

## **CAPACITAÇÃO PARA AÇÃO: PERSPECTIVAS SOBRE EXTENSÃO EM COMUNICAÇÃO PÚBLICA PARA UMA COOPERATIVA DE CATADORES DE RECICLÁVEIS**

### **1. INTRODUÇÃO**

A Cooperativa de Trabalho Acácia de Catadores de Material Reciclável – “ACÁCIA” é uma associação do município de Araraquara, que presta o serviço de coleta, triagem e beneficiamento de resíduos sólidos recicláveis em toda a área urbana do município (ACÁCIA, 2012). Trata-se de um empreendimento solidário com ação pública: a Cooperativa tem, entre suas ações administrativas, o papel comunicacional diante dos cidadãos.

Foi apresentada pela equipe de cooperados a demanda do desenvolvimento de uma comunicação autônoma e autogerida, com os objetivos de gerar impacto social, despertar a atenção, interesse e ação dos munícipes, garantir visibilidade e reconhecimento à organização, além de construir potenciais relacionamentos com a sociedade civil e outras instituições.

A Acácia possui um forte propósito ambiental e a missão de minimizar a disposição de resíduos sólidos recicláveis em aterros sanitários, um complexo desafio que gera impactos positivos na saúde, no meio ambiente, promove a inclusão social e ajuda na mitigação das mudanças climáticas (GOUVEIA, 2012). Todavia, possui baixa visibilidade na sociedade em geral, sendo a função desempenhada pelo catador pouco reconhecida socialmente (MEDEIROS; MACEDO, 2007).

Dessa forma, seguindo as ideias de Grunig e Hunt (1984) e Zémor (2009), sobre a importância das organizações estabelecerem um diálogo contínuo e transparente com seus públicos para construir relacionamentos duradouros e confiáveis baseados na compreensão mútua e no comprometimento, a capacitação em gestão de mídias sociais e comunicação para a Cooperativa teve o propósito de colaborar com a transparência das ações desenvolvidas, o fortalecimento da missão e dos valores dos cooperados, impactando positivamente na destinação correta dos resíduos.

### **2. OBJETIVOS**

O objetivo da atividade foi trabalhar em conjunto com os cooperados no levantamento dos fatores que influenciam a ineficiência da comunicação externa, para propor ações voltadas ao cooperativismo, buscando fortalecer a prática da autogestão no interior da

organização. Quanto aos objetivos específicos, procuramos nos aproximar dos cooperados e da gestão da cooperativa a fim de capacitá-los para promover ações de publicidade da coleta e das contribuições econômicas, sociais e ambientais que a cooperativa proporciona ao município de Araraquara, visando fortalecer as características da identidade da Acácia na sua imagem junto aos cidadãos araraquarenses.

### **3. MATERIAIS E MÉTODOS**

A estratégia definida para nortear a interatividade das capacitações foi a de centralizar a produção de conteúdo para redes sociais nos cooperados, nos quais os discentes colaboradores serviram apenas como apoio. Foi ressaltada a importância do planejamento de conteúdo e a assiduidade das postagens, com uma uniformidade da identidade visual, sobre temas levantados pela cooperativa, como informes de coleta, formações sobre meio ambiente, sustentabilidade e gestão de resíduos, além da divulgação de parcerias e ações que a Acácia empreende.

Em um segundo momento foi realizado um encontro para praticar a elaboração de artes e postagens a partir da plataforma CANVA, em que os cooperados puderam explorar as ferramentas do site e criar as artes com a colaboração dos estudantes para posteriormente essa função ser desempenhada de forma independente pelo empreendimento.

### **4. RESULTADOS E DISCUSSÕES**

Como resultado das ações de capacitação, foram observadas melhorias pontuais no processo comunicacional da Cooperativa com as redes sociais e o público a partir das discussões nos encontros, com algumas ações mais diretas e organizadas e que, potencialmente, podem vir a ser mais abrangentes diante da comunidade local. Como exemplo, temos o material da Figura 1.

No entanto, analisando atualmente as redes sociais da cooperativa, percebe-se que, apesar do interesse demonstrado pelos cooperados nos encontros para o fortalecimento da identidade visual do empreendimento e a divulgação das suas ações para o público externo, não foi observada continuidade na comunicação autogerida.

Foi notada também a aproximação entre a comunidade universitária e as atividades administrativas da Cooperativa e com os cooperados por meio da realização das capacitações, além de uma percepção interna por parte do grupo PET sobre as reais condições e disponibilidade da cooperativa para o fortalecimento da sua comunicação.

Após as capacitações, foi criado um grupo no Whatsapp para manter a comunicação entre o grupo e a cooperativa e suprir possíveis dúvidas ou apoios no processo de criação da identidade visual, porém, apesar da disponibilização do grupo, não houve nenhuma demanda e continuidade nas práticas comunicacionais por parte dos cooperados. Dessa forma, considera-se como um dos maiores desafios para um resultado mais efetivo das capacitações na gestão da cooperativa, a falta de um membro responsável para desempenhar funções relacionadas à comunicação com o público externo, ou seja, seu público-alvo em sua estrutura organizacional atual. Tal dificuldade na nomeação pode ser observada por conta de demandas mais urgentes na gestão administrativa, que é considerada como prioridade pelo conselho administrativo.

**Figura 1 – Antes e Depois de material informacional da Cooperativa, veiculado via Instagram**



## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ainda que as ações tenham sido satisfatórias dentro do escopo proposto, observou-se que o processo de aprendizagem das noções e ferramentas de comunicação pública é mais complexo e, para que seja mais eficaz, deve ser implementado e oferecido de forma contínua, como uma função importante na gestão da Acácia. Os cooperados se mostraram interessados e dispostos a todo o processo apresentado e ao material elaborado conjuntamente, contudo, relataram que a aplicabilidade a longo prazo seria impactada.

Apesar de uma oportunidade à inclusão social a partir da geração de trabalho e renda, a catção ainda perpassa por condições de precariedade (MEDEIROS; MACEDO, 2007), evidenciada na Cooperativa Acácia a partir da carência de uma infraestrutura necessária para o atendimento das necessidades de comunicação comunitária da Cooperativa.

Por ser uma atividade atribuída atualmente a cooperados que possuem outras funções mais urgentes dentro do contexto organizacional, as demandas para a construção da relação com o público e a comunidade ficam fora do rol de prioridades. Todavia, visto os benefícios do aprimoramento da comunicação pública no empreendimento trazidos por Grunig e Hunt (1984), seu investimento deve ser reforçado.

Assim, será proposto novos encontros para ser analisado quais dificuldades estão impossibilitando a continuidade e execução dos aprendizados adquiridos na última capacitação, alocando novos métodos e estratégias para ser de fácil aplicação por parte dos cooperados na rotina administrativa.

## AGRADECIMENTOS

Agradecemos à equipe do Conselho Administrativo da Cooperativa Acácia pela abertura às nossas atividades e pelo aprendizado proporcionado através da atividade de extensão. Agradecemos, também, ao Ministério da Educação e ao FNDE pelo financiamento das atividades do PET Administração Pública. Por fim, mas não menos importante, agradecemos à Unesp, principalmente à Pró-Reitoria de Extensão e Cultura (PROEC), visto que esta atividade é integrante do projeto de Redes Temáticas de Extensão.

## REFERÊNCIAS

ACÁCIA. Cooperativa Acácia. **Quem Somos**. Araraquara, 2012. Disponível em: <<https://coleta.webnode.page/quem-somos/quem-somos/>>. Acesso em 11 abr. 2023.

GOUVEIA, Nelson. Resíduos sólidos urbanos: impactos socioambientais e perspectiva de manejo sustentável com inclusão social. **Ciência & saúde coletiva**, v. 17, p. 1503-1510, 2012.

GRUNIG, James E.; HUNT, Todd. **Managing public relations**. Fort Worth, TX: Harcourt Brace Jovanovich College Publishers, 1984.

MEDEIROS, L. F. R.; MACEDO, K. B. Profissão: Catador de material reciclável, entre o viver e o sobreviver. *Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional*, v.3, n.2, p. 72-94, mai/ago, 2007.



**XVII Jornada Científica de Administração Pública**  
Modalidade: Resumo Expandido



ZÉMOR, P. Como anda a comunicação pública? **Revista do Serviço Público**. Brasília, v.60, n.2, p. 189-195, abr/jun, 2009.