

Contribuições da comunicação para o desenvolvimento na articulação de parcerias institucionais¹

Gabriela Meira Maia²

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo analisar as contribuições da comunicação para o desenvolvimento na articulação de parcerias entre diferentes instituições. Desta forma, é realizada uma análise com conceitos da comunicação para o desenvolvimento e da comunicação organizacional e sua relação na junção de parcerias. A metodologia utilizada é a pesquisa bibliográfica.

PALAVRAS-CHAVE: comunicação para o desenvolvimento; comunicação organizacional; parcerias; articulações estratégicas.

Introdução

O mundo tem passado por diversas transformações nas últimas décadas. A globalização possibilitou o aumento do uso das tecnologias da informação, aproximou distâncias físicas e proporcionou a ampliação das parcerias e acordos internacionais. Entretanto, as suas consequências têm causado um crescimento no aquecimento global, provocado um desequilíbrio na distribuição de renda e conseqüentemente na desigualdade social no mundo.

Devido a grande complexidade dos problemas brasileiros, as parcerias têm sido uma das atitudes adotadas atualmente na busca de diminuir as desigualdades sociais existentes no país e de desenvolvimento social, político, econômico e ambiental. Através de alianças estratégicas entre organizações do governo, empresas e organizações da sociedade civil, os parceiros buscam unir os seus ativos em prol de uma causa, potencializando desta maneira o trabalho que será realizado.

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Desenvolvimento Regional e Local do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado de 4 a 8 de setembro de 2023.

² Mestre em Desenvolvimento Regional (FURB), bacharel em Comunicação Social – habilitação em Relações Públicas (PUC Minas), e-mail: gabrielameira@hotmail.com. .

Neste cenário, as instituições do primeiro, segundo e terceiro setor têm se sensibilizado, de maneira espontânea ou não, a buscar ações que possam somar esforços diante da complexidade dos problemas sociais atuais. Fischer (2002) destaca a concepção trissetorial, que separa as organizações em três categorias de acordo com critérios predefinidos: “a primeira, das organizações diretamente vinculadas ao Estado; a segunda, aquelas que se definem por sua relação com o mercado e, a terceira, aquelas que, por sua vocação ou atividade prioritária, referem-se à sociedade civil.” (FISCHER, 2002, p.31) As parcerias se apresentam como uma alternativa de consolidação no relacionamento entre as organizações que compõem estes três setores, que apesar de possuírem objetivos e formas de atuação diferentes, podem realizar ações que promovam de maneira efetiva a transformação social.

Comunicação para o desenvolvimento

Segundo relatório do Congresso Mundial de Comunicação para o Desenvolvimento, realizado em 2006, em Roma, pela Organização das Nações Unidas para Alimentação e Agricultura – FAO, “sem comunicação não há desenvolvimento” (FAO, 2007, p. 81). Um dos objetivos do congresso foi demonstrar como e a importância de a comunicação ser integrada a políticas e processos de desenvolvimento, pois conforme o relatório, existe um amplo reconhecimento de que a comunicação é essencial neste processo, embora não se tenha clareza da sua aplicação na prática.

De acordo com o relatório, a comunicação para o desenvolvimento gera ferramentas para ampliar o acesso público à informação, prepara comunidades para se apoderar de processos participativos de comunicação e proporciona ações de comunicação baseadas em pesquisa. Desta maneira,

comunicação para o desenvolvimento, com sua conotação dialógica e exploratória, pode facilitar o empoderamento por meio de treinamento específico ou criando espaço para trabalhar cooperativamente em iniciativas específicas a nível individual, institucional ou comunitário. Ao tomar decisões sobre suas próprias vidas, mesmo os indivíduos mais desprivilegiados e marginalizados tendem a ganhar confiança e se sentir mais empoderados. Sempre que a comunicação é aplicada para facilitar o diálogo, o conhecimento, o intercâmbio e a avaliação

conjunta da situação, a participação dos stakeholders cresce e o fortalecimento aumenta. (WORLD BANK, 2008, p. 42)

Diferentes correntes teóricas descrevem o papel da comunicação para o desenvolvimento. Ao construir uma linha do tempo com as abordagens teóricas da comunicação para o desenvolvimento, Hostin (2018) identifica quatro etapas históricas na trajetória da disciplina ao longo do último século. Em um primeiro momento, que abrange as décadas de 1940 e 1950, a comunicação para o desenvolvimento apresenta estudos cujo enfoque é a difusão das inovações. Numa fase seguinte, nas décadas de 1960 e 1970, o campo transita para uma abordagem participativa. Posteriormente, nas décadas de 1980 e 1990, a perspectiva participativa se amplia em sintonia com uma interpretação do desenvolvimento que envolve as dimensões humana, local/regional e sustentável. Já em um cenário pós-2000, Reis e Hostin (2019) mencionam novas perspectivas, podendo ser destacadas o papel das tecnologias da informação e da comunicação para o desenvolvimento, da comunicação digital, dos movimentos sociais e da participação comunitária, dos direitos de comunicação na sociedade da informação e a dialogicidade.

Peruzzo (2007) ressalta que a comunicação tem um papel central na construção da cidadania, através de diversos processos, intercâmbio de informação e de saberes, canais de expressão, e formas de relacionamento entre instituições, pessoas e públicos. “Cidadania é desenvolvimento social com igualdade”. (PERUZZO, 2007,p. 46) A autora destaca que no Brasil, a comunicação para o desenvolvimento também é chamada de comunicação para a mudança social ou comunicação para a cidadania, mas independente da sua denominação, no cenário atual do país, o único modelo de comunicação aceitável é o que pressupõe um desenvolvimento sustentável e participativo.

Comunicação organizacional

A comunicação organizacional é a disciplina que investiga “como se processa o fenômeno comunicacional dentro das organizações no âmbito da sociedade global. Ela analisa o sistema, o funcionamento e o processo de comunicação entre a organização e

seus diversos públicos.” (KUNSCH, 2003, p. 149). Para Kunsch, o termo comunicação organizacional se refere a qualquer tipo de organização, sejam elas públicas, privadas, sem fins lucrativos, fundações, entre outros tipos de instituições.

Os estudos relacionados à comunicação organizacional têm evidenciado a necessidade das abordagens e práticas da área evoluírem do paradigma informacional (emissor-receptor) para outra perspectiva, relacional e de diálogo, considerando que o seu papel é o de mediar os relacionamentos entre as organizações e os públicos com os quais elas interagem. Assim, entendendo-se a complexidade deste trabalho, é fundamental trabalhar a comunicação não apenas por uma ótica linear, mas como um processo relacional que envolve indivíduos, departamentos, unidades e organizações. (Kunsch, 2006)

Oliveira e Paula (2007) apontam a função estratégica da comunicação organizacional, destacando dois aspectos. O primeiro diz respeito à perspectiva organizacional, em que a comunicação deve estar alinhada com os objetivos e estratégias de negócio e de gestão, contribuindo para o alcance dos resultados organizacionais. O segundo se refere à consideração dos interesses e expectativas dos atores sociais nas decisões organizacionais, fazendo com a comunicação atue como mediadora e balizadora do ambiente interno e externo.

Marchiori (2008) corrobora com a importância de uma abordagem estratégica da comunicação, que busque oportunizar uma mudança, um novo comportamento, e não apenas informar os acontecimentos da organização, limitando a comunicação organizacional a uma postura tática. É essencial que a comunicação contribua com a humanização das organizações, em que as pessoas sejam consideradas em primeiro lugar.

O trabalho de gestão de relacionamento deve estimular a organização a evoluir em diferentes sentidos. Para que os relacionamentos sejam efetivos, deve-se ter o entendimento e o comprometimento tanto da organização como dos públicos, e é a efetividade destes relacionamentos que mantém a organização viva. “É necessário que os administradores entendam as atitudes e valores de cada um de seus públicos para que, dessa forma, possam atingir objetivos institucionais na criação dessa rede de relacionamento organizacional.” (MARCHIORI, 2008, p. 33) A estratégia também deve ser considerada na consolidação de uma parceria entre diferentes organizações, que se

empenham em realizar um trabalho em conjunto.

Parcerias

Parcerias são definidas por Fischer *et al.* (2003, p.2) como tarefas compromissos ou atribuições executadas “por atores de diferentes setores – Mercado, Estado, Terceiro Setor - que têm por objetivo o desenvolvimento e justiça social, com geração de benefícios mútuos para os envolvidos, através do compartilhamento de recursos e de ações conjuntas”. Acredita-se que as mudanças na sociedade ocorrerão a partir de um diálogo entre atores e organizações, realizando parcerias para o fortalecimento de suas ações.

Para Fontes (2008), alianças estratégicas é um conceito diferente de parcerias. Parceria é a ação de dois ou mais atores sociais em que a atuação de um complementa a ação do outro, a fim de atingir um objetivo comum. Já o conceito de alianças estratégicas se refere a atores sociais que poderiam estar atuando concorrendo entre si ou isoladamente, mas motivados por compartilharem os mesmos princípios ético-políticos e por terem consciência da complexidade e da grandeza dos problemas a serem enfrentados, resolvem atuar em conjunto. Entretanto, parcerias e alianças estratégicas são considerados sinônimos neste trabalho.

Estas alianças evitam a sobreposição de atividades com mesmo objetivo, proporcionando com que um trabalho de melhor qualidade seja realizado em enfrentamento aos problemas da sociedade. Além disso, as parcerias proporcionam a integração de recursos, de pensamentos e de forças em prol de um objetivo comum. Desta forma, as organizações parceiras podem desempenhar diversos papéis com o objetivo de realizar o trabalho a que se propõem. Fischer *et al.* (2003) apontam alguns dos principais de provimento (disponibilização ou doação de recursos necessários para a realização da ação em parceria), execução (desempenho de atividades operacionais relacionadas à parceria) e gestão (desempenho de atividades relacionadas a administração do projeto), podendo estes papéis serem desempenhados simultaneamente ou não pelos atores sociais e organizações parceiras.

Relação entre comunicação organizacional, comunicação para o desenvolvimento e parcerias

A comunicação organizacional aliada a comunicação para o desenvolvimento deve procurar ter uma atuação que ouça todos os segmentos de públicos, abrindo canais de comunicação que proporcionem este diálogo com os mais diferentes segmentos da sociedade, não se admitindo uma atuação que atenda apenas os interesses de uma das partes envolvidas. Para planejar e executar as estratégias de comunicação em uma parceria, deve-se estar atento ao contexto em que as organizações estão inseridas, de acordo com a realidade de cada local e/ou região, buscando sempre fortalecer o relacionamento entre as organizações e das organizações com os seus públicos estratégicos, por meio do diálogo.

Kunsch (2007) destaca o papel da comunicação na conscientização da população em geral, segmentos representativos da sociedade civil e os governos sobre a importância da sustentabilidade, e de que às necessidades do presente sem comprometer a perspectiva das gerações futuras é uma tarefa de toda a sociedade mundial, não apenas de uma pessoa, de uma organização ou de um só país. A comunicação organizacional deve buscar uma interação com outras forças integrantes da sociedade, tendo como objetivo a participação, a cidadania e a transformação social. “O desenvolvimento só faz sentido se promover a igualdade no acesso à riquezas e o crescimento integral da pessoa e de todos, ou seja, se tiver como mola mestre o ser humano”. (PERUZZO, 2007, p. 51). Nesta conjuntura, as parcerias se mostram como uma importante maneira de reunir diferentes esforços em prol de uma causa ou bem comum que possa contribuir com a transformação da sociedade.

A importância do diálogo no para o relacionamento humano também é ressaltado por Freire (1977, p. 43). Segundo ele, para o humanismo não existe outro caminho senão a dialogicidade: “e ser dialógico, para o humanismo verdadeiro, não é dizer-se descomprometidamente dialógico; é vivenciar o diálogo. Ser dialógico é não invadir, é não manipular, é não sloganizar. Ser dialógico é empenhar-se na transformação constante da realidade”.

Martins (2017, p. 67) explica ainda que os elementos institucionais podem associar a comunicação como uma oportunidade de liberdade, “uma comunicação para

além da simples troca de mensagens entre um ou mais indivíduos. Uma comunicação que requer a ênfase em um processo comunicativo de vínculo social, de ação recíproca”. Da mesma forma, Heberlê (2014), acredita que comunicação para o desenvolvimento é um campo de fluxos de informação que se constituem com o objetivo de possibilitar e agilizar o processo de conhecimento, com a intenção de transformar e melhorar as condições de vida dos indivíduos. Deste modo, na comunicação para o desenvolvimento não se pode apenas fazer “para” o outro, mas se deve realizar “com” o outro, pois a comunicação deve ser entendida como algo mais estratégico. Assim como acontece no relacionamento entre parceiros. “A comunicação para o desenvolvimento favorecerá o diálogo e a troca de saberes entre as comunidades e as instituições, ajudando na identificação dos problemas” (HEBERLÊ, 2014, p. 15). O autor defende que, devido ao compromisso com a sociedade, o ideal seria que as instituições atuassem com a sua comunicação com o foco para o desenvolvimento.

Deve-se ressaltar que as relações entre a organização e seus públicos deve ser realizada “de forma consciente, transparente, ética e baseada na confiança.” (OLIVEIRA, M., 2007, p. 182) Essas também são características importantes na relação entre parceiros que trabalham juntos.

Os benefícios proporcionados pelas alianças estratégicas para a sociedade, para as comunidades beneficiárias e para as organizações parceiras podem ser inúmeros, sendo eles consequências da potencialização proporcionada pelo trabalho envolvendo diferentes organizações. Fischer (2002) destaca o desenvolvimento do capital humano; a melhoria na eficiência operacional proporcionando redução de custos e eficiência na atuação social; o aumento do acesso a recursos financeiros, materiais, técnicos, administrativos e a rede de relacionamentos; a elevação da credibilidade e da reputação das organizações com os principais stakeholders e parceiros incluídos a ação social; o fortalecimento da sociedade civil e dos princípios democráticos; o aumento na capacidade destas alianças influenciarem a elaboração de políticas públicas e a sua implementação. Também podem ser apontados alguns desafios referentes às alianças estratégicas, como por exemplo os interesses divergentes que cada organização pode apresentar, a falta de participação na parceria, a responsabilidade de cada parceiro, a importância dada mais aos resultados quantitativos do que os qualitativos.

Considerações finais

Apresentou-se neste artigo uma breve discussão conceitual sobre a articulação entre a comunicação para o desenvolvimento, a comunicação organizacional e as parcerias. A comunicação se mostra primordial na interlocução entre os diferentes parceiros. Ela tem se demonstrado cada vez mais indispensável devido a diversos fatores, podendo ser destacados a complexidade do contexto contemporâneo, a velocidade da mudança de cenários de atuação, além da preocupação por parte de todas as organizações com a sua imagem perante os seus públicos.

Os benefícios são inúmeros, assim como os desafios deste tipo de articulação, e por isso entende-se que a comunicação para o desenvolvimento e a comunicação organizacional podem contribuir no aperfeiçoamento destas parcerias, pois apesar de diferentes teorias, ambas possuem em seus pilares o relacionamento, seja com outras organizações, seja com outros públicos. A comunicação poderá auxiliar no compartilhamento de informações relevantes para os atores envolvidos e para a sociedade em geral; na articulação entre as diversas organizações e atores sociais envolvidos no processo; na mobilização dos públicos incluídos na parceria para que não se perca o foco dos objetivos principais das ações; no empoderamento das organizações e dos públicos envolvidos; em criar e manter canais de relacionamento entre os públicos e os parceiros envolvidos (auxiliando na promoção do diálogo entre as partes); no estímulo à participação social e de mudanças de comportamentos; na visibilidade para as organizações integrantes da parceria, contribuindo para a construção da credibilidade e conseqüentemente na reputação das mesmas; no estímulo à participação e ao diálogo; na integração de recursos, de pensamentos e de forças em prol de um objetivo comum; no relacionamento da organização com seus stakeholders, entre vários outros benefícios.

O processo dialógico é complexo devido a implicar em negociar objetivos e interesses, sendo o constante diálogo entre as partes primordial para o entendimento entre os parceiros. Todos os atores sociais devem estar comprometidos com o processo de diálogo proporcionado pela comunicação para que se consiga efetivamente que as ações sejam realizadas e proporcionem a transformação social.

Considera-se assim que a relação entre a comunicação organizacional e a comunicação para o desenvolvimento tem grande importância para que a articulação de parcerias e conseqüentemente para o desenvolvimento da sociedade, pois assim como explicitado no relatório da FAO (2007, p. 81), acredita-se que “sem comunicação não há desenvolvimento”.

REFERÊNCIAS

FAO. **The Communication Initiative; Food and Agriculture Organization of the United Nations: World Bank.** World Congress on Communication for Development: Lessons, Challenges, and the Way Forward. Washington, DC: World Bank, 2007. Disponível em: <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/6842> Acesso em: 12 jun.2023.

FISCHER, Rosa Maria. **O desafio da colaboração: práticas de responsabilidade social entre empresas e terceiro setor.** São Paulo: Editora Gente, 2002.

FISCHER, Rosa Maria; FEDATO, Cristina; MENDONÇA, Luciana Rocha de; BOSE, Monica. **Desafios da atuação social através de alianças intersetoriais.** In: SEMINÁRIO DE ADMINISTRAÇÃO (SEMEAD) FEA/USP, 2003, São Paulo, SP. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/261437655_Desafios_da_atuacao_social_atraves_de_aliancas_intersetoriais . Acesso em: 05 jul.2023.

FONTES, Miguel. **Marketing Social.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

FREIRE, Paulo. **Comunicação ou Extensão.** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1977.

HEBERLÊ, A. O papel das relações públicas na comunicação para o desenvolvimento. In: GONÇALVES, G. ; FELIPPI, A. (Org.). **Comunicação, desenvolvimento e sustentabilidade.** Covilhã: Livros LabCom, 2014. p. 9-20.

HOSTIN, Regina. **Comunicação para o desenvolvimento: percurso teórico metodológico das abordagens clássicas aos enfoques contemporâneos.** 2018. 202 f., il. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Regional) - Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional, Centro de Ciências Humanas e da Comunicação, Universidade Regional de Blumenau, Blumenau, 2018. Disponível em: http://www.bc.furb.br/docs/DS/2018/363959_1_1.pdf. Acesso em: 22 jun. 2023.

KUNSCH, M. M. K. **Planejamento das Relações Públicas na Comunicação Integrada**. 4. ed. São Paulo: Summus, 2003.

KUNSCH, M. M. K. A comunicação para o desenvolvimento sustentável na sociedade globalizada. In: Barbosa, M. (org.) **Vanguarda do pensamento comunicacional brasileiro**: as contribuições da Intercom (1977-2007). São Paulo: Intercom, 2007.

MARCHIORI, Marlene. **Cultura e Comunicação Organizacional**: um olhar estratégico sobre as organizações. 2. Ed. São Caetano: Difusão Editora, 2008.

MARTINS, T. C. Comunicação e Desenvolvimento. In: Griebeler, M. P. D.; Riedl, M. (org.). **Dicionário de Desenvolvimento Regional e Temas Correlatos**. Porto Alegre, RS: Conceito, 2017. p. 65-67

PERUZZO, C. M. K. Cidadania, comunicação e desenvolvimento social. In: KUNSCH, M. M. K.; KUNSCH, Waldemar Luiz (Orgs.). **Relações públicas comunitárias**: a comunicação numa perspectiva dialógica e transformadora. São Paulo: Summus, 2007. p. 45-58.

REIS, C. HOSTIN, R. Comunicação para o desenvolvimento: percurso teórico-metodológico das abordagens clássicas aos enfoques contemporâneos. **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional**, Taubaté, v. 15, n. 4, p. 3-10, jul. 2019. Edição Especial. Disponível em: <https://www.rbgdr.net/revista/index.php/rbgdr/article/view/4837/794> Acesso em: 25 maio 2023.

OLIVEIRA, Ivone de Lourdes; PAULA, Maria Aparecida de. **O que é comunicação estratégica nas organizações?** São Paulo: Paulus, 2007.

OLIVEIRA, Maria José da Costa. Relações públicas e as questões sociais nos três setores da sociedade. In: KUNSCH, Margarida M. Krohling; KUNSCH, Waldemar Luiz (org). **Relações Públicas Comunitárias: a comunicação em uma perspectiva dialógica e transformadora**. São Paulo: Summus, 2007.

WORLD BANK. 2008. **Development Communication Source Book**: Broadening the Boundaries of Communication. Washington, Dc: World Bank, 2008. Disponível em: <https://openknowledge.worldbank.org/entities/publication/58e4ce0b-2be1-5330-931e-6b0d0920653b> Acesso em: 20 jun.2023