



INATECSOCIAL: A ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO EM OUTRA PERSPECTIVA

WAYHS, Mariana de Oliveira¹; SILVA, Enedina Maria Teixeira²; COSTA, Fernanda Bertollo³

Palavras-Chave: Comunicação. Voz. Social. Propagação.

INTRODUÇÃO

A Inatecsocial – Incubadora e Aceleradora Tecnológica de Negócios Sociais da Universidade de Cruz Alta foi formalizada em 2015, impulsionada por projetos de extensão e de pesquisa realizados com grupos de catadores.

A Incubadora é um agente facilitador que atua para apoiar grupos de empreendimentos com o objetivo de promover a geração de trabalho e renda, interessados em solidificar sua atividade e contribuir para a consolidação destes empreendimentos, buscando alcançar autonomia e independência dos mesmos.

Com a finalidade de promover a incubação e aceleração de negócios sociais, segundo os princípios da economia solidária e da economia criativa, da região de abrangência da Universidade de Cruz Alta, o ambiente da Incubadora busca a integração com os Centros Acadêmicos, incentivando a extensão universitária e a pesquisa científica.

Nesse cenário, a Assessoria de Comunicação tem como objetivo divulgar as iniciativas e as demandas dos projetos e dos empreendimentos, desde campanhas de arrecadação de matérias-primas reaproveitáveis para confecção de produtos com o objetivo de geração de trabalho e renda, para grupos em situação de vulnerabilidade, até campanhas em veículos de massa para contribuir com uma cultura sustentável na região.

¹ Mestre em Práticas Socioculturais e Desenvolvimento Social da Unicruz. Graduada em Comunicação Social e Letras pela Unicruz. Assessora de Comunicação da Inatecsocial Unicruz e docente dos Cursos Técnicos, Eja e Pós-Graduação do Seg. E-mail: mawayhs@unicruz.edu.br

² Mestre em Engenharia de Produção pela UFSM, possui Graduação em Ciências Políticas e Econômicas e em Direito pela Unicruz. Atua como Presidente da Fundação Universidade de Cruz Alta e como Coordenadora da Inatecsocial. E-mail: eteixeira@unicruz.edu.br

³ Acadêmica do Curso de Jornalismo e Bolsista da Inatecsocial Unicruz. E-mail: fernandabertollocosta9@gmail.com



XVIII

Seminário Internacional de Educação no MERCOSUL

II Mestrado de Tecnologias na Educação a Distância
III Mestrado de Trabalhos Científicos do PIBIC
VI Curso de Práticas Socioculturais Interdisciplinares
VIII Encontro Estadual de Formação de Professores



O grande diferencial em termos de Comunicação em uma Incubadora é que o Assessor não dispõe de recursos financeiros para promover as campanhas, precisa atuar de forma criativa na elaboração de projetos para buscar doações de mídia e parcerias nas iniciativas privada e pública para concretizar os planos e os eventos de divulgação. Nesse sentido, os veículos de massa doam espaços de divulgação e são exibidos como apoiadores dos Projetos, o que contribui com o status de responsabilidade social corporativa, bem como as empresas que participam numa relação parecida, a partir de trocas de recursos pela exposição da imagem aliada a projetos sustentáveis e sociais.

As parcerias para propagação das atividades da Inatecsocial vão além de campanhas em veículos. As estratégias de divulgação, definidas de forma coletiva entre a equipe técnica da Incubadora, bolsistas, coordenação, docentes, de acordo com as necessidades apontadas pelos grupos participantes dos projetos e dos empreendimentos, envolvem ações corpo a corpo (mutirões de divulgação em residências, eventos da região, na rua), campanhas nas mídias sociais, WhatsApp, envolvimento de instituições como Rorarys, Exército, Prefeituras, dentre outras.

Segundo Freire (2014) a educação é comunicação, é dialógica, já que não se configura apenas como transmissão de conhecimento, mas como a interação de sujeitos interlocutores que buscam a significação de significados. Os processos de divulgação na Incubadora buscam essa perspectiva de educação já que objetivam a promoção de atitudes sustentáveis e solidárias. Buscamos constantemente entrelaçar nossas vozes com as vozes da comunidade, para resignificar a relação dos cidadãos com o seu próprio meio no que se refere à inclusão social, à reciclagem de hábitos, ao comportamento enquanto consumidores.

Esse novo efeito de sentido para o fazer da profissão de Comunicólogo coloca a Comunicação Social como uma área transformadora para a sociedade, já que busca não o crescimento individualizado de grandes empresas, mas o despertar da sociedade para uma nova cultura: a geração de trabalho e renda nos princípios da economia solidária e criativa, que prevê um crescimento colaborativo e coletivo.



PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

As ações da Assessoria de Comunicação da Inatecsocial são voltadas ao atendimento dos diversos públicos participantes dos Projetos e Empreendimentos Sociais, bem como os docentes e bolsistas da Universidade de Cruz Alta que tenham projetos vinculados à Incubadora. As ações são definidas com objetivos coletivos, voltados à participação, à interação e à interdisciplinaridade das áreas e dos públicos.

As estratégias de comunicação são elaboradas de acordo com os princípios de pesquisa-ação, pois partem das necessidades dos grupos participantes. A investigação-ação, apesar de exigir a sistematização concreta e o rigor dos procedimentos científicos vai além, pois contempla a vida prática, as situações do cotidiano do público pesquisado são levadas em consideração (SOUZA, 2002).

Dessa forma, o elemento desencadeador do processo de reflexão-ação para definir as estratégias de divulgação é sempre a necessidade do grupo atendido. Após um diagnóstico, parte-se para o planejamento, para as atividades e para a observação. Por fim, um olhar coletivo é direcionado às ações desenvolvidas, a fim de avaliar os pontos fortes, fracos, o que pode ser repetido e o que deve ser modificado.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

A Comunicação trabalhada na perspectiva social tem promovido inúmeras conquistas para os grupos atendidos nos variados projetos da Inatecsocial da Unicruz em várias dimensões da sustentabilidade: ambiental, cultural, socioeconômica e política.

As recentes conquistas de doação de mídia a partir de projeto aprovado pela Fundação Maurício Sirotsky Sobrinho, rádios e jornais da região repercutiram em aumento de materiais nas Associações de Catadores, as ações alternativas nas mídias sociais têm propagado as ideias da reciclagem de hábitos, as parcerias com os veículos de comunicação e instituições da comunidade para eventos, atividades de divulgação corpo a corpo têm contribuído para a promoção da cultura da economia solidária e criativa na região.

Esses avanços podem ser mensurados pelo aumento constante nas doações de materiais aos projetos, na participação do público em Feiras de Economia Solidária, nas doações de materiais recicláveis que, a cada dia, aumentam nas associações de catadores, na procura pela



XVIII

Seminário Internacional de Educação no MERCOSUL

II Mestrado de Tecnologias
na Educação a Distância
III Mestrado de Trabalhos
Científicos do PIBID
VI Curso de Práticas Socioculturais
Interdisciplinares
VIII Encontro Estadual de
Formação de Professores



aquisição de artigos produzidos pelos Grupos da Inatecsocial: bolsas de banners, vassouras de pet, sabões ecológicos, dentre outros.

CONSIDERAÇÕES FINAIS OU CONCLUSÃO

“O homem, como ser social, necessita do seu semelhante para satisfazer suas necessidades e completar-se, o que é possível mediante uma interação de pessoas que buscam alcançar resultados pela conjugação de esforços” (KUNSCH, 2002, p. 21). Quando trabalhamos a Assessoria de Comunicação com o objetivo de congregar ações e esforços pela sustentabilidade, precisamos ousar nas estratégias já que não somos culturalmente educados para isso. A projeção do outro, o espelho do outro, é fundamental para alcançarmos resultados efetivos.

É nesse sentido que buscamos parcerias para credibilizar e propagar as ações da Inatecsocial, visando à geração de trabalho e renda, à sustentabilidade e à criação de uma cultura de economia solidária e criativa na nossa região.

REFERÊNCIAS

FREIRE, Paulo. **Educação e comunicação ou o difícil caminho da liberação**. Entrevista concedida a Ana Maria Fadul. IDAC, [S.I], p.88-92, 1987. Disponível em: <<http://acervo.paulofreire.org/xmlui/handle/7891/1248#page/2/mode/1up>>. Acesso em: 30 ago. 2017.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada**. São Paulo: Join Bureau, 2002.

SOUZA, Antonio Escandiel de. **Cartas de mala-direta: uma proposta de oficina de leitura via pesquisa-ação**. Cruz Alta: Editora Centro Gráfico UNICRUZ, 2002.