

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO

Jordana Carvalho Moreira

A comunicação comunitária e as instituições sem fins lucrativos:
O caso da Sociedade Beneficente Mão Amiga

Juiz de Fora
Fevereiro de 2014

Jordana Carvalho Moreira

A comunicação comunitária e as instituições sem fins lucrativos:
O caso da Sociedade Beneficente Mão Amiga

Trabalho de Conclusão de Curso Apresentado
como requisito para obtenção de grau de
Bacharel em Comunicação Social na
Faculdade de Comunicação da UFJF

Orientadora: Prof^ª. Dr^ª. Cláudia Regina Lahni.

Juiz de Fora
Fevereiro de 2014

Jordana Carvalho Moreira

A comunicação comunitária e as instituições sem fins lucrativos:
O caso da Sociedade Beneficente Mão Amiga

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito para obtenção de grau de Bacharel em Comunicação Social na Faculdade de Comunicação da UFJF

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Cláudia Regina Lahni

Trabalho de Conclusão de Curso _____ em 05/02/2014 pela banca composta pelos seguintes membros:

Prof^a. Dr^a. Cláudia Regina Lahni (UFJF) - Orientadora

Prof. Dr. Bruno Fuser (UFJF) - Convidado

Prof^a. Dr^a. Cláudia de Albuquerque Thomé (UFJF) - Convidada

Conceito obtido _____

Juiz de Fora
Fevereiro de 2014

DEDICATÓRIA

À Maria Aparecida da Silva, querida “dona Cida”. Pelo seu belíssimo trabalho frente à Mão Amiga e por ter sido minha inspiração ao escrever estas páginas.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, pela vida e por ser presença nos momentos difíceis.

À minha família e ao Igor por compreenderem minhas ausências e pelo apoio incondicional, sem eles seria muito difícil vencer esse desafio.

À Cláudia Lahni pela sabedoria com que me orientou nesta monografia. Por ter plantado a semente de um projeto que não para por aqui. Pelos ensinamentos, incentivo, dedicação e amizade.

Ao Bruno pelo conhecimento oferecido através de suas obras e por gentilmente aceitar o convite para fazer parte da banca examinadora. À Cláudia Thomé, também integrante da banca, por contribuir teoricamente com minha pesquisa, pela amizade e pelo carinho.

À Faculdade de Comunicação da UFJF pelos quatro anos de formação e aprendizado.

Aos integrantes da Sociedade Beneficente Mão Amiga por me acolherem, confiarem no meu trabalho e se tornarem parceiros de voluntariado.

O que nos falta é a capacidade de traduzir em proposta aquilo que ilumina nossa inteligência e mobiliza nossos corações...

(Herbert de Souza – Betinho, 1993)

RESUMO

Com o propósito de estudar mecanismos capazes de garantir espaço e visibilidade às instituições sem fins lucrativos escolhemos para este trabalho o estudo da comunicação da Sociedade Beneficente Mão Amiga. O objetivo é analisar suas ações comunicativas voltadas para o público interno e externo, e, a partir de uma pesquisa participante, detectar as potencialidades e falhas de comunicação da entidade. Do ponto de vista teórico-metodológico, a abordagem se fundamenta na revisão de literatura e análise documental. Após o estudo, apresentamos propostas práticas de comunicação comunitária e assessoria de imprensa voluntária visando aprimorar a comunicação existente e corrigir possíveis irregularidades. Além disso, a crescente visibilidade que os movimentos sociais ganham atualmente através da Internet revela o potencial de comunicação das plataformas digitais. Por isso, apresentamos o ciberespaço como mídia alternativa de apoio à comunicação comunitária. A finalidade é utilizar o suporte digital em prol de uma comunicação participativa, o que é fundamental para a democratização da comunicação e ampliação da cidadania.

Palavras-chave: Comunicação Comunitária. Ciberespaço. Cidadania.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	08
2 A COMUNICAÇÃO E AS INSTITUIÇÕES SEM FINS LUCRATIVOS	10
2.1 INSTITUIÇÕES FILANTRÓPICAS E MOVIMENTOS SOCIAIS NO BRASIL.....	11
2.2 A COMUNICAÇÃO COMUNITÁRIA E AS ENTIDADES.....	16
2.2.1 Comunicação Comunitária e Comunicação Massiva.....	19
2.3 O USO DA INTERNET NA COMUNICAÇÃO COMUNITÁRIA.....	22
3 SOCIEDADE BENEFICENTE MÃO AMIGA.....	28
3.1 HISTÓRIA E AÇÕES DA ENTIDADE	28
3.2 PESQUISA PARTICIPANTE NA INSTITUIÇÃO	35
4 A COMUNICAÇÃO DA MÃO AMIGA: REFLEXÕES E PLANEJAMENTOS.....	39
4.1 A COMUNICAÇÃO INTERNA DA INSTITUIÇÃO	41
4.1.1 Comunicação interpessoal e jornal mural.....	43
4.1.2 Aprimoramento da comunicação interna	48
4.2 A COMUNICAÇÃO EXTERNA DA MÃO AMIGA.....	54
4.2.1 A presença da entidade na mídia local	56
4.2.2 Releases, boletins informativos e demais materiais gráficos.....	58
4.2.3 Aprimoramento da comunicação externa	61
4.3 O CIBERESPAÇO COMO MÍDIA ALTERNATIVA.....	65
5 CONCLUSÃO.....	73
6 REFERÊNCIAS	76
7 ANEXOS	82

1 INTRODUÇÃO

Na pesquisa que se apresenta, verificamos a importância das instituições sem fins lucrativos utilizarem as potencialidades oferecidas pela comunicação. Reconhecemos a necessidade de elaborar ações destinadas aos grandes meios de comunicação, uma vez que estes concebem visibilidade e, por consequência, legitimidade às organizações perante a sociedade.

Entretanto, devido às privações dos setores populares, especialmente com relação à carência de recursos financeiros e pelo espaço de participação restrito disponibilizado pela mídia massiva, destacamos a necessidade de estas instituições possuírem instrumentos alternativos aos veículos tradicionais, segundo seu contexto e disponibilidades.

Além disso, nos propomos a refletir sobre possíveis interconexões entre a comunicação popular e o ciberespaço. Ao utilizar a Internet na comunicação comunitária, visamos verificar de que maneira as ferramentas digitais podem ser incorporadas em ações de participação e cidadania nas entidades beneficentes.

Para tanto, escolhemos como objeto de estudo a comunicação da Sociedade Beneficente Mão Amiga, uma instituição sem fins lucrativos localizada em Juiz de Fora. Dentro desta análise, vamos apresentar propostas práticas para o aprimoramento de sua comunicação interna e externa. Além de analisar seu espaço comunicacional na Internet.

A proposta deste trabalho é investigar instrumentos de comunicação capazes de ampliar a visibilidade da Mão Amiga frente à sociedade e, ao mesmo tempo, contribuir para uma participação democrática pelos membros da instituição. Para tanto, apresentamos diversos estudos sobre o assunto. Nossa abordagem teórica se baseou nas temáticas: comunicação e a participação a serviço da cidadania, visibilidade midiática dos movimentos sociais e ciberespaço como mídia alternativa de apoio à comunicação comunitária.

Os temas são trabalhados por meio de uma revisão bibliográfica baseada em fundamentos teóricos de vários estudiosos, entre eles, nossos principais autores de referência são Leilah Landim, Cicilia Maria Krohling Peruzzo, Cláudia Regina Lahni e Bruno Fuser.

Tendo como metodologia a pesquisa participante, esta acadêmica se inseriu na Mão Amiga como membro da instituição e analisou suas ações nas atividades comunicativas através da observação direta e pelo contato com os voluntários e beneficiários. Além disso, realizou-se entrevistas e análise documental, onde foi avaliado o material comunicativo da

entidade por meio da análise dos *clippings*, *releases*, informativos, jornais murais e plataformas digitais.

Começaremos, no próximo capítulo, por traçar o histórico das instituições sem fins lucrativos no Brasil e a retomada crescente das atividades de comunicação popular e comunitária no país. Abordaremos desde a Ditadura Militar até o presente momento, em que as instituições têm a oportunidade de incorporar as inovadoras ferramentas potencializadas pela Internet.

O capítulo 3 é dedicado à Sociedade Beneficente Mão Amiga. Apresentaremos o histórico da instituição, a forma como ela se organiza, seus objetivos e as atividades desenvolvidas. Utilizando a pesquisa participante, vamos descrever ainda de que forma a inserção do pesquisador no ambiente da pesquisa contribui para os resultados finais do trabalho.

Por fim, o quarto capítulo vai expor as atividades comunicativas realizadas pela e para a Mão Amiga desde a sua fundação até os dias atuais. Analisamos sua comunicação interna e externa, incluindo a Internet. Apresentamos propostas práticas de comunicação comunitária, assessoria de comunicação voluntária destinada à grande mídia e ações reservadas às novas tecnologias digitais a serviço da comunidade. O objetivo é detectar as potencialidades e falhas de comunicação da entidade e, assim, aprimorar a comunicação existente e corrigir possíveis irregularidades.

Assim, com este trabalho, além das reflexões e estudos (e sua importância) para esta acadêmica, espera-se contribuir com o aprimoramento da comunicação da Mão Amiga e com o conhecimento acumulado sobre Comunicação Comunitária e movimentos sociais populares.

2 A COMUNICAÇÃO E AS INSTITUIÇÕES SEM FINS LUCRATIVOS

“Quando os canais de participação existentes não são suficientes, a população inventa outros”.

Cicilia M. K. Peruzzo¹

As instituições sem fins lucrativos viram despontar, ao longo do seu desenvolvimento, a necessidade de utilizar os meios de comunicação como aliados na defesa de seus interesses. Sem negar a comunicação massiva, as entidades filantrópicas² reconhecem a mídia como importante espaço de visibilidade e legitimidade às suas ações e a eventual necessidade de compartilharem desse universo. No entanto, apesar de suas potencialidades, a mídia massiva, pela sua forma de organização, não supre as demandas internas das instituições, porque lhe falta uma característica essencial: o estímulo à participação popular com vistas à cidadania³.

Diante dessa lacuna, a população procura alternativas aos meios de comunicação existentes. Assim, a comunicação comunitária desponta como instrumento alternativo das camadas populares e espaço comunicativo que pertence à comunidade, permitindo a participação cidadã e democrática. Todavia, alcançar a participação ativa não é simples, demanda grandes esforços e é uma conquista gradual. Nesse sentido, as novas tecnologias de comunicação, como a Internet, aparecem para facilitar o caminho a ser percorrido pelas instituições. Utilizar o ciberespaço como mídia alternativa de apoio à comunicação comunitária é o que refletimos aqui.

¹Ver Peruzzo (1998, p.65).

²Entidades sem fins lucrativos.

³Entendemos cidadania como exercício e luta pela manutenção e ampliação de direitos.

2.1 INSTITUIÇÕES FILANTRÓPICAS E MOVIMENTOS SOCIAIS NO BRASIL

“As organizações sem fins lucrativos abrigam iniciativas tão remotas quanto a existência do homem. Segundo Salamon (1998), é difícil saber se o fenômeno é de fato novo ou se trata da descoberta de um setor longamente ignorado”.

Rejane Roecker⁴

A história dos movimentos sociais coincide com a trajetória das instituições sem fins lucrativos⁵. Ambos nascem estimulados a preencher uma lacuna deixada pelo Estado e pelo mercado e se organizam de maneira autônoma a essas instituições e aos meios de participação tradicionais. Neste trabalho trataremos de um dos auges das atividades realizadas pelas entidades filantrópicas e pelos movimentos populares no Brasil, começando pelo contexto do regime militar até os dias atuais.

Em meados da década de 60, durante a Ditadura Militar, o ambiente estava marcado pela grande insatisfação com a desigualdade social e política presentes. Além disso, uma corrente religiosa que se destacou durante esse período foi a Teologia da Libertação. Uma doutrina que se desenvolveu inicialmente na América Latina na década de 70, a Teologia de Libertação refletia sobre a exclusão social e a pobreza orientada por teologias cristãs (GUTIÉRREZ, 2000). O movimento⁶ consistia no engajamento político dos cristãos para a implantação de uma sociedade mais igualitária.

Durante o regime militar, a repressão fomentou o desenvolvimento de movimentos e instituições formadas por pessoas insatisfeitas com a ditadura e que defendiam diversas causas sociais. Nessa época, qualquer denúncia sobre injustiças sociais ou ações públicas em defesa dos direitos humanos era pretexto para “perseguição e repressão por parte dos aparelhos oficiais de coação e se estava sujeito ao descrédito e à rejeição pela opinião pública” (PERUZZO, 1998, p.65-66). Assim, os movimentos populares buscaram a invisibilidade social.

⁴Ver Roecker (2009, p.13).

⁵Entendemos, inclusive, que entidades filantrópicas façam parte do movimento social.

⁶Nos anos 80, no entanto, o caráter de luta social e política da teologia da libertação se enfraqueceu devido à redemocratização dos países latino-americanos e as mudanças geradas pela globalização.

Para cada uma dessas entidades isoladamente, a afirmação de uma identidade institucional não se constituía como questão, era mesmo uma anti-questão. A invisibilidade social, o não fazer nome (ao contrário, por exemplo, da lógica acadêmica, ou do mercado), era uma qualidade cultivada em organizações que – assim como seus agentes – não existiriam para si, mas para os outros (LANDIM, 2002, p.219).

As organizações populares encontraram na clandestinidade uma alternativa para escapar das ações repressivas do governo militar. Citando Trevisol (1998), Tude e Rodrigues (2007) relatam que as entidades do movimento social criaram assim um modo de trabalho pessoal, longe do Estado e perto da sociedade. A comunicação comunitária tem muita força nesse contexto, mas sobre ela refletiremos no próximo item.

No início, os movimentos e instituições procuraram o respaldo da Igreja, que, “na fase de emergência dos movimentos sociais populares, continuava sendo vista como insuspeita e intocável” (PERUZZO, 1998, p.65-66). Isso se deve ao fato da Igreja Católica ser uma das grandes apoiadoras dos movimentos sociais do Brasil na época. Não a Igreja como um todo, mas a parcela que tinha sua atenção voltada aos pobres. Esse segmento hoje é conhecido como ‘ala progressista’ ou ‘corrente ligada à teologia da libertação’ (PERUZZO, 1998, p.52).

Em seus encontros, essas entidades passaram a fazer uma leitura combinada da Bíblia e da realidade, procurando compreender a necessidade da participação, da ação coletiva e da prática concreta – e não a oração – como compromisso cristão para melhorar as condições de vida da população (PERUZZO, 1998, p.52-53).

Sumariamente, as condições sociais que permitiram o desenvolvimento das instituições não governamentais brasileiras foram, de um lado, a cooperação internacional, e de outro, o apoio da Igreja, principalmente a Católica (TUDE; RODRIGUES, 2007). Agências internacionais de caráter não governamental e de orientação fortemente cristãs ofereceram subsídio e financiamento às instituições brasileiras, o que permitiram sua sobrevivência e autonomia (LANDIM, 2002). Além disso, a tomada de consciência crítica por grande parte da população foi imprescindível para tal avanço,

a compreensão emergente da população quanto à precariedade de sua existência e às suas privações; a percepção da necessidade de ação coletiva para interferir nos processos decisórios do poder público e das empresas privadas; o momento político global, acenando com uma abertura relativa; e o apoio encontrado na sociedade civil, principalmente de setores da Igreja Católica e de outras instituições atentas aos direitos da pessoa humana (PERUZZO, 1998, p.31).

Citando Fernandes (1994), Rejane Roecker (2009) considera que o crescimento de trabalhos comunitários em um cenário tão repressivo se deve ao fato de que, ao perseguir sindicatos e militantes políticos, a polícia abria espaço para os trabalhos nas comunidades.

Nos anos 1970, os movimentos sociais atuaram como centros de educação popular a serviços das bases, comunidades e grupos (RAVILOLO, 2003). Nessa década, as organizações populares negavam qualquer dependência em relação ao Estado, uma vez que todas as formas de subordinação ao poder eram rejeitadas. Assim, a autonomia em relação aos órgãos governamentais era, antes de tudo, uma necessidade. A ligação com a Igreja também passou a ser questionada. As alianças de origem permaneceram, mas aos poucos o campo eclesial foi sendo ultrapassado.

Era um processo de cortar o umbigo com a Igreja. Não era o corte com a Igreja como um todo, mas era: ‘olha, não estamos aqui para fazer uma organização religiosa, estamos aqui para fazer uma organização popular’, como disse um ex-padre, pioneiro dos centros dos anos 1970 (LANDIM, 2002, p.227).

Com a redemocratização do Brasil na década de 1980, as instituições desenvolveram novas ideias. De acordo com Roecker (2009), os anos 80 podem ser resumidos pelas expressões cidadania e sociedade civil. As organizações populares passam da educação de base para a assistência social aos movimentos (PERUZZO, 1998). Transformando-se em centros de assessoria e apoio aos mesmos.

Para Hermans (2003), as iniciativas de amparo aos movimentos sociais e em defesa dos direitos humanos fizeram com que as instituições sem fins lucrativos se assegurassem no cenário público brasileiro. Entretanto, a proximidade entre estas instituições e os movimentos organizados despertou um novo questionamento sobre sua identidade. As instituições passaram então por um novo processo de distinção e autonomização, agora em relação aos movimentos sociais. “[...] mas de repente você escapava da igreja e na realidade arriscou cair nas mãos das tendências organizadas” (LANDIM, 2002, p.232).

Diferente da década de 70, quando as organizações populares buscavam invisibilidade social, nos anos 80 elas ambicionavam o reconhecimento público e passaram a lutar pelo papel de protagonistas nesse espaço. Segundo Landim (2002), a visibilidade social foi conquistada no decorrer das últimas décadas e interessou pouco a pouco à mídia. Na época, um evento que mereceu grande atenção dos meios de comunicação foi a Conferência das Nações Unidas para o Meio Ambiente, no Rio de Janeiro – a ECO 92.

Entretanto, se na década de 80 os movimentos populares e instituições negavam muitas vezes o que viesse do Estado, colocando-se em posição de antagonismo em relação a ele (PERUZZO, 1998), na década de 90 essa postura se alterou gradualmente. Visando uma solução mais eficaz para os problemas e a manutenção de suas atividades, as associações estabeleceram parcerias com órgãos públicos, empresas e outras instituições⁷.

Além das parcerias, os anos 90 foram marcados pela crise econômica. O contexto já não era de resistência como no regime militar, mas de descrença dos movimentos populares com relação aos governos, “especialmente a experiência desastrosa do governo de Fernando Collor de Mello e sua política neoliberal” (MIANI; FREGONES, 2008, p.55-56).

Assim, surgem novas formas de organizações da sociedade civil, focadas em questões de ordem ética, marcadas por lutas em favor dos direitos dos cidadãos. A solidariedade se ampliou dentro dos movimentos e se dirigiu a toda a sociedade. Nesse momento, “passa-se a enxergar melhor a situação do outro e a assumir de alguma forma o seu problema” (PERUZZO, 1998, p.43).

Um exemplo prático dessa consciência solidária foi a criação do movimento “Ação da Cidadania Contra a Fome, a Miséria e pela Vida”, por Herbert de Souza, o Betinho. Criada em 1993, a campanha conseguiu apoio e adesão da sociedade e da mídia. Segundo Bonfim (2004, p.22-21), ela se destacou das demais organizações de combate à fome porque surgiu em um contexto de grande mobilização popular que já trabalhava a consciência cidadã. Além disso, suas ações eram destinadas também ao sujeito do movimento, os 32 milhões de brasileiros que passavam fome.

Hoje, o desafio continua sendo romper limites estabelecidos. Já não se trata de um regime militar, mas de uma ditadura simbólica, em que nem sempre as minorias (usando um termo que, de fato, não é tão adequado, uma vez que as desigualdades sociais são imensas e, geralmente, são os excluídos – maioria em nossa sociedade – que se enquadram nessa categoria) têm o espaço justo e que lhes é garantido por direito para se manifestar. O desafio é encontrar espaços para a manifestação das comunidades, para a discussão das necessidades fundamentais da população, bem como para a alegria das conquistas populares (SUZINA, 2004, p.234).

Portanto, passando da educação de base para a educação popular, e, mais tarde, para a promoção social, os formatos dos movimentos e organizações populares foram se

⁷Vale mencionar que a partir do final dos anos 80, nos três níveis (municípios, estados e país), as estruturas no governo também se alteraram.

reestruturando para ampliar as possibilidades de atuação⁸ e, conseqüentemente, o benefício público (CANIN, 2010).

Instituições sem fins lucrativos ou ONGs?

No final de 1940 a expressão organização não governamental (ONG) foi usada pelas Nações Unidas para classificar diferentes associações que colocavam em prática projetos humanitários de interesse público (LANDIM, 2002). Na literatura brasileira, o termo ONG é frequentemente usado para denominar as entidades sem fins lucrativos.

Segundo Roecker (2009), várias denominações têm sido utilizadas na tentativa de identificar essas associações: organizações sem fins lucrativos, beneficentes, filantrópicas, voluntárias, ONGs. A mesma autora, fazendo referência a Hudson (1999), acredita que essas expressões compartilham iniciativas voluntárias da sociedade civil com objetivo social, sem finalidade de lucro e livres do Estado e do mercado em sua direção.

No entanto, outros autores consideram as diferenças entre os termos. Tude e Rodrigues (2007, p.8) ressaltam que as ONGs não são exclusivamente filantrópicas, como as entidades beneficentes. “Apesar das ONGs desenvolverem atividades assistencialistas, estas reconhecem os limites destas atividades e procuram aliar a filantropia com programas de conscientização”. Para eles, falta às entidades sem fins lucrativos uma característica indispensável às ONGs: consciência política e vontade de transformação da realidade social.

Os mesmo autores, mencionando Trevisol (1998), não consideram sensato utilizar uma definição coletiva que abarque todas as associações, uma vez que cada uma deve ser considerada nas peculiaridades de seu contexto. Nessa mesma direção, Landim (2002) acredita que a expressão ONG assume um significado próprio, segundo as relações e dinâmicas sociais locais.

Ainda que o nosso objeto de estudo, a Sociedade Beneficente Mão Amiga, não apresente apenas o caráter assistencialista, como apresentaremos no próximo capítulo, não adotaremos no presente trabalho o termo ONG para referir-se a ela. Isso porque, na maior parte da literatura pesquisada, o conceito de “organização não governamental” envolve dois elementos básicos que não observamos na Mão Amiga. São eles: consciência política e profissionalização dos membros. Portanto, a Mão Amiga será estudada como entidade do movimento social popular de natureza beneficente, assistencial e voluntária.

⁸O que também era e é buscado com entidades de ação combativa.

2.2 A COMUNICAÇÃO COMUNITÁRIA E AS ENTIDADES

“Através da volta ao passado nos podem ser dadas as formas de refletir sobre o que as imagens atuais, que parecem hoje evidentes, devem a esses encontros, sociológica e historicamente fundados, entre homens e mulheres singulares [...]”.

Leilah Landim⁹

A comunicação comunitária tem sua origem nos movimentos populares, sendo os anos de 1970 e 1980 um momento relevante nesse percurso, não só no Brasil como em praticamente toda a América Latina. O Brasil vivia sob o regime militar, em um contexto marcado pela censura e repressão a qualquer movimento que se opusesse ao Estado. Por isso, os trabalhos comunitários eram produzidos clandestinamente e a comunicação alternativa que emergia apresentava uma abordagem crítica ao contexto autoritário da época.

No conjunto, a comunicação alternativa representa uma contra-comunicação, ou uma outra comunicação, elaborada no âmbito dos movimentos populares e ‘comunidades’, e que visa exercitar a liberdade de expressão, oferecer conteúdos diferenciados, servir de instrumento de conscientização e, assim, democratizar a informação e o acesso da população aos meios de comunicação, de modo a contribuir para a transformação social (PERUZZO, 2010a, p.16).

Desta forma, a comunicação comunitária surge como instrumento alternativo das camadas populares frente ao contexto de negação à liberdade de expressão. Segundo a pesquisadora Cicilia Peruzzo (1998, p.115), ela representou “um grito, antes sufocado, de denúncias e reivindicações por transformações”. Constituída no ambiente das localidades, bairros e comunidades, esta comunicação é a expressão das lutas populares por melhores condições de existência e tem o povo como protagonista.

Também chamada de popular e alternativa, a comunicação comunitária tem como uma de suas principais características a participação popular. Segundo Maia (2008), o comunitário, por essência, visa o envolvimento da comunidade na produção de um conteúdo voltado para ela própria, colaborando para cidadania.

Quando falamos em cidadania está imbricada não só a noção de usufruir direitos, mas também a busca, a luta, a reivindicação dos mesmos. Logo, participar é ação fundamental para a cidadania e para o estabelecimento de sociedades democráticas [...] (MAIA, 2008, p.5).

⁹Ver Landim (2002, p.220).

Nesse sentido, a participação é indispensável a qualquer prática da comunicação comunitária. Não há cidadania plena sem participação. Assim, a comunicação passa a ser apresentada como instrumento de cooperação para o exercício da cidadania (LAHNI; COELHO, 2008).

Em conformidade com Peruzzo, consideramos a comunicação comunitária característica das instituições sem fins lucrativos.

[A comunicação comunitária] está nas mãos de instituições sem fins lucrativos e de movimentos sociais; é multidirecional, horizontalizada, emitida a partir dos anseios das classes subalternas; mobiliza e organiza o povo em torno de seus interesses, mediante a persuasão; desvenda a realidade; sustenta a existência de conflitos entre as classes sociais; inter-relaciona os fatos, para facilitar uma compreensão de conjunto; politiza a comunidade; propicia o diálogo e a participação no que diz respeito às decisões; é economicamente instável; tem um raio de ação limitado; não se lhe assegura o acesso às ondas nem à tecnologia (PERUZZO, 1998, p.135).

Com relação a algumas limitações da comunicação comunitária relacionadas ao contexto das instituições sem fins lucrativos, destacamos a conquista da participação popular ativa como seu principal obstáculo. Assim como essa característica se configura como uma das mais importantes dentro da comunicação comunitária, é também um dos aspectos mais difíceis de alcançar. Segundo a autora, no Brasil, a participação popular na comunicação se realiza constantemente no nível da transmissão de mensagem (entrevistas e depoimentos), mas a conquista da participação ativa em nossa sociedade passará por um processo “conflituoso e demorado” (PERUZZO, 1998, p.146).

Assim como em outros países da América Latina, o Brasil não tem o costume da participação popular. Tal circunstância é o reflexo de sua colonização, de caráter autoritário e estímulo a não conscientização política. Nesse contexto torna-se difícil efetuar uma participação concreta. Todavia, como lembra Peruzzo (1998), essa dominação não é apenas imposta, há cumplicidade do povo, que se acostumou a ter um chefe e se acomodou.

Os obstáculos à comunicação participativa são muitos, como as lideranças marcadas pelo autoritarismo, a presença de interesses pessoais e políticos e ainda a própria indiferença e conformismo de grande parte da população. Por isso, para que a participação e democratização da comunicação sejam reais é fundamental despertar a consciência crítica do indivíduo para essa realidade e sobre sua responsabilidade enquanto protagonista dos processos comunicacionais. Desta forma, a participação ativa precisa ser conquistada.

[A participação popular] é um processo longo e lento, que não se dá de um dia para o outro nem ao longo de um ano de trabalho. Pode levar muito tempo até que um grupo chegue ao grau de maturidade e consciência crítica que lhe permita superar seus conhecimentos culturais e dialógicos, tornando possível uma efetiva participação autônoma na comunicação (KAPLÚN, 1987, p.70 apud PERUZZO, 1998, p.147).

Diante do conhecimento de algumas de suas limitações, os meios populares reconheceram que mídias como a televisão, o rádio ou a Internet atuam como importantes espaços de visibilidade, oferecendo legitimidade às suas ações. Assim, o caráter mais combativo do início da comunicação popular concedeu espaço a experiências mais plurais, como a apropriação das novas tecnologias de comunicação e a consciência do acesso à comunicação como um direito humano (PERUZZO, 2006).

Porém, devido às dificuldades desse setor, principalmente no que diz respeito à carência de recursos financeiros, tornou-se necessário que os meios populares desenvolvessem mecanismos alternativos de acordo com suas necessidades e recursos disponíveis. Assim, a comunicação comunitária desponta como alternativa, e, uma vez construída a partir de dinâmicas coletivas peculiares a cada contexto, as entidades constroem sua comunicação baseada no meio em que atuam em nível local, com conteúdos próprios, “que os grandes meios massivos não conseguem satisfazer” (PERUZZO, 1998, p.148).

A contextualização é um elemento importante a se considerar no estudo da comunicação comunitária e das entidades sem fins lucrativos. Para Peruzzo (2010a), essa comunicação deve atender às demandas concretas dos segmentos da população de acordo com as singularidades de cada organização popular. Ou seja, como a realidade de cada uma é diferente entre si, as ações comunicativas demandadas por elas também são distintas.

Algumas instituições são mais participativas, outras têm um caráter mais politizado ou simplesmente priorizam a solução de problemas sociais mais imediatos. Nesse sentido, Peruzzo (1998) considera que também na comunicação comunitária o que existem são abordagens fragmentadas. A dificuldade em se elaborar um estudo global e uniforme sobre a comunicação popular ocorre porque o termo “popular” não é homogêneo, mas pluralista. “Os veículos especificamente populares não são elaborados com metodologias uniformes” (PERUZZO, 1998, p.122).

Essa circunstância explica o motivo pelo qual nessa área existem mais estudos de casos concretos que um estudo global, pois se faz necessário analisar os contextos específicos nos quais a comunicação está inserida. Essa realidade ilustra o objeto de estudo do presente trabalho: a comunicação da Sociedade Beneficente Mão Amiga. Por esta razão, a gestão

comunicativa da entidade será estudada no contexto das características gerais do seu tipo de organização.

2.2.1 Comunicação Comunitária e Comunicação Massiva

“Não ‘demoniaremos’ o massivo nem faremos pouco caso de seu potencial de influência, como também não ‘endeusaremos’ ou menosprezaremos o popular. Ou seja, este não será tomado simplesmente em sua virtualidade revolucionária nem, por outro lado, só na perspectiva saudosista”.

Cicilia M. K. Peruzzo¹⁰

Na década de 70, em um auge da comunicação comunitária, o “popular” era visto como uma forma se de opor a qualquer tipo de dominação. Por isso, os meios de comunicação massivos, típicos do sistema dominante, foram [e são] considerados ferramentas de manipulação e controle ideológico. Raciocínio que reforçou a postura antagônica entre massivo e popular (PERUZZO, 1998).

Em geral, a mídia massiva e sua produção vertical tem o poder de manipulação a favor das classes dominantes, e se preocupa, prioritariamente, com o lucro em detrimento, muitas vezes, da qualidade de conteúdo. Por isso, alguns estudiosos atribuem aos meios de comunicação alternativos a responsabilidade de valorizar identidades locais e de incentivar a pluralidade de vozes, já que nos meios massivos o estímulo à participação é restrito.

Nessa direção, Lahni e Alonso (2004) apontam a comunicação alternativa como canal de oposição aos meios comerciais, pelo seu caráter horizontal que possibilita o acesso, a participação e a autogestão dos meios pela população. Para Peruzzo (2004), mais do que o acesso à informação [característica presente nos meios tradicionais], a participação e a introdução dos indivíduos na produção de conteúdos é fundamental para o entendimento do direito à comunicação comunitária como direito à cidadania.

Seguindo essas reflexões, até os anos 90 os meios massivos eram considerados opostos aos meios comunitários. Todavia, com o passar do tempo, essa postura passou a ser questionada por alguns estudiosos, que até mesmo criticaram a posição antagônica da

¹⁰Ver Peruzzo (1998, p.137).

comunicação comunitária em relação aos meios massivos. Fazendo referência a Fadul (1985), Peruzzo (1998) considera que muitas instituições negaram o massivo para se aproximar das massas, mas esqueceram-se de que na América a instituição que mais se aproximou das mesmas, “por se apropriar de seu modo de pensar, falar e ver o mundo foi a indústria cultural” (FADUL, 1985, p.74-75 apud PERUZZO, 1998, p.136).

Entretanto, para Peruzzo (1998), a questão não é negar nem concordar com os grandes veículos, mas saber como utilizar suas potencialidades na comunicação comunitária. A autora acredita que a tendência a negar a mídia massiva tenha influenciado a criação de uma comunicação comunitária pouco atraente, com reduzido espaço de entretenimento e diversão. Nesse caso, as características que despertam o interesse das massas foram esquecidas. Deste modo, se os meios comunitários quiserem alcançar sucesso e se mostrarem democráticos terão que repensar sua prática e trabalhar com os valores de onde se inserem.

Na prática, os meios de comunicação popular, apesar de sua importância e de seu significado político, não chegam a colocar-se como forças superadoras dos meios massivos. Os dois são complementares e não excludentes. Os grandes veículos, por um lado, fazem-se necessários e importantes no campo do divertimento e da informação, por exemplo, mas não conseguem suprir todas as necessidades em nível de comunidades e movimentos sociais organizados. Além disso, o fenômeno da cultura perpassa todo o seu processo, o que colabora para incorporá-los no cotidiano e para que agreguem valores do povo em sua programação (PERUZZO, 1998, p.130-131).

Uma vez que alcançam a totalidade da população, jornais, rádios e TVs tornam-se poderosos canais para divulgação de mensagens que valorizam o cidadão. Aline Maia (2008), citando o pesquisador Carlos Eduardo Lins da Silva (1986), afirma que isso acontece através das chamadas “brechas da indústria cultural”. São “espaços através dos quais ‘é possível fazer passar para o público conteúdos diversos e, algumas vezes, contrários aos interesses das classes dominantes’” (SILVA, 1986, p. 52 apud MAIA, 2008, p.6).

Ao atribuir visibilidade aos movimentos sociais, a mídia massiva se torna via desejada pelos movimentos e instituições por sua capacidade de incluí-los na agenda pública (COGO, 2004) e assim atrair atenção para suas causas sociais.

Nessa mesma direção, Daniela Canin (2010, p.20) afirma que mesmo que a comunicação de massa não revele a essência dos movimentos ou até mesmo os reprovem, ela “é capaz de divulgar e tornar pública suas ações”. Logo, os meios hegemônicos de comunicação podem contribuir para que o comunitário adquira visibilidade social.

[...] a visibilidade dessas atividades [realizadas pelos movimentos] nos meios de comunicação ajuda a dar legitimidade à instituição, tanto para as pessoas que estão de fora dela quanto para os próprios membros, que percebem a abrangência de sua atuação (SUZINA, 2004, p.236).

Sendo assim, uma vantagem de ocupar espaço no debate público é adquirir reconhecimento. Porém, Cogo (2004, p.45), fazendo referência a Stuart Hall (2003, p.53), alerta que o reconhecimento público de uma instituição, por meio, por exemplo, da visibilidade midiática, não garante a solução dos seus problemas concretos.

Tendo como base a literatura disponível sobre o tema, consideramos que as comunidades podem e devem se valer das potencialidades dos meios massivos, visando uma efetiva contribuição para as entidades sem fins lucrativos. Todavia, como sabemos que a mídia divulga campanhas, programas educativos e outras ações de interesse público quando quer (ou quando lhe convém), concluímos que não podemos depender da “boa vontade” da mesma para conquistar visibilidade e atrair recursos para a causa social das instituições beneficentes.

Além disso, a comunicação massiva, em geral, não valoriza a participação, fundamental para as práticas sociais e para a construção da cidadania. Por isso, consideramos que, apesar de suas contribuições e potencialidades, como oferecer visibilidade e legitimidade, a comunicação massiva não se constitui como a melhor opção para as entidades sem fins lucrativos. Lembrando o que disse Peruzzo (1998, p.137), a questão não é “demoniar” ou “endeusar” uma ou outra forma de comunicação, mas optar pelas alternativas que garantam os melhores resultados às dinâmicas coletivas peculiares a cada entidade. A ideia aqui não é eliminar as estruturas do poder, mas, por meio da participação torná-lo democrático (PERUZZO, 1998).

Nessa perspectiva ganha força o ciberespaço como forma de mídia alternativa para as instituições populares. A importância das novas mídias, principalmente as redes sociais, está em sua acessibilidade, sendo possível produzir informação e conteúdo através da participação popular sem grandes gastos financeiros, como ocorre nos meios tradicionais. O crescente espaço e visibilidade que movimentos sociais ganham atualmente por meio da Internet revela o potencial de comunicação dessa mídia.

2.3 O USO DA INTERNET NA COMUNICAÇÃO COMUNITÁRIA

“Algumas das grandes descobertas que vieram facilitar a comunicação entre as pessoas e os povos deixaram suas marcas profundas na história da humanidade. É o caso do surgimento da escrita, da invenção da imprensa de massa, do rádio e da televisão. Na última década do século XX uma nova grande mudança chega com as redes cibernéticas que vem revolucionar todo o *status quo* conhecido até então, da economia às comunicações, passando a configurar uma realidade que passou a ser denominada de sociedade da informação, sociedade da comunicação ou de era da informação”.

Cicilia M. K. Peruzzo¹¹

As práticas tradicionais de comunicação dos segmentos populares prosseguem, mas, atualmente, houve um crescimento de novos formatos comunicacionais, em grande parte, relacionados à comunicação digital. Em uma sociedade em que a tecnologia está em evidência nas relações sociais, faz-se necessário pensar a comunicação realizada nos meios populares sob essa ótica. Entendemos que a comunicação comunitária deve se apropriar das potencialidades oferecidas pela Internet visando ampliar a participação popular e a cidadania nos movimentos sociais.

Peruzzo (2005) afirma que as novas tecnologias digitais não representam a exclusão dos meios de comunicação de massa nem a dominação sobre eles, muito menos anulam os meios de comunicação comunitários tradicionais, como o jornal mural, o boletim informativo e a comunicação interpessoal.

O que há de novo é a convergência das mídias e a quebra da barreira de uma comunicação de um polo emissor a muitos emissores. Convergência significa fusão de diferentes mídias entre si [...], tais como televisão, rádio, Internet, cinema, música, livros, publicidade, venda de produtos online etc. (PERUZZO, 2005, p.268).

Por utilizar múltiplas plataformas (imagem, texto e som), a mídia digital se revela como uma nova forma de comunicação, capaz de facilitar o estabelecimento da interatividade entre as organizações populares e a sociedade; a instantaneidade da informação e a pluralidade de assuntos e vozes em sua produção. Para Peruzzo (2005), isso não significa que as tecnologias digitais sejam capazes de transformar a sociedade sozinhas. Porém, podem ser usadas pelos indivíduos ou grupos para criarem alternativas à comunicação massiva.

¹¹Ver Peruzzo (2005, p.267-268).

[...] mesmo que não signifique falar para públicos diretamente envolvidos nas ações presenciais das lutas populares, trata-se de uma oportunidade de falar para segmentos amplos da sociedade e difundir as informações que não encontram espaço na mídia tradicional (PERUZZO, 2005, p.281).

Como lembra a autora, as tecnologias digitais também concedem visibilidade às ações divulgadas na rede. Além disso, Peruzzo (2005) afirma que a Internet se torna um importante instrumento de memória da comunidade. Assim, a importância de uma instituição popular utilizar as ferramentas digitais está em conscientizar os membros da comunidade sobre sua realidade e conseqüentemente sobre os problemas locais.

Nessa mesma direção, Nunes (2008) considera fundamental que a comunicação digital seja usada para o fortalecimento dos movimentos sociais tendo em vista a mobilização, a participação e a conscientização da comunidade. Para a autora, as instituições sem fins lucrativos devem utilizar a Internet para elevar o senso crítico da população e, através da participação popular, ampliar o exercício da cidadania e a democratização dos meios de comunicação. Como resultado, os membros da comunidade aperfeiçoam-se individualmente e se tornam os protagonistas da transformação da realidade onde vivem (NUNES, 2008).

Ao incluírem suportes digitais em sua comunicação, as organizações comunitárias produzem

não só conteúdos diferenciados a partir de novos olhares [...], mas também novos procedimentos de ação na construção e difusão de mensagens, na socialização de conhecimentos técnicos (e outros), criação de códigos compartilhados de conduta e na instituição de novas relações sociais de produção que põem em suspensão a hierarquia e a burocracia tradicional (PERUZZO, 2010b, p.5).

Enquanto o interesse da grande mídia é manter a realidade que lhe é positiva e lucrativa, a mídia alternativa utiliza os meios disponíveis na Internet, por exemplo, para se opor aos valores dominantes. Laércio Góes (2011) afirma que diante da hegemonia de uma comunicação globalizada nasceram várias alternativas com o objetivo de promover pequenas mudanças.

O mesmo autor ainda destaca que se o poder hegemônico tem lugar na mídia massiva, também é possível construir um discurso próprio para as instituições sem fins lucrativos, chamado discurso contra hegemônico. “Pelo seu baixo custo, facilidade de operacionalização e poder de distribuição, os movimentos sociais podem divulgar e defender na Web suas ideias e denunciar as mazelas da sociedade” (GÓES, 2011, p.7).

Para Denis de Moraes (2000), as organizações não governamentais descobriram no ciberespaço a possibilidade de propagar suas ideias e convocar pessoas para a causa social. Na Internet até mesmo as entidades menores têm a oportunidade de divulgar suas atividades, e as ferramentas digitais disponíveis ampliam sua visibilidade pública. No entanto, o autor ressalta que não se trata de imaginar o ciberespaço como o paraíso digital capaz de ultrapassar a hegemonia dos grandes conglomerados. “O que seria, além de tolice, desconhecer o indiscutível predomínio dos conglomerados multimídias no atual cenário de transnacionalização dos mercados de informação e entretenimento” (MORAES, 2000, p.153).

Ainda assim, Moraes (2000) conclui que são inúmeras as vantagens da comunicação virtual para as organizações populares, como o baixo custo, velocidade de transmissão, autonomia frente aos princípios ideológicos e mercadológicos seguidos pela grande mídia. Ademais, o uso da Internet na comunicação comunitária, além de ampliar a visibilidade, tem como uma das principais utilidades a participação dos indivíduos enquanto produtores e difusores de informação.

Um meio que pela primeira vez na história de todos os meios de comunicação já existentes, conceba uma relação de via dupla entre quem produz e recebe informação, suprimindo a barreira entre esses dois atores, possibilitando uma sociedade de produtores-receptores de comunicação (CABRAL, 2004, p.269).

No entanto, como lembra Fuser (2011), a comunicação digital não significa necessariamente novas formas de participação cidadã. Para o autor, as potencialidades das tecnologias digitais se verificam mais no terreno das possibilidades do que na prática. A interatividade na Internet é inigualável, mas, segundo Fuser (2003, p.121), o que se observa na maior parte das vezes não é uma comunicação horizontal, pois “o usuário é levado a consumir informações, mas não a produzi-las”.

Fuser (2003) acredita que isto ocorra porque as tecnologias digitais fazem parte da globalização, e por isso “as mesmas contradições inerentes à globalização – a manutenção de estruturas de poder político, econômico e cultural – se manifestam nas formas de uso de tais tecnologias pelos governos, de maneira geral” (FUSER, 2011, p.14). Apesar disso, não se pode negar que a participação é estimulada e potencializada no ambiente virtual. O que a restringe é o fato de as plataformas digitais estarem inseridas em uma sociedade que guarda falhas de participação em todos os seus níveis.

As potencialidades participativas que a Internet e as ferramentas digitais oferecem são indiscutíveis – como a criação de instrumentos independentes capazes de produzir e

difundir conteúdos. Contudo, seguindo as reflexões de Fuser (2011), destacamos que a comunicação digital se faz presente dentro de um sistema capitalista, e, por esta razão, sujeito a desigualdades nas condições de acesso às tecnologias.

Essa realidade dificulta principalmente o desenvolvimento da comunicação das classes subalternas, segundo Peruzzo (2005), porque falta capacitação técnica e acesso às ferramentas digitais pela maior parte da população de baixa renda.

No contexto brasileiro essa situação se agrava porque a condição de pobreza está presente em grande parte da população, o que impede, muitas vezes, a compra de um computador, a posse de uma linha telefônica e o pagamento de um provedor para ter acesso à Internet. Assim, o acesso à rede se torna um problema devido à desigualdade social. Para Fuser (2011), a exclusão digital é uma consequência da exclusão social. O autor destaca que ao perceber a desigualdade na apropriação dos meios digitais é necessário pensar em experiências de inclusão digital.

Nessa mesma direção, Bernardo Kucinski (2005) acredita que a exclusão é um resultado do modo de produção capitalista e não uma característica da Internet. Para o autor, afirmar que as novas tecnologias digitais trazem ainda mais desigualdade social, considerando que grande parte da população de baixa renda não tem direito a elas, seria “como acusar Gutemberg de ter criado o analfabeto ao inventar a imprensa” (KUCINSKI, 2005, p.82).

Todavia, as barreiras na produção de conteúdo para a Internet vão além do acesso às tecnologias digitais e a conectividade. Para Fuser (2011, p.20), a solução não está na “oferta pura e simples de equipamentos de informática e conexão à internet, além dos conhecimentos básicos para utilizá-los”. O autor considera que essas ofertas têm limites evidentes. Da mesma forma, Lemos (2005, p.6) questiona a inclusão digital como simples aprendizado técnico. “Será mesmo incluir formar alguém em Word, Excel e Windows?”.

Nessa perspectiva, o significado de inclusão digital debatido por Fuser (2011) e demais autores apresentados ultrapassa o simples acesso à Internet e o conhecimento técnico do meio digital. Incluir aqui significa oferecer as condições necessárias de conhecimento ao grupo ou indivíduo de acordo com suas demandas para que sejam capazes de participar ativamente do espaço comunicacional *online* ampliando a cidadania. Para isso é necessário buscar mecanismos que sejam capaz de

combater a exclusão digital, não na mera compra de equipamento, mas na perspectiva do combate à pobreza e à desigualdade, em que as comunidades sejam produtoras de conteúdo, de conhecimento, ativas e interativas, e dinâmicas que signifiquem não aulas de informática, mas orientação para apropriação das tecnologias para a construção de uma globalização contra-hegemônica (FUSER, 2008, p.148).

As alternativas apontadas por muitos estudiosos para a democratização da Internet estão relacionadas em grande parte à capacitação dos indivíduos e grupos e o conhecimento por parte dos mesmos sobre as potencialidades digitais. Além da prestação de serviços gratuitos para que as populações de baixa renda, em geral excluídas digitalmente, tenham acesso público e gratuito à Internet.

Nessa direção, Fuser (2008) aponta os telecentros como alternativas para a democratização do acesso à comunicação digital. Para Gomes (2002, publicação não numerada), telecentro é “um lugar físico, de fácil acesso público, que oferece gratuitamente serviços de informática e telecomunicações, num contexto de desenvolvimento social, econômico, educacional e pessoal”.

Apesar de o capitalismo estar implícito na cultura digital, Cabral (2004) corrobora o pensamento dos autores citados anteriormente e assegura que o acesso à Internet não é sinônimo de apropriação dos meios de produção.

Não podemos considerar, entretanto que o acesso à Internet passe pela necessidade de se apropriar dos meios de produção, assim como nem todos têm telefone, mas fazem uso de aparelhos públicos. Cada vez mais os terminais de acesso gratuito à Internet estão se tornando comuns e a partir deles um número cada vez maior de pessoas pode ter contato com este novo ambiente (CABRAL, 2004, p.275).

Como salienta o mesmo autor, não se trata de enxergar a Internet como um “aparato tecnológico de ponta” (CABRAL, 2004, p.276), mas utilizá-la como um espaço de comunicação que contém diversos instrumentos vantajosos para o desenvolvimento comunitário de organizações populares, por exemplo.

Dessa forma, ao introduzir a Internet em sua comunicação, os movimentos sociais, incluindo nesse universo as instituições sem fins lucrativos, aprimoram os resultados obtidos pela comunicação comunitária. Vale ressaltar ainda que “o ciberespaço não diminui a importância do espaço físico nem elimina as lutas sociais presenciais” (PERUZZO, 2010b, p.13). Por isso, existe a necessidade de um trabalho de comunicação popular que utilize os meios comunitários tradicionais além dos digitais.

Todavia, as potencialidades que a Internet oferece para as atividades dos movimentos populares e instituições sem fins lucrativos na sociedade atual não podem ser negadas. Como reitera Fuser (2008), estudar as novas tecnologias digitais como instrumentos capazes de potencializar o acesso do cidadão ao poder de comunicação

não se trata de utopia que despreze o caráter excludente estrutural do capitalismo, mas em ampliar esse acesso dentro do horizonte de cada projeto individual ou coletivo, tensionando os limites da cidadania que vivemos, obtendo, se possível, avanços na construção de uma sociedade mais justa e igualitária (FUSER, 2008, p.144).

Portanto, introduzir a comunicação comunitária no ambiente virtual significa cumprir os objetivos fundamentais da comunicação no contexto dos movimentos populares, ou seja, promover a autonomia e o protagonismo popular como forma de alcançar a cidadania.

3 SOCIEDADE BENEFICENTE MÃO AMIGA

No capítulo anterior apresentamos um pouco da trajetória das instituições sem fins lucrativos no Brasil e como elas ganharam espaço na sociedade atual. Ressaltamos sua relação com os movimentos populares e a importância da comunicação em tais organizações, em especial, a comunicação comunitária. Neste capítulo apresentaremos o perfil da Sociedade Beneficente Mão Amiga, uma instituição sem fins lucrativos localizada em Juiz de Fora, Minas Gerais.

Sendo sua comunicação o objeto de estudo do presente trabalho, a Mão Amiga ilustra outras instituições filantrópicas que, ao incluírem a comunicação como ferramenta de trabalho, ampliam suas ações e conquistam resultados positivos. Ao final do capítulo, descrevemos o tipo de pesquisa realizada na instituição para este trabalho e sua contribuição para nossa análise.

3.1 HISTÓRIA E AÇÕES DA ENTIDADE

A Sociedade Beneficente Mão Amiga foi criada em 1984 por Maria Aparecida da Silva¹ no bairro Vila Olavo Costa, zona sudeste de Juiz de Fora. Atualmente a sua sede se localiza no bairro Ipiranga, zona sul da cidade. A Mão Amiga é uma entidade do movimento social popular que realiza desde trabalhos assistenciais, como a doação de cestas básicas, roupas e remédios, até atividades culturais e cursos profissionalizantes.

As ações da instituição passaram por transformações no decorrer de 29 anos, e, aos poucos, foi se aprimorando e ganhando espaço na sociedade. Em 1998, a Mão Amiga foi registrada em cartório como “Pessoa Jurídica” e, no ano seguinte, foi considerada “Utilidade Pública Municipal”, por meio da Lei Municipal nº. 9527².

Maria Aparecida da Silva³ é presidente da Mão Amiga, “dona Cida” ou simplesmente “Cida”, como é conhecida, personifica a imagem da instituição. Natural de

¹Em anexo está a foto da fundadora da Mão Amiga na sede da instituição.

²Disponível em: <<http://www.jusbrasil.com.br/topicos/15556134/artigo-1-da-lei-n-9527-de-07-de-julho-de-1999-do-municipio-de-juiz-de-fora>>. Acesso em: 10 dez. 2013.

³Entrevista realizada com Maria Aparecida da Silva na sede da Sociedade Beneficente Mão Amiga, em 15 de dezembro de 2013, por esta acadêmica, para este trabalho.

Além Paraíba (RJ), aos 12 anos Cida se mudou para Juiz de Fora e já começou a trabalhar. Entre suas diversas atividades, já trabalhou como ajudante de cozinha, empregada doméstica, faxineira e manicure. Cida tem 14 filhos, sendo sete deles adotivos. Seu primeiro marido, Joel de Souza, faleceu em 2003, devido a uma hemorragia interna. Logo, Cida teve que assumir as obrigações da casa e o sustento dos filhos que ainda dependiam dela.

No início da Mão Amiga, quando a instituição ainda não tinha uma sede, Cida trabalhava como faxineira e manicure. Hoje, aos 51 anos, ela se dedica em tempo integral à instituição. Sua infância foi pobre, veio de uma família de 14 irmãos, e em sua vida de casada também passou por grandes dificuldades. Uma delas ocorreu quando morava com seu primeiro marido e filhos em uma casa paupérrima. Cida e a família viveram no local por dez anos, até que uma chuva forte destruiu a moradia e toda sua mobília foi soterrada. Sem ter para aonde ir, contou com a solidariedade das pessoas que mais tarde se tornariam colaboradoras da Mão Amiga.

As histórias de Cida e da Mão Amiga se confundem, pois a instituição teve início nas adversidades enfrentadas por sua criadora, que ao viver em uma condição de pobreza e privações resolveu, por conta própria e pela ajuda de outros voluntários, transformar a realidade das pessoas ao seu redor.

A Mão Amiga nasceu do trabalho de Cida e de outras moradoras da Vila Olavo Costa, que se mobilizaram para ajudar as famílias economicamente carentes da região. Elas organizavam campanhas para arrecadação de material escolar, festas juninas e campanhas de reciclagem de latas de alumínio com o objetivo de angariar recursos para repassar à comunidade. As moradoras também formaram um grupo chamado por elas de “mães sociais”, onde cuidavam dos filhos de outras vizinhas para que estas pudessem trabalhar fora.

Um evento que nessa época atraiu a atenção da mídia local foram os tradicionais almoços oferecidos aos necessitados do bairro. A confraternização era organizada por Cida e demais voluntárias no último domingo de cada mês. Entretanto, o reconhecimento público pela sociedade juiz-forana seria alcançado graças à distribuição de sobras de frango à comunidade da Vila Olavo Costa.

Tudo começou quando Cida fazia faxina na casa de uma senhora em Matias Barbosa, cidade próxima a Juiz de Fora. O filho de sua patroa era dono de um abatedouro, e, a pedido de Cida, começou a separar os restos de frango que não eram vendidos, e, muitas vezes, até mesmo jogados fora, para doar à faxineira. Cida, por sua vez, os distribuía entre as pessoas mais necessitadas do bairro.

No início 30 pessoas recebiam os pedaços de frango: pescoço, dorso, banha e pé de frango. Com o tempo, o dono do abatedouro notou a seriedade do trabalho e passou a separar uma quantidade maior para que mais famílias pudessem ser atendidas. A procura foi tanta que levou Cida a criar uma ficha de cadastro para o controle das doações. Quando a fundadora da Mão Amiga recebia uma quantidade extra de frango ligava do orelhão do bairro para outras comunidades pobres irem buscar as doações.

A atitude despertou a atenção do dono de outro abatedouro em Juiz de Fora, que, ao conhecer o trabalho realizado por Cida, resolveu também doar vários quilos de pedaços de frango. Cida chegou a receber e repassar uma tonelada da carne branca à comunidade de baixa renda. O projeto alcançou o número de 700 famílias cadastradas e foi aquele em que a Mão Amiga teve o maior número de beneficiários.

Além do trabalho social, Cida se aproximou dos moradores da região e passou a ser conhecida por outras entidades beneficentes da cidade por ter sido presidente da Associação de Moradores do bairro Vila Olavo Costa durante oito anos.

Após permanecer 15 anos no local, a Mão Amiga passou a atuar no bairro Santa Rita. Até então a instituição não tinha uma sede, a distribuição das sobras de frango, por exemplo, era realizada na varanda da casa de sua ex-sogra. Já os encontros aconteciam informalmente na casa de Cida ou em outras localidades.

Quando a Mão Amiga completou 22 anos, o jornal Tribuna de Minas realizou uma matéria com a fundadora da instituição. Na reportagem Cida relatou seu sonho em ter uma sede para atender os assistidos e poder acolher os voluntários que trabalhavam em nome da entidade. Ao ler a notícia, um juiz da cidade, que prefere manter seu nome e trabalho no anonimato, procurou Cida e se comprometeu a pagar o aluguel do imóvel que ela escolhesse para se tornar a sede da organização.

Cida optou por uma casa no bairro Ipiranga que funciona até hoje como a sede⁴ da Mão Amiga, e o aluguel continua sendo pago pelo juiz. O local permanece aberto para atender a comunidade de segunda a sexta, entre as 8 horas e as 18 horas, e aos sábados, entre as 8 horas e as 14 horas. Na sede da entidade são disponibilizadas atualmente consultas jurídicas e outros atendimentos com profissionais voluntários, como fonoaudióloga e professoras.

A residência alugada possui cinco cômodos, entre eles, três salas pequenas, uma cozinha e um banheiro. Além de uma área externa onde geralmente ficam as doações de móveis, mas já funcionou como garagem quando a instituição possuía um carro. O automóvel

⁴Em anexo está a foto da sede da Mão Amiga no bairro Ipiranga.

doado para a instituição anos atrás passou por diversas restaurações, até que da última vez em que apresentou problemas não foi possível solucioná-los. Por esse motivo, a entidade conta atualmente com a colaboração de voluntários para buscar as doações ou paga pelo carroto.

Entre os cômodos existe uma pequena biblioteca⁵, chamada ‘Cantinho da Leitura’, local aberto às crianças da comunidade para o estudo ou utilizado para aulas de reforço escolar. Entre as professoras que ministram as aulas está a voluntária Maria da Penha Daniel.

Além de professores, a Mão Amiga conta com o trabalho voluntário de outros profissionais, como a fonoaudióloga Karla Schultz, que trabalha há cinco anos na instituição e atende toda terça-feira entre as 9 horas e as 15 horas. Vários foram os advogados que trabalharam na Mão Amiga, hoje o atendimento jurídico é realizado pelas advogadas Gisele Cristina de Oliveira e Angélica da Silva Quadros. Da mesma forma, muitos psicólogos já passaram pela entidade. Márcia Teixeira Marques foi a última psicóloga que ofereceu consultas na sede da Mão Amiga, em 2012, mas atualmente a instituição não dispõe de psicólogo voluntário.

Outros profissionais oferecem esporadicamente seus serviços à instituição, como o dentista Paulo Roberto Minásio. Além dos contadores Marcos Honorato e Maria do Carmo Honorato. Ademais, a Mão Amiga conta com voluntários que estão constantemente na entidade e nas campanhas.

Luciana da Glória Lauriana trabalha como cozinheira da Mão Amiga há 20 anos. Além de preparar os alimentos que são servidos durante os eventos da instituição, Luciana também é responsável pelas refeições servidas diariamente aos voluntários que estiverem na entidade no horário do almoço. Sua sobrinha, Jussara Lauriana, está há oito anos na instituição e reveza os serviços da cozinha com a tia, de acordo com a disponibilidade de cada uma. Já Virgínia Aparecida Gregório é a secretária da entidade, ela atende o público na ausência de Cida e também cuida do bazar⁶ mantido pela instituição.

Os recursos da Mão Amiga provém de fontes internas e externas. Internamente, a instituição mantém um bazar que recebe doações de roupas, calçados, móveis e eletrodomésticos que são vendidos a um valor simbólico para contribuir nas despesas. O bazar funciona em um cômodo alugado há poucos metros da sede, do outro lado da rua. Além do aluguel do bazar, no valor de R\$500,00, a entidade paga suas contas de água, luz e telefone.

Externamente, a Mão Amiga realiza bingos beneficentes com renda revertida para

⁵Em anexo estão as fotos da biblioteca da instituição.

⁶Em anexo estão as fotos do bazar da Mão Amiga.

a instituição e conta com os carnês de doação. Estes são entregues a pessoas que doam uma quantia mensal para ajudar a pagar as contas da entidade. O valor não é predeterminado e não existe cobrança, uma vez que os colaboradores doam de acordo com suas condições financeiras no momento. Atualmente apenas 15 pessoas contribuem com o carnê.

A Mão Amiga atende 250 famílias financeiramente carentes. Segundo informações da presidente da associação, esse número corresponde a aproximadamente 1.220 pessoas. Além de atender a comunidade do bairro Ipiranga, a entidade também presta serviços a outros bairros da cidade, como a Vila Olavo Costa, Santa Rita, Santa Cruz e Jóquei Clube I; e ainda a pessoas de cidades próximas a Juiz de Fora, como Matias Barbosa e Rio Preto.

Para se cadastrar e receber a ajuda da instituição, as famílias interessadas passam por um processo chamado “sindicância”. O objetivo é verificar a real necessidade do atendimento e assim priorizar os casos mais urgentes. Alguns voluntários vão até a casa dos interessados e ao confirmarem que a família realmente precisa de atendimento, o cadastro é realizado e o representante da família recebe um cartão de identificação.

A cada seis meses este cadastro é atualizado para que outras famílias possam ser contempladas com o atendimento. Assim, há um rodízio conforme a urgência de cada caso. Todo esse processo é feito à mão, pois a entidade não possui computador. Essa situação torna o trabalho lento e exige atenção redobrada por parte dos responsáveis pelo cadastro, atualmente sob os cuidados da secretária Virgínia e da própria Cida.

O encontro entre as famílias cadastradas e os voluntários ocorre por meio de uma reunião mensal, chamada reunião dos assistidos. A presença de um representante de cada família assistida nessa reunião é obrigatória, assim como a apresentação do cartão de cadastro. A responsável confere o cartão de um por um e, em seguida, outro voluntário entrega a doação disponível.

Outra forma de auxiliar as famílias da comunidade é através do apadrinhamento. Para ser padrinho de uma família, o interessado deve ir até a sede da Mão Amiga e pegar um carnê se comprometendo a contribuir com uma quantia mensal de sua escolha. Diferente do “carnê de doação” que visa ajudar a quitar as contas da entidade e não tem um valor fixo, o dinheiro doado pelo carnê dos padrinhos é destinado às famílias necessitadas e o padrinho determina uma quantia fixa e se compromete a doar mensalmente. Hoje a Mão Amiga conta com 12 padrinhos.

Além disso, a instituição realiza várias campanhas ao decorrer do ano para obter doações e distribuir entre as famílias cadastradas. A partilha muitas vezes é também entre

aqueles que não estão cadastrados, mas procuram a Mão Amiga com necessidades urgentes. Como, por exemplo, mães que não têm leite para dar aos filhos pequenos.

O ano da Mão Amiga tem início com a Campanha do Material Escolar. A entidade recolhe doações de cadernos, lápis, borrachas, folhas de papel ofício e mochilas. A iniciativa visa contemplar 195 crianças em idade escolar atendidas pela instituição. Todavia, para receber a doação a criança tem que ser aprovada na escola e apresentar o boletim à entidade. Esta é a condição para que a criança continue recebendo a doação de material escolar e é também uma maneira de incentivar os estudos. Da mesma forma, a biblioteca oferecida pela Mão Amiga e as aulas de reforço ministradas pelas professoras voluntárias têm o propósito de estimular a educação.

Outra iniciativa voltada para as crianças é a festa da Páscoa. A entidade realiza uma campanha para arrecadar barras de chocolates. Cida e outras voluntárias ficam responsáveis por confeccionar ovos de Páscoa que são distribuídos na sede da instituição no sábado anterior à data comemorativa.

Em junho começa a Campanha do Agasalho. A Mão Amiga recolhe roupas de frio, cobertores e tudo o que possa aquecer as famílias assistidas na época mais fria do ano. São disponibilizados postos de arrecadação pela cidade, e, durante esta campanha, a instituição realiza o Pedágio Solidário. A iniciativa conta com a participação dos voluntários, que permanecem em locais de grande circulação na cidade e solicitam aos motoristas e pedestres o valor simbólico de R\$0,50, para ajudar na compra dos produtos da campanha vigente. No local eles também recolhem donativos para a campanha. O evento funciona como um ponto itinerante de arrecadação de doações, e conta, muitas vezes, com a cobertura da mídia local.

Em comemoração ao Dia das Crianças, em outubro, a Mão Amiga prepara uma festa para as crianças da comunidade, que comparecem em grande quantidade. Voluntários arrecadam bolo, refrigerante e material para fazer cachorro-quente. Para finalizar suas atividades anuais, a instituição realiza em dezembro sua Campanha de Natal. Nesse evento, a Mão Amiga realiza novamente pedágios solidários para arrecadar verba a fim de montar as cestas básicas destinadas às famílias da comunidade. A entidade também recebe doações de cestas básicas prontas e ainda são arrecadados brinquedos para as crianças.

Algumas campanhas não têm data definidas, são realizadas em momentos aleatórios de acordo com a necessidade dos assistidos. Este é o caso da campanha de arrecadação de leite, que ocorre no momento em que a procura das mães com recém-nascidos

umenta, ou, quando o estoque do produto na instituição está em baixa. Já a campanha de arrecadação de móveis e eletrodomésticos é permanente.

Além dos voluntários que citamos anteriormente, Cida conta ainda com a assistência de pessoas que ajudam esporadicamente a instituição, cuidando da limpeza e organização do local, e participando com ela das campanhas e distribuição de donativos. Entre eles estão os seus familiares, que também se mobilizam em prol do bom funcionamento da entidade.

Seu atual marido, Aloisio Aparecido Oscar, aposentado, era o motorista da Mão Amiga quando esta utilizava o carro próprio, hoje ele ajuda a associação de outras formas. Seu filho adotivo, Antonio Carlos dos Santos, conhecido como Xande, está sempre na instituição e ajuda em diversas tarefas. Joana D'arc da Silva, a filha mais velha de Cida, reveza suas funções dentro da instituição, ora é responsável pelo bazar ora pelos atendimentos e cadastros. Os outros filhos de Cida a ajudam ocasionalmente em atividades variadas. Também Carlos William da Silva e Adélia de Fátima da Silva, irmãos de Cida, a auxiliam na entidade e a acompanham nas campanhas, pedágios solidários e distribuição de cestas básicas.

Todavia, não é somente de trabalho assistencial que a Mão Amiga se constitui. A entidade oferece à comunidade atividades culturais para jovens e adolescentes, como aulas de violão e capoeira. Além de disponibilizar cursos profissionalizantes de manicure, cabelereiro, fabricação de doces artesanais, flores e material caseiro de limpeza (sabão, detergente e desinfetante). A Mão Amiga já formou 180 fabricantes de material de limpeza, 120 manicures, 60 cabeleireiros e ainda 25 doceiras e 25 floristas.

Dessa forma, a entidade disponibiliza ferramentas que permitem aos assistidos transformar suas vidas. No entanto, atualmente nenhum curso está sendo oferecido. Há uma carência de produtos e materiais para dar suporte aos cursos de manicure e cabelereiro; no caso das aulas de violão falta disponibilidade dos professores e para as aulas de capoeira falta espaço na entidade. Por este motivo, Cida tem a intenção de mudar a sede da Mão Amiga para um local maior, para melhor atender aos assistidos e ter espaço para realizar as atividades que são destinadas a toda a comunidade.

Para motivar o compromisso da sociedade e conquistar visibilidade a sua causa, a Mão Amiga procura estar presente nos meios de comunicação local. Ao longo de 29 anos à frente da instituição, Cida se tornou conhecida por vários jornalistas da cidade e procura manter um diálogo com os mesmos em busca de divulgação para a entidade da qual é responsável. Ela reconhece a importância da visibilidade pública como forma de chamar a atenção da sociedade para a causa social e, desta forma, atrair recursos para a mesma.

3.2 PESQUISA PARTICIPANTE NA INSTITUIÇÃO

“Os resultados da pesquisa participante podem, por exemplo, ajudar a resolver problemas de comunicação do grupo pesquisado e promover assim, a melhoria da sua qualidade de vida”.

Cláudia Regina Lahni e Fernanda Coelho⁷

A escolha da Sociedade Beneficente Mão Amiga para a realização de um estudo *in loco* ocorreu por ser esta uma instituição sem fins lucrativos e sem ligações partidárias. O envolvimento desta acadêmica com a entidade teve início no primeiro semestre de 2012, durante a disciplina de Comunicação Comunitária⁸ do curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Juiz de Fora⁹. A disciplina foi ministrada pela professora Cláudia Regina Lahni e integra a grade curricular do curso.

Os alunos responsáveis por desenvolver o trabalho comunicativo junto à Mão Amiga entram em contato com a instituição e realizam atividades de comunicação destinadas à divulgação da mesma de acordo com suas necessidades momentâneas. Os estudantes têm liberdade para definir junto à presidente da entidade quais serão as ações de comunicação que irão desenvolver no decorrer daquele semestre. Podendo dar sequência ao trabalho iniciado anteriormente por outros alunos, ou, desenvolverem novas atividades.

Esta acadêmica fez parte do grupo de alunos¹⁰ do quinto período diurno do primeiro semestre de 2012 que trabalhou com a Mão Amiga. Ao conhecermos a instituição, notamos que faltava a ela uma estrutura comunicacional estável, com atividades constantes. Seus voluntários se dedicam às atividades comunicativas de acordo com sua disponibilidade e em intervalos de tempo irregulares.

Além de faltar uma periodicidade na produção, encontramos falhas de conteúdo em determinados materiais aos quais o grupo teve acesso. O número de famílias assistidas e a quantidade de voluntários que trabalham na instituição naturalmente oscilam, por se tratar de

⁷Ver Lahni e Coelho (2008, p.219).

⁸A Mão Amiga passou a fazer parte dos trabalhos realizados pelos alunos da disciplina de Comunicação Comunitária da Faculdade de Comunicação da UFJF no segundo semestre de 2007, e este trabalho permanece até hoje.

⁹Em 2011, o curso de Comunicação Social da UFJF sofreu algumas mudanças, entre elas, seu nome foi alterado para Jornalismo.

¹⁰A equipe era formada por: Aline Ortolani, Daisy Cabral, Izabella Fonseca, Jessica Lobato, Jordana Moreira, Karina Klippel e Leandro Lacerda.

uma dinâmica variante. No entanto, outras informações são fixas e, ainda assim, encontramos alterações em algumas publicações, como o telefone da instituição, por exemplo.

A partir dessas observações, consideramos fundamental apurar as informações com a presidente da Mão Amiga, para divulgar dados corretos e atualizados. Todavia, o grupo trabalhou a partir das produções que seriam desenvolvidas, não priorizando, portanto, a correção das publicações antigas. Esses ajustes poderiam ter sido feitos enviando uma errata para os veículos de comunicação, ou, no caso dos canais virtuais da Mão Amiga, como o *blog* e o *facebook*, atualizando seus dados. No entanto, nada foi feito naquele momento.

Concluída a disciplina, esta acadêmica permaneceu como voluntária de comunicação da entidade, trabalhando paralelamente aos demais alunos que passaram pela disciplina de Comunicação Comunitária desde então. Neste momento, esta aluna como voluntária se atentou para a necessidade de corrigir as informações que apresentavam erros de conteúdo ou estavam desatualizadas, percebendo que esta falha poderia comprometer não só a credibilidade da instituição junto ao público, como também a chegada de recursos para a mesma.

Além disso, devido aos constantes pedidos da presidente da associação para que esta acadêmica entrasse em contato com os veículos de comunicação local através de *releases*¹¹, e pelo pouco retorno que obteve-se dos mesmos, esta acadêmica resolveu pesquisar a possibilidade de atender às necessidades comunicativas da Mão Amiga sem que para isso a entidade dependa totalmente da mídia local. Assim, surgiu o interesse em realizar uma pesquisa participante junto à Mão Amiga e procurar entender de que forma a entidade poderia melhorar sua comunicação e assim ampliar sua divulgação, alcançando maior independência com relação aos veículos locais.

Segundo Lahni e Coelho (2008, p.219), a pesquisa participante “consiste na inserção do pesquisador no ambiente natural de ocorrência do fenômeno e de sua interação com a situação investigada”. Para as autoras, a pesquisa participante é importante porque seus resultados podem ser aplicados em benefício da comunidade em questão. Por isso, a opção por utilizá-la.

Nessa mesma direção, Peruzzo (2003, p.02) afirma que “o investigador compartilha de modo consistente e sistematizado das atividades do grupo ou do contexto que está sendo estudado. Ou seja, ele se envolve nas atividades”. Para a autora, a pesquisa

¹¹*Release* é um comunicado feito por um indivíduo ou instituição à imprensa com o propósito de divulgar uma notícia ou evento.

participante surge do interesse do pesquisador em fazer algo diferente, “em realizar pesquisas que possam contribuir com a sociedade, e especialmente para solucionar graves problemas provenientes das contradições de classe e, contribuir para promover a mudança social” (PERUZZO, 2003, p.06).

Ademais, como afirma Pedro Demo (1982), do ponto de vista metodológico a importância desse tipo de pesquisa é unir conhecimento e ação. No entanto, para que esse tipo de estudo tenha caráter educativo e vise à cidadania, Demo (1982) afirma que o pesquisador deve estar disposto a aprender com a comunidade. Nesse sentido, antes e durante a realização da pesquisa, esta acadêmica procurou conhecer os voluntários que trabalham na Mão Amiga e as histórias de seus assistidos.

De acordo com Lahni e Coelho (2008), a pesquisa participante utiliza procedimentos como a análise documental e entrevistas. Com base nisso, realizamos uma análise documental¹² baseada na avaliação de todo o material comunicativo da Mão Amiga aos quais tivemos acesso, como jornais murais, informativos, *releases* e o *clipping* da instituição. Além disso, realizamos entrevistas¹³ formais e informais com vários membros e beneficiários da entidade. Visto que para desenvolver uma comunicação eficaz para a instituição seria preciso conhecer a realidade ao seu entorno, seus potenciais e limitações.

Peruzzo (2003, p.07) ainda destaca que na área da comunicação social, assim como em outras áreas do conhecimento, a motivação em realizar uma pesquisa participante está em “não se fazer pesquisa pela pesquisa, mas de fazer uma pesquisa que possa contribuir para o processo de mudança social”. Nessa perspectiva, um de seus objetivos é que os resultados da análise retornem ao grupo pesquisado e sejam usados em seu benefício.

Vale destacar que existem diferentes modalidades de pesquisa participante. São elas: observação participante, pesquisa participante e pesquisa-ação. Embora Peruzzo (2003) afirme que substancialmente todas elas sejam “pesquisa participante”, por terem em comum “a inserção do pesquisador no ambiente pesquisado e o compartilhamento deste na situação vivida pelo grupo ou comunidade, com propósitos investigativos” (PERUZZO, 2003, p.10), a mesma autora ressalta que cada modalidade apresenta características individuais que a distingue das demais.

¹²A análise documental será apresentada no próximo capítulo deste trabalho.

¹³Grande parte das entrevistas elaboradas por esta acadêmica aconteceu em um período anterior à produção do presente trabalho. Por isso, elas não serão expostas neste texto, uma vez que suas finalidades eram outras. Apesar disso, vale destacar a importância de tais entrevistas para esta pesquisa. Sem o contato proporcionado por elas não seria possível conhecer a realidade da comunidade e assim estudar instrumentos que atendam às suas demandas particulares.

Assim, na observação participante o pesquisador se insere no grupo e participa de suas atividades, mas não se deixa passar por membro do mesmo, seu objetivo é observar.

O pesquisador é autônomo. O ‘grupo’ ou qualquer elemento do ambiente, não interfere na pesquisa, do ponto de vista da formulação dos objetivos e demais fases do projeto, nem sobre o tipo de informações registradas e interpretações dadas ao observado. O observador pode ser ‘encoberto’ ou ‘revelado’. O que quer dizer que o grupo pode ter ou não conhecimento de que está sendo investigado (PERUZZO, 2003, p.11).

Já na pesquisa participante propriamente dita, a comunidade ou grupo pesquisado sabe os objetivos do pesquisador e aprova a realização da pesquisa. Nesta modalidade, o investigador adentra e participa das atividades do grupo pesquisado, e ainda interage como membro do mesmo. Ou seja, “além de observar, ele se envolve, assume algum papel no grupo” (PERUZZO, 2003, p.14). Além disso, o pesquisador se compromete a repassar os resultados da investigação à comunidade envolvida.

Em geral a motivação é compreender de modo sistemático e com base científica, os processos de comunicação existentes, como forma de identificar suas inovações, virtudes e avanços, mas também as falhas, desvios de práticas comunicacionais, levantar as práticas participativas e de gestão, entender os mecanismos de recepção de mensagens e auscultar as aspirações dos receptores de modo a aperfeiçoar o trabalho desenvolvido nos meios de comunicação grupais ou midiáticos de alcance comunitário ou local. Paralelamente poderá ter a preocupação de documentar a história das experiências consideradas relevantes e dignas de serem registradas e dadas a conhecer a outros públicos - como o acadêmico - e ao conjunto da sociedade (PERUZZO, 2003, p.15).

Por fim, na pesquisa-ação o pesquisador não só vivencia a situação investigada, como permite ao grupo participar do processo de produção da pesquisa. Nesse sentido, seguindo as reflexões de Demo (1982), a pesquisa-ação tem o propósito de conduzir a população a participar ativamente do processo. Ainda segundo o autor, essa modalidade pode ser considerada como a participação baseada na pesquisa.

Seguindo as reflexões apresentadas pelos autores estudados, esta acadêmica se inseriu no grupo pesquisado como membro do mesmo, teve autonomia para realizar sua pesquisa e tem em vista que os resultados da investigação sejam aplicados em benefício da Mão Amiga. Desta forma, utilizando a pesquisa participante, o presente trabalho visa avaliar a comunicação da entidade em questão e os instrumentos capazes de ampliar a participação e, como consequência, a cidadania das pessoas envolvidas. Além de conceder maior visibilidade à instituição junto à sociedade e desta forma realizar melhor suas atividades.

4 A COMUNICAÇÃO DA MÃO AMIGA: REFLEXÕES E PLANEJAMENTOS

“É preciso sim insistir na ética dos meios de comunicação social, dos comunitários e dos envolvidos com a cultura das massas, a fim de que se tornem verdadeiros canais de socialização da informação e contribuição para o desenvolvimento das sociedades humanas. Porém, apenas debater e insistir nessa mudança não é suficiente. É preciso interferir para agilizar esse processo e transformar as organizações populares e comunitárias em fontes confiáveis, interessantes e perenes de notícias”.

Ana Cristina Suzina¹

A comunicação realizada pelas organizações populares tem características da chamada comunicação comunitária, como abordamos anteriormente. Essa comunicação se apresenta como alternativa à comunicação dos grandes veículos, já que o poder hegemônico não está apto, muitas vezes, a acolher as demandas de todas as camadas sociais. Como resultado, os grupos subalternos, geralmente excluídos dentro do sistema capitalista, têm que buscar meios alternativos para conquistar visibilidade e credibilidade perante a sociedade.

Para Suzina (2004) a comunicação social é uma importante forma de exercer o direito e o dever de participação das pessoas na sociedade. A autora acredita que os resultados concretos alcançados pelas instituições atraem o olhar da mídia e estimulam a ampliação da comunicação interna. Nesse sentido, a comunicação das entidades funciona como “via de mão dupla”, ou seja, quanto maior for o investimento na comunicação, maior o retorno para a instituição. Da mesma forma, quanto mais resultados a organização apresentar à sociedade, maior será sua visibilidade entre meios de comunicação.

Suzina (2004, p.239) considera indispensável a utilização dos grandes veículos pelas entidades, pois estes concedem legitimidade à causa e oferecem ao público um retorno com relação ao que está sendo feito pela instituição. Da mesma forma, Miani e Fregones (2008) consideram a comunicação como a atividade principal na organização de todo movimento popular. No entanto,

Apesar da importância estratégica da comunicação no contexto organizativo dos movimentos sociais e populares, a quase totalidade dessas organizações não dispõe de uma política de comunicação eficaz e eficiente para consolidar e/ou difundir seus objetivos [...]. As práticas comunicativas até ocorrem, mas não chegam a conformar uma política de comunicação; são práticas esparsas, pouco articuladas e sequer chegam a desempenhar o seu papel informativo no processo de educação popular (MIANI; FREGONES, 2008, p.58).

¹Ver Suzina (2004, p.241).

Nesse sentido, as atividades relacionadas à comunicação da Sociedade Beneficente Mão Amiga foram um desafio para todos os voluntários que assumiram essa função no decorrer dos 29 anos de história da entidade. Afinal, ser responsável por promover uma instituição beneficente através da comunicação exige conhecimento, esforço coletivo e compromisso em manter o trabalho atualizado para que os resultados não sejam comprometidos.

Se o trabalho comunicativo for realizado por um profissional ou estudante de Jornalismo enquanto voluntário é necessário que este seja capaz de transformar a comunicação em uma prática cidadã. Logo, cabe ao comunicador ir além da produção de informações e *releases* destinados à grande mídia e contribuir para que a própria comunidade envolvida com a instituição seja capaz de promover uma comunicação popular em sintonia com o tipo de interesse do grupo. Além disso, a conscientização sobre a importância dessa prática no desenvolvimento da instituição e na ampliação da cidadania é fundamental.

De setembro de 2013 a janeiro de 2014, os responsáveis pela comunicação da Mão Amiga foram os alunos da disciplina de Comunicação Comunitária da Faculdade de Comunicação da UFJF, além desta acadêmica enquanto voluntária. Durante os 13 semestres de atividades desenvolvidas pelos alunos de Comunicação, foram produzidos vídeos, apresentações em *Power Point*, informativos impressos, jornais murais², *releases* enviados à imprensa local, além da criação de suportes digitais para a instituição, como o *blog* e o *facebook*.

Por meio de arquivos disponibilizados pela presidenta da entidade, Maria Aparecida da Silva, pela professora do curso de Comunicação, Cláudia Regina Lahni, e por alguns grupos³ que trabalharam com a entidade nesse intervalo de tempo, tivemos acesso a grande parte deste material. Depois de estudar os arquivos produzidos para a Mão Amiga em períodos aleatórios, observamos aspectos importantes com relação à comunicação estabelecida pela entidade.

Para a análise, escolhemos os anexos contidos no trabalho de conclusão de curso de Daniela de Oliveira Canin, os trabalhos realizados pelos alunos da disciplina de

²Não obtivemos diretamente nenhum exemplar dos jornais murais produzidos para a Mão Amiga. Encontramos apenas dois exemplares em anexo no trabalho de conclusão de curso da estudante de Comunicação da UFJF, Daniela de Oliveira Canin, em julho de 2010.

³A escolha de determinados grupos foi em razão da disponibilidade de acesso aos materiais produzidos pelos mesmos. Esta acadêmica entrou em contato com as demais equipes que trabalharam com a entidade em outros períodos, mas não obteve retorno das mesmas.

Comunicação Comunitária dos seguintes períodos: segundo semestre de 2011⁴, primeiro semestre de 2012⁵ e primeiro semestre de 2013⁶. Além dos suportes digitais desenvolvidos para a instituição, *blog* e *facebook*, e as atividades colocadas em prática por esta acadêmica enquanto voluntária.

Considerando as limitações inerentes às pequenas instituições filantrópicas que não possuem recursos financeiros, faz-se necessário estudar alternativas possíveis e executáveis para a ampliação da comunicação da entidade, respeitando seus limites de atuação. Com base nisto, analisaremos a seguir o material elaborado pela e para Mão Amiga valendo-nos de observações e contatos que realizamos durante a pesquisa participante na instituição. Descreveremos as atividades comunicativas efetuadas pela associação junto ao público interno e externo. Além de uma análise específica sobre seu espaço comunicacional *online*.

4.1 A COMUNICAÇÃO INTERNA DA INSTITUIÇÃO

“As pessoas são grandes meios de comunicação e podem transmitir informação com mais propriedade e qualidade do que os grandes meios, especialmente quando se fala em comunicação comunitária”.

Ana Cristina Suzina⁷

Atualmente, o contato formal da Mão Amiga com seu público interno acontece apenas⁸ na reunião dos assistidos. Como abordamos no capítulo anterior, esta reunião mensal corresponde ao encontro dos representantes das famílias cadastradas com os voluntários da instituição que entregam aos assistidos as doações referentes àquele mês. Nesta ocasião, não há nenhuma discussão com relação às atividades da instituição, os assistidos apenas levam seus cartões de cadastro que são conferidos, recebem os donativos e vão embora.

⁴O grupo era formado pelos alunos Cíntia Charlene, Débora Almada, Glória Maria Baltazar, Mariane Sequeto e Messias Matheus.

⁵Equipe formada por: Aline Ortolani, Daisy Cabral, Izabella Fonseca, Jessica Lobato, Jordana Moreira, Karina Klippel e Leandro Lacerda.

⁶Grupo composto por: Anna Leão, Felipe Reis, Igor Vargas, Julia Fracetti, Livia Saenz, Rodrigo Gomes, Victor Carneiro e Vinícius Barreto.

⁷Ver Suzina (2004, p.244).

⁸Não estamos considerando neste item o trabalho desenvolvido pela Mão Amiga na Internet, uma vez que o espaço comunicacional *online* potencializa a comunicação interna. Sobre este aspecto trataremos adiante.

Ao final de cada campanha a instituição promove a distribuição dos donativos arrecadados e, neste momento, os voluntários têm contato novamente com a comunidade. Outra forma de aproximar os voluntários da população local são os momentos de confraternização. A entidade realiza festas no decorrer do ano, como a festa da Páscoa, o aniversário da Mão Amiga, a festa do Dia das Crianças e a festa de Natal.

Nessas comemorações, principalmente no aniversário da instituição, há grande mobilização por parte dos voluntários e comunidade no sentido de arrecadar doações e divulgar o evento para o público. Essa divulgação é feita pela própria Cida através da corriqueira comunicação boca a boca, e pelos estudantes de jornalismo que estiverem atuando na Mão Amiga. Além disso, a parceria com o Grupo Arte do Bem⁹ também é uma forma de trazer a comunidade para dentro da instituição e levar à população local um pouco de cultura e diversão.

No entanto, essas atividades que aproximam a população da entidade não estão relacionadas diretamente à comunicação interna da Mão Amiga, e sim ao assistencialismo, lazer e cultura oferecidos pela instituição. A comunicação interna está relacionada à divulgação de suas ações para a comunidade local e o diálogo estabelecido entre elas. Nesse sentido, analisamos a comunicação interpessoal da entidade, também chamada de comunicação face a face¹⁰ e apresentamos sumariamente as mídias sociais como ferramentas de comunicação interna para a instituição.

Além disso, determinamos para a avaliação da comunicação interna da entidade instrumentos que já foram utilizados pela Mão Amiga anos atrás, como o jornal mural. A nosso ver, o jornal comunitário representa uma importante ferramenta para ampliação da comunicação interna das instituições sem fins lucrativos. Além disso,

⁹Durante o primeiro semestre de 2013, esta acadêmica entrevistou a fundadora do Grupo Arte do Bem, Marize Freesz. O grupo foi criado em 2001, inspirado na Campanha da Fraternidade daquele ano, que homenageou o trabalhador voluntário. Os integrantes do grupo são chamados de artistas do bem e entre suas atividades estão teatro de fantoches, mágicas, músicas e dinâmicas de grupo. A equipe não possui uma sede e seu objetivo é percorrer outras instituições e atendê-las. Entre elas estão a Casa São Camilo de Lelis, a Fundação João de Freitas, Associação dos Cegos e a Sociedade Beneficente Mão Amiga.

¹⁰Esta comunicação representa o contato direto da instituição com seus voluntários e comunidade.

4.1.1 Comunicação interpessoal e jornal mural

“A comunicação pessoal e grupal transmite muito mais do que qualquer notícia publicada em um grande jornal”.

Ana Cristina Suzina¹¹

A Mão Amiga trabalha com base na divisão de tarefas entre os voluntários e tem a preocupação em levar educação, cultura e lazer à comunidade. Educação com base nas aulas de reforço ministradas pelas professoras voluntárias e por meio dos cursos de capacitação que a entidade já realizou e pretende retomá-los. Cultura através de atividades como aulas de violão e capoeira e pela parceria com o grupo Arte do Bem, que leva eventualmente até a comunidade teatro de fantoches, mágicas e dinâmicas de grupo. E lazer por meio dos eventos e festas organizados pela instituição, citados anteriormente.

A experiência comunicativa da Mão Amiga é determinada pela prática acumulada pelos voluntários, especialmente por Cida, uma vez que a entidade não possuiu uma estrutura fixa de comunicação. Não há um profissional que se dedica constantemente às atividades comunicativas. Por isso, a comunicação interna é realizada espontaneamente, de acordo com a experiência dos voluntários que passam pela instituição e dos recursos disponíveis. De forma geral, seu trabalho comunicativo interno utiliza a comunicação interpessoal.

Muitos voluntários já implantaram ideias positivas que serviram de base para trabalhos futuros, mas a descontinuidade das atividades comunicativas é um problema para a entidade. A quase totalidade dos alunos da UFJF que passaram pela instituição permaneceu somente enquanto durou a disciplina de Comunicação Comunitária. Calonio (2004) acredita que essa atitude pode ser entendida pelo pouco engajamento com causas sociais na sociedade atual. O autor atribui essa postura ao próprio contexto de globalização. “Os jovens crescem dentro de uma outra lógica, a do lucro, que impera e torna o trabalho com populações não hegemônicas igual a outro qualquer” (CALONIO, 2004, p.81).

Segundo Daniela Canin (2010), o voluntário que mais atividades desenvolveu para a Mão Amiga foi o jornalista Eduardo Rezende, graduado em Comunicação pela UFJF em dezembro de 2008. Canin (2010) conta que o então estudante inovou criando informativos para a comunidade e cartazes que ficavam expostos no portão da entidade e continham informações importantes sobre o funcionamento da Mão Amiga. Foi Eduardo Rezende que

¹¹Ver Suzina (2004, p.244).

idealizou as reuniões entre a instituição e a comunidade, hoje chamada de reunião dos assistidos. No entanto, Eduardo permaneceu como voluntário da entidade apenas no período de julho de 2007 a outubro de 2008 (CANIN, 2010, p.42), enquanto ainda era estudante de Comunicação.

Muitas de suas ideias foram exploradas e levadas adiante por alguns grupos que assumiram a comunicação da entidade e pela própria presidenta, Cida. Um exemplo é a reunião dos assistidos que foi sugerida por Eduardo e permanece até hoje. Outra de suas propostas foi a criação de um jornal mural para a instituição. Não tivemos acesso direto aos jornais produzidos para a Mão Amiga, uma vez que Cida não possui mais nenhuma cópia. Os exemplares que encontramos para análise do presente estudo estão em anexo no trabalho de conclusão de curso de Daniela Canin. Nele, a acadêmica anexou três exemplares de materiais impressos produzidos para Mão Amiga e destinados à sua comunicação interna.

Os arquivos não apresentam autoria, mas segundo Canin (2010) o informativo¹² de 2007 foi produzido por Eduardo Rezende e os demais jornais¹³ pelos grupos que trabalharam com a Mão Amiga, respectivamente, no primeiro e segundo semestres de 2009. Estes foram os únicos jornais murais e informativos destinados ao público interno que tivemos acesso para a análise deste trabalho.

O material de 2007 é colorido e impresso em formato A4. Neste exemplar, intitulado “Informativo Mão Amiga”, Eduardo Rezende escreve uma matéria sobre o encontro entre a presidente da Mão amiga, Cida, com as representantes do grupo Axé Mulher no dia 22 de setembro daquele ano. O jornalista entrevista a psicóloga da instituição, na época Fernanda de Oliveira Guimarães, e descreve todo o encontro e os temas abordados pelos participantes, como as doenças sexualmente transmissíveis (DSTs), o uso de preservativo, drogas na adolescência e a Lei Maria da Penha.

O objetivo do jornalista foi informar a população sobre o encontro e explicar o conteúdo do mesmo, levando conhecimento do assunto à comunidade e, conseqüentemente, potencializando a comunicação com a mesma. A importância de iniciativas como esta é fazer com que a população se sinta parte do processo comunicativo, parte da instituição. Para Roecker (2009, p.21), uma das formas de garantir a legitimidade da entidade é agir com responsabilidade e “reduzir a distância entre a organização e o seu público-alvo”.

¹²Em anexo está o informativo produzido por Eduardo Rezende em 2007.

¹³Em anexo estão os exemplares elaborados pelos grupos que trabalharam com a Mão Amiga, respectivamente, durante o primeiro e o segundo semestres de 2009.

O informativo produzido por Eduardo em 2007 apresenta na parte inferior da folha o nome completo de Cida, identificando-a como presidente da instituição. Além de conter o endereço e telefone da associação. Já o jornal mural produzido pelo grupo da disciplina de Comunicação Comunitária do primeiro semestre de 2009, apresenta algumas informações incorretas, como por exemplo, o número de filhos de Cida, a data do início da Mão Amiga e ainda a data de seu registro como pessoa jurídica.

As falhas podem comprometer a credibilidade da Mão Amiga e demonstram que faltou contato entre os estudantes que produziram o jornal e a instituição, uma vez que as informações publicadas não estavam corretas. No entanto, vale destacar que pelo fato de serem estudantes e não profissionais, essas imperfeições fazem parte do aprendizado.

Segundo Canin (2010), a edição do primeiro semestre de 2009 utilizou quatro páginas, frente e verso, e foi impressa em preto e branco, no formato A4. O texto da primeira página termina convocando os leitores a se tornarem parceiros da associação, o que demonstra o forte apelo ao público externo, enquanto, na verdade, o texto deveria se destinar ao público interno.

Todavia, nas demais páginas da edição são incluídos o depoimento de Cida e de outras pessoas da comunidade. O jornal apresenta o testemunho de duas famílias atendidas pela Mão Amiga e de uma beneficiária que participou do curso de manicure oferecido pela instituição e depois passou a oferecer aulas de manicure.

Nessas páginas, a edição cumpriu com o objetivo de um jornal mural, “abordando a vida da comunidade, suas conquistas, seus problemas” (SPENILLO, 2004, p.253) e permitindo ao grupo se comunicar a partir de suas experiências. Para Spenillo (2004), ao apresentar histórias de vida da comunidade, o jornal mural desperta o interesse da população por sua leitura, gerando identificação.

O material produzido no segundo semestre de 2009, em formato A5 e em preto e branco, utilizou uma quantidade menor de texto. Assim como nos demais, descreveu o histórico da instituição e mencionou os cursos de capacitação e os atendimentos oferecidos pelos profissionais voluntários da entidade.

Todas as três edições avaliadas para este trabalho fizeram uso de uma linguagem simples. De acordo com Spenillo (2004, p.253), a utilidade da linguagem popular é a aproximação com um grande número de comunitários, atendendo a um público geralmente pouco familiarizado com a leitura de jornais convencionais.

Vale lembrar que os jornais murais e informativos a que tivemos acesso não são recentes e que a Mão Amiga há muito tempo não produz esse tipo de material, indispensável

para o público interno (voluntários e assistidos) de uma organização popular. Após a avaliação dos mesmos, verificamos que nas edições produzidas anos atrás nenhum espaço foi disponibilizado para a participação popular. Da mesma forma, além da história de sua presidente, Cida, não há espaço para expor o trabalho e a vida dos demais voluntários da entidade. Essa situação muitas vezes distancia a comunidade e desmotiva o trabalho dos voluntários, que não se sentem estimulados e valorizados.

Segundo Suzina (2004), a consciência de que a atitude particular do voluntário é parte importante de um processo se torna a chave para a permanência do engajamento popular. Além disso, na comunicação comunitária, a cidadania não é exercida apenas por parte da comunidade, mas também pelos próprios comunicadores, que “cumprem sua responsabilidade social com a democratização de informações que podem interferir na organização social” (SUZINA, 2004, p.241). Para a autora, os comunicadores voluntários não só ajudam no trabalho de comunicação como “são uma ponte com os grandes veículos midiáticos” (SUZINA, 2004, p.242).

Assim, seria necessário discutir com os grupos que assumirem as atividades comunicativas da instituição para atuarem com engajamento e responsabilidade. Isso significa ultrapassar a simples produção de *releases* destinados à imprensa local. No caso dos estudantes, quer dizer ir além de prazos e notas referentes à disciplina de Comunicação Comunitária e desenvolver um trabalho que tenha o propósito de contribuir da melhor forma possível com a comunicação da entidade.

Ainda que os estudantes não tenham interesse em dar continuidade às atividades após o cumprimento da disciplina, é preciso que eles tenham consciência sobre a importância do trabalho realizado para a comunidade. E, desta forma, desenvolvam atividades capazes de serem levadas adiante por outros voluntários.

O comunicador deve agir com responsabilidade e publicar informações corretas e atualizadas sobre a organização, para não comprometer a credibilidade da mesma e dessa forma impedir que cheguem novos recursos. Para isso é necessário estabelecer contato com a presidente da Mão Amiga e confirmar sempre os dados divulgados. Além disso, é essencial conhecer bem a realidade da população local.

Nesse sentido, uma experiência que aproximou esta acadêmica do público interno da Mão Amiga foi sua presença em algumas reuniões dos assistidos e em festividades, além das entrevistas ou conversas informais realizadas com os mesmos. Seguindo o propósito da pesquisa participante, a finalidade era ir além das observações, anotações e arquivo de

informações e vivenciar a realidade do grupo para compreender seus anseios e de que forma a comunicação poderia contribuir com a comunidade.

No dia 24 de março de 2012 esta acadêmica¹⁴ teve primeiro contato com a comunidade por meio da reunião dos assistidos¹⁵, ocasião em que compareceram 37 representantes das famílias cadastradas na instituição. Idealizada por Eduardo Rezende, a reunião dos assistidos foi uma forma encontrada pela Mão Amiga para controlar as doações e a necessidade de permanência de cada família cadastrada. Da mesma forma, os representantes das famílias precisam comparecer à reunião por sua presença ser obrigatória para a continuidade do atendimento, além dos donativos serem entregues nesta ocasião.

No entanto, a reunião não é explorada no sentido de aproveitar a presença da comunidade no local e informá-la sobre as ações da entidade ou tomar nota sobre a opinião dos assistidos. Notamos que as pessoas ficam por muito tempo na fila sem atividade, esperando sua vez de serem atendidas. Uma atitude simples e útil seria colocar um jornal mural em um local estratégico para que a comunidade aproveitasse o tempo livre para ler o jornal.

Além da reunião mensal, não há na entidade nenhum outro encontro em que todos os representantes das famílias compareçam. Apesar de nas festividades a comunidade participar em grande quantidade, nesta ocasião nem todos os assistidos estão presentes e não é o momento ideal para discutir as ações da Mão Amiga. Ademais, Cida é quem se responsabiliza por manter contato com os voluntários e com os assistidos através da comunicação interpessoal. Esse processo de comunicação promove a troca de informação de pessoa a pessoa e é também chamado de comunicação face a face (BODERNAVE, 1997).

A comunicação interpessoal, típica da sociedade tradicional, vem reassumindo lugar no mundo moderno. Segundo Bordenave (1997), a possível causa seria a revalorização do encontro e do bate-papo. A importância de incentivar sua prática nas organizações populares é tornar a comunicação mais eficiente e inovadora. Por esta razão, consideramos fundamental que a instituição aperfeiçoe sua comunicação interpessoal.

Todavia, o aprimoramento da comunicação interna de uma instituição não representa apenas oferecer ferramentas apropriadas e recursos materiais e humanos. Por se tratar de uma organização sem fins lucrativos, deve se levar em conta a carência desses

¹⁴Nesta ocasião a presente acadêmica ainda fazia parte do grupo de alunos da disciplina de Comunicação Comunitária.

¹⁵Em anexo estão algumas fotos da reunião dos assistidos desta data.

contingentes, o que dificulta ainda mais sua comunicação. Para Peruzzo (1998 p.183), “a não disponibilidade de recursos financeiros é uma limitação problemática para a comunicação popular numa ambiência de pobreza generalizada”.

Portanto, torna-se fundamental democratizar a utilização dos meios, além de adequar a comunicação à realidade da organização. As limitações são muitas, e como afirmou Peruzzo,

[...] é comum a experiências semelhantes, que, tendo de defrontar-se com um grande elenco de problemas como os que mencionamos, às vezes não conseguem ativar de forma efetiva toda a potencialidade de um meio de comunicação popular a serviço da transformação da sociedade e da conquista da cidadania (PERUZZO, 1998, p.191).

Ainda assim, pensamos em alternativas para aprimorar a comunicação interna da instituição de acordo com suas possibilidades, particularmente no que diz respeito à disponibilidade de recursos financeiros e humanos.

4.1.2 Aprimoramento da comunicação interna

“Em matéria de comunicação, não basta incentivar o envolvimento. É necessário criar canais para tanto e mantê-los desobstruídos. Isso tem a ver com objetivos estratégicos, ou seja, aonde se quer chegar”.

Cicilia M. K. Peruzzo¹⁶

A comunicação direta da Mão Amiga com a comunidade revela falhas que podem ser trabalhadas. As sugestões aqui apresentadas foram refletidas de acordo com as particularidades da instituição, que possui poucos recursos financeiros e humanos, elaboramos algumas alternativas simples e de baixo custo para atender a entidade. Vale destacar a importância de uma estrutura interna bem organizada para o bom funcionamento de suas ações.

¹⁶Ver Peruzzo (1998, p.276).

1) Criação de um jornal mural

O último jornal mural a que tivemos acesso data do segundo semestre de 2009, ou seja, há mais de quatro anos a Mão Amiga não produz um jornal mural. A importância de criar um novo exemplar para a entidade é o fato de ser este um veículo tipicamente comunitário que fortalece os laços da comunidade com a instituição. Segundo Spenillo (2004), sua principal vantagem é se aproximar da população com custos muito inferiores aos de um jornal impresso tradicional. Para a autora, o jornal mural é um recurso interessante no trabalho com os grupos populares, “pois une texto escrito, imagem, cor e adereços visuais que facilitam atrair a atenção do leitor” (SPENILLO, 2004, p.252).

Para a realização de um novo jornal mural, a Mão Amiga poderá contar com a colaboração do voluntário responsável pela comunicação ou dos alunos de Comunicação Comunitária. Antes é necessário conscientizar a presidente da instituição sobre a importância deste veículo e suas vantagens para a comunicação interna da entidade. Só assim haverá uma garantia de valorização do exemplar.

Ainda com relação ao jornal mural, não basta apenas criá-lo, é preciso ter conhecimento sobre algumas estratégias que potencializam seu alcance junto à comunidade. A saber:

a) Utilizar uma linguagem simples

Uma das características que devem ser observadas na produção de um veículo de comunicação voltado para as camadas populares é a adequação à linguagem. O comunicador não deve se esquecer de que este exemplar é destinado a todos os integrantes da entidade. Assim, para aumentar o alcance do veículo, deve ser utilizada uma linguagem simples e objetiva, com textos curtos para dinamizar a leitura.

b) Explorar melhor o conteúdo

Outro ponto observado nas publicações anteriores foi a ausência de um espaço destinado ao entretenimento e à criatividade, segundo Peruzzo (1998), característica muitas vezes comum a esse tipo de veículo. Por isso, sugerimos que os jornais murais produzidos para a Mão Amiga abordem assuntos interessantes, de forma a se tornarem mais atraentes, incluindo cores, imagens e ilustrações que reflitam a situação vivida pela comunidade. “As

fotos, as ilustrações e o colorido, então, aparecem como um estímulo ao sentido da visão, servindo de subterfúgio para a leitura do texto e, o mesmo tempo, sendo também eles informações que se somam” (SPENILLO, 2004, p.253).

c) Criar espaços para a participação ativa dos voluntários e pessoas da comunidade

Como forma de incentivar a participação dos voluntários e da comunidade com vistas à cidadania é preciso garantir espaço nas publicações internas para apresentar a história dos participantes (voluntários e beneficiários) da instituição e também reservar um local para que os próprios membros da entidade produzam conteúdo. “Afinal existe a necessidade de visibilidade, para a consolidação de identidades e suas conquistas a partir do debate na praça pública que é a comunicação” (LAHNI; AUAD, 2013, p.114). Sejam espaços destinados a opiniões, sugestões ou até mesmo para expressar seus talentos, escrevendo uma poesia ou contando uma história, esse espaço de participação além de permitir o protagonismo dos envolvidos irá reforçar a identidade local.

O trabalho comunitário, em que o conhecimento intelectual, antes posse restrita dos especialistas, passa a estar nas mãos de pessoas da própria comunidade, é motivado em cada ação do dia-a-dia. Isso se reflete no jornal da entidade, em que as comunidades se manifestam e expõe suas iniciativas diversas; os voluntários consideram suas atividades importantes o suficiente para serem transmitidas aos outros, como exemplo que pode ser seguido, em um exercício concreto de cidadania (SUZINA, 2004, p.237-238).

Assim, o jornal mural poderá cumprir o papel de aproximar comunidade e instituição, estimular a identificação entre elas e ainda ampliar a participação e, conseqüentemente, a cidadania.

d) Instalar em um local estratégico

Para que o jornal seja lido pelo maior número de pessoas da comunidade ele deve ser colocado em um local de grande circulação de pessoas, ou, como sugere Spenillo (2004), um lugar de acesso quase obrigatório. Nesse sentido, sugerimos que o jornal da Mão Amiga seja colocado do lado externo da sala onde são realizadas as reuniões, de forma que os assistidos leiam o jornal enquanto esperam na fila.

e) Atualizar

Manter uma regularidade na produção do exemplar é importante para atualizar dados e informações. Para Spenillo (2004, p.253), além do aspecto espacial, “a possibilidade de se substituir algumas reportagens sem ser preciso alterar todo o mural” legitima mais uma vez o jornal mural como instrumento de comunicação comunitária. No entanto,

se a periodicidade e outros elementos mercadológicos se destacam, passando a determinar as condições de elaboração do jornal mural, então não estamos promovendo a comunicação comunitária, mas copiando o fazer comunicação massiva num espaço comunitário (SPENILLO, 2004, p.254).

Dessa forma, nem sempre é preciso alterar todo o conteúdo do jornal, havendo a possibilidade de substituir apenas algumas de suas matérias, que são alteradas pela chegada de novas informações, não por uma periodicidade obrigatória, característica dos veículos massivos.

2) Comunicação Interpessoal

Feitas as devidas ponderações com relação à produção do jornal mural, propomos também um aperfeiçoamento da comunicação interpessoal. Nesse sentido, destacamos as seguintes ações:

a) Elaborar cartazes com informações relevantes para a comunidade local

Seguindo as reflexões de Peruzzo (1998, p.184), a comunicação de uma organização popular deve ser útil à população, “avisando sobre cursos de alfabetização, locais de vacinação infantil, festas, competições esportivas” etc. Nesse sentido, além das informações contidas no jornal mural, os integrantes da Mão Amiga podem elaborar cartazes contendo informações diversas, que não falem apenas dos eventos da instituição, mas de informações importantes para a comunidade.

b) Democratizar a liderança

Uma questão fundamental a ser levantada é a figura de Maria Aparecida da Silva, a presidente da instituição. Nos eventos da Mão Amiga é sempre Cida que concede as entrevistas e fala em nome da entidade. Além da sua história de vida, o fato de ser a fundadora da instituição e estar à frente dela há quase 30 anos foi essencial para construir uma imagem positiva para a Mão Amiga, relacionada à sua imagem pessoal.

No entanto, além de Cida existem outros voluntários que trabalham há anos na instituição, mas não são solicitados para os contatos com o público e com os meios de comunicação. Essa situação compromete a motivação e a participação dos voluntários. Por isso, sugerimos que além de Cida, novas fontes sejam introduzidas para as entrevistas na mídia local e também nos trabalhos realizados pelos alunos da disciplina de Comunicação Comunitária.

Citando Cicilia Peruzzo, Lahni e Auad (2013) afirmam a importância da participação e da informação para a cidadania. Além disso, as autoras destacam a relevância do exercício do direito à comunicação no contexto atual.

Nessa perspectiva, a inclusão de novas fontes para as entrevistas poderão descentralizar a liderança e gerar maior participação pelos membros da entidade. Isso não quer dizer que a representação seja negativa ou que ela elimine a participação. Ou seja, o fato da Mão Amiga ser representada por Cida não significa que os demais voluntários sejam excluídos do processo comunicativo. Pois, como afirma Peruzzo (1998, p.289), “seria uma ingenuidade advogar a necessidade de todos os membros participarem, simultaneamente, de todo o processo”. Por esse motivo consideramos necessária a divisão de tarefas, mas é fundamental democratizar o trabalho e a liderança da equipe.

c) Desenvolver um curso de capacitação comunicativa

Para que novas fontes estejam preparadas para se relacionar com o público interno (e também externo) seria interessante desenvolver um curso de capacitação comunicativa, como os demais cursos oferecidos pela instituição. Para isso, os membros da Mão Amiga devem buscar a parceria com comunicadores profissionais ou estudantes de comunicação que possam ministrar aulas sobre o assunto.

Existem várias formas de vincular a população aos meios de comunicação. Mas, se a estratégia for a ampliação do *status* da cidadania, é preciso que, levando em conta seu grau de escolaridade e de experiência, se empreguem táticas que favoreçam o aprendizado crescente da participação. [...] Trata-se de um processo que, por nossas especificidades histórico-culturais e educacionais, tende a ser lento (PERUZZO, 1998, p.288).

Segundo Peruzzo (1998), a participação ativa e a produção de materiais comunicativos por parte da própria população é um processo lento e exige uma capacitação pessoal e qualificação técnica. Por isso consideramos fundamental o desenvolvimento de um curso de capacitação comunicativa para a Mão Amiga. Ainda que o curso não altere o quadro comunicativo atual, por demandar tempo para a implantação e até mesmo com relação à obtenção de resultados, ao menos permitirá que ações iniciais sejam pensadas. Além de incentivar a conscientização dos participantes (voluntários e comunidade local) sobre a importância da comunicação no contexto das entidades.

Suzina (2004) considera que em uma organização popular o sujeito deve ser o agente de transformação da realidade. Com base nisto, a importância da capacitação para a equipe é

adquirir conhecimento para promover a si mesmo e à sua comunidade. [...] Cada indivíduo descobre e aprende a valorizar seu papel na organização social e na consolidação da cidadania, entendida sob os princípios do direito de conhecer e do dever de partilhar o conhecimento que gera transformação (SUZINA, 2004, p.236).

Assim, os voluntários de comunicação (profissionais ou estudantes) devem estar preparados não apenas para produzir conteúdos comunicativos para a organização, como também para partilhar o conhecimento adquirido sobre comunicação com o grupo envolvido. Nesse sentido, um curso de capacitação comunicativa é essencial.

d) Realizar reuniões mensais entre os envolvidos com a instituição

Por fim, e não menos importante, é necessário organizar e estabelecer reuniões mensais entre os voluntários e a presidente e entre os assistidos e os voluntários. Nos dois casos o objetivo é promover a comunicação interna da Mão Amiga. Na reunião entre os voluntários e a presidente, o objetivo é estreitar os laços entre eles e criar espaços de discussão e elaboração de propostas.

Na ocasião, os voluntários tomarão nota com a presidente sobre as últimas informações relacionadas à instituição, como arrecadações, agendamento de entrevistas,

planejamento de campanhas e eventos futuros. Essa conversa é importante, pois na ausência de Cida, os voluntários podem participar ativamente da comunicação com o público interno e externo.

No segundo encontro, a interação entre voluntários e assistidos reforçará os vínculos com a população local. Nesse caso, o objetivo deve ser a prestação de contas à comunidade. Essa iniciativa reforça a transparência da entidade e confere credibilidade às suas ações. Além de ser um espaço para os voluntários ouvirem sugestões, reclamações e também recolherem informações pertinentes à comunidade, até mesmo para compor o jornal mural. Ao dar voz à comunidade, o encontro amplia a participação popular.

3) Mídias sociais

Consideramos que as mídias sociais são uma forma de comunicação interna (além de externa). Nesse sentido, entendemos que elas também devem ser aperfeiçoadas na Mão Amiga, o que trataremos no item 4.3. Todavia, vale mencionar que sabemos das dificuldades de participantes (atendidos e voluntários) da entidade em acessar a Internet dadas as desigualdades do nosso país. Isso, entretanto, não deve ser uma barreira para que as mídias sociais sejam aprimoradas.

4.2 A COMUNICAÇÃO EXTERNA DA MÃO AMIGA

“A esfera comunicativa também é trabalhada nessa perspectiva de expansão e alcance ao que é externo à comunidade”.

Márcia Vidal Nunes¹⁷

Em relação à comunicação externa da Mão Amiga, o início da atuação desta acadêmica enquanto voluntária teve como propósito estabelecer uma assessoria de comunicação para a entidade, visando à divulgação de suas ações para a mídia local. A preocupação com a assessoria ocorreu pelo grande interesse demonstrado pela presidente da

¹⁷Ver Nunes (2008, p.115).

instituição, que sempre solicitou o contato com os veículos de comunicação local. Por esta razão, inicialmente, pensamos apenas na assessoria como ação comunicativa direcionada ao público externo da Mão Amiga.

Vale lembrar que a assessoria de imprensa tem como objetivo construir e ou desenvolver o relacionamento de uma instituição, empresa ou figura pública com a mídia. No caso da Mão Amiga, o intuito é tornar a entidade e suas ações conhecidas pela sociedade. Entre as atividades de uma assessoria está a produção de *releases* e o agendamento de entrevistas entre o assessorado e a imprensa (MANUAL..., 2007).

Para Cida, a visibilidade oferecida pela mídia é a maior oportunidade de chamar a atenção da sociedade para a causa social. Por isso, atendendo aos seus pedidos, esta acadêmica procurou a imprensa diversas vezes para divulgar as ações da Mão Amiga. Em alguns casos obteve-se retorno e sucesso, sendo os *releases* elaborados para isso fontes de matérias para a mídia. Entretanto, na maior parte das vezes, não tivemos retorno dos veículos e as ações da instituição não foram divulgadas.

O pouco retorno da mídia levou esta acadêmica a repensar a atuação da Mão Amiga em relação a sua comunicação externa. Percebeu-se que a necessidade em estudar mecanismos para incentivar e proporcionar uma comunicação independente e efetiva por parte dos voluntários era mais urgente que inserir a entidade nos meios de comunicação local. Com base nisto, apresentaremos a seguir algumas reflexões quanto à comunicação externa desenvolvida atualmente pela associação e possíveis planejamentos para uma comunicação futura.

4.2.1 A presença da entidade na mídia local

“A comunicação comunitária bem organizada e articulada pode penetrar na programação dos grandes meios, sendo inclusive bem-vinda e interferindo no agendamento temático social, através da socialização de informações que mostram outro tipo de realidade e perspectiva”.

Ana Cristina Suzina¹⁸

Com o objetivo de avaliar a participação da Mão Amiga nos meios de comunicação local, reservamos o *clipping* da instituição para o estudo. O *clipping* corresponde ao recorte e arquivo de notícias impressas ou a seleção de informações eletrônicas divulgadas nos meios de comunicação sobre determinada empresa ou instituição. Um de seus objetivos é identificar as referências às mesmas e consolidar o processo de interação de empresas ou instituições com um determinado veículo de comunicação (BUENO, 2002).

Por meio da avaliação do *clipping* realizado pelos voluntários da Mão Amiga, notamos que a presença da instituição nos meios de comunicação local ocorre em épocas repetidas, como no inverno e no Natal. Durante o inverno várias instituições da cidade lançam suas campanhas de agasalho, e a Mão Amiga também se torna pauta nos jornais. No Natal, data em que muitas entidades filantrópicas e a sociedade se mobilizam em prol de causas sociais, doando cestas básicas, por exemplo, a entidade ganha espaço de divulgação em alguns veículos. Ademais, observamos a falta de periodicidade da Mão Amiga na mídia. Nesse caso sua presença está relacionada às ações¹⁹ que chamaram a atenção da sociedade, como a iniciativa bem sucedida de distribuição de sobras de frango por Cida, ainda na Vila Olavo Costa.

O *clipping* da entidade é composto apenas por recortes de jornais impressos, não há o *clipping* eletrônico. Todo o material está arquivado em uma pasta junto a alguns documentos de Cida, como certificados de cursos. Em relação às datas de publicação, o primeiro recorte²⁰ é de 30 de março de 1995 e foi retirado do impresso Diário Regional. Já o último arquivo²¹ da pasta foi publicado em 4 de março de 2008 pelo jornal Tribuna de Minas.

Os materiais guardados na pasta não seguem ordem cronológica e muitos não

¹⁸Ver Suzina (2004, p.240).

¹⁹Em anexo está a página do *clipping* que contém esta matéria.

²⁰Em anexo está a cópia deste material.

²¹Em anexo apresentamos a cópia deste material.

apresentam data nem o nome do veículo em que foram publicados. Desta forma, observamos que não existe o acompanhamento periódico dos veículos de comunicação por parte dos voluntários da Mão Amiga. Como consequência, não há realização regular do *clipping*.

Como o arquivo contém muitas matérias e algumas estão sem data e sem fonte, optamos por limitar nosso estudo à primeira e à última notícia, em ordem cronológica, presentes no *clipping* da entidade. A matéria do dia 30 de março de 1995 divulga o almoço de Páscoa que seria realizado pelos moradores do bairro Vila Olavo Costa com a participação de Maria Aparecida da Silva. Nesta matéria, o Diário Regional apresenta Cida e descreve sua iniciativa filantrópica no bairro.

O material mais recente contido no *clipping* data do dia 4 de março de 2008. Publicada na coluna “César Romero”, do jornal Tribuna de Minas, a nota divulga uma homenagem que a Ordem dos Advogados do Brasil (OAB) em Juiz de Fora prestaria a algumas mulheres, em comemoração ao Dia Internacional da Mulher. Entre as homenageadas estava a presidente da Mão Amiga, Cida.

Assim, a última publicação arquivada na pasta é de março de 2008, há mais de cinco anos. Por esse motivo, resolvemos pesquisar na Internet a última notícia sobre a entidade na plataforma digital. Até o momento de conclusão do presente trabalho, a matéria²² realizada pela TV Integração de Juiz de Fora e reproduzida pelo *site* de notícias G1 Zona da Mata de Minas Gerais, no dia 18 de janeiro de 2014, foi a última aparição da Mão Amiga na mídia digital. O conteúdo da matéria é a divulgação do início da Campanha Escolar através do Pedágio Solidário.

De acordo com Suzina (2004), a visibilidade que as atividades de cunho social adquirem na mídia concede legitimidade à instituição, “tanto para as pessoas que estão de fora dela quanto para os próprios membros, que percebem a abrangência de sua atuação” (SUZINA, 2004, p.236). Assim, consideramos necessária a presença da Mão Amiga nos meios de comunicação local.

Não é suficiente e não leva a muita coisa pôr-se simplesmente a denunciar as manipulações realizadas pelos grandes sistemas de rádios, televisões e jornais. Há que se procurar ocupar os espaços abertos e propugnar pelo acesso a esses veículos, por sua descentralização e por seu reordenamento ético-político. Eles são bens públicos, no sentido de que pertencem à União e, portanto, à coletividade, devendo, como tais, estar prioritariamente a serviço do bem-estar comum e não de pessoas ou grupos que detêm o poder de controlá-los (PERUZZO, 1998, p.277-278).

²²Disponível em: <<http://g1.globo.com/mg/zona-da-mata/mgtv-2edicao/videos/t/edicoes/v/mao-amiga-arrecada-material-escolar-durante-campanha-em-juiz-de-fora/3087808/>>. Acesso em: 20 jan. 2014.

A inserção da entidade na mídia local se torna especialmente possível através de uma assessoria de comunicação voluntária visando à divulgação de suas ações para a sociedade. Contudo, confirmada a inconstância da Mão Amiga na mídia, reiteramos a importância de a entidade desenvolver instrumentos comunicativos próprios e independentes dos grandes veículos de comunicação como forma de ampliar o alcance de suas ações.

4.2.2 Releases, boletins informativos e demais materiais gráficos

Para estudar as atividades comunicativas da Mão Amiga destinadas ao público externo, escolhemos para nossa análise *releases*, boletins informativos e alguns materiais gráficos produzidos por alunos da disciplina de Comunicação Comunitária da Faculdade de Comunicação da UFJF para as campanhas da instituição. A escolha não foi aleatória, mas relacionada ao material produzido pelos três grupos que selecionamos para a análise deste trabalho, citados anteriormente.

Os *releases* que obtivemos foram produzidos pelo grupo de alunos do segundo semestre de 2011 que trabalharam com a instituição. A aluna Débora Almada, integrante da equipe, era quem assinava os materiais e deixava seu telefone para contato. No trabalho de assessoria de comunicação o grupo enviou textos para a imprensa local por meio da Internet. Os conteúdos eram referentes as campanhas de arrecadação de móveis e eletrodomésticos e à campanha de Natal da entidade.

Abaixo da notícia, há uma seção intitulada “Ação Social” em que a equipe apresenta um breve histórico sobre a entidade. Encontramos neste texto uma informação incorreta, quanto à data de fundação da Mão Amiga. A instituição foi fundada em 1984, e não em 1985 como cita o texto.

Além dos *releases*²³ enviados à imprensa, os estudantes da UFJF criaram boletins informativos com o propósito de apresentar as ações da instituição à sociedade. Dos grupos selecionados, apenas dois produziram boletins informativos²⁴. O primeiro material foi elaborado no primeiro semestre de 2012 e o segundo no primeiro semestre de 2013, cada um deles produzido pelos grupos responsáveis pelo período correspondente.

²³Em anexo estão os *releases* que tivemos acesso.

²⁴Em anexo estão os informativos elaborados para a entidade.

Ambos os informativos apresentam a história da instituição, as atividades realizadas e seus contatos, além de destacarem a necessidades de doação. O informativo realizado no primeiro semestre de 2012 foi inovador. A entidade não possuía um material gráfico voltado para o público externo com uma diagramação moderna. O material contém as informações necessárias para a divulgação do trabalho da instituição para a sociedade, sem utilizar para isso textos longos. Pelo contrário, os textos são curtos, simples e objetivos.

Além disso, o informativo apresenta a antiga logomarca²⁵ adotada para a Mão Amiga, retirada da Internet e utilizada inicialmente pelo jornalista Eduardo Rezende no período em que esteve à frente da comunicação da entidade. Já o material produzido em 2013 foi uma cópia do informativo anterior com algumas inovações. Além da criação de uma nova logomarca²⁶ para a instituição, a equipe do primeiro semestre de 2013 inclui o slogan da entidade no material: “O que Deus escreve ninguém apaga”. Ademais, fizeram uma melhor distribuição das informações na página e utilizaram maior variedade de cores.

Com relação ao conteúdo, em ambos existem informações incorretas ou desatualizadas. No texto sobre a história da Mão Amiga, o primeiro informativo descreve a criação da instituição em 1985, quando na verdade foi em 1984. Já o segundo informativo, por ter reutilizado os dados do primeiro, errou ao repetir informações que naquele momento estavam desatualizadas. Por exemplo, as doações em 2012 eram quinzenais, mas em 2013 já eram mensais.

Outro detalhe é com relação aos contatos. O informativo dois repete os contatos descritos no primeiro informativo, mas àquela altura apenas um dos telefones citados estava atualizado, os demais já não eram mais utilizados pela entidade. As falhas são aqui apontadas no intuito de destacar a importância de uma comunicação formada por dados precisos e atualizados que favoreçam uma mídia espontânea e consequentes benefícios para a instituição.

Outra forma de divulgar as ações da Mão Amiga para o público externo foi a criação de materiais gráficos pelos alunos da disciplina de Comunicação Comunitária destinados às campanhas da instituição. Dentre os três grupos de alunos que escolhemos para a análise neste trabalho, dois deles produziram ao todo três produtos gráficos reservados às campanhas da Mão Amiga.

O grupo formado pelos alunos do segundo semestre de 2011 elaborou o cartaz

²⁵Em anexo está a imagem da primeira logomarca utilizada pela Mão Amiga.

²⁶Em anexo está a nova logomarca da Mão Amiga.

para a campanha de arrecadação de móveis e eletrodomésticos²⁷. O resultado foi positivo e este cartaz é utilizado até hoje para divulgação da campanha, que é permanente. No entanto, vale destacar que um dos telefones citados para contato já não é mais utilizado pela instituição, havendo a necessidade de atualização do material.

Os demais materiais destinados às campanhas foram produzidos pelos alunos que trabalharam com a Mão Amiga durante o primeiro semestre de 2012, do qual esta acadêmica fez parte. Produziu-se na época um cartaz direcionado à Campanha do Agasalho²⁸. Nele citam-se os pontos de arrecadação, mas foram esquecidos os telefones da instituição. Essa informação se torna útil para quem tiver interesse em entrar em contato com a entidade para ajudar com outras doações, por exemplo. Já o segundo material²⁹ elaborado visava à doação de caixas leite, nele os telefones para contato são mencionados.

A produção destes materiais só foi possível pela iniciativa dos voluntários e alunos da UFJF que os elaboraram. Desta forma, consideramos fundamental a presença de um comunicador voluntário na instituição, além da capacitação dos próprios membros da Mão Amiga. Sabemos que a entidade não dispõe de estrutura financeira e organizacional capaz de manter uma assessoria de comunicação, devido aos poucos recursos materiais e humanos. Por isso, a solução é conseguir a colaboração de parceiros comunicadores.

Pode-se dizer que as comunidades de base atuais, além de trabalhar na socialização da informação entre seus membros, buscam também espaço para serem multiplicadoras de seus atos em toda a sociedade, que requer visibilidade e credibilidade junto à população. A parceria com comunicadores profissionais atuantes nos meios de comunicação ditos neutros (não-confessionais; sem ligação com organizações, etc.) vem se configurando como uma possibilidade bastante concreta de benefício grandioso nesse sentido (SUZINA, 2004, p.239).

A importância dessa parceria é permitir que a assessoria, aliada a outros instrumentos da comunicação, possa ser desempenhada dentro de organizações sem fins lucrativos como a Mão Amiga. Além disso, após examinar *releases*, cartazes e informativos, notamos que foram elaborados produtos diversificados destinados ao público externo da entidade. Materiais de qualidade que podem ser reutilizados pelos demais voluntários que passarem pela instituição, com o cuidado de atualizarem os dados constantemente.

Todavia, constatamos também que muitos materiais comunicativos não foram

²⁷Em anexo está o cartaz destinado à Campanha de arrecadação de móveis e eletrodomésticos.

²⁸Em anexo está o cartaz destinado à Campanha do Agasalho.

²⁹Em anexo está o cartaz destinado à Campanha do Leite.

divulgados para o público externo, permanecendo apenas arquivados na pasta da instituição. Ou ainda, que outras produções contém informações incorretas ou desatualizadas. Portanto, para que a comunicação externa da entidade seja potencializada, apresentaremos a seguir mecanismos capazes de viabilizar o bom relacionamento entre o público externo e a Mão Amiga.

4.2.3 Aprimoramento da comunicação externa

Alcançar a legitimidade perante a sociedade é a meta de muitas instituições. Essa preocupação é ainda mais pertinente no caso das entidades sem fins lucrativos, que atuam voluntariamente. Tal condição demanda uma comprovação constante de suas ações para o público, uma vez que sua atuação depende da mobilização social e de ajuda externa.

Por isso, segundo Fiege (2003), as instituições filantrópicas têm que desenvolver uma comunicação transparente, coerente e eficaz. Isso significa reduzir a distância entre a entidade e o seu público-alvo e prestar contas de suas ações para a sociedade. Seguindo essas reflexões, observamos que a Mão Amiga deve ampliar sua atuação externa investindo em ferramentas comunicativas.

a) Buscar parcerias com comunicadores

Como já citamos anteriormente, não existe um assessor responsável pela comunicação da Mão Amiga, sendo este trabalho realizado esporadicamente por voluntários e alunos da disciplina de Comunicação Comunitária da Faculdade de Comunicação da UFJF. Por esta razão, os veículos que procuram a Mão Amiga para realizar entrevistas entram em contato diretamente com Cida, que pelos anos de experiência acumulada mostra-se preparada para o contato com a imprensa.

Contudo, a presença de um comunicador capacitado aperfeiçoará este contato, podendo distinguir o que é de interesse interno e o que poderá ajudar na construção da imagem da instituição no ambiente externo. Por isso é fundamental buscar a parceria constante com profissionais ou estudantes de comunicação. Ainda que os mesmos, enquanto voluntários, não tenham a intenção de permanecer na instituição é fundamental que se crie uma cultura colaborativa.

Nesse sentido, seria ideal que os atuais comunicadores da instituição busquem uma continuidade para suas ações, indicando profissionais ou estudantes de comunicação que possam dar sequência ao trabalho voluntário iniciado por eles. Além disso, eles devem colaborar com os próximos voluntários, arquivando os materiais produzidos para facilitar a continuação de suas atividades.

Concluimos que a parceria com comunicadores voluntários se faz importante tanto para o planejamento e realização da comunicação interna, quanto para a manutenção do relacionamento com o público externo. Pois, “em geral, as organizações populares não são autossuficientes em termos de comunicação e necessitam de ajuda externa” (PERUZZO, 1998, p.290).

Vale destacar ainda que essa contribuição não deve apresentar caráter autoritário e centralizador por parte do comunicador. Este deve desenvolver as atividades comunicativas segundo seus conhecimentos, mas considerando as demandas particulares da comunidade envolvida e seus anseios.

b) Estabelecer contato com a imprensa local

Apesar de defendermos a independência comunicativa da instituição em relação à grande mídia, isso não significa excluir sua participação em tais veículos. Ao contrário, aprendemos durante a realização da pesquisa participante a importância e o impacto que a divulgação nos meios de comunicação tem para voluntários, assistidos e colaboradores.

De acordo com Suzina (2004, p.240), a presença das ações da entidade na mídia revela as propostas democráticas desenvolvidas pelas comunidades, mas, “para isso, os articuladores comunitários devem aprender a aproveitar e garimpar espaços nas programações. Assim, a lógica da dominação, no mínimo, se atenua”.

A mídia cede visibilidade e conseqüente legitimidade. Por isso, estar presente nos grandes meios é necessário para divulgar ações e também reivindicações. Todavia, vale lembrar que este é apenas mais um investimento comunicativo, não o único.

c) Realização periódica do *clipping*

Como verificamos, o *clipping* da Mão Amiga está desatualizado, sendo o último arquivo de 2008. Por isso é necessário retomar essa atividade. Além disso, o *clipping* da instituição contém apenas materiais retirados de jornais impressos. O fato da entidade não

possuir computador e Cida não ter acesso à Internet dificulta a realização do *clipping* de outras mídias, como TV e rádio, porque as matérias veiculadas nesses meios são posteriormente disponibilizadas através da Internet.

No entanto, os voluntários da entidade que tem acesso à Internet podem ajudar arquivando as matérias disponíveis na rede sobre a instituição e repassá-las à Cida. Vale lembrar que as utilidades do *clipping* são muitas, como permitir aos novos comunicadores o acesso a informações importantes sobre a entidade, conhecer os veículos que fazem cobertura em suas páginas impressas ou eletrônicas sobre a instituição e, principalmente, o *clipping* funciona como espaço de preservação da memória da instituição e, por consequência, da comunidade.

d) Planejar as atividades comunicativas

Observamos que a falta de planejamento compromete a divulgação de muitas atividades. É o que Peruzzo (1998, p.153) chama de “uso emergencial”, em que as ações são realizadas na última hora. Alguns materiais desenvolvidos para a Mão Amiga foram produzidos às pressas, na véspera do evento ou campanha. O que inviabiliza sua efetiva divulgação. Como a maioria das campanhas e eventos da Mão Amiga seguem datas previstas, como volta às aulas, inverno e Natal, sugerimos que as atividades sejam planejadas com antecedência. Desta forma, ao programar a execução das ações, haverá tempo hábil para divulgá-las entre os veículos de comunicação local e nos demais espaços destinados ao público-alvo.

e) Diversificar os meios de divulgação

Apesar da limitação de recursos financeiros e humanos, se faz indispensável investir na comunicação externa. Do contrário, a instituição pode perder espaços de visibilidade importantes. Nesse sentido é preciso diversificar os meios de divulgação, procurando utilizar todos os canais possíveis, como informativos impressos e materiais *online*. Além disso, como citamos anteriormente, é preciso desenvolver atividades visando estar presente na mídia local, por exemplo.

f) Distribuir informativos em empresas e instituições

Os informativos produzidos para a Mão Amiga estão arquivados na pasta da instituição. O ideal é que estes materiais sejam distribuídos nas empresas, comércio e demais instituição filantrópicas pelos voluntários da entidade. O objetivo é mobilizar a sociedade e atrair adeptos à causa. “O diálogo entre as entidades pode auxiliar na conquista de novos adeptos das causas defendidas. Informações de comum interesse como o trabalho voluntário transitam nestes espaços” (CANIN, 2010, p.55).

No caso da entrega nas empresas e comércio o intuito é buscar possíveis colaboradores. Todavia, para que os informativos já produzidos sejam reutilizados é essencial que as informações nele contidas estejam atualizadas.

g) Manter as informações atualizadas

Nos informativos produzidos recentemente para a instituição, verificamos que foram cometidos alguns erros ao reutilizarem informações desatualizadas. Isso pode comprometer a comunicação do público externo com a entidade, por exemplo, ao ligar para um telefone que está desativado. Além disso, a periodicidade deve ser observada com atenção, pois do contrário, como ilustrou Peruzzo (1998, p.150-151), “o quadro de avisos serve mais para ‘arquivo morto’, de tão desatualizado, o que acaba afetando a credibilidade”. Vale destacar a importância de apurar as informações que serão publicadas para que não sejam divulgados dados incorretos sobre a instituição.

4.3 O CIBERESPAÇO COMO MÍDIA ALTERNATIVA

“De que forma as tecnologias digitais podem ser utilizadas em processos criativos, em ações de cidadania cultural, de afirmação de identidades em uma perspectiva autêntica, afastando-se da reprodução de padrões hegemônicos no uso de tais meios? É de fato a internet instrumento de democratização, de igualdade no campo da informação, como tantas vezes apregoado? De que maneira a inclusão digital se torna abrangente, e se transforma em inclusão social?”.

Bruno Fuser³⁰

Após avaliar a comunicação interna e externa da Mão Amiga, reservamos um espaço à parte para analisar sua presença na Internet. Tomamos como base o pensamento apresentado por Lahni e Coelho (2008), fazendo referência à Cicilia Peruzzo: o direito a comunicar-se utilizando os instrumentos tecnológicos que a humanidade desenvolveu e disponibilizou a todos é uma característica essencial para o exercício da cidadania.

Com base nisto, enquanto voluntária da instituição, a presente acadêmica desenvolveu atividades relacionadas principalmente ao espaço comunicacional *online*. Tal escolha se justifica pelo aspecto comunicativo e participativo potencializados pelo ciberespaço, capaz de ampliar a participação popular e favorecer uma comunicação democrática e cidadã.

Em maio de 2010 o grupo de alunos³¹ da disciplina de Comunicação Comunitária da Faculdade de Comunicação criou o primeiro suporte digital para a instituição, o *blog*. No ano seguinte, os alunos³² do segundo semestre de 2011 criaram um perfil no *facebook* para a entidade.

Segundo a definição de Peruzzo (2010a, p.27), o *blog* “é uma página eletrônica na qual se postam mensagens a critério de seu responsável”. Acompanhando este conceito, o *blog*³³ da Mão Amiga apresenta o histórico da instituição, as atividades realizadas junto às famílias assistidas, os cursos oferecidos e as formas de doação e contato. Todo este conteúdo está disponível em quatro links fixos na página inicial, sob os títulos: “Nossa história”, “Como ajudar”, “Contato” e “Atendimentos e cursos”.

³⁰Ver Fuser (2011, p.13).

³¹Esta equipe era formada pelos alunos do quinto período diurno da Faculdade de Comunicação da UFJF, a saber: Amaurílio Ferreira Carvalho, Indianara Salissa Viana Campos e Natália dos Santos Lopes.

³²O grupo era formado pelos alunos Cíntia Charlene, Débora Almada, Glória Maria Baltazar, Mariane Sequeto e Messias Matheus.

³³Endereço eletrônico do *blog*: <<http://sociedademaoamiga.blogspot.com.br/>>.

Desde a sua criação, o *blog* da entidade apresenta uma média de 23 postagens por ano. Em 2010 foram contabilizadas 11 atualizações; em 2011 o blog teve 24 postagens; 2012 atingiu o auge de 36 publicações e em 2013 este número caiu para 21 *posts*. Apesar da pequena quantidade de atualizações em 2010, o conteúdo dessas postagens serviu como base para as publicações dos anos seguintes. A equipe de 2010 apresentou a história da instituição e de sua presidenta, Cida; divulgou campanhas e eventos, como o Pedágio Solidário e campanhas do agasalho e de Natal; expôs a parceria com alguns profissionais e apresentou o perfil de uma das voluntárias da entidade, a cozinheira Luciana da Glória Lauriana.

No ano de 2011 foram elaboradas postagens relacionadas às campanhas da entidade, como a campanha de arrecadações de móveis e eletrodomésticos, agasalho e campanha de Natal; cobertura de eventos na instituição, como o Bingo Beneficente e a comemoração do Dia das Crianças; além de apresentar o curso de cabelereiro realizado naquele ano.

Em 2012 foram divulgadas todas as campanhas e eventos realizados pela instituição. Os alunos registraram a presença do Grupo Arte do Bem e apresentaram vários perfis de voluntários que trabalham na entidade. Além disso, neste ano, a reunião dos assistidos foi apresentada pela primeira e única vez desde que o *blog* foi criado. Sumariamente, em 2013, foram apresentadas algumas das campanhas e eventos da Mão Amiga já abordados nos anos anteriores, com o diferencial de conteúdos atualizados.

Vale destacar que no momento em que esta acadêmica iniciou seu trabalho voluntário na instituição, no final de 2012, o conteúdo dos links de apresentação da Mão Amiga na primeira página do *blog* estavam desatualizados. Telefones informados já estavam desativados e os cursos de capacitação citados não eram mais oferecidos. Além disso, o *blog* não continha algumas informações pertinentes ao público, como por exemplo, os atendimentos realizados pelos profissionais voluntários atualmente.

Ademais, algumas datas referentes ao histórico da instituição estavam incorretas, como a data de fundação da Mão Amiga. Assim, o primeiro passo desta acadêmica foi apurar as informações com a presidente da Mão Amiga e atualizar todos os dados do *blog*. A importância de apresentar dados corretos e atuais está na credibilidade das informações apresentadas para o público. Fiege (2003) destaca a relevância da criação de uma “sólida base de informações sobre a instituição, de alimentação e fácil acesso” (FIEGE, 2003, p.59).

Da mesma forma, a instantaneidade das divulgações é uma característica amplificada pela Internet. Por sua velocidade de transmissão, faz-se necessário manter as

informações atualizadas com o intuito de despertar a atenção do público para as ações recentes da entidade.

Outra particularidade potencializada pela Web é a visibilidade. Como abordamos anteriormente, na Internet até mesmo as entidades menores têm a possibilidade de divulgar mais suas atividades e conquistar mais visibilidade pública sem depender da imprensa tradicional.

Antes da criação do *blog*, a Mão Amiga possuía possibilidades restritas para expor suas ações perante a sociedade, devido à escassez de recursos financeiros e humanos. Além da comunicação interpessoal, fundamental para a entidade, suas ações eram apresentadas ao público por intermédio da mídia ou através dos informativos impressos, que não eram reproduzidos em quantidade suficiente para alcançar tantas pessoas quanto necessário justamente pela falta de verba da instituição.

A página eletrônica chega para alterar essa realidade. Pelo seu baixo custo, facilidade de execução e alcance, a Internet aprimorou a comunicação da Mão Amiga, que ganhou autonomia para divulgar sua causa social nas redes virtuais e, entre outros benefícios, atrair adeptos. Temos como exemplo alguns voluntários atuais da Mão Amiga que conheceram a instituição a partir do perfil na rede social.

Nesse sentido, Nunes (2008) afirma que os *sites* oferecem visibilidade não apenas aos projetos e campanhas da entidade, mas também às pessoas que os desenvolvem. Por isso, consideramos fundamental entrevistar os voluntários e a comunidade envolvida com a instituição e incluir suas histórias não apenas nos jornais murais, mas também nos endereços virtuais da entidade.

Durante a disciplina de Comunicação Comunitária o grupo do qual esta acadêmica fez parte entrevistou algumas voluntárias da instituição e pessoas da comunidade e seus perfis foram apresentados no *blog*. O objetivo era valorizar o trabalho das voluntárias e, com isso, incentivar sua continuidade. Nessa mesma direção, Nunes (2008, p.116) declara que “as entidades sentem-se valorizadas com seus trabalhos divulgados, logo aumenta o desejo de participar, cooperar”.

Ao apresentar as pessoas da comunidade para o público externo nosso propósito foi favorecer a criação de novos vínculos. Para Nunes (2008), mostrar-se à sociedade tem como objetivo atrair melhorias para a entidade e também resgatar valores perdidos, como a autoestima. Ademais, segundo a autora, “a vivência no *site* possibilita que o fluxo de informações estabelecido contribua para a percepção que estes fazem não só da sua própria comunidade, mas da sociedade como um todo” (NUNES, 2008, p.118).

Da mesma forma, a criação de um perfil para a Mão Amiga no *facebook*³⁴ intensificou ainda mais sua comunicação com o público. Desde agosto de 2011 quando foi criado, até o momento de conclusão deste trabalho (janeiro/2014) o *facebook* da instituição contava com 1.795 amigos. Se comparada ao *blog*, a interatividade com o público aumentou a partir do *facebook*. Isso se explica, em parte, pelo maior número de ferramentas disponibilizadas por esta plataforma digital para promover a interação entre a instituição e o público.

No *blog* este diálogo é proporcionado pela opção “comentar” ao final de cada postagem. No entanto, desde o seu início, em maio de 2010, até hoje, a página recebeu apenas um comentário³⁵. Entre as 92 postagens feitas no *blog* até o atual momento apenas uma delas recebeu o comentário de uma internauta que utilizou o espaço para entrar em contato com a instituição.

O *facebook* potencializou essa troca. Cercado por outras ferramentas, a rede social em questão oferece as opções “curtir”, “comentar” e “compartilhar”. Ao analisarmos o primeiro ano de atuação da Mão Amiga no *facebook* constatamos um pequeno diálogo entre a instituição e o público. Em 2011 as publicações da instituição receberam poucos comentários e divulgações. Ainda assim, vale ressaltar que só de estar presente na rede social, as atualizações da Mão Amiga aparecem na página de todos os seus amigos, o que já oferece grande visibilidade.

No final de 2012 observamos que a entidade obteve maior interação por parte do público com relação às ferramentas mencionadas acima. A criação dos primeiros “álbuns” no perfil da Mão Amiga despertou a atenção dos amigos que “curtiram”, “comentaram” e “compartilharam” as imagens da instituição.

Esta acadêmica intensificou suas atividades no *facebook* da instituição a partir de junho de 2013 e o resultado das atualizações constantes foi imediato. Além das pessoas divulgarem espontaneamente as ações da Mão Amiga com maior frequência, a instituição conseguiu formar parcerias com usuários de outros perfis do *facebook*, que se disponibilizaram a ajudar com doações e alguns ofereceram, inclusive, seus estabelecimentos de trabalho para funcionarem como pontos de arrecadação de doações da campanha vigente.

Em outubro de 2013 as divulgações pelo *facebook* trouxeram novamente benefícios à instituição. Nesta época, a Mão Amiga realiza uma festa em comemoração ao

³⁴Endereço eletrônico do *facebook*: <<https://www.facebook.com/maoamigajf>>.

³⁵O único comentário realizado no *blog* até o presente momento ocorreu no dia 1 de abril de 2012.

Dia das Crianças. Logo na primeira publicação solicitando doações para a festa, a atualização recebeu 22 compartilhamentos. A partir das divulgações seguintes, a instituição conseguiu colaboradores que doaram bolos e refrigerantes, tornando possível a festa das crianças. Vale ressaltar que todas as doações para a festa foram obtidas por meio da comunicação e contato através da rede social.

Outra iniciativa bem sucedida realizada pelo *facebook* em novembro de 2013 foi a arrecadação de escovas de dente para compor kits de higiene bucal destinados a crianças entre sete e 12 anos atendidas pela instituição. Cida solicitou à presente acadêmica que divulgasse a arrecadação de escovas de dente, uma vez que ela havia recebido doações de creme dental e sabonete e gostaria de montar com estes produtos kits para distribuir às crianças no dia do Natal.

A primeira publicação divulgando a arrecadação de escovas de dente teve 54 compartilhamentos e o resultado foi positivo. Através da divulgação pelo *facebook* a instituição arrecadou 400 escovas dentais, ultrapassando a meta de 100 escovas.

Ao avaliar o retorno proporcionado pelas atividades desenvolvidas no *facebook* tivemos como objetivo demonstrar a relevância do ciberespaço no contexto de uma instituição beneficente. Com base nisto, a presença nas mídias digitais deve ser encarada como um importante complemento comunicativo aos meios tradicionais para informar e mobilizar a sociedade. Assim, como afirmou Nunes (2008, p.106), “o uso da tecnologia é considerado um elemento fundamental no desenvolvimento de ações que possam melhorar a qualidade de vida das pessoas das comunidades assistidas pelo projeto”.

A ampliação das publicações e atualizações regulares teve como resultado a expansão da comunicação entre a Mão Amiga e a sociedade. Todavia, o ciberespaço potencializa não apenas a interatividade entre a instituição e seu público externo, como também amplia a possibilidade de o cidadão comum participar de forma ativa no processo comunicativo.

Nessa direção, Thomé (2013) aponta para o impacto que a Internet e, principalmente, as redes sociais provocam na sociedade atual. Segundo a autora, hoje é possível ao cidadão comum registrar os fatos ao seu redor e assumir atividades que antes só eram praticadas por profissionais.

Não é preciso ser jornalista para filmar seu entorno com microcâmeras digitais portáteis ou com aparelhos de telefonia celular. O cidadão comum pode eleger fatos e registrá-los, pode editar o cotidiano em cenas a serem fornecidas a um meio de comunicação, que as tornará públicas, ou pode divulgar por conta própria seu ponto de vista, os fragmentos de cotidiano selecionados e registrados por ele ou por um grupo organizado (THOMÉ, 2013, p.6).

Dessa forma, a Internet amplia a participação popular e, conseqüentemente, o exercício da cidadania. Como resultado, os membros da instituição aperfeiçoam-se individualmente e se tornam protagonistas do processo comunicativo da entidade. No ciberespaço, o público interno da Mão Amiga encontra mais um canal de participação. Temos como exemplo pessoas da comunidade que tiram fotos dos eventos realizados para publicá-las no *facebook* da entidade. Além disso, alguns membros e voluntários produzem conteúdos em seus perfis com o objetivo de divulgar as ações da Mão Amiga.

O poder de registro aumentou muito com as novas tecnologias, em que ninguém mais depende dos grandes veículos para veicular o que deseja. Esta força foi demonstrada nas manifestações de junho de 2013 na cobertura política dos protestos [...]. O poder de mobilização pela rede social e a proposta de registro em tempo real na Internet revolucionam o jornalismo na contemporaneidade (THOMÉ, 2013, p.13).

Ao fazer referência às manifestações que ocorreram no Brasil em 2013, Thomé (2013) destaca a influência que as tecnologias da Internet, especialmente as redes sociais, assumem na difusão de novas ideias. Nesse contexto, a participação da comunidade na produção de conteúdos amplia a cidadania e democratiza a comunicação.

Não é objetivo do presente trabalho aprofundar nesta questão, mas vale mencionar que a possibilidade do cidadão comum mediar sua própria realidade faz parte do chamado jornalismo cidadão. De acordo com Thomé (2013), a história do jornalismo é marcada pelo monopólio de grandes corporações, pelos interesses capitalistas e jogos de poder. No entanto, com a ampliação das novas tecnologias, sobretudo as digitais, essa realidade se alterou. “O jornalismo cidadão abre possibilidades de apresentação de múltiplos olhares, de ângulos diversos, viabiliza que outros fatos sejam ‘pescados’, ampliando a oferta de informação e de versões” (THOMÉ, 2013, p.14).

Da mesma forma, o ciberespaço é utilizado pelos próprios veículos jornalísticos como fonte de notícias. No caso da Mão Amiga, várias de suas publicações na Internet ganharam visibilidade pelos jornalistas que a acompanham através do *facebook*, e, a partir da divulgação na rede social, suas ações se transformaram em pautas para os meios de comunicação.

Um exemplo dessa prática ocorreu em outubro de 2013, quando a Mão Amiga publicou em seu *facebook* pedidos de doações para a festa das crianças. Jornalistas da TV Alterosa de Juiz de Fora tiveram conhecimento do evento por meio das divulgações no *facebook* da instituição. A partir disso, o veículo entrou em contato com Cida e produziu uma matéria sobre a festa do dia das crianças promovida pela entidade, proporcionando mais visibilidade para a mesma.

Outra ocasião, mais recente, foi a divulgação da Campanha Escolar pelo *facebook*. Jornalistas da TV Integração de Juiz de Fora tomaram conhecimento da campanha pela rede social e produziram uma matéria de TV sobre o assunto.

Nessa direção, ainda fazendo alusão aos protestos de 2013, Thomé (2013) fala sobre o alcance que informações disponibilizadas no universo da Internet assumem atualmente e sua influência dentro do ambiente comunicacional da grande mídia.

Jovens de todo país assumiram a autoria de uma cobertura em tempo real, em busca do que consideram a verdade dos fatos. Diante disso, a repercussão na rede social passou a ser o termômetro dentro e fora das redações, sendo levada em conta pelos diretores e editores dos meios de comunicação tradicionais na tomada de decisões de pautas e de angulações de uma cobertura jornalística. A produção de imagens das mais diversas procedências postada na Internet não é e nem poderá mais ser ignorada pelas grandes redes de TV e rádio e pelos jornais de circulação seja nacional seja regional (THOMÉ, 2013, p.2).

Nesse contexto, vale destacar o fato da Mão Amiga não possuir em sua sede um computador nem o acesso à internet. Os voluntários devem se conscientizar sobre a importância da entidade dispor de aparato tecnológico necessário para facilitar o seu acesso ao espaço comunicacional *online*. Assim sendo, existe a necessidade dos membros da instituição se mobilizarem em prol desta conquista. Uma sugestão é procurar parceiros que possam doar um computador para a entidade e, quem sabe, um futuro patrocínio para a instalação de Internet.

Contudo, como observamos anteriormente e seguindo as reflexões de Fuser (2008), a posse de equipamentos e conexão desacompanhada de uma organização comunitária e conscientização comunicativa, não é sinônimo de participação e cidadania. Para Fuser (2011), a questão vai além do acesso à Internet e do conhecimento técnico sobre as plataformas digitais. Acima de tudo faz-se necessário conscientizar os membros envolvidos sobre a importância da comunicação dentro de uma instituição disponibilizando conhecimento a esse respeito.

Uma vez que a comunicação comunitária deve ser elaborada conforme cada contexto, a utilização das mídias digitais pelas instituições será igualmente ajustada ao tipo de interesse do grupo, suas condições e prioridades. Como disse Cabral (2004, p.279) é muito mais cômodo apontar limites do que propor soluções. Por isso, ao apresentarmos o ciberespaço como mídia alternativa aos demais veículos, nossa finalidade é ampliar as possibilidades comunicativas capazes de aprimorar os resultados obtidos por meio da comunicação da Mão Amiga.

Nesse sentido, reforçamos a necessidade de dedicação às mídias sociais, em especial, das seguintes formas:

- 1) Atualização semanal do *blog*.
- 2) Divulgação periódica do *blog* no *facebook*.
- 3) Atualização semanal do *facebook*.
- 4) Ação mensal no *facebook*, no sentido de buscar introduzir mais amigos nessa ferramenta.

5 CONCLUSÃO

Na prática com a Sociedade Beneficente Mão Amiga, esta acadêmica constatou que não é ideal utilizar um único modelo de comunicação, seja comunitário ou seja de assessoria de imprensa priorizando a grande mídia, em suas atividades comunicativas. As entidades sem fins lucrativos carecem de ferramentas diversificadas, uma vez que apresentam objetivos particulares.

Em nossa análise, notamos que na comunicação popular é difícil elaborar um estudo geral, uma vez que o próprio termo “popular” admite uma pluralidade de sentidos. Essa característica é a razão pela qual na comunicação comunitária existem mais estudos de casos concretos que abordagens gerais, pois é preciso estudar a realidade de cada organização para saber qual o tipo de comunicação é o mais indicado.

Desta forma, estudamos a prática comunicativa da Mão Amiga de acordo com sua gestão, o nível de participação de seus membros e o público alvo de suas mensagens. O que verificamos foi uma pequena conscientização por parte da instituição e da comunidade envolvida com relação aos cuidados que devem ser tomados com a comunicação interna e a divulgação externa. A instituição apresenta atividades comunicativas muitas vezes bem sucedidas, mas não chega a constituir uma comunicação bem estruturada. Visto que são atividades inconstantes, pouco articuladas e realizadas sem um planejamento prévio – falta a elaboração de um plano de comunicação.

Ao estudarmos ferramentas para aprimorar sua comunicação interna, demonstramos que a instituição é um exemplo da viabilidade de uso da comunicação comunitária por setores subalternos da sociedade. Visto que ao levar informação às pessoas sobre a própria comunidade, a comunicação cria uma identidade local e permite o exercício da cidadania. Constatamos ainda a importância de conscientizar os membros da entidade sobre o papel da comunicação no contexto de uma sociedade em mudança. Com base nisso, faz-se necessário adequar seus recursos internos visando à participação e renovação.

A relevância em elaborar uma comunicação externa eficaz está em proporcionar visibilidade às atividades da instituição, prestar contas de suas ações à sociedade e ainda alcançar credibilidade junto à mesma. Vale lembrar que esses objetivos são alcançados através de uma comunicação permanente e bem planejada. No entanto, apesar da importância estratégica da comunicação no contexto das instituições sem fins lucrativos, verificamos que a Mão Amiga não apresenta uma comunicação eficiente o bastante para atingir tais metas.

A instituição não possui uma estrutura fixa de comunicação, suas atividades comunicativas são efetuadas segundo a prática acumulada pelos voluntários e de acordo com os recursos disponíveis, que são poucos. Como resultado, as ações são realizadas na maior parte das vezes com caráter emergencial, o que inviabiliza sua efetiva divulgação.

Nesse sentido, os grandes veículos se tornam canais ambicionados pela Mão Amiga por atribuírem visibilidade às suas ações, e, desta forma, concederem legitimidade à mesma, tanto em relação à sociedade quanto para os próprios voluntários, que enxergam a dimensão de seu trabalho. Por esta razão, no decorrer da pesquisa, compreendemos a importância da presença da Mão Amiga nos meios de comunicação local. Assim, consideramos que a entidade deve utilizar as potencialidades proporcionadas pelos meios massivos para divulgar suas ações. O que se torna possível através de um trabalho de assessoria de comunicação voluntária.

Contudo, conforme as teorias estudadas, constatamos que a comunicação massiva limita a participação, sendo esta característica fundamental para a construção da cidadania – finalidade última de uma comunicação democrática (e, vale dizer, dos movimentos sociais populares, aos quais a Mão Amiga se filia). Além disso, confirmada a inconstância da Mão Amiga na mídia, nos certificamos sobre a importância da entidade desenvolver instrumentos comunicativos diversificados, como forma de ampliar o alcance de suas ações e não depender dos grandes veículos para conquistar visibilidade.

Entendemos que a comunicação comunitária somada a uma assessoria de comunicação (que priorize o relacionamento com a mídia local) formada por voluntários e pelos próprios membros da comunidade a partir de um curso de capacitação comunicativa, se aproxima de um modelo ideal para a instituição analisada. O que não significa perfeição de nenhuma das partes. Enquanto a Comunitária pode não alcançar sozinha (ou demorar mais para isso) a visibilidade social proporcionada pelos grandes meios, estes, por sua vez, se fundamentam em relações de poder, com participação restrita, sendo esta característica a essência do modelo comunitário.

Portanto, para que a Mão Amiga conquiste uma estrutura comunicativa completa, que corresponda às suas demandas internas e externas, sugerimos neste trabalho uma nova comunicação para a entidade, mesclando a comunicação comunitária com ações que visem atingir a visibilidade social. Com base nisto, apontamos o ciberespaço como mídia alternativa de apoio à comunicação da Mão Amiga.

A importância das novas tecnologias digitais, principalmente as redes sociais, para instituições sem fins lucrativos, está na acessibilidade das mesmas. Por meio delas é possível

produzir conteúdo sem que para isso seja necessário grandes gastos financeiros, como ocorre nos meios tradicionais. Além disso, a utilização do ciberespaço na comunicação comunitária tem como uma das principais potencialidades a participação dos indivíduos enquanto produtores e difusores de informação.

De acordo com os autores pesquisados, concluímos que a Internet não ultrapassa a supremacia dos grandes meios de comunicação nem reduz a importância do espaço físico e da comunicação interpessoal. Por isso, comprovamos a necessidade de um trabalho de comunicação popular que utilize os meios comunitários tradicionais além dos digitais. Ainda assim, verificamos que o suporte digital é capaz de potencializar o acesso dos membros da Mão Amiga, enquanto cidadãos, ao poder de comunicação.

Aprender a utilizar esse espaço em prol de um benefício social é fundamental para a construção da cidadania dos membros envolvidos e para a formação do jornalista. Entendemos que na comunicação comunitária a cidadania não é exercida apenas pela comunidade, mas também pelos comunicadores. No momento em que o profissional desenvolve atividades capazes de promover a conscientização, a participação e, por consequência, a cidadania, ele está colocando em prática sua responsabilidade social com a democratização da comunicação. Por isso, ao longo deste trabalho, orientamos o engajamento social dos comunicadores que atuarem na instituição como postura fundamental a ser assumida.

Procuramos entender no decorrer dessas páginas de que maneira a construção de uma nova comunicação para a Mão Amiga seria um elemento essencial para a transformação social dos indivíduos que a integram. Assim, ao finalizarmos esta pesquisa, nossa aspiração é contribuir, enquanto pesquisadora participante, no processo comunicativo da entidade. Nosso objetivo é colaborar para o avanço da organização em todos os seus aspectos, porque aprendemos que uma comunicação eficiente gera benefícios para todas as demais áreas de uma instituição.

As propostas que apresentamos nesta análise não transformarão a comunicação da Mão Amiga rapidamente. Os resultados de um trabalho comunicativo por parte das instituições sem fins lucrativos demanda tempo. Porém, nossas sugestões constituem mecanismos possíveis para o aperfeiçoamento, ainda que gradual, de suas atividades comunicativas no presente. Para o futuro, os conceitos e práticas aqui abordados visam contribuir para reflexões e conclusões de outros estudos a respeito do tema.

6 REFERÊNCIAS

BODERNAVE, Juan Diaz. **O que é comunicação**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1997. Disponível em: <<http://pt.scribd.com/doc/26375494/O-que-e-Comunicacao-BORDENAVE-Juan-E-Diaz>>. Acesso em: 20 nov. 2013.

BONFIM, João Bosco Bezerra. **As políticas públicas sobre a fome no Brasil**. Brasília: [s.n], 2004. Disponível em: <<http://www12.senado.gov.br/publicacoes/estudos-legislativos/tipos-de-estudos/textos-para-discussao/td-8-as-politicas-publicas-sobre-a-fome-no-brasil>>. Acesso em: 20 dez. 2013.

BUENO, Wilson da Costa. Do clipping à auditoria: medindo o retorno do trabalho da assessoria de imprensa. In: DUARTE, Jorge (Org). **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia**. São Paulo: Atlas, 2006, p.389-400. Disponível em: <<http://www.comtexto.com.br/novo/auditoria/aim-artigo01.htm>>. Acesso em: 15 jan. 2014.

CABRAL, Adilson. Contrapontos e perspectivas de uma internet para todos. In: PERUZZO, Cicilia M. Krohling (Org.). **Vozes cidadãos: aspectos teóricos e análises de experiências de comunicação popular e sindical na América Latina**. São Paulo: Angellara Editora, 2004. p.267-280.

CALONIO, Cesar Luis B. Sinal de alerta: sociedade civil organizada em tempo de globalização. In: PERUZZO, Cicilia M. Krohling (Org.). **Vozes cidadãos: aspectos teóricos e análises de experiências de comunicação popular e sindical na América Latina**. São Paulo: Angellara Editora, 2004. p.75-84.

CANIN, Daniela de Oliveira. **A comunicação para a cidadania e o trabalho das ONGs: estudo de caso da comunicação da Sociedade Beneficente Mão Amiga**. 2010. 69 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2010.

COGO, Denise. Mídias, identidades culturais e cidadania: sobre cenários e políticas de visibilidade midiática dos movimentos sociais. In: PERUZZO, Cicilia M. Krohling (Org.). **Vozes cidadãos: aspectos teóricos e análises de experiências de comunicação popular e sindical na América Latina**. São Paulo: Angellara Editora, 2004, p.41-56.

DEMO, Pedro. **Pesquisa participante: mito e realidade**. Brasília: UnB, 1982. Disponível em: <<http://www.dominiopublico.gov.br/download/texto/me001993.pdf>>. Acesso em: 20 dez. 2013.

FEDERAÇÃO NACIONAL DOS JORNALISTAS. **Manual de assessoria de comunicação**. 4. ed. Brasília, 2007. Disponível em: <http://www.fenaj.org.br/mobicom/manual_de_assessoria_de_imprensa.pdf>. Acesso em: 20 jan. 2014.

FIEGE, Hans-Jürgen. ONGs no Ceará: quem são, o que fazem, quais são os seus desafios? In: _____. **ONGs no Brasil: perfil de um mundo em mudança**. Fortaleza: Fundação Konrad Adenauer, 2003, p.19-66. Disponível em: <http://www.kas.de/wf/doc/kas_13212-1522-1-30.pdf?080826174743>. Acesso em: 29 out. 2013.

FUSER, Bruno. Sociedade em rede: perspectivas de poder no espaço virtual. 15. ed. **Transinformação**: revista da Faculdade de Biblioteconomia, Centro de Ciências Humanas e Sociais Aplicadas da PUC-Campinas, Campinas: [s.n.], p.117-128, set./dez. 2003.

_____. Inclusão digital: o telecentro como equipamento de comunicação comunitária. In: _____. (Org.). **Comunicação para a cidadania: caminhos e impasses**. Rio de Janeiro: E-papers, 2008, p.139-157.

_____. Sociedade em rede, inclusão digital e cidadania cultural. In: OLIVEIRA, Catarina Tereza Farias de; NUNES, Márcia Vidal (Orgs.). **Cidadania e cultura digital: apropriações populares da Internet**. Rio de Janeiro: E-papers, 2011.

GÓES, Laércio Torres de. Contra-hegemonia e Internet: Gramsci e a mídia alternativa dos movimentos sociais na Web. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO DA REGIÃO NORDESTE, 9., [2007], Salvador. **Anais eletrônicos...** Salvador: UFBA, [2007]. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2007_Laercio_Contra-hegemonia%20e%20Internet%20-%20Laercio%20Goes.pdf>. Acesso em: 15 jul. 2013.

GOMES, Elisabeth. Exclusão digital: um problema tecnológico ou social? In: INSTITUTO de Estudos do Trabalho e Sociedade. **Trabalho e Sociedade**. Rio de Janeiro: [s.n.], 2002. 8 p. Disponível em: <http://www.progesp.ufba.br/twiki/pub/GEC/RefID/Elisabeth_Gomes_ED.pdf>. Acesso em: 11 dez. 2013.

GUTIÉRREZ, Gustavo. **Teologia da libertação: perspectivas**. São Paulo: Edições Loyola, 2000. Disponível em: <http://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=lang_pt&id=JzHM6DIFhKwC&oi=fnd&pg=PA11&dq=Teologia+da+Liberta%C3%A7%C3%A3o+Gutierrez&ots=nknIYtn1N1&sig=PgMidOVUY8hu4JgxFAeShVbCosQ#v=onepage&q=Teologia%20da%20Liberta%C3%A7%C3%A3o%20Gutierrez&f=false>. Acesso em: 06 dez. 2013.

HERMANN, Klaus. Apresentação. In: FIEGE, Hans-Jürgen. **ONGs no Brasil: perfil de um mundo em mudança**. Fortaleza: Fundação Konrad Adenauer, 2003, p.11-13. Disponível em: <http://www.kas.de/wf/doc/kas_13212-1522-1-30.pdf?080826174743>. Acesso em: 29 out. 2013.

KUCINSKI, Bernardo. **Jornalismo na era virtual: ensaios sobre o colapso da razão ética**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo; São Paulo: Editora UNESP, 2005.

LAHNI, Cláudia Regina; ALONSO, Evandro Luis Pereira. Juventude e rádio comunitária Mega: uma parceria de moradores para a inclusão social. **Principia: revista da Pró-Reitoria de Pesquisa da UFJF, Juiz de Fora: Ed. UFJF, v.9, p.136-147, 2004.**

_____; COELHO, Fernanda. A comunicação a serviço da cidadania e identidade de adolescentes. In: FUSER, Bruno (Org.). **Comunicação para a cidadania: caminhos e impasses**. Rio de Janeiro: E-papers, 2008, p.209-225.

_____; AUAD, Daniela. Relações de gênero e exercício de direitos: o que contam os trabalhos do Comunicação para a Cidadania no ano de 2005. In: LAHNI, Cláudia Regina; LACERDA, Juciano de Sousa (Orgs.). **Comunicação para a cidadania: objetos, conceitos e perspectivas**. São Paulo: INTERCOM, 2013, p.111-129. Disponível em: <http://gpcomunicacaocidadania.files.wordpress.com/2011/03/e-book_gps_9.pdf>. Acesso em: 08 jan. 2013.

LANDIM, Leilah. Experiência militante: histórias das assim chamadas ONGs. **Lusotopie: revista de pesquisa política internacional**, Rio de Janeiro: [s.n.], v.1, n. 9, p.215-239, 2002. Disponível em <<http://www.lusotopie.sciencespobordeaux.fr/landim.pdf>>. Acesso em: 23 out. 2013.

LEMOS, André; COSTA, Leonardo Figueiredo. Um modelo de inclusão digital: o caso da cidade de Salvador. **Epitc: revista de economia política das tecnologias da informação e comunicação**, [S.l.: s.n.], vol. 8, n. 6, set./dez. 2005. Disponível em: <<http://www2.eptic.com.br/arquivos/Revistas/VII,n.3,2005/AndreLemos-LeonardoCosta.pdf>>. Acesso em: 11 dez. 2013.

MAIA, Aline. Cidadania, informação e direito à comunicação. In: INTERCOM, 2008, Natal, RN, CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 31., 2008, Natal, RN. **Anais eletrônicos...** Natal, RN: UFRN, 2008. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-0928-1.pdf>>. Acesso em: 17 dez. 2013.

MIANI, Rozinaldo Antonio; FREGONES, Ludmilla Andrade. A política de comunicação como fator de organização e mobilização dos movimentos sociais e populares. In: FUSER, Bruno (Org.). **Comunicação para a cidadania: caminhos e impasses**. Rio de Janeiro: E-papers, 2008. p.53-63.

MORAES, Denis de. Comunicação virtual e cidadania: movimentos sociais e políticos na Internet. **Revista Intercom: revista brasileira de Ciências da Comunicação**, [S.l.: s.n.], vol.23, n.2, p.142-155, jul./dez. 2000. Disponível em: <<http://www.egov.ufsc.br/portal/sites/default/files/anexos/16072-16073-1-PB.pdf>>. Acesso em: 13 jul. 2013.

NUNES, Márcia Vidal. Novas tecnologias e cidadania: a internet como fator de politização ou de adequação das comunidades excluídas ao sistema produtivo? In: FUSER, Bruno (Org.). **Comunicação para a cidadania: caminhos e impasses**. Rio de Janeiro: E-papers, 2008, p.105-122.

PERUZZO, Cicilia M. Krohling. **Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania**. 2. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

_____. Da observação participante à pesquisa-ação em comunicação: pressupostos epistemológicos e metodológicos. In: INTERCOM, 2003, Belo Horizonte, Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 26., 2003, Belo Horizonte. **Anais eletrônicos...** Belo Horizonte: [s.n.], 2003. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2003/www/pdf/2003_COLOQUIO_peruzzo.pdf>. Acesso em: 20 jan. 2014.

_____. Direito à comunicação comunitária, participação popular e cidadania. In: CELACOM/ENDICOM, 2004, São Bernardo do Campo, Colóquio Internacional sobre a Escola Latino-Americana de Comunicação, 7., 2004, São Bernardo do Campo, Encontro de Ensino e Investigação da Comunicação nos Países do Mercosul, 5., 2004, São Bernardo do Campo. **Anais eletrônicos...** São Bernardo do Campo: UMESP, 2004. Disponível em: <<http://encipecom.metodista.br/mediawiki/images/5/57/GT2Texto011.pdf>>. Acesso em: 13 nov. 2013.

_____. Internet e democracia comunicacional: entre os entraves, utopias e o direito à comunicação. In: MARQUES DE MELO, J; SATHLER, L. **Direitos à comunicação na sociedade da informação**. São Bernardo do Campo, SP: UMESP, 2005, p.267-288. Disponível em: <http://www.lucianosathler.pro.br/web/images/conteudo/livros/direito_a_comunicacao/267_288_direitos_a_comunicacao_democracia_comunicacional_peruzzo.pdf>. Acesso em: 16 nov. 2013.

_____. Revisitando os conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária. In: INTERCOM, 2006, Brasília-DF, CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 29., 2006, Brasília-DF. **Anais eletrônicos...** Brasília-DF: UnB, 2006. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/116338396152295824641433175392174965949.pdf>>. Acesso em: 13 nov. 2013.

_____. Aproximações entre comunicação popular e comunitária e a imprensa alternativa no Brasil na era do ciberespaço. In: BARBALHO, Alexandre; FUSER, Bruno; COGO, Denise (Orgs.). **Comunicação para a cidadania: temas e aportes teórico-metodológicos**. São Paulo: Intercom, 2010a, p.15-39.

_____. Desafios da comunicação popular, comunitária e alternativa na cibercultur@: aproximação à proposta de comunidade emergente de conhecimento local. In: INTERCOM, 2010b, Caxias do Sul, CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 33., 2010b, Caxias do Sul. **Anais eletrônicos...** Caxias do Sul: [s.n.], 2010b. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-3359-1.pdf>>. Acesso em: 15 nov. 2013.

RAVIOLO, Daniel. Introdução. In: FIEGE, Hans-Jürgen. **ONGs no Brasil: perfil de um mundo em mudança**. Fortaleza: Fundação Konrad Adenauer, 2003, p.15-17. Disponível em: <http://www.kas.de/wf/doc/kas_13212-1522-1-30.pdf?080826174743>. Acesso em: 29 out. 2013.

ROECKER, Rejane. **Desempenho em organizações sem fins lucrativos: as concepções dos atores envolvidos**. 2009. Dissertação (Mestrado em Administração) – Programa de Pós-Graduação em Administração, UFSC, Florianópolis, 2009. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/92774/272510.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 08 nov. 2013.

SPENILLO, Giuseppa. Comunicação comunitária e novas tecnologias: por uma formação profissional em busca da cidadania. In: PERUZZO, Cicilia M. Krohling (Org.). **Vozes cidadãs: aspectos teóricos e análises de experiências de comunicação popular e sindical na América Latina**. São Paulo: Angellara Editora, 2004, p.249-265.

SUZINA, Ana Cristina. Cidadania alternativa na comunicação: rede brasileira de comunicadores solidários à criança. In: PERUZZO, Cicilia M. Krohling (Org.). **Vozes cidadãs: aspectos teóricos e análises de experiências de comunicação popular e sindical na América Latina**. São Paulo: Angellara Editora, 2004, p.233-247.

THOMÉ, Cláudia de Albuquerque. Política sem partido e notícia sem empresa jornalística: um olhar sobre a crise evidenciada nas manifestações de junho de 2013. In: POLITICOM, 12., 2013, Juiz de Fora, ENCONTRO REGIONAL DE COMUNICAÇÃO, 11., 2013, Juiz de Fora. **Anais...** Juiz de Fora, UFJF, 2013.

TUDE, João; RODRIGUES, Grace Kelly Marques. Organizações não governamentais: uma discussão sobre suas peculiaridades organizacionais. In: CONFERÊNCIA REGIONAL PARA A AMÉRICA LATINA E CARIBE, 6., 2007, Salvador. **Anais eletrônicos...** Salvador: UFBA, 2007. Disponível em: < <http://lasociedadcivil.org/docs/ciberteca/076.pdf>>. Acesso em: 23 out. 2013.

7 ANEXOS

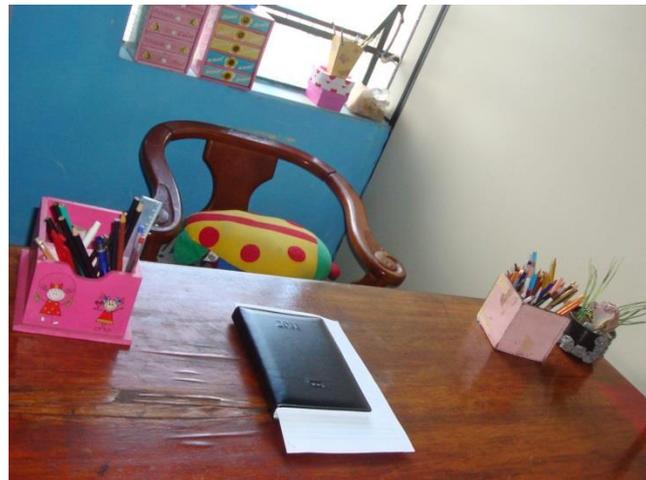
ANEXO A – Maria Aparecida da Silva na sede da Mão Amiga



ANEXO B – Sede da Sociedade Beneficente Mão Amiga no bairro Ipiranga



ANEXO C – Biblioteca da Mão Amiga



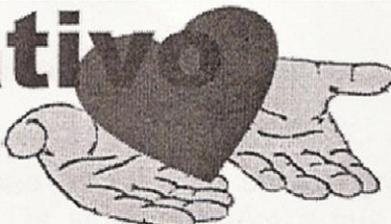
ANEXO D – Bazar da entidade



ANEXO E – Informativo produzido por Eduardo Rezende

Informativo

Mão Amiga



Informativo quinzenal da Sociedade Beneficente Mão Amiga :: 14 de outubro de 2007

Mão Amiga promove encontro com Axé Mulher

No dia 22 de setembro, a Associação Beneficente Mão Amiga promoveu um encontro com as representantes do grupo Axé Mulher. O objetivo da reunião foi oferecer informações úteis sobre temas polêmicos como o uso de drogas e doenças sexualmente transmissíveis.

A psicóloga da Mão Amiga, Fernanda de Oliveira Guimarães, falou sobre a crise de identidade vivida pelos adolescentes. Segundo ela, os valores pessoais que apresentamos na adolescência refletem diretamente na fase adulta. "A adolescência é um período muito confuso, pois ainda não somos adultos, mas já deixamos de ser crianças. Essa confusão de sentimentos interfere na personalidade das pessoas", explica.

Logo após, o acadêmico de medicina, Luis Felipe Barreiros, explicou como utilizar o preservativo masculino e evitar o contágio de doenças sexualmente transmissíveis (DST). Além de prevenir contra uma gravidez indesejada. Ele explicou sobre as principais DSTs e informou que o preservativo pode ser adquirido gratuitamente nos postos de saúde.

Em seguida foi a vez da Maria de Fátima Cardoso, que é psicóloga do grupo Axé Mulher, falar sobre o uso de drogas na adolescência. De acordo com ela, a curiosidade dos jovens é normal, mas a experimentação de substâncias químicas pode levá-los a um caminho sem volta. Ela chamou a atenção para o fato de que o álcool e o cigarro também são drogas e podem levar ao vício.

"Muitas vezes o cigarro e o álcool são mostrados na mídia como sinônimos de beleza e alegria. Isso facilita o acesso das pessoas a essas drogas, o que representa um grande perigo", comenta. Fátima disse também que os pais não devem fumar nem beber na frente das crianças. Além disso, eles devem estar atentos a qualquer indicativo de que o jovem está se envolvendo com essas substâncias. "É muito importante que os filhos saibam que os pais estão conscientes que ele é usuário de drogas. O próximo passo é procurar ajuda de um especialista".

O evento terminou com a participação da advogada, Janaina Rosa dos Santos. Ela falou sobre a Lei 11.340, também conhecida como Lei Maria da Penha. Essa legislação entrou em vigor em agosto do ano passado e protege as mulheres contra qualquer tipo de agressão. Quem sofrer qualquer abuso por parte de outro homem deve fazer valer esta lei. O primeiro passo é entrar em contato com a polícia pelo telefone 190 e registrar um boletim de ocorrência. No caso de agressões físicas, a vítima precisa fazer um exame de corpo delito para provar que foi violentada. As testemunhas são muito importantes na denúncia. De acordo com Janaina, muitas mulheres não prosseguem com o processo por medo ou por não ter para onde ir. Ao final do encontro, as pessoas puderam fazer perguntas e deram sugestões de temas para o próximo encontro.

Presidente: Maria Aparecida da Silva :: Vice-presidente: Nilson da Costa Silva
Rua Darcy Vargas, 85, Ipiranga - (32) 3241 4308

ANEXO F – Jornal mural em formato A4, quatro páginas, produzido pelo grupo de alunos da disciplina de Comunicação Comunitária no primeiro semestre de 2009

1ª Edição

Jornal Mão Amiga

Faculdade de Comunicação Social - UFJF / Junho de 2009

INFORMATIVO SOCIEDADE BENEFICENTE MÃO AMIGA

A Sociedade Beneficente Mão Amiga surgiu com a iniciativa de Maria Aparecida da Silva. Cida, mãe de 14 filhos, dos quais 12 são adotivos.

Vinda da cidade de Além Paraíba (MG), Cida vivia na Vila Olavo Costa. Percebendo as necessidades e as dificuldades de seus vizinhos, Cida começou há 30 anos um trabalho voluntário que foi reconhecido por todos os moradores do bairro.

Fez campanhas para doação de leite, agasalhos, material escolar e alimentos. Há 25 anos a Sociedade Beneficente Mão Amiga foi oficialmente registrada. No início a instituição se localizava na Vila Olavo Costa, onde permaneceu durante 15 anos. Depois a instituição mudou-se para o bairro Ipiranga, onde está até hoje.

Contando com a ajuda de 28 voluntários, entre os quais advogados e psicólogos, a Mão Amiga tenta atender 259 famílias. No entanto, por contar com poucos parceiros, mensalmente apenas 36 das fa-

mílias cadastradas, recebem cestas básicas.

Destas famílias, 80 crianças esperam todo mês o leite doado, que, dificilmente, passa das 30 caixas arrecadadas. E, ainda, 195 crianças contam com o material escolar, que chega anualmente, para ajudá-las a se manterem na escola.

A instituição conta também com o bazar para ajudar nas despesas. O aluguel do espaço em que funciona é pago por um de seus parceiros. Já as contas de água e luz são pagas pelo que é arrecadado no bazar.

Com a crescente dificuldade em pagar estas despe-

sas, a instituição conta com a Campanha do Viném, em que as pessoas colaboram com R\$0,50. É um valor simbólico, para que todas as pessoas possam ajudar de alguma forma.

A Sociedade Mão Amiga oferece para as crianças, jovens, adultos e idosos, cursos de escovista, manicure, artesanato, violão, teclado, cavaquinho e capoeira. Além disso, as principais datas comemorativas são festejadas junto com toda a comunidade assistida.

Seja você também um de nossos parceiros. Participe das nossas campanhas fazendo doações.



Sede do Brechó Mão Amiga

Há mais felicidade em dar que em receber.

RETRATOS DO MÃO AMIGA

CONHEÇA O TRABALHO REALIZADO PELO MÃO AMIGA JUNTO AS FAMILIAS CARENTES

Família Moreira de Souza: As doações que recebemos do Mão Amiga hoje são a base do sustento de nossa família.



Da esquerda para a direita: Dona Maria Júlia com a neta Angressa (1).

Roseli e Kayky (2), Jennifer (7), Claudinei Dirino e Joyce (4), Sr. José com Claudinei (6).

A instituição Mão Amiga ajuda em média 100 famílias, conta o caso da assistida Roseli Moreira de Souza, mãe de cinco filhos, que há dois anos e meio partilha dos estudos, providos pela instituição. Além disso, trabalha diariamente, como voluntária. "Acho importante ajudar a quem tanto me ajudou", afirma Roseli.

Roseli mora no bairro Bela Aurora numa casa ocupada. Na vivenda com seus pais, filhos e marido, a casa, que se localiza em área de difícil acesso, possui 20m² divididos em três cômodos, não tem infraestrutura e sem saneamento básico. Além disso, a família sofre com presença de

A instituição também ajuda outros membros da família de Silva, de 19 anos, sótero, mãe de quatro filhos: Kathleen (3), Wesley (2) e os gêmeos Evelyn e Evelyn com de oito meses.

Taciane mora no bairro Piranga numa casa alugada de dois cômodos, cujos móveis foram doados através do Mão Amiga. Para sustentar os quatro filhos, ela faz faxinas em casas de família. O pai das crianças é ausente do convívio familiar e também não sempre suas despesas para manter os filhos. Eventualmente Taciane recebe ajuda de sua mãe e também de sua sogra.

Taciane tentou receber a ajuda da Bolsa Família, po-



Da esquerda para direita: Kathleen (3), Wesley (2), os gêmeos Evelyn e Evelyn com 8 meses com a mãe Taciane

mas não conseguiu porque não possui documentos necessários como RG e CPF. Outro grande problema enfrentado por ela é o de não ter com quem lavar as roupas para ir ao banheiro, somente Wesley conseguiu vaga na creche.

Desde que Taciane foi atendida pelo Mão Amiga ela não recebe mais suporte, pois a instituição prescreve sempre ao casal a parte material mas há de ser feita, porém, conseguir vaga na creche.

O Mão Amiga precisa de parceiros para continuar ajudando muitas famílias. Pequenas ações individuais, quando unidas, fazem grande diferença na vida de muitas pessoas.

SEJA UM DE NOSSOS PARCEIROS FAÇA SUA DOAÇÃO!!!

CURSOS E AULAS OFERECIDAS PELO MÃO AMIGA

O Mão Amiga conta com o trabalho de voluntários em diversas áreas: advogados, psicólogos, fonoaudiólogos e também disponibiliza cursos como manicure, escovista, violão e capoeira.

Os cursos oferecidos pela instituição vêm ajudando a comunidade através da profissionalização a se inserir no mercado de trabalho. Foi o que aconteceu com Jeovana Aparecida da Silva Ferreira, 19 anos, que fez o curso de manicure há 1 ano e meio: "Sempre quando acaba as aulas de uma turma, os salões de cabelereiro ligam para procurar os alunos que acabaram de concluir o curso".

Atualmente Jeovana é uma das professoras do curso. "Este curso abre muitas portas. Participar do curso e depois poder dar aulas para as outras pessoas é muito gratificante".

Dona Cida que há quatro anos disponibiliza os cursos na sua entidade fica muito feliz em ver os seus alunos serem reconhecidos no mercado de trabalho. Oitenta alunos já concluíram o curso de manicure. Hoje noventa pessoas participam dos cursos de escovista e manicure, cuja duração é de três meses. Ao final de cada curso, é distribuído aos alunos o certificado de conclusão.

Um dos sonhos de D. Cida é oferecer o curso de informática para a comunidade, pois este é muito procurado pela comunidade. "Para mim este trabalho é muito gratificante. Fico 24 horas envolvida com a instituição. Eu gosto de ajudar, conversar e atender as pessoas. Às vezes, as pessoas me procuram pedindo doações de alimentos e eu não tenho como ajudar. Isso é muito triste, porque a pior parte é dizer não para um ser humano. E atualmente tenho feito isso várias vezes, porque eu não tenho como ajudar. Nós precisamos de mais ajuda, pois a fome não espera."

Atendimento:	Horário:
ADVOGADO	Quarta de 9:00 às 12:00h
FONOAUDIÓLOGO	Sexta de 8:30 às 17:00h
PSICÓLOGOS	Segunda de 9:00 às 11:00h e 14:00 às 18:30h
	Terça de 13:30 às 17:15h
	Quarta de 9:00 às 11:30h
	Quinta de 9:00 às 12:00h e 13:45 às 16:45h
CURSO DE ESCOVISTA	Quarta de 14:00 às 18:00h
CURSO DE MANICURE	Segunda e quinta de 14:00 às 18:00h
CURSO DE INSTRUMENTOS MUSICAIS	Terça, quinta e sábado de 14:00 às 18:00h



VISITE E AJUDE NOSSA INSTITUIÇÃO
Rua Darcy Vargas, 85 - Ipiranga
Tel: 3084-6504 / 3061-0265

Apoio:

**FACULDADE DE
 COMUNICAÇÃO SOCIAL**



Patrocínio:



ANEXO G – Jornal mural em formato A5, frente e verso, elaborado pelo grupo de alunos da disciplina de Comunicação Comunitária no segundo semestre de 2009



Mão Amiga

"Abra seu Coração"

A **Mão Amiga** é uma associação sem fins lucrativos que existe há 25 anos. Dona Cida, sua criadora, faz o cadastramento de famílias com dificuldades financeiras da região de Santa Luzia, Sagrado Coração, Ipiranga e bairros vizinhos.

Todas as doações recebidas pelo Mão Amiga são distribuídas entre os cadastrados. Ao todo, são 60 famílias assistidas. Mas esses números já foram maiores, quando a associação recebia mais doações.

A comunidade pode aprender uma profissão através de cursos gratuitos, como de manicure, cabeleireiro, doceiro e faxineiro. Os assistidos têm à sua disposição o acompanhamento de psicólogo e fonoaudiólogo.

Já pensou que sempre há alguém que precisa mais que você?



"A gente recebe a Bolsa Família, mas não dá pra quase nada. A maior ajuda que a gente tem é através da Mão Amiga." Rosely Moreira de Sousa, assistida há três anos.



"É bom quando a gente se sente amado e respeitado, porque podemos também fazer a nossa doação de amor ao próximo" Gou Roberto, assistido há um ano.

O que você pode doar?

- Alimento
- materiais de limpeza e higiene pessoal
- o pão que sobrou
- o sapato que não serve
- a roupa que você não usa mais
- o livro que você já leu
- os brinquedos que não são usados
- o óleo usado, a garrafa PET e a lata de alumínio que você jogaria no lixo
- Enfim, tudo o que para você já não serve, mas que para o próximo faz diferença.

A Mão Amiga e seus assistidos agradecem.

Avenida Darcy Vargas 85/87, Bairro Ipiranga / Telefone: 3234-1657

ANEXO H – Reunião dos Assistidos do dia 24 de março de 2012



ANEXO I – Página do *clipping* da instituição com matérias sobre a distribuição de sobras de frango



ASSOCIAÇÃO BENEFICIENTE MÃO AMIGA

“Estendendo a Mão a quem Precisa”

CNPJ 03.254.971.001.56



TRIBUNA DE MINAS

Sábado, 30 de setembro de 1995

■ Doações para Vila Olavo Costa

Os moradores da Vila Olavo Costa estão dependendo de doações de alimentos para realizar o almoço oferecido a 300 crianças carentes do bairro. Há seis anos, no último domingo do mês, a comunidade promove esse evento. Amanhã, eles pretendem realizar o almoço do mês de agosto.

Quem quiser contribuir com a alegria das crianças deve enviar as doações para a rua João Ribeiro Braga, 8. Outra alternativa é ligar para o telefone comunitário 235-2903 e falar com Lúcia Ferreira, Eliane Machado ou Joel de Souza Ferreira, que eles apanham os alimentos nas casas.

■ Contribuição

No domingo, os moradores da Vila Olavo Costa vão realizar mais um almoço para cerca de 300 crianças carentes do bairro. Mas, para isso, é preciso que a comunidade colabore através de doações de alimentos. Roupas, sapatos e brinquedos usados também podem ser doados para a meninada que não tem outra forma de adquirir estes bens. Quem não puder ir à rua João Ribeiro Braga, nº 8 para entregar os donativos, é só ligar para 235-2903 que os moradores buscam nas residências. Procurar por Joel, Lúcia ou Eliana.

■ Contribuição

Os moradores da Vila Olavo Costa se preparam para mais um almoço comunitário no último domingo do mês, dia 29. A organizadora, Maria Aparecida da Silva, conta com a colaboração da comunidade para doações de alimentos, além de brinquedos, roupas e sapatos que serão distribuídos para 300 crianças. Os interessados devem ligar para 235-2903.

■ Vila Olavo Costa

Famílias fazem fila para receber pedaços de frango

Faxineira distribui 400kg de frango

Dezenas de pessoas fizeram fila, ontem pela manhã, em frente à casa da faxineira Maria Aparecida Silva, na Vila Olavo Costa. Há dois meses, ela distribui cerca de 400 quilos de pescoço, dorso, banha e pé de frango para os moradores. Com a ajuda de outras mulheres, a distribuição acontece toda quinta-feira e garante a 160 famílias uma porção de carne, medida em uma pequena bacia. Para a maioria, é a única porção de carne da semana.

O feriado mudou a data, mas não afetou o movimento. Por volta das 6h30, diversas famílias já estavam na fila para receber a doação do abatedouro São Rafael, que só chegou às 9h. Quem é cadastrado tem vantagens na hora da entrega, mediante a apresentação do cartão. As famílias que não têm aguardam no final da fila. A quantidade é igual para todos e moradores de outros bairros não têm direito.

Para atender às 160 famílias, os trabalhos começam cedo. Mãe de sete filhos, Maria Aparecida Silva conta a colaboração de várias mulheres, inclusive grávidas. No braço, carregam toda a doação até o ponto de distribui-

ção, à rua João Ribeiro Braga, 08. Ali, separam a banha e dão início à entrega das partes.

As famílias garantem que o material é a salvação da semana e serve como complemento alimentar em diversas refeições, principalmente no final do mês. Muitas misturam à sopa, fritam para dar gosto à comida e incrementam o macarrão. A banha é misturada ao óleo para ampliar o rendimento.

A faxineira conta que a distribuição é promessa, feita quando disputou a Sociedade Pró-Melhoramentos do bairro. Mesmo não eleita, ela decidiu manter a palavra e ganha novos aliados como o diretor de operações do Demurb, José Fabiano de Resende, que leva o material à rua, e o matadouro municipal, que fará doações. Rafael Lopardi, dono do abatedouro, diz que a doação a melhor receita e afasta qualquer tentativa de marketing através da situação. Há seis meses, ele colabora com a faxineira, também responsável pelo almoço mensal para as crianças do bairro. No mercado, o quilo das partes do frango é vendido a R\$ 0,10 e transformado em fari- nha de carne.

TRIBUNA DE MINAS

■ O fornecimento de pedaços de frango a 300 famílias carentes da Vila Olavo Costa pode ser interrompido, caso a voluntária Maria Aparecida, que presta assistência ao grupo não consiga uma Kombi para transportar os alimentos. Ela distribui o frango toda quinta-feira e, na última vez, teve que pagar o aluguel de um carro fechado para fazer o transporte. Ela conta que não tem condições financeiras para arcar com essa despesa e pede a colaboração da comunidade. Qualquer ajuda pode ser acertada pelos telefones 235-2903 e 232-6101.

ANEXO J – Primeira notícia do *clipping* da Mão Amiga

12 - DIÁRIO REGIONAL

Juiz de Fora, 30 de março de 95

Vila Olavo Costa comemora Páscoa

CIDA JOEL

JUIZ DE FORA - Os moradores do bairro Vila Olavo Costa irão realizar um almoço comemorativo do dia da Páscoa, dia 16 de abril. Todo último domingo do mês está sendo realizado um almoço para as famílias carentes, mas este trabalho está sendo ameaçado de terminar por falta de condições financeiras.

Maria Aparecida da Silva, que mora no bairro há cerca de oito anos, vem desenvolvendo atividades filantrópicas com os moradores por iniciativa particular. "Há seis anos que venho promovendo estes almoços, através de doações de alimentos feitas por empresários da cidade, mas não são donativos certos. Às vezes consigo, às vezes não", comenta.

Quando sobram gêneros alimentícios que são doados, é distribuída uma cesta básica para aquelas pessoas mais carentes. Maria Aparecida Silva explica que mantém cadastradas 200 famílias, mas ainda são atendidos outros moradores. Os almoços são realizados nas ruas do próprio bairro.

O evento é animado por um grupo de pagamento local, "Homenagem", formado por sete meninos do bairro. "As pessoas, ou empresários que queiram contribuir com este trabalho podem fazer qualquer doação de alimentos na rua João Ribeiro Braga, nº 8, no bairro Vila Olavo Costa", ressalta Maria Aparecida Silva.

Nelson Toledo

Carentes reivindicam ajuda

JUIZ DE FORA - Os moradores da Vila Olavo Costa estão solicitando a empresas e particulares, contribuições para o tradicional almoço de Páscoa para as crianças carentes do bairro. As doações podem ser em alimentos, refrigerantes e sucos e, podem ser feitas pelo telefone 212-2790 ou na rua João Ribeiro Braga, nº 8, Vila Olavo Costa.

Da Redação

ANEXO L – Última notícia do *clipping* da Mão Amiga

Tribuna de Minas
TERÇA-FEIRA
4 de março de 2008

E-mail: cesaromero@terra.com.br

Tribuna de Minas
Cesar Romero

OAB Mulher

A Ordem dos Advogados do Brasil, subseção JF, também vai comemorar o Dia Internacional da Mulher, sexta-feira, com homenagens especiais. Na ocasião, será lançado um manifesto pleiteando a criação do Juizado da Violência Doméstica, em Juiz de Fora, previsto na Lei Maria da Penha.

Serão homenageadas a atriz Rosamaria Murtinho; a advogada Dalva da Silva Duarte; a advogada e professora Dilly Campello, a diretora da Penitenciária de Juiz de Fora, Eliane Beth; a sub-secretária de Saúde de Minas, Helidécia de Oliveira Lima; a presidente das Faculdades Integradas Vianna Júnior, Jacqueline Pires Vianna; a coordenadora do Projeto Mão Amiga, Maria Aparecida da Silva; a juíza de Direito Rosângela da Cunha Fernandes; a serventária da Justiça Cenira Regina Rocha; a professora e ex-secretária de Educação Thereza Leite; e a promotora de Justiça Vanda Sarmiento Matos.

**ANEXO M – Primeiro *release* elaborado pelo grupo de alunos da disciplina de
Comunicação Comunitária do segundo semestre de 2011**

Sociedade Beneficente Mão Amiga lança nova campanha

A Sociedade Beneficente Mão Amiga lança neste mês, uma campanha para arrecadar móveis e eletrodomésticos usados e em bom estado de conservação. As doações serão vendidas no bazar da instituição, e a renda revertida em projetos da ONG. As doações podem ser entregues na sede da Mão Amiga que está situada na Avenida Darcy Vargas, 87, bairro Ipiranga – Juiz de Fora / MG. Outras informações, nos telefones (32) 3061-0265 / (32) 3084-6504 (Dona Cida).

Ação Social

A Sociedade Beneficente Mão Amiga foi fundada em 1985, no bairro Vila Olavo Costa, zona leste de Juiz de Fora. Idealizada por Maria Aparecida da Silva, conhecida popularmente como Dona Cida, a ONG, atualmente situada no bairro Ipiranga, atende a 250 famílias e 80 crianças. Os assistidos recebem cestas básicas, remédios, leite e material escolar.

A instituição, criada há 26 anos, conta hoje com a colaboração de 28 voluntários e sobrevive através de doações e da renda arrecadada no bazar mantido pela instituição.

Além das doações, a entidade oferece à comunidade cursos de capacitação para jovens e adolescentes, como aulas de violão e cursos profissionalizantes. Atualmente, é oferecido o curso de cabeleireiro. As pessoas cadastradas também contam com consultas com psicólogos, fonoaudiólogos e advogados que trabalham voluntariamente na Mão Amiga.

Outras informações:

Débora Almada

Assessoria de Comunicação

(32) 88083587

**ANEXO N – Segundo *release* elaborado pelo grupo de alunos da disciplina de
Comunicação Comunitária do segundo semestre de 2011**

Começa Campanha de Natal da Sociedade Beneficente Mão Amiga

A Sociedade Beneficente Mão Amiga está arrecadando doações para mais uma Campanha de Natal. Os interessados poderão doar brinquedos, alimentos não perecíveis e roupas.

As arrecadações serão distribuídas para as crianças e famílias assistidas pelos projetos sociais da instituição. As doações podem ser entregues na sede da Mão Amiga que está situada na Avenida Darcy Vargas, 87, bairro Ipiranga – Juiz de Fora / MG. Outras informações, nos telefones (32) 3061-0265 / (32) 3084-6504 (Dona Cida).

Ação Social

A Sociedade Beneficente Mão Amiga foi fundada em 1985, no bairro Vila Olavo Costa, zona leste de Juiz de Fora. Idealizada por Maria Aparecida da Silva, conhecida popularmente como Dona Cida, a ONG, atualmente situada no bairro Ipiranga, atende a 250 famílias e 80 crianças. Os assistidos recebem cestas básicas, remédios, leite e material escolar.

A instituição, criada há 26 anos, conta hoje com a colaboração de 28 voluntários e sobrevive através de doações e da renda arrecadada no bazar mantido pela instituição.

Além das doações, a entidade oferece à comunidade cursos de capacitação para jovens e adolescentes, como aulas de violão e cursos profissionalizantes. Atualmente, é oferecido o curso de cabeleireiro. As pessoas cadastradas também contam com consultas com psicólogos, fonoaudiólogos e advogados que trabalham voluntariamente na Mão Amiga.

Outras informações:

Assessoria de Comunicação

Débora Almada

(32) 88083587

ANEXO O – Informativo produzido pelo grupo de alunos da disciplina de Comunicação Comunitária do primeiro semestre de 2012

Entidade Beneficente Mão AMIGA



Quem somos?

Somos uma organização beneficente, existente há mais de 26 anos, que auxilia mais de 200 famílias em Juiz de Fora, por meio de doações de alimentos e materiais escolares. Nosso principal objetivo é melhorar a condição de vida dessas pessoas, e auxiliá-las na construção de uma vida melhor.

Um pouquinho da nossa história:

A mão amiga nasceu, em 1985, na Vila Olavo Costa. Uma iniciativa de Maria Aparecida da Silva, a instituição presta serviços assistencialistas e cursos que promovem a cidadania em diversos bairros de Juiz de Fora. A fundadora e atual presidente, Maria Aparecida, conta com o apoio de 28 voluntários para a realização das doações de cestas básicas, material escolar e leite, para pelo menos, 250 famílias e 80 crianças da cidade. Atualmente, estamos situados no bairro Ipiranga, sempre promovendo campanhas, na busca do bem-estar de nossos assistidos!

Nosso trabalho:

A distribuição de alimentos e remédios é o forte de nossa instituição!

Com 250 famílias cadastradas em nosso banco de dados, fazemos quinzenalmente as doações.

Promovemos anualmente campanhas de agasalho e móveis.

Oferecemos cursos de capacitação profissional para jovens e adultos.

E ainda, promovemos festas em datas comemorativas!

Por que ajudar?

Como organização beneficente, temos poucos recursos. Nossa fonte de renda é a venda de roupas e calçados em um bazar. Algumas vezes, conseguimos financiamento de empresas que se identificam com nossa causa. Mas, não podemos deixar de estender a mão para nossas famílias.

Por isso, buscamos sempre novas parcerias!!!

Trabalhamos pela comunidade. E não para benefício próprio. Por isso, se estiver disposto a ajudar, entre em contato com a gente!

Visite também
nossas páginas
na internet!




Contatos: (32)3061-0265/ 3084-6304/ 9125-6678
maoamiga@hotmai.com
www.facebook.com ou sociededemaomiga.blogspot.com.br
 Av. Darcy Vargas, nº 87 - Ipiranga - Juiz de Fora -MG

ANEXO P – Informativo produzido pelo grupo de alunos da disciplina de Comunicação Comunitária do primeiro semestre de 2013

Sociedade Beneficente

Mão Amiga



Quem somos?

Uma instituição beneficente, existente há mais de 29 anos, que auxilia uma média de 1200 pessoas por ano, mais de 250 famílias, em Juiz de Fora por meio de doações de alimentos, materiais escolares e medicamentos. Nosso principal objetivo é melhorar a condição de vida dessas pessoas e auxiliá-los para que tenham uma melhor condição de vida e mais recheada de sorrisos.

Conheça mais da nossa história

A Sociedade Beneficente Mão Amiga nasceu em 1984 na Vila Olavo Costa com a iniciativa de Maria Aparecida da Silva. A instituição presta serviços de assistência social e cursos que promovem a cidadania em diversos bairros de Juiz de Fora. Hoje, Maria Aparecida, fundadora e presidente da entidade, conta com a ajuda de colaboradores e a renda de um bazar para ajudar as famílias cadastradas.

-  distribuição de alimentos e remédios
-  250 famílias cadastradas
-  doações quinzenais
-  cursos de capacitação profissional
-  campanhas anuais de agasalhos

Por que ajudar?

Como não temos fins lucrativos, nossa fonte de renda é a venda de roupas e calçados em um bazar. Algumas vezes conseguimos financiamento de empresas que se identificam com nossa, mas não podemos deixar de estender a mão para nossas famílias.

Por isso, buscamos sempre novas parcerias e colaboradores!

O que Deus escreve, ninguém apaga!

 maoamigajf@hotmail.com

 facebook.com/sociedademaomiga

 sociedademaomiga.blogspot.com.br

Contato

 (32) 3081-0265
(32) 3084-6504
(32) 9125-6678

 Av. Darcy Vargas, nº 87, Bairro Ipiranga
Juiz de Fora - MG

ANEXO Q – Primeira logomarca utilizada para a Mão Amiga



ANEXO R – Nova logomarca da Mão Amiga criada pela aluna Júlia Fracetti integrante do grupo de alunos da disciplina de Comunicação Comunitária do primeiro semestre de 2013



ANEXO S – Cartaz da Campanha de Arrecadação de Móveis e Eletrodomésticos elaborado pelo grupo de alunos da disciplina de Comunicação Comunitária do segundo semestre de 2011



**O que você não usa,
pode ter muito valor
para alguém.**

**Campanha de arrecadação de Móveis
e Eletrodomésticos do Mão Amiga**

Participe doando móveis e os eletrodomésticos usados.
Eles deverão estar em bom estado de conservação.

As doações podem ser entregues na sede da instituição:

Sociedade Beneficente Mão Amiga

Telefone: 3061- 0265 / 3084-6584 (dona Cida)
Endereço: Avenida Darcy Vargas, 87 – Ipiranga
Juiz de Fora / MG

ESTENDA SUA MÃO E PARTICIPE.

ANEXO T – Cartaz da Campanha do Agasalho produzido pelo grupo de alunos da disciplina de Comunicação Comunitária do primeiro semestre de 2012



ANEXO U – Cartaz da Campanha do Leite produzido pelo grupo de alunos da disciplina de Comunicação Comunitária do primeiro semestre de 2012



The poster features a blue background on the left and a photograph of a milk splash into a white cup on the right. The splash is captured mid-air, with droplets frozen in time. The cup is white and partially filled with milk. The overall composition is clean and visually appealing, emphasizing the freshness and purity of the milk.

**CAMPANHA DE
ARRECAÇÃO DE
CAIXAS
DE LEITE**

INSTITUTO
Mão
AMIGA

Mais de 250 famílias necessitadas.
Doe 1 litro ou mais.
Buscamos as doações
na sua casa.

Telefones:
(32) 3061-0265
(32) 3084-6504
(32) 8838-4338

Avenida Darcy Vargas N°87 Bairro Ipiranga, Juiz de Fora