’s vêm criando espaços participativos para ouvir os moradores frente às suas necessidades. Neste sentido, o entrevistado A diz que “a entidade vem [...] tentando se relacionar com a comunidade, propondo espaços participativos em discussões, criando fóruns para que seja ouvida a comunidade, para que os problemas do bairro sejam realmente discutidos.” Acrescenta ainda que “[...] muitas das brigas ou entraves causados pelos moradores são na verdade por uma falta de conhecimento e de comunicação entre as partes.” A estratégia mais utilizada, para o entrevistado B “(...) é apenas conscientizá-los, o que diz a lei e o parecer técnico.”

A comunidade também foi ouvida sobre esta questão. Percebe-se que 47% dos entrevistados, em relação à Unibrava, e 57%, em relação à V-Ambiental, disseram que não ouviram falar sobre os eventos realizados pelas mesmas. Isto mostra que as ONG’s, conforme o entrevistado A, não conseguem alcançar todos os moradores como gostariam. A criação de canais de diálogo, segundo Kunsch (apud FORTES, 2003), é fundamental para que haja uma interação e mediação entre as organizações e seus públicos. As ONG’s criam ações e eventos para conscientizar os moradores. Segundo Simões (1995), estes são criados com o objetivo de melhorar o relacionamento entre as mesmas.

Foi perguntado aos moradores se atuaram, de alguma forma, junto às ONG’s, sendo que 91% responderam que não; apenas 9% disseram que sim. As ações que estes participaram



foram: Reunião, Estágio, Participante, Manifestações, Estaqueamento, Apoiando, Protestos e outros menos citados. Em relação à participação dos moradores e freqüentadores nos eventos realizados pelas ONG's, o entrevistado A diz “[...] talvez um pouco mais de freqüentadores, mas eu acho que uma grande parte dos moradores participa dos eventos. Se não participa, pelo menos fica na curiosidade.” Complementando, o Entrevistado B diz que são os freqüentadores.

Na pesquisa realizada com a comunidade, 40% disseram que ouviram falar, mas nunca participaram dos eventos realizados pela Unibrava e 32% disseram o mesmo em relação à V-Ambiental. No questionário, 46% dos entrevistados indicaram os eventos dos quais ouviram falar. Os mais citados foram: eventos e ações voltados à preservação ambiental, Abraço ao Canto do Morcego, ações contra a verticalização e o mutirão de limpeza. Isto confirma a percepção do Entrevistado A sobre os eventos que mais deram repercussão: “em 2008, foi a manifestação com a mobilização na Câmara dos Vereadores. Posteriormente, o Abraço ao Canto do Morcego” teve grande movimentação. O Entrevistado B complementa que “os eventos realizados visam um processo de construção de idéias, por meio das informações, atos e atividades educacionais.” Os eventos são uma estratégia, segundo Rabaça (1998), para atrair a atenção do público e da imprensa. Desta forma, geram repercussão das ações realizadas. Para Cesca (1997), a realização dos eventos auxilia a organização a manter, elevar ou recuperar seu conceito frente aos seus públicos.

Para haver repercussão é importante que haja divulgação destes eventos. Neste sentido, foi perguntado de que forma a comunidade ouviu falar dos mesmos. Os mais citados foram: os meios de comunicação, como TV, jornal e rádio, bem como através de amigos, parentes e vizinhos. Neste sentido, faz-se necessário trazer a fala do Entrevistado A, que complementa destacando que “normalmente, os eventos eram ou ainda são divulgados no bairro, através de mídia local. Os moradores sempre acabam tendo algum acesso também aos jornais locais. De certa forma, o boca-a-boca, também é o melhor meio de divulgação.” A divulgação dos atos e eventos também auxiliam no relacionamento com os moradores. Assim, este entrevistado confirma que a estratégia mais utilizada no relacionamento com os moradores é a mídia e a comunicação verbal.

Os eventos realizados (e a divulgação destes) auxiliam no relacionamento com os moradores. Juntamente com as ações, também auxiliam no desenvolvimento do bairro. Neste sentido, foram ouvidos os entrevistados em relação às estratégias mais utilizadas



para o desenvolvimento da Praia Brava. O entrevistado A diz que “[...] as estratégias mais utilizadas na verdade são os atos, os manifestos, e as ações judiciais e [...] projetos desenvolvidos naquela área como o projeto de Educação Ambiental.” Já o B reafirma que “A estratégia é apenas conscientizá-los sobre o que diz a lei dando seu o parecer técnico.” A comunidade também foi ouvida em relação à contribuição das ONG’s, conforme o questionário. O estaqueamento foi citado por 24% dos moradores. Segundo o entrevistado A, este foi um dos eventos que mais obteve repercussão. O segundo mais citado, com 21%, foi o mutirão de limpeza, sendo que 13% dos moradores citaram a coleta seletiva como sendo uma das ações realizadas. Os citados como outros, 22%, referem-se a movimentos contra a verticalização, destacando: reestruturação da orla, formação de opinião, conscientização e educação na comunidade. Um dos moradores destacou que a V-Ambiental atua na qualidade ambiental, na parte costeira; já a Unibrava atua na qualidade de vida. Estes dados mostram que alguns moradores possuem conhecimento das ações realizadas no bairro, porém outros têm dúvida em relação a estas ações. 16% respondeu mais de uma alternativa e 4% não respondeu.

Os entrevistados também foram ouvidos em relação às estratégias que dão mais resultado, realizadas no bairro. O entrevistado A diz que “lógico que os projetos, todos os projetos, deram resultado. [...] mas o que eu acho que dá mais resultado mesmo são as ações judiciais.” Já o entrevistado B não destaca as estratégias que dão mais resultados, porém afirma que as pessoas “não tem a cultura de lutar por interesses difusos, principalmente quando tem quem o faça, ficam apenas torcendo e perguntando como estão funcionando as ações e perspectivas de resultado”.

A comunidade e os gestores das ONG’s foram questionados sobre a contribuição dos eventos para a qualidade de vida dos moradores. O dado dos gestores segue abaixo com a análise do questionário para uma melhor compreensão. Dos entrevistados, 40% disseram que os eventos realizados não trazem um diferencial em relação à qualidade de vida. Percebeu-se que estes não têm conhecimento dos eventos realizados pelas ONG’s. Isto é confirmado pelo entrevistado A: “a ONG desenvolve uma atividade e os moradores não ficam sabendo e não entendem o porquê daquela atividade”. Destaca ainda que “muito da visão negativa que os moradores têm da entidade é por não saberem o que a mesma realmente faz.” Enfatiza a contradição apresentada na pesquisa, pois a entidade é composta por líderes da comunidade. Entretanto, 37% dos moradores afirmaram que os eventos auxiliam na limpeza da praia, lembrando que o mutirão de limpeza foi uma das ações mais



citadas. Igualmente, 17% lembraram que a maior contribuição está relacionada à tranquilidade do bairro, 5% não responderam e 1% disseram que os eventos prejudicam a qualidade de vida.

Percebeu-se que a preocupação com a questão ambiental tem influenciado na qualidade de vida dos moradores. Segundo Linhares (2002), com um meio ambiente equilibrado, aumentará a qualidade de vida das pessoas. Desta forma, as ações também influenciam na qualidade de vida. Para o autor, o meio ambiente faz parte dos direitos fundamentais da qualidade de vida. Mesmo não sendo prioritários, influenciam na mesma.

Os entrevistados foram ouvidos em relação a seus planos para os futuros anos. O entrevistado A destacou que é difícil falar de futuro, e o plano a curto prazo “é a questão do zoneamento, mesmo que eu acho que é uma dívida e um compromisso assumido pela entidade.” Já o entrevistado B diz que os planos são “continuar acompanhando as ações no judiciário; firmar uma parceria com a UNIVALI, já em andamento, para realização de atividades de cunho social com a comunidade e continuar lutando para termos um espaço.”

A comunidade também foi ouvida em relação a este assunto. Os moradores (da amostragem do trabalho) esperam que as ONG's divulguem mais suas ações, haja uma maior integração com os moradores do bairro e dêem retorno de suas ações. Em relação ao bairro, que auxiliem na pavimentação das ruas, saneamento básico. Em relação à praia, esperam que continuem mantendo a praia limpa, preservando o meio ambiente. Percebe-se que as ONG's pretendem continuar atuando no desenvolvimento sustentável, pois a questão do zoneamento afeta a toda cidade, inclusive a Praia Brava, em prol de ações na comunidade. Acredita-se que estas ações são importantes, porém a comunidade, tendo mais conhecimento destas, poderá participar e se envolver no desenvolvimento.

### **Considerações finais**

Os eventos realizados pelas ONG's Unibrava e V-ambiental são utilizados como estratégias para envolver e conscientizar as pessoas sobre a importância da preservação da Praia Brava. O objetivo geral, que buscou verificar a influência dos eventos realizados, pelas ONG's, para melhorar a qualidade de vida da comunidade local, foi parcialmente atingido. Estes eventos são realizados em prol do desenvolvimento sustentável do bairro e da preservação do meio ambiente da região, porém a comunidade não percebe que os eventos são realizados pelas ONG's. Alguns moradores até ouvem falar dos eventos realizados, porém muitos não associam os mesmos às ONG's envolvidas. No entanto, há



também moradores que freqüentam os eventos e se mobilizam junto a elas. A maior parte das pessoas, que fazem parte deste movimento, reside no bairro estudado.

A Unibrava é uma associação de moradores e freqüentadores da Brava e está mais ligada aos moradores, à qualidade vida dos mesmos e ao desenvolvimento sustentável do bairro. A V-ambiental é uma organização mais técnica, que trabalha diretamente com as ações na justiça e projetos com foco na preservação do meio ambiente. A parceria destas organizações é fundamental para a realização dos eventos mencionados neste trabalho. Na contextualização das ONG's identificou-se que estas fazem parte da história da Praia Brava. Antes da fundação destas organizações, as pessoas não preservavam o ambiente. Atualmente, este cenário mudou devido ao engajamento da comunidade e à atuação das ONG's, nas ações voltadas para este fim. As ações realizadas pelas organizações têm bons resultados, são divulgados e há canais de diálogo entre estes públicos. Acredita-se que deveriam ser revistos os instrumentos de divulgação, a fim de alcançar a comunidade como um todo. Isto para que os moradores possam vincular as ações com as ONG's, aumentando sua participação. Foram mapeados os eventos realizados pelas mesmas, porém destacam-se alguns eventos realizados, em 2008, como: o Abraço ao Canto do Morcego, o abraço ao Palácio Marcos Konder e o ato no Parque de Cordeiros. Dentre estes, o de maior repercussão foi o abraço ao Canto do Morcego, pelo fato de ter sido um dos mais citados pelos pesquisados. Eventos como estes trazem bons resultados, porém os mesmos são percebidos a longo prazo. Os eventos deram e estão dando resultados positivos em relação ao desenvolvimento do bairro. Os demais foram realizados com o intuito de mostrar que as ONG's querem discutir a questão ambiental, na cidade de Itajaí, como um todo. Estes, de certa forma, repercutem na Praia Brava, pela inserção das ONG's naquele local. As ações estão interligadas, pois possuem a mesma finalidade. De acordo com os objetivos e as características da Unibrava e V-ambiental, estas não realizam os eventos com o intuito de captar recursos. Sua sustentabilidade não é viabilizada por meio da captação de recursos com eventos, conforme a visão geral de Canton (2002), em relação a esta abordagem.

Este tema é relevante e não se esgota com a pesquisa realizada. Muitas abordagens diferenciadas poderão ser realizadas em futuras pesquisas. Os resultados foram surpreendentes e, em alguns momentos contraditórios, o que instiga mais investigação. Apesar das dificuldades encontradas para a realização deste processo, foi muito gratificante pesquisar o tema, pela sua relevância na atualidade.

### **Referências Bibliográficas**

BRITO, Janaina; BRITTO, Nena Fontes. **Estratégias para eventos: uma ótica do marketing e do turismo**. São Paulo: Aleph, 2002.



CANTON, Antonia Marisa. **Evento:** da proposta ao planejamento. Turismo – Visão e Ação. nº1, jan/jun, 1998.

\_\_\_\_\_. **A importância dos Eventos nas Organizações do Terceiro Setor.** Tese de Doutorado. São Paulo, 2000.

\_\_\_\_\_. **Eventos:** ferramenta de sustentação para as organizações do terceiro setor. São Paulo, Roca, 2002.

CESCA, Cleuza g. Gimenes. **Organização de eventos.** São Paulo: Summus, 1997.

FERRARI, M.A. Relações Públicas e sua função estratégica. Congresso Brasileiro de Comunicação, XXVI, Belo Horizonte, 2003. **Anais** de Belo Horizonte.

FORTES, Waldyr Gutierrez. **Relações Públicas:** processo, funções, tecnologia e estratégias. São Paulo: Summus, 2003.

**GIACOMINI** FILHO, Gino. **Comunicação e Qualidade de vida.** In DENCKER, Ada de Freitas M.; KUNSCH, Margarida M. K. (orgs) Comunicação e Meio Ambiente. São Paulo: Intercom, n 5, 1996.

GONÇALVES, Hortência de Abreu. **Manual de Metodologia da Pesquisa Científica.** São Paulo: Avercamp, 2005.

LINHARES, Paulo Afonso. **Direitos fundamentais e qualidade de vida.** São Paulo: Iglu, 2002.

LUNA, G.A. **A Praia Brava, tão brava assim? Uma análise sobre as representações de um território.** Trabalho de Conclusão de Curso de história, Universidade do Vale do Itajaí. 2001.

PERUZZO, Cicilia M.Krohling. **Relações Públicas com a comunidade: Uma agenda para o Século XXI.** Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, XXII, Rio de Janeiro, 1999.

RABAÇA, Carlos Alberto; BARBOSA, Gustavo. **Dicionário de comunicação.** 2.ed. São Paulo: Ática, 1995

SANTOS, Caio Floriano dos. **A participação do Movimento Sócio-Ambientalista de Itajaí na construção de cenários alternativos de Gestão e Desenvolvimento na Praia Brava, Itajaí (SC)** Trabalho de Conclusão de Curso de Oceanografia, Universidade do Vale do Itajaí. 2007

SILVEIRA, José Fernando Fonseca. Relações Públicas e Eventos. In DORNELLES, Souvenir Maria Graczyk. **Relações Pública: Quem sabe, faz e explica.** Porto Alegre: EDIPUCRS, 2007.

SIMÕES, Roberto Porto. **Relações Públicas:** Função Política. São Paulo: Summus, 1995.

TEIXEIRA, Cristina. **O desenvolvimento sustentável em unidade de conservação:** a “naturalização social”. Revista Brasileira de Ciências Sociais, v.20, n.59. São Paulo, outubro 2005.

UTSUNOMIYA, Fred Izumi, Relações Públicas na gestão da comunicação institucional no terceiro setor. In KUNSCH & KUNSCH, Margarida M. Krohling; Waldemar Luiz. **Relações Públicas comunitárias:** a comunicação em uma perspectiva dialógica e transformadora. São Paulo: Summus, 2007.