



Plano de Comunicação da Associação Paraense das Pessoas com Deficiência (APPD): Uma Parceria com o Terceiro Setor¹

Brenda Vicente TAKETA²
Isaac de Souza LÔBO³
Mari CHIBA⁴
Rafael Felício MILEO NETO⁵
Rosane Albino STEINBRENNER⁶

RESUMO

Em 2006, o Laboratório de Comunicação Institucional, ofertado no 7º período do curso de Jornalismo da Universidade Federal do Pará, apresentou aos alunos o desafio de atender a uma instituição de utilidade pública no intuito de refletir sobre o seguinte questionamento: como a comunicação pode ajudar uma entidade sem fins lucrativos a atingir seus objetivos? O resultado foi a elaboração e execução de um plano de assessoria de comunicação com produtos em diferentes mídias, tendo como ação integradora um projeto de assessoria de imprensa voltado a dar visibilidade a organização-cliente do Terceiro Setor e a sua causa. Tal prática possibilitou o exercício de uma visão crítica da relação entre assessorias, organizações e as redações dos meios de comunicação de massa, apontando a necessidade de coberturas temáticas pautadas mais regularmente pelas demandas sociais como princípio da notícia.

PALAVRAS-CHAVE: Assessoria de Imprensa, Jornalismo de Fonte, Terceiro Setor

1. Introdução

Em 2006, o Laboratório de Comunicação Institucional, desenvolvido por um grupo de professores do curso de Jornalismo da Universidade Federal do Pará, apresentou aos alunos o seguinte desafio: atender a uma instituição de utilidade pública, que não contasse com os serviços de profissionais de comunicação e tentar responder à pergunta “de que forma a comunicação pode ajudar uma entidade sem fins lucrativos a atingir seus objetivos?”.

A resposta deveria ser encontrada na tarefa de elaborar e executar coletivamente um plano de assessoria de comunicação para uma organização do Terceiro Setor, com o

¹ Trabalho submetido ao XIII Expocom Nacional 2007, na categoria Jornalismo, modalidade Assessoria de Imprensa, como representante da Região Norte.

² Aluna líder do grupo e recém-formada em Jornalismo, pela UFPA, e-mail: brendataketa@yahoo.com.br.

³ Recém-formado em Jornalismo, pela UFPA, e-mail: isaaclobo85@gmail.com

⁴ Recém-formada em Jornalismo, pela UFPA, e-mail: marichiba84@gmail.com

⁵ Recém-formado em Jornalismo, pela UFPA, e-mail: rafaelmileo@yahoo.com.br

⁶ Orientadora do trabalho, então professora substituta do Curso de Comunicação Social, habilitação em Jornalismo, da UFPA, e-mail: nanani@amazon.com.br



desenvolvimento de produtos em diferentes mídias (impresso/net e mídias eletrônicas), tendo como objetivo central promover o aumento da visibilidade da organização social e de suas bandeiras de luta entre seus diferentes públicos.

O laboratório, disciplina obrigatória da grade curricular do sétimo período do curso de Jornalismo da UFPA, tem como proposta instigar a reflexão, por meio da interação com a realidade do mercado, e responder à contemporânea demanda por profissionais de comunicação com visão estratégica das organizações e dos campos em que atuam (CHAPARRO, 1999; CURVELLO, 2001, 2003; BUENO, 2003; DUARTE, 2003; KUNSCH 2004). A idéia central era provocar, entre os alunos, professores e clientes, a reflexão crítica sobre o papel e as ações do jornalista dentro das organizações, buscando pensar a comunicação de forma integrada - a comunicação interna (voltada a funcionários, colaboradores, fornecedores) e a externa (voltada para rede de parceiros ou grande público) – e de maneira ética.

O projeto de assessoria, realizado no ano de 2006, teve como parceira a Associação Paraense de Pessoas com Deficiência (APPD) - entidade com 25 anos de existência e com quase 25 mil associados no Pará. Na reta final da graduação, esta foi uma experiência essencial aos alunos, que praticaram o chamado jornalismo de fonte (CHAPARRO, 1999), comumente tratado como assessoria de imprensa. Com uma visão crítica da relação entre assessoria, organização e redações, esta atividade buscou encontrar caminhos para pautar a imprensa local com as demandas sociais, geradas por uma organização do terceiro setor, tratando-as como princípio da notícia.

O projeto de assessoria de imprensa tornou-se o eixo estratégico integrador no planejamento e execução de um plano de comunicação integrada para a APPD, na medida em que o levantamento de informações sobre a entidade e o contexto, necessário para sua elaboração, contou com a participação de todos os alunos, definiu a linha temática e orientou o desenvolvimento dos demais produtos de comunicação.

2. O Projeto – passo a passo

A primeira etapa das atividades práticas do Laboratório consistia na formulação de um projeto voltado ao atendimento de um potencial cliente, selecionado com base em dois critérios básicos – não ter fins lucrativos e não possuir ou contar com um serviço regular de assessoria de comunicação.

Três propostas foram apresentadas pelos alunos, divididos em equipes, a uma banca de professores (dois da disciplina e um terceiro convidado). Levando em conta



critérios como a qualidade no diagnóstico dos problemas de comunicação da entidade, a criatividade e a viabilidade das soluções propostas, apenas um destes trabalhos foi escolhido e, posteriormente, desenvolvido por toda a turma.

O projeto escolhido foi o que se voltava ao atendimento das demandas de comunicação da Associação Paraense de Pessoas com Deficiência (APPD). A partir desta etapa inicial, surge a necessidade do enfrentamento de um permanente e essencial desafio do mercado – superar egos e trabalhar em equipe.

O passo seguinte, para melhor atender a organização-cliente, foi a realização de um grande levantamento acerca da realidade das pessoas com deficiência no Brasil e, especificamente, no contexto paraense e da cidade de Belém.

Divididos em equipes por grandes temas (dados demográficos; direitos/legislação vigente; realidade local, APPD), os alunos desenvolveram um banco de dados para consulta de toda a equipe. Todo esse material foi também repassado à organização.

2.1. O Contexto

De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), 14,5% da população brasileira são pessoas portadoras de deficiência (PPD's). O índice aumenta nos Estados da região nordeste, ultrapassando os 18% na Paraíba.

O Pará ocupa o 11º lugar neste ranking e também está acima da média nacional: 15% dos 6,2 milhões de habitantes do Estado são PPD's, o que representa mais de um milhão das pessoas que moram no Estado. Em Belém, este número aproxima-se dos 214 mil.

As PPD's possuem deficiência mental ou têm dificuldades para ver, ouvir e se locomover, seja de nascença, adquirida por acidentes ou enfermidades. Eliminar as barreiras físicas, como a falta de acessibilidade às ruas brasileiras, e sociais, como o difícil acesso ao mercado de trabalho, é o principal desafio imposto a estas pessoas.

Para isso, é necessário criar mecanismos que integrem efetivamente as pessoas com deficiência à sociedade, interrompendo desta forma o processo de exclusão, imposto a estes grupos, no decorrer da história do país (RETRATOS DA DEFICIÊNCIA NO BRASIL, 2003). Promover a visibilidade de organizações sociais, através da elaboração de estratégias e ações de comunicação, é uma das maneiras de



fortalecer e dar voz aos movimentos sociais e outros grupos, destacando-se aí a questão das pessoas portadoras de deficiência no Brasil.

2.2. O Cliente e suas Demandas

A Associação Paraense das Pessoas com Deficiência (APPD) é uma organização não-governamental, sem fins lucrativos, com sede em Belém, onde há 25 anos presta serviços, gratuitamente, a quase 25 mil associados. Como o atendimento prestado é extensivo aos familiares, o universo de pessoas atendidas chega a 100 mil.

Além de ofertar serviços na área de saúde, educação para jovens e adultos, formação profissionalizante e encaminhamento ao trabalho, apoio ao esporte e promoção de atividades de lazer, a APPD desempenha um importante papel na luta pela elaboração e implementação de políticas públicas que garantam a inclusão social aos portadores de deficiência. Sua missão, segundo os dirigentes da entidade, é garantir a inserção de seus associados na sociedade, na família e no mercado de trabalho.

Entre os pontos fortes da instituição, destaca-se em primeiro lugar a sua longevidade - ou seja, a sua permanência ao longo destes 25 anos como uma organização de referência no atendimento a pessoas com deficiência no Pará. Aliado a este fator está o próprio atendimento prestado que, apesar das oscilações de oferta ao longo dos anos, encontra-se com uma rotina consolidada⁷.

Outro ponto forte é a capilaridade da instituição – a APPD possui 40 núcleos espalhados pelo interior do Pará – além da articulação e inserção política dos dirigentes, que participam de organismos voltados à reivindicação de direitos humanos – a APPD participa dos conselhos estaduais e nacionais de Saúde; Transporte e Educação; Assistência Social; Criança e Adolescente). Isso significa dizer que a APPD é bastante conhecida, mesmo que de forma genérica, entre diversos segmentos (políticos e dos movimentos sociais, por exemplo), porém, as ações específicas da organização ainda se

⁷ A partir de um convênio estabelecido com a Secretaria Executiva de Saúde Pública (Sespa), desde fevereiro de 2006, a Associação Paraense das Pessoas com Deficiência (APPD) disponibiliza atendimento gratuito, aos associados e familiares, nas áreas de clínica geral, fonoaudiologia e odontologia. Diariamente, são mais de 30 consultas realizadas nos turnos da manhã e tarde. Para quem precisa de aparelhos auditivos, órteses e próteses, a APPD tem um cadastro diretamente vinculado às Unidades de Referências do Estado (URE), que tratam, em particular, da causa do portador de deficiência, favorecendo o associado no processo de aquisição dos objetos. Nos casos em que o associado necessita de condução para realizar tratamentos médicos fora da sede da entidade, a APPD dispõe de dois veículos (uma Kombi e uma Van). Se o associado necessitar de tratamentos inexistentes na entidade, a associação mantém contato direto com a Central de Marcação de Consulta do Sistema Único de Saúde (SUS).



apresentavam com baixa visibilidade, entre o público em geral e mesmo entre (potenciais) usuários.

Sendo assim, entre os principais problemas detectados, destacavam-se a baixa visibilidade de suas ações junto à sociedade em geral e aos portadores de deficiência de forma específica, em especial no que se refere aos tipos de atendimentos prestados e às formas de acesso, e a grande fragilidade financeira da organização, muito dependente dos recursos governamentais, provenientes em sua maioria de emendas parlamentares de um parlamentar⁸ envolvido com a instituição.

2.3. Objetivos do projeto & metas da organização

O plano de comunicação da APPD foi finalizado a partir das informações levantadas e de reuniões entre os estudantes e os dirigentes da instituição. Foram identificadas algumas questões-chave, como os principais problemas institucionais, os públicos de interesse e as possibilidades de soluções, que resultaram em possíveis ações de comunicação.

O projeto final, baseado na divulgação institucional, foi pensado como uma ferramenta estratégica para atingir duas metas essenciais ao funcionamento da APPD, assim como à sobrevivência de qualquer organização do Terceiro Setor: o aumento da captação de recursos e a mobilização de parcerias e voluntários, fatores essenciais para garantir maior autonomia à entidade.

Como resposta às demandas da entidade, os alunos desenvolveram produtos (*vídeo institucional, folder, spots de rádio*) e ações de comunicação (*planejamento e execução de evento para divulgação para a imprensa*), capazes de ampliar a interação entre a entidade e os seus diversos públicos, interno e externo, com ênfase para a mediação dos meios de comunicação de massa.

A proposta visava, em última instância, aumentar o capital simbólico (BOURDIEU, 1989) – por meio de uma maior visibilidade/credibilidade da entidade, favorecendo assim um aumento em sua rede de apoio e parceiros e contribuindo para ampliar as suas oportunidades de participação em processos de tomadas de decisão, voltados aos interesses das pessoas com deficiência, em Belém e em todo o Estado do Pará.

⁸ As emendas parlamentares que nos últimos direcionadas à APPD são de autoria da deputada estadual Regina Barata (PT-PA), esposa do atual presidente da entidade, ela própria portadora de deficiência.



3. Ações e Produtos de Comunicação

Dentro do Plano de Comunicação da APPD foram desenvolvidos pela turma de Jornalismo, na disciplina Laboratório de Comunicação Institucional (2006), os seguintes produtos e ações de comunicação:

AÇÃO DE COMUNICAÇÃO	DESCRIÇÃO	DEMANDA A SER ATENDIDA
. Assessoria de Imprensa	<ol style="list-style-type: none">1. Levantamento de informações2. Concepção e planejamento de evento temático (Dia Nacional da Pessoa com Deficiência & segundo turno das Eleições)3. Elaboração de <i>mailing-list</i>4. Elaboração de <i>press-kit</i>5. Divulgação local do evento6. Monitoramento e avaliação de resultados (relatório ou <i>clipping</i>)	<ol style="list-style-type: none">1. Garantir maior visibilidade da APPD, junto à sociedade em geral;2. De maneira específica, atingir os seguintes públicos: potenciais clientes, doadores, parceiros e voluntários e tomadores de decisão.
PRODUTOS DE COMUNICAÇÃO	DESCRIÇÃO	DEMANDA A SER ATENDIDA
. Vídeo Institucional	Com duração de 1 minuto e 45 segundos, o vídeo apresenta as atividades desenvolvidas pela APPD.	Divulgar as ações da APPD junto ao público interno, que participa de audiências, eventos e conferências promovidas pela instituição no auditório de sua sede (que também é alugado a outras organizações) ou nas entidades situadas no interior.
. Spots de rádio	Oito spots de rádio foram produzidos pelos alunos. Acessibilidade, preconceito e serviços da APPD foram alguns dos temas abordados.	<ol style="list-style-type: none">1. Divulgar a instituição;2. Sensibilizar a sociedade em relação às grandes questões ligadas à luta das pessoas com deficiência no país.
. Folder e cartão	Materiais impressos, em versão preto-e-branco e em duas cores, criados para informar as atividades da APPD aos usuários.	<ol style="list-style-type: none">1. Orientar usuários e possíveis clientes sobre os serviços oferecidos pela APPD.2. Apresentar a instituição a públicos específicos: empresas potenciais parceiras e potenciais doadores/voluntários.



3.1. Assessoria de Imprensa

As atividades de assessoria de imprensa, realizadas para a APPD, transcenderam a simples elaboração de textos para a divulgação local. Uma série de atividades foi planejada especialmente para comemorar o Dia Nacional da Luta da Pessoa com Deficiência e garantir uma ampla cobertura jornalística por parte dos principais veículos de comunicação da cidade.

O dia 21 de setembro marcou não apenas a realização do evento, mas também a “reta final” do primeiro turno das eleições para presidente, governador, senador, deputados estaduais e federais. Desta forma, foi possível inserir na pauta das discussões políticas as dificuldades e direitos que os eleitores portadores de deficiências enfrentam em uma cidade como Belém.

3.1.2. Gerando informações e fatos: agenda de atividades

O plano de divulgação previu a construção de uma agenda de atividades para o dia 21 de setembro com a seguinte programação:

21 DE SETEMBRO ATIVIDADES	HORA	LOCAL	PARTICIPANTES
1. Seminário ⁹ Tema: “CIDADANIA DA PESSOA COM DEFICIÊNCIA NO BRASIL DE HOJE: CONQUISTAS E DESAFIOS ”	9h – 11h	Auditório APPD*	Entidades envolvidas na luta pelos direitos das pessoas com deficiência, Ministério Público, PPDs e público em geral Abertura: Coral de Surdos (Hino Nacional)
2. Jogo de Futebol Amistoso	16 h	Campo do CEFET*	Time de amputados da APPD (campeão nacional) X Funcionários da APPD
3. Baile da Saudade	17 h	Auditório da APPD	Grupo de Pessoas Idosas da APPD e público em geral

⁹ O Seminário foi apresentado por Carlos Alberto Batista Maciel, doutor em sociologia pela Universidade Estadual Paulista (UNESP), mestre em antropologia, especialista em políticas sociais e movimentos sociais pela UFPA.



O objetivo era garantir aos meios de comunicação de massa – jornais, rádio e TV - atividades em horários e com personagens diferenciados que pudessem instigar uma ampla cobertura do tema ao longo do dia.

Para abastecer e estimular o interesse da imprensa, foi produzido material de apoio à divulgação (*releases* e avisos de pauta) e elaborada uma lista de veículos de comunicação (rádio, jornal e TV), com os contatos de pessoas-chave (*mailing list*), que orientou a distribuição destes materiais por *e-mail*. Também foi produzido um material especial para entregar durante o seminário (*press-kit*¹⁰), que consistia em:

- Aviso de Pauta: convocação para o Dia 21
- Matéria principal sobre PPDs, eleições e cidadania em Belém.
- Textos complementares (boxes) sobre grandes temas na luta pelos direitos das pessoas com deficiência, sempre incluindo o que a APPD faz ou o papel que desempenha nestes assuntos:
 1. Passe Livre
 2. Acesso e atendimento à saúde
 3. Educação inclusiva
 4. Esporte como superação de barreiras sociais
 5. Acesso ao Lazer
 6. Cotas de trabalho
 7. Acessibilidade
- O material institucional incluía também textos informativos sobre a APPD (o que é, quem atende e o que faz, atividades realizadas e serviços prestados, alcance de suas ações – núcleos no interior)
- Para completar, os alunos elaboraram um banco de fotos, que ficaram disponíveis aos veículos de comunicação interessados nas pautas oferecidas.

Com o auditório da APPD lotado (cerca de 400 pessoas), o evento teve ampla cobertura da imprensa. Durante todo o dia 21, equipes de alunos acompanharam a programação, a fim de atender e encaminhar os jornalistas que cobriram o evento. Para facilitar este processo, *press kits* foram distribuídos e os diretores institucionais ficaram à disposição para a concessão de entrevistas e outras informações relevantes.

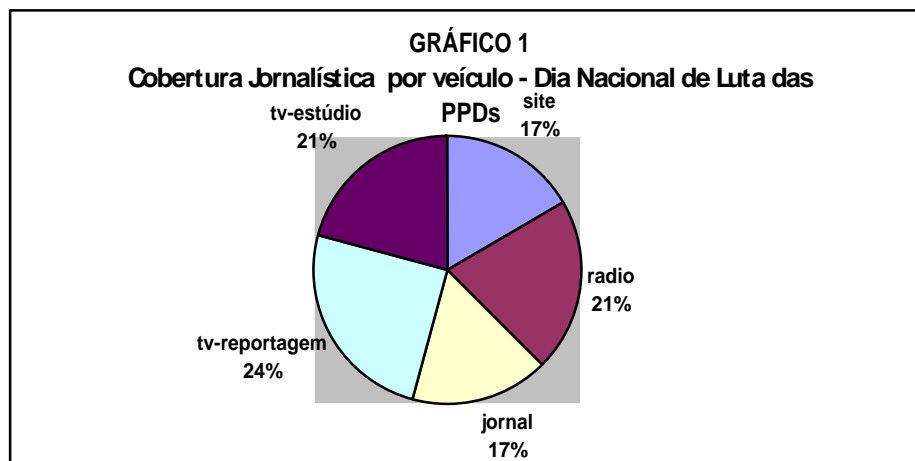
¹⁰ “Conjunto de matérias jornalísticas e textos informativos direcionado aos meios de comunicação de massa em certas situações nas quais se queira garantir um tratamento especial, mais aprofundado da informação ou tema” (RABAÇA e BARBOSA, 2001, p.588). Todas o material produzido está inserido em formato digital no CD-ROM do trabalho apresentado na EXPOCOM 2007.

Várias entrevistas ao vivo em estúdios de rádio e TV foram concedidas e acompanhadas pelos alunos. Na manhã seguinte, foi feita uma reunião de avaliação com toda a equipe e preparado um relatório da cobertura.

Parte da equipe realizou a cobertura interna das atividades do dia 21, para enviar a possíveis veículos que não pudessem comparecer, o que na prática, mostrou-se parcialmente desnecessário. Todos os veículos de comunicação de massa da capital que possuem setor de jornalismo estiveram presentes ao Seminário (7 emissoras de TV, 03 jornais de circulação diária, três rádios e dois sites).

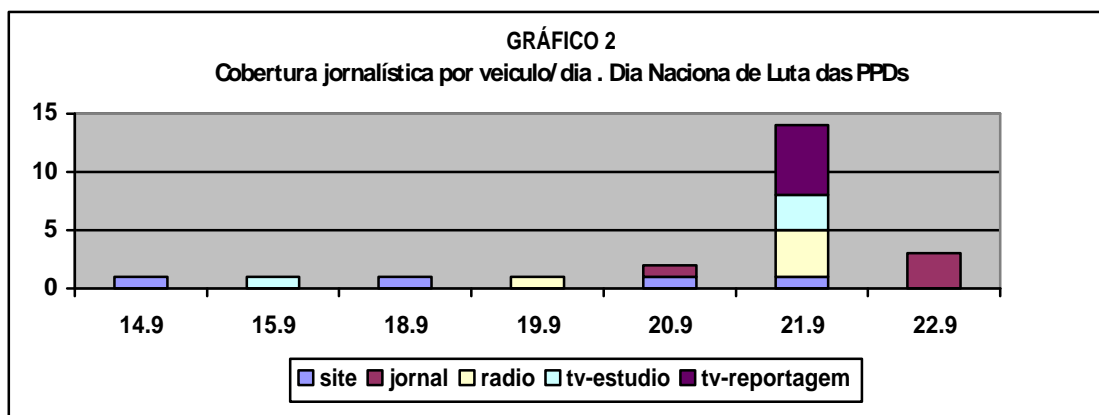
Pode-se afirmar, portanto, que a estratégia de divulgação planejada mostrou-se adequada aos anseios e metas de curto-prazo estabelecidas. O debate sobre os principais dilemas e desafios que cercam as pessoas com deficiência (acessibilidade, inclusão social e no trabalho, cidadania e eleições) foi colocado na pauta pelos principais meios de comunicação de massa da capital do estado do Pará.

No total, conforme gráfico abaixo (1), ao longo de nove dias (de 14 a 22 de Setembro de 2006), foram 23 veiculações, entre reportagens com entrevistados e personagens, matérias informativas e entrevistas em estúdio, nas quais a APPD foi a fonte principal sobre o tema abordado, os direitos, dilemas e desafios dos Portadores de Deficiência.



A maior cobertura, conforme gráfico abaixo (2), ficou por conta das televisões (45%), com inserções, de reportagens e/ou entrevistas em estúdio, em todas as emissoras de TV de Belém (Liberal - Globo, RBA - Bandeirantes, SBT, Record, Nazaré, Rede Boas Novas, e Cultura); a cobertura dos jornais da capital (17%) - O

Liberal, Diário do Pará e Amazônia Hoje - concentrou-se no evento do dia 21, portanto, com o maior número de matérias do dia seguinte ao Dia de Luta das PPDs.



As emissoras de rádio (21%) que produzem informação jornalística (Rádio Liberal, Radio Unama e Rádio Cultura) centraram sua cobertura justamente no dia 21 e a cobertura em *sites* de notícia da capital (Diário on line e Portal ORM) foi dispersa ao longo do período, principalmente concentrada nos dias anteriores ao evento, exercendo papel informativo essencial à divulgação da agenda de atividades programada pela assessoria de comunicação¹¹.

3.2. Produtos de Comunicação

Produtos – ou mídias – específicos também foram trabalhados pelos alunos do Laboratório de Comunicação Institucional.

Com o objetivo de atingir a públicos específicos e atender às demandas de aumento da capacitação de recursos e uma maior mobilização de parcerias e voluntários, foram produzidos os seguintes materiais:

3.2.1. Vídeo Institucional

O vídeo institucional foi elaborado sob a supervisão do professor Alfredo Garcia, tendo duas principais funções: em escala interna, apresenta todas as atividades desenvolvidas pela Associação a seus usuários; e, externamente, o vídeo esclarece as ações da organização junto a potenciais clientes (pessoas com deficiência) ou parceiros (empresas e doadores) que freqüentem eventos realizados no auditório da sede da APPD

¹¹ O relatório completo da cobertura do evento consta também do CD-ROM da EXPOCOM 2007.



em Belém, que também é alugado e cedido a outras instituições, ou nos núcleos da Associação situados no interior do Estado.

Na prática, o vídeo institucional vem sendo utilizado, por exemplo, nas reuniões semanais da APPD em Belém e no interior e em eventos de outras organizações que ocorrem periodicamente em seu auditório.

3.2.2. *Spots* de rádio

Oito *spots* de rádio sobre a APPD também foram produzidos, sob a supervisão da professora Netília Seixas. Este material foi elaborado com o objetivo de dar uma maior visibilidade à instituição, a partir de um veículo de comunicação de grande alcance, como o rádio.

Acessibilidade, inclusão nas escolas, preconceito e os serviços prestados pela APPD foram alguns dos principais temas dos produtos radiofônicos. O maior resultado desta atividade foi a veiculação dos *spots*, durante uma semana, na Cultura FM - uma das maiores emissoras de rádio no Estado do Pará.

A Rede Cultura aderiu à iniciativa, sem ônus para as instituições envolvidas no projeto, divulgando o material na semana dia 21 de setembro, quando foi celebrado pela APPD o Dia Nacional da Luta da Pessoa com Deficiência (21 de Setembro).

3.2.3. *Folder* e Cartão

Produtos impressos são importante ferramenta para divulgar qualquer instituição, seja ou não de fins lucrativos. Com esse pensamento e orientados pela professora Rosane Steinbrenner, os alunos de comunicação elaboraram dois formatos impressos para a Associação Paraense das Pessoas com Deficiência (APPD): um *folder* e uma lâmina semelhante a um cartão postal.

Ambos os produtos tinham como objetivo primordial apresentar a instituição a representantes de empresas potenciais parceiras e potenciais doadores. O material também deveria orientar as quase 25 mil pessoas, entre associados e seus familiares, em relação aos serviços de saúde, educação, esporte e capacitação ao trabalho, oferecidos pela Associação.

Como a APPD tem poucos recursos para o investimento em publicações, foram preparadas duas versões para cada formato - uma colorida e outra em preto e branco, que requer menor custo para a impressão.



4. Conclusão

Pode-se afirmar que as estratégias de divulgação planejadas mostraram-se adequadas aos anseios e metas estabelecidas. O debate sobre os principais dilemas e desafios que cercam as pessoas com deficiência foi colocado em pauta pelos principais meios de comunicação de massa da capital do estado do Pará.

No entanto, é importante ponderar que a comunicação planejada, com caráter estratégico, capaz de agendar os assuntos de interesse da organização, foi um episódio isolado dentro da rotina da APPD. Em seu dia-a-dia, sem estrutura própria de comunicação, a organização consegue apenas reagir às demandas dos meios de comunicação, que eventualmente a elegem como fonte de informação.

Os produtos desenvolvidos (*folder*, vídeo e *spots*) são usados atualmente pela organização de forma parcial. O *folder* e o cartão, por falta de recursos, não foram impressos, mas uma forma simplificada, como uma filipeta, vem sendo utilizada junto aos seus usuários. Os *spots* de rádio não foram mais veiculados por falta de articulação com os veículos e o vídeo é o produto que tem um uso mais regular, em apresentações a grupos de trabalho e a visitantes, no espaço do auditório da APPD e em seus núcleos, no interior.

Isso evidencia a importância de que parcerias como esta, firmada no primeiro semestre de 2006 entre o Curso de Comunicação da UFPA e a APPD, tenham um caráter continuado. Demonstra também a necessidade de se institucionar, com a criação de mecanismos permanentes como a criação de agências universitárias de comunicação, a saudável e produtiva relação entre a universidade e o Terceiro Setor.

A resposta à pergunta central perseguida pelos alunos de Comunicação da UFPA - “*de que forma a comunicação pode ajudar uma entidade sem fins lucrativos a atingir seus objetivos*”? - está, talvez, na soma de dois princípios essenciais: o da função primordial do chamado Terceiro Setor aliado à noção de interesse público, que deve reger a profissão do jornalista.

Formado por organizações não-governamentais e entidades beneficentes, a missão do Terceiro Setor – um segmento social e um mercado de trabalho crescente, que já soma 250 mil organizações no Brasil, responsáveis pela movimentação de valores correspondentes a 1,5% do PIB brasileiro (LANDIM apud LOPES) – é promover a inclusão social de um público que geralmente vive à margem das decisões. Já a finalidade do jornalismo, ao contar o que está acontecendo no mundo e o que



importa ao público conhecer, é criar um fórum, um espaço público, para debater problemas e, quem sabe, buscar consensos.

No caso do Plano de Comunicação da APPD, o grande valor do projeto reside no fato de que ele fez algo simples e fundamental: na interação entre os atores, fez o conhecimento saltar os muros da universidade para se aliar à sociedade e a quem realmente tem necessidade dele.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BUENO, Wilson da Costa. *Comunicação Empresarial: Teoria e Pesquisa*. São Paulo: Manole, 2003. P.3-17.

BOURDIEU, Pierre. *O Poder Simbólico*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1989.

CHAPARRO, Manuel Carlos. Jornalismo na Fonte. In: *Seminário de Comunicação do Banco do Brasil*. Brasília: Banco do Brasil, 1996.

CURVELLO, João José Azevedo. *Comunicação e as Organizações*. In: *Autopoiese, Sistema e Identidade: a comunicação organizacional e a construção de sentido em um ambiente de flexibilização nas relações de trabalho*. Tese de doutorado. Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, 2001.

DUARTE, Jorge (org.). *Assessoria de Imprensa e relacionamento com a mídia*. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2003.

KARAM, Francisco José. *A ética jornalística e o interesse público*. São Paulo: Summus, 2004.

KOPPLIN, Elisa; FERRARETTO, Luiz Artur. *Assessoria de imprensa: teoria e prática*. Porto Alegre: Sagra/DC Luzzatto, 1996.

KUCINSKI, Bernardo. *Jornalismo na era virtual: ensaios sobre o colapso da razão ética*. São Paulo: Unesp, 2005.

KUNCSH, Margarida da Maria Krohling. *Planejamento de relações públicas na comunicação integrada*. São Paulo: Summus, 2003.

LOPES, Nilza. *Terceiro setor: organização sem fins lucrativos*. Disponível em: <http://www.wooz.org.br/setor3monografia6.htm>. Último acesso: 15/07/2007.

RETRATOS DA DIFICÊNCIA NO BRASIL (PPD) / Marcelo Neri. Rio de Janeiro: FGV / IBGE, CPS, 2003. 250 p.

This document was created with Win2PDF available at <http://www.win2pdf.com>.
The unregistered version of Win2PDF is for evaluation or non-commercial use only.
This page will not be added after purchasing Win2PDF.