

II Encontro Internacional de Gestão, Desenvolvimento e Inovação

20 a 23 de novembro de 2018 - Naviraí - MS



A REVOLUÇÃO NA COMUNICAÇÃO DE UMA ORGANIZAÇÃO NÃO GOVERNAMENTAL: o caso da Casa Lar Santo Antônio

Carlos Henrique Koslinski Santos

Universidade Federal do Mato Grosso do Sul (UFMS)

chks.original@gmail.com

Daniel Marcos Oliveira da Silva

Universidade Federal do Mato Grosso do Sul (UFMS)

danielbizungo@gmail.com

Lucas Antônio S. Silva

Universidade Federal do Mato Grosso do Sul (UFMS)

lucas_b54@hotmail.com

Lucas Elias Silva

Universidade Federal do Mato Grosso do Sul (UFMS)

lukas.a7x@hotmail.com

Wender Portugal Vieira

Universidade Federal do Mato Grosso do Sul (UFMS)

wender.517portugal@gmail.com

Daiane Fabricia Carvalho Barros Martins

Universidade Federal do Mato Grosso do Sul (UFMS)

daianecarvalhomartins@outlook.com

Fábio da Silva Rodrigues

Universidade Federal do Mato Grosso do Sul (UFMS)

fabiosrod@gmail.com

RESUMO

A comunicação empresarial é uma forma de engajamento de suma importância para uma organização na contemporaneidade. Porém, a comunicação em ONGS possui tanto semelhanças quanto peculiaridades, quando comparadas as organizações convencionais. Diante disso, o presente trabalho teve por objetivo, desenvolver uma otimização no processo de comunicação, tanto interno como externo, da Casa Lar Santo Antônio, com sede em Naviraí-MS. As principais referências teóricas se constituíram em comunicação integrada (TOMAS *et. al*, 2016) e comunicação em ONG`s (BORBA *et. al*, 2012). Metodologicamente, optou-se por desenvolver uma pesquisa-ação (Grundy; Kemmis, 1982). Buscou-se desenvolver a forma de engajamento, arrecadação de recursos, com intervenções práticas, eficazes e acessíveis. Como diagnóstico, detectamos que a forma desempenhada pela Ong era ineficiente e ineficaz, pelo fato que não alcançava os resultados e desperdiçava os recursos disponíveis.

Palavras-chave: Comunicação Empresarial; Organização não-governamental; Otimização de Processos; Lar Santo Antônio.

II Encontro Internacional de Gestão, Desenvolvimento e Inovação

20 a 23 de novembro de 2018 - Naviraí - MS



Este trabalho foi realizado como requisito da disciplina de comunicação empresarial. O desafio que foi proposto consistia em desenvolver uma estratégia de comunicação empresarial (organizacional) para uma Organização sem fins lucrativos (ONG). Metodologicamente, optou-se pela pesquisa ação que pode ser definida como o processo de “identificação de estratégias de ação planejada que são implementadas e, a seguir, sistematicamente submetidas a observação, reflexão e mudança” (GRUNDY; KEMMIS, 1982). Optou-se por desenvolver tal pesquisa na Casa Lar Santo Antônio de Naviraí-MS. O aporte teórico principal consistiu nos elementos da comunicação integrada (TOMAS *et. al*, 2016) e comunicação em ONG`s (BORBA *et. al*, 2012).

No trabalho realizado na Casa Lar Santo Antônio, verificou-se que a comunicação interna ocorre de maneira ineficaz. Objetivando contribuir para a melhoria destes meios de comunicação, sugeriu-se a melhoria do jornal Mural já existente. Neste canal, os comunicados são fixados na parede e expostos em locais estratégicos da organização. Uma sugestão de aplicação prática deste mural foi colocar fotos dos aniversariantes acompanhada de uma mensagem.

Os esforços para melhorar a forma como o Lar é visto pela sociedade, baseou-se em iniciativas acessíveis, e de fácil manutenção. A busca foi por mecanismos já consolidados para melhorar a comunicação externa do Lar Santo Antônio e que pudesse ser mantida após o término das nossas atividades. O Lar Santo Antônio possuía o *facebook*, porém não o utilizava de maneira eficiente, onde tinha um público de quase 5 mil pessoas, mas empregava de forma para benefícios próprios: como divulgações de missas, de ações sócias, de pedidos de produtos higiênicos. Nosso intuito foi aplicar uma melhoria na estrutura da página, promovendo não apenas as campanhas de arrecadação, mas com a intenção de publicar textos informativos que agreguem a organização e pessoas que seguem a página do Lar (Figura 1).

Figura 1: Imagem da página do Facebook depois da intervenção do grupo



Fonte: autores.

A ação prática desenvolvida foi a pintura da parte externa do Lar: foram pintados o muro e as grades que constituíam a fachada da casa. Para a divulgação usamos *banners* e divulgação nas nossas redes sociais, para agregar em suas publicações, assim gerando mais visibilidade. Concretizando isso, utilizamos esse meio de comunicação para divulgar a campanha “Cores Para Alegria vidas!”. A nossa segunda ação foi a elaboração de cartazes para divulgar a Campanha para arrecadação de fraudas, produtos de higiene e de limpeza. Inicialmente o Lar usava cartazes simples, feitos de cartolina e escritos a mão, fato que não era muito atrativo, o que prejudicava a visibilidade, e por consequência o resultado das campanhas promovidas. Contudo, já possuíam pontos de coletas já estabelecidos, o que facilitou nossa atuação, e nos apegamos a isso para ajudar a agregar valor na referente campanha (Figura 2 e 3).

Figura 2: Banner da ação solidária promovida pelo grupo; Imagem do banner com a ‘Missão’, ‘Visão’ e ‘Valores’, do lar



Fonte: autores.

Para potencializar a divulgação da campanha, e ajudar a tornar o lar mais conhecido, foi utilizado um espaço na grade da rádio Cultura AM, no programa da radialista Ângela Norma, no dia 06/06/2018, com a participação dos acadêmicos e integrantes deste grupo, o professor da disciplina de comunicação empresarial, além do diretor da Casa Lar Santo Antônio, Sr. Hélio.

A entrevista durou cerca de 40 minutos, falamos um pouco sobre a ong, sobre a campanha de arrecadação de fraudas e do projeto “Cores Para Alegrar Vidas”, foi citado também as necessidades da Casa Lar Santo Antônio, com o intuito de sensibilizar os ouvintes a ajudar, e deixá-los informados das dificuldades que o Lar enfrenta diariamente (Figura 4). Como também o uso de propagandas breves e objetivas na rádio Karanda FM, nos horários: 09:00, 10:40 e 13:30. Utilizando um texto modelo, abordando aspectos da instituição e um apelo sutil que desmontava a intenção do referente anuncio.

Figura 3: Imagem do cartaz usado antes da intervenção e o proposto e aprovado para a campanha de arrecadação



Fonte: autores.

Texto modelo da propaganda:

Que tal dar uma condição melhor aos nossos velhinhos? Magnífico não acha? Com esse intuito, o Lar Santo Antônio, em conjunto com os acadêmicos primeiro semestre do curso de Administração da UFMS, vem solicitar o apoio de todos da comunidade para ajudarem na campanha de arrecadação de produtos de higiene pessoal, fraldas, agasalhos. Assim, possibilitar que o lar continue dando o conforto necessário e um acolhimento digno a essas pessoas que necessitam de ajuda e um tratamento mais cuidadoso. A campanha conta com postos de arrecadação nos locais: Lar Santo Antônio; Atacado Naviraí e Fogo Atacadista; Mercado Naviraí (antigo Bem Bom).

Figura 4: Entrevista ao vivo na rádio Cultura AM, no programa da Ângela Norma



Fonte: autores.

Conclui-se que as intervenções sugeridas e aplicadas foram efetivas. As arrecadações

aumentaram satisfatoriamente. E o engajamento da instituição perante a comunidade aumentaram. As visualizações, curtidas no facebook e as visitas ao lar aumentaram gradativamente.

REFERÊNCIAS

BORBA, C. P.; PERIN, M. G.; SAMPAIO, C. H.; PASQUALOTTO, C.; UGALDE, M. M. Ferramentas de Comunicação Organizacional em Organizações Não-Governamentais. **Pretexto**. Belo Horizonte, v. 13, n. 3, p. 44-71, jul./set. 2012.

COUTINHO, J. As ONGs: origens e (des)caminhos. **Recherches Internationales**, v. 3, n. 73, 2004.

FRANÇA, J. R. N.; LISBOA, T. M.; ERCOLIN, E. H. A Comunicação Empresarial E Sua Influência No Clima Organizacional. **Revista Eletrônica de Divulgação Científica da Faculdade Don Domênico**, v. 1, n. 10, 2017.

GRUNDY, S. J.; KEMMIS, S. **Educational action research in Australia: the state of the art**. Deakin University Press, 1982.

MARCHIORI, M. Os Desafios da Comunicação Interna nas Organizações. **Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, 2008.

OLIVEIRA, A. C.; HADDAD, S. As organizações da sociedade civil e as ONGs de educação. **Cadernos de Pesquisa**, n. 112, p. 61–83, mar. 2001.

TOMAZ, W. L.; SILVA, F. P. PEREIRA, E. P.; CASTRO, M. D. C. Comunicação integrada: aplicação em uma grande empresa do interior paulista. In: XII Congresso Nacional de Excelência em Gestão & III Inovarse – Responsabilidade Social Aplicada, 1.2016, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: 2016.