

O PAPEL DA COMUNICAÇÃO NUMA ORGANIZAÇÃO DE COMBATE AO RACISMO: ESTUDO DE CASO DA ONG MARIA MULHER ENTIDADE DE MULHERES NEGRAS

Cécilia Cecília Santos Chilaúle¹
Deivison Campos²

RESUMO

O presente trabalho pretende mostrar o papel da comunicação na organização Maria Mulher que atua no combate ao racismo. Analisa como organizações do terceiro setor, ligadas à questão de identidade, partindo da organização Maria Mulher, trabalham as ações e estratégias de comunicação interna e externa no combate à discriminação. Também busca compreender as dificuldades que a organização enfrenta no combate ao racismo, descrevendo as ações de comunicação realizadas pela ONG, identificando os processos de comunicação e avaliando, em última análise, o papel da comunicação nessas ações de combate à discriminação racial que é uma atitude comportamental que contende com o valor da pessoa humana e traduz-se em danos psicológicos, sociais e até culturais, com a falta de acesso aos estudos, trabalho, vida digna etc. Através da comunicação institucional, a organização tem trabalhado no sentido de amenizar a situação de pessoas atingidas pelos atos de discriminação.

PALAVRAS-CHAVE: discriminação racial, comunicação institucional, Organização Maria mulher, Relações Públicas

ABSTRACT

This paper aims to show the role of communication in the organization Maria Mulher who serves on the fight against racism. Examines how the third sector organizations, linked to the question of identity, through the organization Maria Mulher work the actions and strategies for internal and external communication in combating discrimination. It also seeks to understand the difficulties that the organization faces in combating racism, describing the actions of communication made by the ONG's, the process for identifying and evaluating communication, ultimately, the role of communication in these actions to combat racial discrimination is an attitude behavior that conflict with the value of the human person and result in psychological damage, social and even cultural, with the lack of access to education, work, etc. dignified life. Through institutional communication, the organization has been working to alleviate the situation of those affected by acts of discrimination.

KEYWORDS: racial discrimination, institutional communication, Maria Mulher Organization, Public Relation

¹ Bacharel em Comunicação Social, habilitação Relações Públicas, da Universidade Luterana do Brasil. E-mail: celcia05@gmail.com

² Orientador. Jornalista, Mestre em História, professor do Curso de Comunicação Social da Universidade Luterana do Brasil. E-mail: deivison_campos@hotmail.com

1. INTRODUÇÃO

A reprodução do pensamento baseado na existência de raças humanas foi motivo de justificativa para que determinados grupos pudessem exigir ou alegar suas posições e legitimidade, no que diz respeito às suas características físicas, culturais, políticas e socioeconômicas. Um exemplo clássico é a justificativa dada pelos europeus para colonizar povos na África, Ásia, América Latina, acreditando que, junto à Igreja Católica, estariam levando a palavra de Deus e da civilização aos desafortunados. Esse tipo de pensamento, praticado pela discriminação enraizada na sociedade, veio a se manifestar de diferentes formas e em diferentes esferas de reprodução da vida social, embora exista um grande esforço por parte de organizações da sociedade civil, estado, organizações não governamentais, no sentido de combater a esse tipo de comportamento. Vale ressaltar que ainda existem e persistem práticas discriminatórias que impedem o acesso de segmentos da sociedade civil pela suas orientações religiosas, sexuais e de vários outros matizes. Algumas entidades, como a ONG Maria Mulher, trabalham no combate à discriminação racial. Através de diversas estratégias, incluindo ações de comunicação, desenvolvem atividades que contribuem para a garantia dos direitos e cidadania da população negra.

A organização Maria Mulher Grupo de Mulheres Negras foi criada em 8 de março de 1987, no Dia Internacional da Mulher. O objetivo do grupo inicialmente era lutar pelos direitos das mulheres negras brasileiras. Os anos 80 foram marcados pela organização dos movimentos sociais negros e de mulheres no País. Maria Mulher apontava para a necessidade de os movimentos incorporarem a luta das mulheres negras. As primeiras reuniões contaram com uma dezena de mulheres negras, do movimento social negro, do movimento feminista e outras sem ligação com os movimentos sociais (MARIA, 2008).

A entidade Maria Mulher milita em cinco linhas de atuação: defesa dos direitos das mulheres, construção da cidadania de meninas e adolescentes, promoção da igualdade racial; intervenção política; e documentação, pesquisa e informação. Desta maneira, realiza a sua intervenção na sociedade de Porto Alegre.

A Ong denuncia, entre outras coisas, a baixa procura pela aplicação da legislação anti-racismo no Brasil. Também a naturalização da discriminação racial/étnica, a certeza da impunidade da (o) criminosa/criminoso e a forma “banal”

como, geralmente, são tratadas as denúncias de racismo, que desencorajam muitos afrodescendentes a procurar o amparo da lei (MARIA, 2008).

Na história brasileira, o negro não foi inserido na sociedade desde o período pós-abolição. Desta maneira, sem plenos direitos, o negro não é reconhecido como um cidadão. As organizações, como a Maria Mulher, têm desenvolvido um trabalho em virtude disso. Também os movimentos negros foram importantes para pressionar o governo a criar políticas públicas para as populações negras, políticas de inclusão e, entre elas, a das cotas. Uma lei aprovada pelo Congresso, a 10639/2002, por exemplo, tem como função a obrigatoriedade do ensino da história e da cultura africana e afro-brasileira no ensino fundamental e médio, graças à participação de pessoas desses movimentos sociais.

A discriminação racial carece de uma maior discussão. Vários obstáculos impedem que os negros acessem lugares sociais com igualdade, tenham uma vida digna, para trabalhar, acesso aos estudos em todos os níveis, entre outros. Os meios de comunicação são reflexos disso. A imprensa é espelho de seus telespectadores. Mesmo na posição de formadora de opinião, compartilha o preconceito e a indiferença com os negros. Trabalhar a discriminação racial, a partir da ONG Maria Mulher, ocorre pelo fato de ser uma entidade feminista cuja missão é a defesa dos direitos humanos das populações marginalizadas e excluídas, principalmente, o afro-descendentes.

O trabalho coloca em destaque a discussão social sobre a etnia negra e o preconceito que a maioria das pessoas ainda mantém. Analisa, ainda, como organizações do terceiro setor, ligadas à questão de identidade, partindo da organização Maria Mulher, trabalham as ações e estratégias de comunicação interna e externa no combate à discriminação. Também busca compreender as dificuldades que a organização enfrenta no combate à discriminação racial, descrevendo as ações de comunicação realizadas pela ONG, e identificando os processos de comunicação.

Hoje em dia, é importante que as entidades se conscientizem pela conjugação positiva da comunicação institucional, ao desenrolar a gestão das atividades. Ainda que seja em um sistema de fraco desenvolvimento, onde participar de mudanças é um ponto de vista primordial, por motivos de sobrevivências, unir a qualidade de informações evita que algumas instituições parem. Para Luis Galeão (1998, p.32),

as propostas de promoção da diversidade nas organizações no Brasil devem ser consideradas em conjunto com o contexto social da convivência entre grupos sociais no Brasil. É uma tradição cultural brasileira a negação da discriminação. A expressão mais feliz para retratar a contradição entre fala que nega o preconceito e a ação de discriminação foi cunhada por Florestan Fernandes: preconceito de ter preconceito. Nesse caso é necessário lembrar que diversos grupos sociais são discriminados e merecem serem incluídos nas organizações negros, mulheres, pessoas com deficiências, homossexuais e idosos.

De qualquer forma, a comunicação deve ser desenvolvida dentro daquilo que são as realidades no seio da organização, respeitando sua cultura, política, mitos, e crenças. Desta maneira, poderão ser identificados os meios mais adequados para ser mais eficaz e eficiente e suas mensagens serão mais claras e significativas para os seus públicos. Segundo Paula (apud, NASSAR, 2003, p.34),

A imagem de uma empresa depende, em grande parte, da imagem que é transmitida pelos seus colaboradores. Só um colaborador informado e motivado poderá responder às críticas, explicar as dificuldades, realçar os méritos e veicular os sucessos, atuando como embaixador credível e positivo. A grande aposta é o desenvolvimento o aperfeiçoamento e a recriação das relações internas da organização.

Com a evolução dos esforços de comunicação interna as empresas tendem a crescer cada vez mais.

1.1 REFERENCIAL TEÓRICO

A pesquisa tem por objetivo analisar, as dificuldades enfrentadas pelas organizações como a Maria Mulher que luta contra a discriminação racial e identificar, estrategicamente, a melhor maneira de se comunicar com o público da organização no âmbito da responsabilidade social e na conquista da credibilidade diante da sociedade. Para tanto, se utilizará dos Estudos Culturais que, segundo Blundell et al. (1993, p.2)

Os Estudos Culturais não dizem respeito apenas ao estudo da cultura. Nunca pretenderam dizer que a cultura poderia ser identificada e analisada de forma independente das realidades sócias concretas dentro das quais existem e a partir das quais se manifestam.

Os estudos culturais é um campo de pesquisa que envolve estudos de cultura em diversas vertentes da sociedade, como empresas, igrejas, escolas, governo, etc nas áreas

de casos referentes à identidade, etnia, globalização, sexualidade, gênero e cultura popular, seus públicos e muito mais. Um traço importante de atuação dos estudos culturais é o compromisso de interagir diretamente com as práticas políticas, sociais e culturais, também objetivos de sua abordagem (BLUNDELL et.al 1993).

Alguns conceitos norteiam o trabalho. A atividade de Relações Públicas trabalha o esforço planejado e sistemático para estabelecer e manter a boa vontade e a compreensão mútua entre uma organização e seu público. Promove e administra relacionamentos, como conflitos, valendo-se, para tanto, de estratégias e programas de comunicação de acordo com diversas situações reais do ambiente social. O grande desafio para área é conseguir gerenciar a comunicação entre as duas partes. Contribuir para o cumprimento dos objetivos globais e da responsabilidade social das organizações, mediante o desempenho de funções e atividades específicas, é outro desafio constante a ser considerado como meta das relações públicas. As relações públicas destacam-se assim, pela probabilidade de modificar a realidade não só por técnicas de comunicação, mas por estratégias pensadas inteligentemente de acordo com as necessidades dos públicos e transformadas em ação (PENN,1995.p.47).

Para isso, baseiam-se em quatro teorias essenciais que são as teorias administrativas, estratégicas, mediadora e a política. Segundo Andrade (2003, p.41), as funções descritas com essências para atividades de Relações Públicas estão relacionadas entre si possuem interdependência na atuação dentro da organização e estão relacionadas às funções básicas para um profissional de Relações públicas. Funções essas que são: Assessoramento, pesquisa, planejamento, execução e avaliação. O desenvolvimento destas funções requer que o profissional tenha alto conhecimento das práticas a serem desempenhadas, pois todas exigem articulação, habilidade de compreensão, cultura geral e poder de percepção.

Segundo Kunsch (2003, p.164), comunicação institucional está intrinsecamente ligada aos aspectos corporativos institucionais que explicitam o lado público das organizações, Constroem uma personalidade creditava organizacional e tem como proposta básica a influência política-social na sociedade onde está inserida. A comunicação institucional objetiva conquistar simpatia, credibilidade e confiança, realizando, como meta finalista, a influência política – social, utiliza, para tanto, estratégias de relações públicas, tanto no

campo empresarial como no governamental, de imprensa, publicidade, até as praticas.

Fazer comunicação institucional é uma maneira de se conhecer a organização e compartilhar seus atributos, mostrar a importância através de estratégias e políticas bem delimitadas da comunicação.

Chama-se de terceiro setor, entidades sem fins lucrativos que não se encaixam no setor estatal e nem no setor privado, como as organizações não governamentais (ONGs), fundações, instituições entre outros. Essa divisão da sociedade em setores parte da idéia do desenvolvimento sustentável, onde cada um é responsável, por promover o desenvolvimento comum, mantendo a comunidade, de forma auto-sustentável, visto que o governo não teria mais como manter a sociedade sozinho. Em seu sentido mais amplo, a estratégia de desenvolvimento sustentável visa promover a harmonia entre os seres humanos e entre a humanidade e a natureza. Como o estado é falho e não tem a capacidade de atender a todos, pessoas e organizações preocupadas com o bem estar da sociedade unem e formam as organizações do terceiro setor. Essas entidades, que visam melhorar o mundo em que se vive através de um trabalho sério, muitas vezes tem dificuldades de atingir seu objetivo por falta de comunicação com públicos essenciais a elas, tais como governo, mídia e empresas de sua região (FERNANDES,1994 p.26).

O terceiro setor é atualmente uma das áreas em que a comunicação está em crescimento já que é cada vez mais importante a credibilidade dessas organizações. Surge então um mercado com amplo potencial para as Relações públicas, pois se trata de uma comunicação genuinamente institucional (FERNANDES,1994).

O ser humano é social. Reúne esforços para poder alcançar os seus principais objetivos, assim designa-se as organizações. Estas entidades atuam em diversas áreas. Define suas atividades pela sua maior importância. No entanto, as compreensões gerais dessas definições são que muitas vezes acabam em resultados comuns. Segundo Magarida Kunsch (2003. p72), “as organizações são grandes canais de informações para todos os públicos, sendo eles internos ou externos” .

Antonio Guimarães (2001) retrata que o racismo pode ser pensado como a

adoção de uma visão equivocada da biologia humana, expressa pelo conceito de raça, que estabeleceu uma justificativa para a subordinação permanente de outros indivíduos e povos, temporariamente sujeitos pelas armas, pela conquista, pela destituição material e cultural, ou seja, pela pobreza.

O falar de racismo é também tocar em desigualdade sem esquecer da discriminação que são fatos muito presentes na sociedade.

1.2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A pesquisa realizada é de abordagem qualitativa, porque vem da necessidade de conhecer as opiniões da pesquisada, não tendo a necessidade de expressá-las de forma numérica. A pesquisa qualitativa trabalha com descrição, comparações e interpretações. Pode ser mais participativo e, portanto, menos controlável. Os participantes da pesquisa podem direcionar o rumo do trabalho em suas interações com o pesquisador. Através desta, pretende-se descrever as ações de comunicação da instituição, e a importância das mesmas na sua história. O nível será exploratório porque é uma pesquisa sem muita fonte, com pouca fundamentação teórica, usa o pesquisador como instrumentos fundamentais. (DUARTE/2002)

A metodologia utilizada foi um estudo de caso, feito através do levantamento documental e no site da organização Maria mulher na busca de textos tópicos que serão transformados em unidades de textos. Também foram realizadas entrevistas com a assessora de comunicação da ONG, Vera Deisy Barcellos, jornalista, que atua na entidade há quatro anos, a psicóloga Maria Luisa de Oliveira, parceira do projeto SOS Racismo, e com a coordenadora adjunta Maria Cristina dos Santos Ferreira. As entrevistas foram realizadas em profundidade, por telefone, e visitas à entidade na sede da vila cruzeiros e no centro de Porto Alegre.

2. MARIA MULHER

A proposta de buscar o bem estar da mulher negra foi um dos principais motivos para que a organização feminista surgisse na sociedade porto alegre. Numa reunião de movimento negro em São Paulo, no dia 20 de novembro de 1986.

Um grupo de mulheres percebeu que faziam parte do grupo, mas não eram valorizadas em sua diferença e problemas específicos. Começaram a olhar para os problemas de mulher, como a violência doméstica, a educação, acesso ao mercado de trabalho. Também chegaram à conclusão que a mulher ainda era muito submissa. Com isso, criaram a entidade que pudesse atender a estas demandas (MARIA, 2008).

Com a instituição das discussões, a Maria Mulher foi se estruturando melhor. Várias voluntárias se propuseram para ajudar a entidade em suas campanhas, tendo mais condições para que pudessem atender as vítimas de violência psicológica e física. No período de crescimento da entidade, foram ampliadas as áreas de atuação que são: Defesa dos Direitos das Mulheres, Construção da Cidadania de Meninas e Adolescentes, Promoção da Igualdade Racial, Intervenção Política, Documentação, Pesquisa e Informação (MARIA, 2008).

A organização funciona com a ajuda de três coordenadoras, duas funcionárias, uma equipe de projetos, conselho consultivo, equipe de colaboradores parceiros e financiadores. Na última sexta- feira de cada mês, é feita uma reunião com as equipes todas que atuam na organização. Nessa reunião, discutem questões administrativas numa espécie de balanço do mês anterior. Tendo em conta que a entidade trabalha com vários projetos, as mulheres não têm horários únicos para se reunir na organização. Também aproveitam para realizar algumas formações em política e ética nestes mesmos encontros. As reuniões são feitas na sede da organização no centro de Porto Alegre. É elaborado um relatório anual para os colaboradores parceiros e financiadores.

A entidade conta, também, com três equipes de voluntárias. Uma atua na Vila Cruzeiro que fica na Av: Moab Caldas 2035, a outra no Bom Jesus, e a fica situado no centro de porto alegre na Av: Travessa francisco truda, 40 Sobreloja .Fone: 3286-8482, Fax 3219-0180. Na sede da Cruzeiro, funciona uma sala de cinema, um telecentro, área de informática, curso de corte e costura, atendimento as vitimas de discriminação racial, violência domestica HIV/AIDS. Também possui uma cozinha na qual as adolescentes e jovens aprendem a fazer doces e salgados. Na Bom Jesus, a entidade possui duas voluntárias, uma psicóloga e outra assistente social, que atendem 40 famílias

carentes, atuam no atendimento a prevenção do HIV/AIDS e na violência doméstica. Na sede do centro de Porto Alegre funciona o projeto SOS Racismo e também é onde são realizadas as reuniões mensais. (FERREIRA, 2008).

O seu principal público são mulheres negras de todas as idades, residentes em Porto Alegre, especialmente na Vila Cruzeiro do Sul. A entidade está inserida na comunidade a fim de formar parcerias, respeitando os valores locais e sua cultura. Busca promover o bem estar e dispor de forças de trabalho. A organização espera desse público o apoio das forças da comunidade, convivência harmônica, colaboração, confiança e satisfação (FRANÇA, 2004, p.92).

Além delas, a organização também se relaciona com órgãos públicos [legalidade da entidade], comunidade [pessoas beneficiadas e que ajudam no trabalho realizado], voluntários [pessoas com vontade de trabalhar nas causas sociais], colaboradores [pessoas físicas ou jurídicas que contribuem financeiramente através de documento bancário e serviços prestados], funcionários [trabalham na entidade para seu sustento e apóiam a causa com orgulho e satisfação], fornecedores [prestam serviços mediante pagamentos], crianças, adolescentes e jovens, mulheres adultas e famílias, que são beneficiadas pela entidade em programas de alimentação, educação e cultura (OLIVEIRA, 2008).

A organização Maria Mulher trabalha no sentido de desenvolver projetos e atividades que possibilitem as meninas e adolescentes negras a construírem ações propositivas de intervenção na sociedade. A organização faz atendimento as adolescentes em situação de risco e vulnerabilidade social. Também presta informações aos responsáveis de procedimentos para denúncia em caso de violência sexual contra crianças e adolescentes. Também fazem visitas domiciliares, reuniões com pais, responsáveis e com as escolas que as adolescentes estudam principalmente na região da Grande Cruzeiro.

A ONG também presta serviço através do programa SOS Racismo, espaço em que as mulheres jovens e adolescentes vítimas de discriminação recebem atendimentos psicológico e jurídico gratuito. As atividades desenvolvidas nesta área são voltadas para garantir os direitos e cidadania da população negra. Ainda oferecem oficinas e seminários de auto-estima para as vítimas de discriminação étnica e racial (OLIVEIRA, 2008).

O programa SOS Racismo, no estado do Rio Grande do Sul, surgiu pela iniciativa de Maria Mulher - Organização de Mulheres Negras e começou a ser

desenvolvido no ano de 2001, em Porto Alegre. Nesse mesmo período, surgiram diversos serviços semelhantes em outros estados do país que foram resultado de proposta dos movimentos negros e do movimento de mulheres negras quando organizaram intensa mobilização social no ano de 1995, denominada Marcha Zumbi dos Palmares, em alusão aos 300 anos de nascimento desse líder da resistência negra no Brasil. A mobilização dos movimentos sociais e a pressão junto ao poder público deram origem a iniciativa do desenvolvimento do projeto SOS Racismo, através de parceria entre organizações não-governamentais e a Secretaria de Direitos Humanos, que naquela época estava vinculada ao Ministério da Justiça [atualmente essa secretaria se encontra diretamente ligada ao gabinete da Presidência da República] (OLIVEIRA, 2008).

A Maria Mulher foi a organização do Rio Grande do Sul que recebeu esse financiamento para implementação da atividade em Porto Alegre. A organização gaúcha introduziu um aspecto que se diferenciava dos demais projetos, representando um avanço no atendimento das denúncias de racismo e discriminação racial. Além do atendimento jurídico, o serviço disponibiliza também atendimento nas áreas da Psicologia e do Serviço Social, porque o programa parte do pressuposto que, além da violação do direito, há um dano subjetivo e emocional e prejuízo nas relações sociais quando alguém sofre violência racial (OLIVEIRA, 2008).

O Brasil é um país de cultura escravocrata e com grande discriminação de raça e gênero (MOURA, 1994). Esses fatores contribuem para a negação da existência de diversidades de culturas, valores e crenças. Em todo período da pós-abolição, o negro foi sempre excluído no mercado de trabalho. Não lhes sendo oferecida as mínimas condições para uma vida digna, além das desigualdades relativas às mulheres, aos idosos e às crianças, que também foram oprimidos durante a longa conquista da cidadania no Brasil. Clóvis Moura (1994, p.220) fala da dificuldade de incorporação, ao universo dos negros pobres, das propostas sobre a questão racial no Brasil, elaboradas por parte daquela camada negra letrada e economicamente ajustada em nível de classe média. Segundo ele, o diálogo é dificultado pelas posições que a camada letrada negra assume em relação ao universo negro pobre. Embora reconheça como um componente do problema negro, teoricamente o universo plebeu não é reconhecido como força social e étnica capaz de solucionar ou tentar resolver o dilema pela sua posição na estrutura social e racial no Brasil. Enquanto que Munanga (1986, p.85) diz que na década de 70, os movimentos negros ultrapassaram os projetos anteriores, cuja salvação

estava na assimilação de padrões do branco, ou seja, na negação de sua identidade. Investiram no resgate e na construção de sua personalidade coletiva, considerando que a luta contra o racismo exige uma compreensão integral de sua problemática, incluída a construção de sua identidade e da revisão de sua história, contada até então apenas do ponto de vista do branco dominante.

A equipe técnica do programa SOS Racismo realiza atendimentos individuais, focados no problema que havia originado a busca pelo atendimento. Também, promove entrevistas com familiares das vítimas que procuram o programa, juntamente com a assistente social. Ainda, desenvolve estudos de caso, em conjunto com a assistente social e advogados do programa; participa de entrevistas e visitas em outras instituições de defesa de direitos humanos, com vistas ao desenvolvimento de estratégias em comum para o combate ao racismo [por exemplo: prefeitura municipal, PROCON, Delegacia Regional do Trabalho, Ministério Público do Trabalho, Comissão de Direitos Humanos da Assembléia Legislativa]. O serviço também faz o registro e sistematização dos dados coletados, escreve trabalhos para apresentação em congresso na perspectiva da divulgação e de dar visibilidade às denúncias de discriminação racial. As atividades desenvolvidas nesta área são para garantir os direitos e cidadania da população negra. Oferece ainda oficinas e seminários de auto-estima para as vítimas de discriminação étnica, racial. (OLIVEIRA, 2008)

3. A COMUNICAÇÃO DA ONG MARIA MULHER

A comunicação institucional é muito importante numa entidade. Um dos principais objetivos é a visibilidade e conseqüente influência política-social na comunidade em que se encontra. Esta comunicação foca os aspectos relacionados com a missão, a visão, os valores e a filosofia da organização e contribui para o desenvolvimento do subsistema da mesma (KUNSCH, 2003). Fazer comunicação institucional é uma maneira de se conhecer a organização e compartilhar seus trabalhos desenvolvidos. Não para divulgar simplesmente a marca, ou serviços da entidade. As organizações tem de mostrar a sua importância através de estratégias e políticas bem delimitadas da comunicação.

A modalidade da comunicação institucional é formada pelas subáreas ou pelos instrumentos que reúnem para formatar uma comunicação da entidade em si, diante dos seus públicos, a opinião pública e a sociedade em geral. As relações públicas são

responsáveis, junto com as demais áreas pela construção de credibilidade e pela fixação de um posicionamento institucional coerente de longa durabilidade da organização Kunsch (2003,p.143).

Segundo Nassar e Figueiredo (Apud NASSAR,2003,p.12), a comunicação interna vem ocupando espaços cada vez mais relevantes dentro das empresas. Segundo eles, não é possível entender porque algumas organizações ainda escondem as informações aos seus funcionários. Colaboradores e funcionários satisfeitos contribuem muito mais para o crescimento da organização. A comunicação interna nos dias de hoje deixa de ser uma atividade do segundo plano e passa a ser uma ferramenta muito importante de gestão empresarial, afinal a formação da imagem de uma empresa tem a participação fundamental do público interno.

Na organização Maria Mulher, toda e qualquer comunicação ou informação transmitida deve ser clara e objetiva, além de passar primeiramente pela pauta da assessoria. Qualquer campanha, programa, ou projeto em andamento é apresentado primeiro ao público interno. Também a informação repassada para a mídia deve ser autorizada pelo conselho consultivo.

Como ferramentas de comunicação com o público interno, foram criadas oficinas para debater vários aspectos de Comunicação, mural que contém as agendas internas e externas. As marcações são realizadas pelos integrantes da ONG quando vão exercer atividades externas. Devem informar o que foram fazer e para onde foi. Os recados são deixados em “bolsas de recados”. Essas são feitas pelas costureiras da organização com o nome de cada integrante da equipe. A entidade se utiliza igualmente de grupo de e-mail, pelo qual todos recebem as mesmas informações e seminários internos mensais, em que os voluntários e militantes compartilham seu conhecimento e experiências (BARCELLOS, 2008)

A entidade procura sempre envolver a comunidade em seus projetos e mesmo na sua execução. Motiva-os a participarem de palestras que tratam sobre a discriminação racial. Aproveitam também a sala de cinema, que a instituição possui, para passar filmes relacionados com o tema. O curso de costura, por exemplo, é seguido de um bate papo sobre negritude e discriminação. Foi criado recentemente um novo curso que se chama *Mulheres negras e muito saber*. Neste, elas aprendem a fazer tranças, decoração para festas, artesanato, comidas típicas. As oficinas são dadas com intuito de formar multiplicadores da luta contra a discriminação racial (FERREIRA,2008).

A organização Maria mulher é bem conhecida onde atua - Vila Cruzeiro do Sul e Vila Bom Jesus. Os moradores conhecem e reconhecem o que é que trabalha a entidade. Muitas das campanhas são feitas através do boca-a-boca. Isto é, uma mulher que participou de alguma atividade fala para a outra e assim sucessivamente. Fazem publicações internas através do jornal mural. As mulheres sentem-se tão bem na entidade que passam muitas horas do dia realizando atividades, pois a maior parte delas não possui ocupação. Também há feriados e domingos em que a entidade é aberta para o seu público (FERREIRA/2008).

A partir desses instrumentos, foi criado um discurso institucional para que houvesse uma linearidade no que é apresentado pelos diferentes integrantes da instituição em diversos eventos da entidade, como também quando são convidados a palestrar. A entidade, sempre que tem notícias de muito impacto, busca repassar para a imprensa, enviando sugestão de pauta aos principais veículos locais e também de abrangência nacional (BARCELLOS/2008).

A comunicação externa é aquela que é feita com o intuito de abranger a sociedade de forma geral, da maneira mais clara. Essa ferramenta é usada para dar a conhecer ao público sobre a organização e contribui para mostrar a imagem da mesma. Esse tipo de comunicação também é importante para a visibilidade e a legitimação da entidade e, por isso, a organização Maria mulher também presta muita atenção nessa ferramenta. A sugestão da pauta da organização Maria Mulher é repassada pela assessora de comunicação Vera Deisy Barcellos, que atua há mais de 30 anos em jornalismo..

A comunicação externa tem como objetivo principal mobilizar a sociedade contra a discriminação. Para Margarida Kunsch (2003) a assessoria de imprensa é uma área que pode ser considerada uma das principais frentes de atuação no mercado da comunicação empresarial e organizacional no Brasil, da mesma forma que a área de eventos pode ser vista como uma das principais portas de entrada para outros serviços no campo da Comunicação.

Os objetivos de comunicação da instituição, portanto, são conscientizar o público interno e externo sobre a luta pela igualdade racial e de gênero. Para isso, mantém o acompanhamento da repercussão das atividades da Maria Mulher na mídia e dos assuntos referentes à organização tratados socialmente. Esse acompanhamento

possibilita a criação de sugestões de pauta, repercutindo tais assuntos, que podem abrir espaços de visibilidade para ONG (BARCELLOS, 2008).

Além desse acompanhamento junto à mídia, é necessária a prestação de contas com os apoiadores regularmente, conforme o resultado dos investimentos propostos. Com isso, a entidade demonstra credibilidade e tem como conquistar mais apoiadores. A entidade conta com apoio da Fundação de Assistência Social e Cidadania (FASC) e a prefeitura, que disponibilizam funcionários, que são algumas voluntárias da organização. Através de eventos, são convidados alguns possíveis apoiadores para os projetos que a entidade possui. Às vezes, a Ong consegue apoio e outras parcerias, mas esses só duram o tempo do projeto. Devido a falta de financiamento, as coordenadoras têm que, algumas vezes, utilizarem recursos próprios para sanar dívidas da instituição (FERREIRA, 2008).

A atualização freqüente do site dá credibilidade à entidade. A divulgação das ações realizadas por este instrumento torna-se importante, pois várias pessoas acessam o site com mais freqüência. O canal virtual, além de não ter custo, acaba – se bem divulgado – possibilitando o acesso nacional aos dados e informações, considerando que a organização participa de redes de ONGs de combate a discriminação.

A presença de um profissional de Relações Públicas se tornaria fundamental para a organização Maria Mulher, elaborando estratégias para o desenvolvimento de suas ações de comunicação e, conseqüentemente, da instituição, que ainda são feitas de maneira muitas vezes improvisada por falta desse profissional. Esta função é cumprida por uma jornalista, que dedica-se principalmente a comunicação externa, depois de ter criado os canais internos hoje utilizados .

O papel do relações públicas nas instituições é de manter um bom relacionamento entre a organização e seus diversos públicos. Pensar estrategicamente a comunicação de acordo com a entidade. Faz o gerenciamento dos conflitos, das crises, perante seu público e opinião pública. Segundo Carvalho (Apud, DORNELLES 2007, p.65), a atividade de relações públicas é fruto da expansão da moderna economia industrial, que acentuou a necessidade de comunicação e compreensão entre os diferentes segmentos de público que compõem o tecido social das nações. Sua ação, além de criar e manter uma imagem favorável das organizações públicas e privadas, também se encarrega de zelar pela imagem e pelo nome, ou marca das empresas. É importante frisar que a imagem e o nome de uma empresa são o maior patrimônio da mesma.

A organização Maria mulher para consolidar sua reputação divulga as atividades de caráter étnico-raciais, realiza workshops, formação e capacitação de direitos que trabalham na defesa da população negra. Também se utilizam de uma mala direta para manter formadores de opinião e colaboradores informados sobre os projetos e propostas da organização. Da mesma maneira, realiza eventos e palestras em unidades da saúde, principalmente na área sobre HIV/AIDS, e atua em fóruns de mulheres, comitês e, sempre que essas entidades recebem casos de mulheres violadas, agredidas, ou que sofreram algum tipo de discriminação, encaminham para a organização (FERREIRA,2008).

Segundo Casar (1996), investimentos financeiros são cada vez mais usados para gerenciar a reputação e anular qualquer ameaça à imagem. Nada é tão virtual e, ao mesmo tempo, tão concreto quanto à imagem de uma pessoa ou empresa. Deve-se entender a reputação como um dado importante para mudanças históricas e fator decisivo para afirmação de valores em todos os terrenos, seja na cultura, na política ou na vida das instituições, empresas, entidades e organizações. A maneira como você vive é o que determina a sua reputação. A reputação também está ligada ao trabalho final da organização Maria Mulher, no sentido de buscar valorizar a questão da raça negra e das mulheres, utilizando-se para isso de uma comunicação o mais eficaz possível com todos os seus públicos, considerando que a entidade não possui verba para investir em sua imagem com ações públicas. Portanto, as ações de atendimento e estratégias de comunicação andam juntas nesse processo.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A organização Maria Mulher, para ajudar no combate à discriminação racial dentro e fora da organização, utiliza-se de estratégias formais e informais de comunicação. Cada público é tratado com instrumentos diferenciados, mas que possibilitem estar permanentemente discutindo a questão. Para os funcionários, são utilizados instrumentos tecnológicos, como o e-mail, e mais diretos, como o saco de recados e o mural. Este último serve também para o público atendido pela ONG, que também recebe informações durante as atividades das quais participam. A comunidade é informada pelo boca-a-boca, ou em projetos específicos como a sala de cinema. Para o público externo, colaboradores e público em geral são utilizados os meios de comunicação e o site.

Através do trabalho desenvolvido pela Ong, as mulheres atendidas sentem-se orgulhosas, motivadas e valorizadas. O vínculo construído pela organização é muito forte, fazendo com que muitas adolescentes e mulheres realizem várias atividades para manterem-se na organização, considerando muitas serem desempregadas. As mulheres encontram amparo na organização. Não só recebem atendimento, mas contribuem para o próprio funcionamento da Ong. A organização mantém esse forte vínculo por saber valorizar as pessoas como indivíduos e como cidadãos, buscando fomentar neles este sentimento de cidadania devida.

As gestoras desenvolvem uma atitude positiva em relação à Comunicação, valorizando a cultura organizacional. Com isso, criam um ambiente favorável e de confiança, tanto para a organização, como para o seu público. Desta maneira, atuam para reforçar a reputação que é construída também através das estratégias de Comunicação, que podem ser aprimoradas.

Dentro da organização Maria mulher, sente-se a falta de um profissional de Relações Públicas. A assessora de Comunicação é feita por uma jornalista que não se mantém permanentemente na sede, porque atua como voluntária na organização. Por outro lado, não há nenhum outro profissional de Comunicação, ou mesmo estagiário permanente, que possa atender as demandas nesse sentido.

A forma de atuação da Ong mostra a importância de fazer circular informações para superar os paradigmas que levam pessoas a serem discriminadas racialmente. Dessa forma, a Comunicação é entendida como um instrumento de luta contra o preconceito e a discriminação, que ainda permanecem nas relações entre a sociedade e, neste caso específico, o negro, mas que se reproduzem com todos os outros grupos marginalizados e considerados como minoria.

As pessoas de raça negra estão cada vez mais conscientes dos seus direitos e deveres como cidadãos e procuram que estes sejam atendidos. Algumas Ongs estão atentas quanto a isso e colocam a disposição, principalmente, dos indivíduos em risco social instrumentos que facilitam o acesso aos canais competentes, como o atendimento que é feito pela organização Maria Mulher às vítimas da discriminação racial.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Candido Teobaldo de Souza, **Curso de Relações Públicas**: relação com os diferentes públicos. 6ª edição: Thomson, 2003.

BARCELLOS, Vera Daisy. **Assessoria de comunicação**. Porto Alegre: 9 set. 2008. Entrevistador: Cécilia Chilaúle.

DORNELLES, Souvenir Maria Graczyk. **Relações Públicas** quem sabe, faz e explica: Edipucrs. Porto Alegre : 2007

DUARTE, Rosária . **Pesquisa qualitativa reflexões sobre o trabalho de campo**. 2002. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/cp/n115/a05n115.pdf> Acesso em: 03 dez 2008

FRANÇA, Fabio. **Públicos** : como identificá-los em uma nova visão estratégica. São Caetano do Sul, SP: Yendis Editora, 2004.

_____. **“O que é terceiro setor ?”** In: IOSCHPE, Evelyn. 3º Setor- Desenvolvimento social sustentado. São Paulo: Paz e Terra, 1997.

FERNANDES, Rubem César . **Privado porém público**: o Terceiro Setor na América latina . Rio de Janeiro : Relume-Dumará, 1994.

FERREIRA, Maria Cristina. Coordenadora adjunta. **Organização Maria Mulher**. Porto alegre: 27 novembro 2008. Entrevistador: Cécilia chilaúle

GUIMARAES, Antonio **Racismo e Anti – Racismo no Brasil**, 2001 Editora 34 LTDA

HALL, Stuart. **A identidade Cultural na Pós-modernidade**, tradução Tomaz Tadeu da Silva, Guaracira Lopes Louro-11.ed.-Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

<http://www.scielo.br/pdf/cp/n115/a05n115.pdf>

HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luis C.; FRANÇA, Vera Veiga. **Teorias da Comunicação**. Conceitos , escolas e tendências: 7ª edição. Petrópolis: Editora Vozes, 1992.

_____. **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada** -Ed. Ver.,atual.e ampl.-São Paulo: Summus, 2003.(Novas buscas em comunicação;v.69)

KUNSCH, Margarida Maria Krohing. **Relações Públicas e modernidade**. novos paradigma na comunicação organizacional. São Paulo: Summus , 1997.

MOURA, Clovis. **Dialética radical do Brasil negro**. São Paulo: Editora Anita,1994

_____. **Historia do negro Brasileiro**:.São Paulo: Editora Ática S.A,1989

MUNANGA, Kabengele, **Negritude usos e sentidos**. São Paulo: Editora Ática S.A, 1986

NASSAR, Paulo (Org.). **Comunicação interna**. a força das empresas. v.2.-São Paulo: ABRERJE, 2005.

OLIVEIRA, Maria Luisa. **Projeto SOS Racismo**.Porto Alegre: 3 outubro 2008.Entrevistador: Cécia chilaúle.

PENN, Bill, **Seja o seu próprio Relações Públicas**.tradução de Isabel Paquet de Araripe.-Rio de Janeiro: Ediouro,1995.