

# **“Nós fazemos parte disso”: uma experiência na extensão universitária**

Marili de Souza

## **Resumo**

O artigo discute o papel do jornalismo e sua função de reflexividade e apresenta a experiência em extensão desenvolvida pelo projeto “Comunicação pela Cidadania: construindo possibilidades de desenvolvimento e participação social” que desenvolve o planejamento e a execução de ferramentas de comunicação para entidades e projetos comunitários. Nosso trabalho tem se constituído numa experiência rica de construção de processos de comunicação com vistas à mobilização social e à ampliação da cidadania.

## **Palavras Chaves**

Comunicação, jornalismo, mobilização, cidadania.

## **Abstract**

The article discusses the paper of the journalism and sweat function of reflexividade and he presents the experience in extension developed by the project “ Communication for the Citizenship: when it is building means of development and social participation ” what develops the projection and the execution of tools of communication for entities and communitarian projects. Our work has if constituted a rich experience of construction of processes of communication with sights to the social mobilization and to the enlargement of the citizenship.

## **Keys Words**

Communication, journalism, mobilization, citizenship

## **Introdução**

Cicília M. Krohling Peruzzo diz que mídia local “denota uma comunicação baseada em informação de proximidade” e cumpre importante papel social. A distinção feita pela pesquisadora em relação à grande mídia, ou mídia globalizada, é interessante para o que nos propomos aqui. Quando falamos de Comunicação pela Cidadania, nome no nosso projeto de extensão universitária no UNIBH, falamos de algo que é exatamente isso: qual jornalismo pode tratar dos assuntos mais próximos, daqueles que interessam mais à comunidade local, de forma a levar até ela o conhecimento da agenda que lhe interessa mais diretamente? A nossa proposta aqui é apresentar a experiência em extensão desenvolvida pelo projeto “Comunicação pela Cidadania: construindo possibilidades de

desenvolvimento e participação social”, que atua em Belo Horizonte desenvolvendo e executando planejamento de comunicação para entidades e projetos comunitários. Nosso trabalho tem se constituído numa experiência rica de construção de processos de comunicação com vistas à mobilização social e à ampliação da cidadania. Partimos da premissa de que a comunicação, mais especificamente o jornalismo, pode e deve interferir na construção da realidade, ajudando na construção de vínculos que ajudem as pessoas a se moverem no universo de seus interesses mais imediatos.

O nosso objetivo é aproximar as pessoas daquelas instituições que atuam em seu benefício nas comunidades, procurando mobiliza-las em torno das atividades propostas. Assim, oferecemos o planejamento e o desenvolvimento de ferramentas de comunicação capazes de interferir nesses processos. Ferramentas essas que fornecem, sobretudo, informações mas também análises que ajudam a construir um determinado julgamento sobre as atividades propostas levando as pessoas a decidir pela participação. Muitas ações de protagonismo social fracassam por falta de mobilização da comunidade em torno da causa que defendem. Partimos da premissa de que a comunicação é fundamental na construção dessa mobilização, necessária à consolidação e institucionalização desses protagonistas. Ao divulgarmos a agenda de ações das instituições para as comunidades, o que buscamos é fortalecer os vínculos dessas comunidades com as entidades ou grupos que protagonizam a ação social e cultural local, com a proposta de ajudar na sua consolidação e conseqüente institucionalização. Trata-se de um esforço no sentido de pensar as várias ferramentas da comunicação para a mobilização social em busca de legitimidade e apoio para as ações desenvolvidas nas comunidades por grupos ou entidades sociais e culturais.

Daí a idéia do jornalismo de proximidade: na falta de uma mídia comunitária que dê conta dos acontecimentos locais e de colocar em circulação os elementos para a construção das conquistas e avanços comunitários, o projeto de extensão planeja mídias dirigidas para os públicos-alvos de cada instituição de forma a mantê-los informados sobre a agenda e incentiva-los à participação. Como a proposta é de mobilização, trabalhamos a comunicação não pelo viés da comunicação institucional, embora patrocinada por uma determinada instituição ou grupo de pessoas, mas, sim, pelo viés da comunicação

comunitária. Ou seja, no lugar de orientar-se pela chamada comunicação organizacional, mais voltada para a área empresarial, buscamos elaborar o planejamento a partir da preocupação com os públicos, segmentados de acordo com os vínculos que estabelecem com a entidade local (Henriques, 2002). As questões que pautam a ação do Comunicação pela Cidadania são as seguintes: 1) Como a comunicação pode ajudar nos processos de mobilização e na construção da cidadania?; 2) Como usar a comunicação a favor das políticas e perspectivas comunitárias?; 3) Como fazer avançar os processos de participação política e social através da comunicação? e 4) Como criar e manter vínculos desejáveis dos sujeitos envolvidos com os movimentos e grupos que atuam em seus benefícios nas comunidades?. Em busca das respostas, vamos atrás de formas diferentes de pensar a comunicação para além das técnicas de mercado e trabalhar a informação como direito essencial ao partilhamento e à constante necessidade de interpretação do mundo. Assim, vemos as comunidades como sistemas de relacionamento que dependem das atividades desenvolvidas pelos movimentos para sua própria integração e existência e pensamos a comunicação sob a perspectiva dos públicos comunitários: “o que isso tem a ver comigo?”.

Assim, a nossa proposta é instrumentalizar, através da comunicação, instituições e atores sociais dentro das comunidades para que sejam capazes, primeiro, de mobilizar as pessoas em torno de seus objetivos e metas e, segundo, de conquistar visibilidade para as ações que desenvolvem. Com isso, estaremos contribuindo, de um lado, para o fortalecimento e consolidação dos projetos comunitários e, de outro, a médio e longo prazos, para a canalização de recursos públicos e privados que possam viabilizá-los, já que a captação destes recursos depende, em grande medida, da institucionalização desses agentes nas comunidades em que operam e da visibilidade que adquirem no espaço público dos meios de comunicação.

## **A idéia de proximidade**

O jornalismo tem papel de reflexividade importante: não apenas o jornalismo levado a cabo pela chamada “grande imprensa”, que ao colocar temas em circulação multiplica-lhes a visibilidade, promovendo interações que superam as barreiras sociais, temporais e físicas –

mas, também, o jornalismo dirigido, localizado, a serviço das comunidades locais, o jornalismo de proximidade, na fala de Krohling Peruzzo, que é capaz de colocar em circulação um outro processo de produção de sentidos, que leva em conta a cidadania e o reconhecimento do outro como parte de um mundo comum a ser compartilhado. Peruzzo explica que “o conceito de proximidade pode ser explorado a partir de diferentes perspectivas, mas, quando se trata de mídia local e regional, refere-se aos laços originados pela familiaridade e singularidade de uma determinada região, que se relacionam com a questão do lócus territorial”<sup>1</sup>. Mais do que isso, “a mídia de proximidade se caracteriza por vínculos de pertença, enraizados na vivência e refletidos num compromisso com o lugar e a informação de qualidade” (PERUZZO, 2003, p.52)

Em Belo Horizonte, são poucos os veículos comunitários e a mídia regional, não diferente da grande mídia em geral, noticia apenas aqueles eventos que atendem aos chamados critérios de noticiabilidade nos quais não se encaixam os pequenos acontecimentos das comunidades. Há assim, uma carência de informação local, especialmente aquela relacionada à agenda de atividades. As instituições que desenvolvem trabalhos comunitários, sem recursos técnicos e orçamentários para profissionalizar a área de comunicação, lutam como podem para fazer chegar aos seus públicos pelo menos os acontecimentos mais importantes: a briga por espaços nas emissoras de rádio e TV é grande e os impressos não têm alcance entre as populações mais pobres, além de também não abrirem muito espaço para pequenos acontecimentos. Um folder aqui, uma faixa acolá são alguns instrumentos fragmentados que divulgam, mas, sem visão integrada não conseguem preencher a lacuna da credibilidade necessária para levar as pessoas à participação ativa. Assim, as barreiras que se interpõem entre os agentes sociais e a comunidade são muitas. Entender essas barreiras e pensar uma comunicação, de baixo custo, que atenda aos anseios dessas instituições é o nosso grande desafio. No projeto de extensão Comunicação pela

---

<sup>1</sup> Ver mais sobre a reflexão sobre jornalismo de proximidade e mídia comunitária em Cicilka Maria Krohling Peruzzo: “Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendências” In: Comunicação para a cidadania, Denise Cogo e João Maia (orgs.), Ed. Uerj 2006. Também em “Mídia Local e suas Interfaces com a Mídia Comunitária, em textos do Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – BH/MG – 2 a 6 Set 2003 1 Trabalho apresentado no Núcleo de **Comunicação para a Cidadania**, XXVI Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Belo Horizonte/MG, 02 a 06 de setembro de 2003.

Cidadania o que buscamos é exatamente construir, com a comunidade, uma comunicação que dê conta do desafio da mobilização; uma comunicação que dê conta de passar a idéia de pertencimento, de coletivo, a idéia do “nós fazemos parte disso”, “estamos juntos nesse barco”. Uma comunicação que dê conta de usar a informação como elemento integrador, como instrumento de reconhecimento e visibilidade e de promover a idéia de pertencimento a esse complexo sistema de relacionamentos.

Assim, podemos dizer que planejamos e desenvolvemos uma mídia de proximidade e, em alguns casos, até comunitária, quando envolvemos a comunidade local na produção das ferramentas. E o que se pretende com essa mídia é construir laços de solidariedade entre os públicos, envolvê-los de uma forma tal com os projetos anunciados que os levem a uma maior participação e o resultado disso tudo é a construção de atores sociais plenos. Ou seja, o que se pretende é que esses públicos desfrutem dos processos desencadeados dentro das suas comunidades, deles participem até tornarem-se, na proposta de Henriques (2002), co-responsáveis<sup>2</sup>. A seguir, vamos relatar as experiências de extensão com algumas instituições com as quais vimos trabalhando em parceria.

## **Em busca de reconhecimento e legitimação**

O que vamos apresentar aqui é uma reflexão sobre as nossas primeiras ações, que se iniciaram com um pequeno projeto que atua na região nordeste de Belo Horizonte no Parque-Escola Jardim Belmonte em 2006. Não foi difícil perceber, já na primeira edição do jornal InformaCorAção, como lá na periferia os grandes jornais têm pouca importância e ganham vida os folhetins populares, que dão conta da notícia local e que colocam o retrato de moradores da comunidade na primeira página. Talvez seja esse, em toda uma existência, o único meio de comunicação a fazer circular uma foto daquele sujeito oculto, desconhecido, mas cujo trabalho importa a uma dúzia de pessoas que se avizinham em

---

<sup>2</sup> Para entender melhor a idéia de co-responsabilidade nos projetos de mobilização social e metodologia de comunicação para mobilização social a partir dos vínculos, ver HENRIQUES, Márcio Simeone (org.) Comunicação e estratégias de mobilização social. Belo Horizonte: Gênese Fundação Educacional e Cultural, 2002.

torno da sua atividade. Uma horta comunitária que alimenta meia dúzia de famílias pode ser o acontecimento do ano na hora da colheita. Meia dúzia de famílias não é número para atender aos critérios de noticiabilidade dos jornais da grande imprensa: a não ser em casos de morte ou tragédia. Mas no jornal comunitário ou da instituição local que ajuda a construir esses agentes sociais, pode ser a matéria de capa.

Quando começamos a trabalhar com o Projeto Forma Cor Ação – uma proposta de inclusão social através da arte, da educação e da cultura que atua na região Nordeste de BH com oferta de oficinas e atividades variadas – nos vimos diante de uma realidade pouco comum aos olhos de alunos de graduação de escola particular: um parque-escola no centro de um aglomerado de bairros pobres com histórico de violência e medo. Voluntários e bolsistas do curso de jornalismo se viram diante de uma realidade até então desconhecida para eles. O sonho da idealizadora do projeto Janice Reis, pós-graduada em arte educação pela Escola Guignard, era fazer com que a população do entorno se apropriasse do parque, tomasse conta dele, no sentido de usá-lo como espaço público e área de convivência coletiva. Ela conta que quando conquistou o espaço do parque para desenvolver o projeto Forma Cor Ação, cedido pela Prefeitura, viu-se diante do maior desafio da sua vida, e movida por um desejo enorme de construir algo instalou uma série de atividades e oficinas no local, efetivadas com trabalho de profissionais voluntários, e começou a chamar as pessoas à participação. “Quando viemos para cá, não tinha nada; dava até medo de olhar o lugar, totalmente abandonado, mal visto pela população que o considerava lugar de assassino e bandido, até morte já tinha acontecido aqui dentro”, diz uma Janice satisfeita, em 2007, ao olhar o parque cheio de adultos e crianças num final de semana e concluir que seu objetivo estava sendo realizado.

Entre as atividades oferecidas pelo projeto de Janice estão oficinas de socialização e geração de renda como a Mãos Amigas, que ensina crochê, bordado de pedraria e em geral, a de Macramé e pintura em tecido, a de dança clássica, do ventre e de salão, de flauta doce, de fragmentos de arte, pintura em vidro, desenho, fuxico e outras modas, oficina de alfabetização para adultos, de desenho mecânico, de artes plásticas, de educação ambiental, de teatro, de reforço escolar, além de palestras, seminários, encontros e atividades de lazer e entretenimento. As atividades são

todas oferecidas gratuitamente, ministradas por professores e funcionários voluntários e contam com apoio de instituições parceiras para viabilizar lanches e material de apoio.

“A proposta do Projeto é desenvolver um trabalho com a comunidade apoiado na arte e na educação, utilizando-se de um espaço público para ações educacionais e culturais. Seu público alvo tem baixo poder aquisitivo e, em muitos casos, convivem diariamente com todo tipo de violência e miséria moral. Pudemos constatar nesses quatro anos de desenvolvimento do Projeto que o desrespeito em todos os níveis, inclusive à vida, já se tornou banal para a grande parte das comunidades atendidas pelo Projeto. É necessário que, não só o Projeto Forma Cor Ação, mas que outros projetos com a mesma proposta, venham intervir de forma que, principalmente nossas crianças e nossos adolescentes, não tenham como escolha a reprodução das suas vivências negativas. Por isso nosso trabalho nunca teve como caminho negar a realidade dessas pessoas, mas sim, mostrar-lhes pela arte e educação o caminho para se conhecerem, crescerem, para se expressarem, as possibilidades de se capacitarem a fazer novas escolhas.” (Janice Reis, relatório de atividades de 2006)

Encontramos Janice Reis no começo de 2006, quando o principal problema dela tornou-se “de comunicação”. Ela mesma fazia os cartazes com a agenda das oficinas, pregava e distribuía para escolas públicas, postos de saúde e padarias locais. Às vezes produzia, ela mesma, um folder para divulgar determinada oficina. Mas, sabia que uma comunicação bem feita podia fazer mais pelo projeto e pela comunidade. Chegamos até ela num levantamento que fizemos dos projetos comunitários em atuação em Belo Horizonte. Nas primeiras reuniões, procuramos pensar um planejamento de curto e médio prazo que desse conta da informação, mas também de ajudar na formação da comunidade, de mostrar aos moradores da região a importância de participar das atividades oferecidas no Parque-Escola, de apropriar-se do parque, como sonhava Janice. O planejamento criou três linhas de ação: (1) manter os cartazes feitos por Janice, mas agora integrados a um programa maior de comunicação que daria a eles uma identidade visual e uma apresentação gráfica mais elaborada, já que dispúnhamos de alunos com capacitação em softwares de produção gráfica; (2) criar um jornal mensal, a ser distribuído aos participantes do projeto e demais membros da comunidade, dando a eles um retorno sobre as atividades realizadas e (3) buscar espaço na chamada grande imprensa com envio de press releases para noticiar os eventos maiores.

A escolha pelo jornal impresso como ferramenta periódica se deu em função de várias coisas: curiosamente, em tempos de mídias digitais e mesmo diante de níveis de educação tão baixos, ainda encontramos uma ampla aceitação aos veículos impressos. As rádios

comunitárias encontram barreiras, porque demandam uma certa estrutura (além do percurso burocrático para sua instalação) nem sempre possível de ser viabilizada. A TV, enquanto não chega a Digital, ainda é um recurso caro e também difícil de viabilizar. Os Telecentros implantados pela Prefeitura de Belo Horizonte anunciam a possibilidade de novas mídias online, mas, por enquanto, ainda aguardam a inclusão digital. Restam os jornais – a velha mídia, muitas vezes adaptada à linguagem dos grafites e dos cartuns – que alinhavam idéias e revelam uns para os outros, de dentro do cotidiano de cada um, o esforço e a realização de todos. Nada como se ver representado num impresso: um pedaço de papel que passa de mão em mão e confere autoridade àquele que está ali representado. Assim, produzimos um jornal impresso, formato Tablóide, 4 páginas, papel couchê, com o nome de InFormaCorAção. O jornal passou a cumprir papel considerado fundamental pelos coordenadores do Projeto Forma Cor Ação na divulgação e mobilização em torno das oficinas e atividades oferecidas.

Nas conversas e entrevistas focais que fizemos na comunidade ao longo de dois anos junto do projeto percebemos o quanto isso era importante para as pessoas. Depoimentos de pessoas comuns, emocionadas com a matéria estampada no jornal. Outra curiosidade: quando fizemos o projeto gráfico e editorial do jornal, propusemos o papel offset branco, de custo mais baixo e menor requinte. Na gráfica O Lutador, que rodava o jornal a título de filantropia, o jornal foi rodado em papel couchê, por escolha da empresa, preocupada em oferecer o melhor. Estudiosos de jornalismo empresarial como Gaudêncio Torquato já chegaram a considerar que o papel não pode ser melhor ou mais caro do que o público, ou seja, para funcionários de chão de fábrica, utilize papel comum, mais barato, para não passar a idéia de gastos excessivos e desnecessários. A prática nos mostrou o contrário: gente simples gosta de coisa bonita e bem feita. A qualidade do jornal impresso em papel couchê causou impacto nos moradores da região e o jornal foi bem aceito: eles se sentiram valorizados, como se alguém realmente se importasse com eles. Tamanha qualidade só podia ser sinônimo de “muita consideração”, como manifestaram alguns em agradecimento à Janice Reis, coordenadora das atividades no parque-Escola. As fotos coloridas, os textos abordando o que fizeram nas oficinas, enfim, os participantes se viram representados e, segundo Janice Reis, o jornal legitimou o projeto e ajudou as pessoas a entender a

importância das ações realizadas no parque. O jornal impresso é um registro, um documento que dá visibilidade às atividades e que além de divulgá-las, motiva as pessoas à participação. A distribuição dos 500 exemplares do jornal, todo mês, era feita no dia-a-dia das atividades e pelos meninos inscritos nas oficinas de reforço escolar: eles levavam o jornal para as escolas, para os vizinhos, para os colegas e parentes. Além disso, Janice se encarregava de deixar alguns exemplares na padaria, no posto de saúde, na igreja e assim formava-se uma pequena rede de distribuição.

“O Parque começou a ser mais freqüentado. Timidamente o número de pessoas atendidas foi aumentando, a realização de outros eventos, o apoio do SESC com oficinas gratuitas, a entrada de novos professores, a continuidade da maioria dos outros professores e o lançamento do Jornal Informa Cor Ação contribuíram significativamente para que a freqüência no Parque se normalizasse. O jornal é produzido por alunos do Curso de Comunicação da UNI-BH, pelo programa de extensão da Universidade e impresso pela Gráfica O Lutador. Com a chegada do Jornal, a divulgação do trabalho realizado no Parque foi ampliada.” (Janice Reis, relatório 2006)

Em entrevista, Janice disse que muitas pessoas já chegavam até o Parque levados pelo jornal. Ele colocava a informação em circulação e divulgava as atividades. A pauta era fechada em reuniões mensais, com Janice e outros participantes do projeto. A linha editorial abrigava não apenas a agenda do parque, que era publicada na última página, com dias e horários das oficinas e de todas as atividades, mas problemas da comunidade. Sobre a agenda, além de divulgá-la, os voluntários do projeto de extensão, todos estudantes do curso de jornalismo, iam até o parque e assistiam a algumas apresentações, entrevistavam os participantes dentro das oficinas, fotografavam. Criava-se, assim, uma expectativa sobre a saída da próxima edição: a ansiedade para ver-se (e mostrar-se) em movimento, construindo e participando de algo novo. Também tratava de temas da comunidade: gravidez na adolescência, violência na região, falta de ônibus, falta de segurança, enfim, de problemas que afetavam a vida dos moradores. Com quatro páginas, o jornal trazia na capa a principal atividade do mês, geralmente uma matéria positiva, com belas fotos, sobre atividades realizadas no parque-escola. Na página dois, um editorial, uma matéria sobre questões comunitárias e um povo-fala sobre o tema tratado. Na três, destaque para alguma

oficina ou palestra, seminários e uma coluna de Cenas do Parque, com fotos de adultos e crianças em atividades nas suas dependências. Na contracapa, página quatro, o programa do mês e uma coluna com destaque para alguém, um trabalho que tenha se sobressaído entre os tantos realizados. Em dois anos de atividade, fizemos 14 edições do InformaCorAção dentro do calendário escolar.

“O jornal ajudou as pessoas a entenderem a importância do Projeto e se envolver mais para que ele acontecesse”, afirmou Janice, em reunião com a equipe do projeto de extensão em setembro de 2007. Segundo Janice, a repercussão do jornal foi muito boa e nas reuniões que ela mantinha com a comunidade, viu muitas vezes ele ser comentado e apontado, inclusive, como um meio de comunicação local: isso porque muitos personagens e problemas cotidianos tratados nas páginas do InformaCorAção têm, provavelmente, poucas chances de aparecer na grande imprensa e isso tem um valor substancial para a comunidade. Com isso, o jornal muito contribuiu para aproximar as pessoas do parque e das atividades lá desenvolvidas. Ao que tudo indica, o InformaCorAção ajudou a comunidade a perceber a importância do Parque-Escola como espaço coletivo e de convivência, de educação e de lazer e também a importância do Projeto FormaCorAção na vida delas – uma comunidade carente de eventos culturais e atividades de lazer e educação, de eventos sociais mesmo.

O jornal foi uma peça importante na comunicação do projeto, e o objetivo a ser alcançado era uma maior mobilização em torno dele. Fossem maiores as nossas condições, com uma tiragem maior e talvez uma periodicidade menor (no segundo ano de execução o jornal passou a circular de dois em dois meses por falta de recursos), teríamos a chance de colher melhores resultados nesse aspecto. A questão da mobilização passa, segundo Henriques, pela informação. “As pessoas precisam, no mínimo, de informação para se mobilizarem, mas além disso, precisam compartilhar um imaginário, emoções e conhecimentos sobre a realidade das coisas à sua volta, gerando a reflexão e o debate para a mudança” (HENRIQUES, 2002, p. 31). O InformaCorAção se propôs a informar e a construir esse imaginário ao compartilhar o conhecimento e as emoções das pessoas envolvidas nas

atividades dentro do Parque-Escola. A dimensão que essas atividades, aparentemente pequenas, ganhavam nas páginas do jornal ajudava a comunidade a construir esse imaginário e a se dar conta do que representa a idéia primeira de Janice Reis: “O parque é nosso”.

Thaís Andrade, de 50 anos, aluna da Oficina de Bordados e Pedrarias, não tinha nenhuma habilidade para trabalhos manuais, mas a curiosidade e a vontade de aprender alguma técnica dessa natureza que a acompanhavam desde a infância fizeram dela uma personagem dessa história. Thaís não mora no entorno do parque, mas foi parar na oficina graças ao “boca-a-boca” que chegou até ela. Em entrevista para a edição de número 13 do jornal *InformaCorAção*, em agosto de 2007, se disse muito satisfeita com a oficina porque, além de ela representar uma possibilidade de recursos extras, funciona como uma verdadeira terapia: “aqui esqueço da vida de mãe e dos problemas que nos afligem no cotidiano, além de aprender um novo ofício”. A professora, voluntária desde o começo do projeto, Mirian France, também em depoimento ao jornal, afirmou que em apenas três meses de aula as alunas já têm condições de sair bordando e muitas conseguem aumentar o orçamento da família. É o caso de Inês da Silva Felisberto, de 48 anos, uma das primeiras alunas de Mirian no *Forma Cor Ação*, que garante o pagamento do IPTU e a compra de alguns mantimentos extras com o que ganha vendendo bordados de porta em porta. Mirian ensina cerca de 30 estilos de bordados para alunas que, como Thaís, começam do zero. Melhor foi quando a foto de Thaís e dos bordados foi publicada no jornal. “Eu fiquei famosa”, conta. Ficar famosa na comunidade é inspirar outros a compartilhar do mesmo ideal, a sonhar com a realização de algo que parecia distante, mesmo que seja algo simples e aparentemente pequeno. Essa recuperação do “eu”, proporcionada primeiro pela atividade comunitária e depois pelo reconhecimento revelado pela publicação do “sucesso” é um dos mais gratificantes resultados da comunicação: ao divulgar o trabalho e a satisfação de Thaís e outros personagens dessa história, muitas pessoas ficaram sabendo das oficinas de bordado e pedrarias oferecidas no Parque-Escola. Longe de ser uma atividade lucrativa, a proposta do Projeto coordenado pela arte-educadora Janice Reis é antes levar às pessoas a possibilidade de fazer algo, de construir suas próprias histórias de vida, de se tornarem atores sociais e de participarem da vida comunitária. O trabalho comunitário na oficina de pedrarias e nas outras oficinas e cursos oferecidos pelo projeto resgata a cidadania na

medida em que coloca em contato essas diversas Thaís e Inês e, nesses contatos, elas compartilham algo, descobrem-se pertencentes a um mundo comum e começam a unir-se em torno de ideais que a partir dali poderiam ser realizados. A vida comunitária pulsa.

Pudemos perceber o quanto isso é verdade nas outras experiências que iniciamos na periferia, de dentro dos grupos de hip hop que buscam conquistar seu espaço e ter sua própria mídia, para ter sua própria voz, como no Grupo Cultural NUC, ou de dentro dos grupos de mães e de terceira idade que têm na Associação 1º de Maio da Vila Vista Alegre o local de encontro tanto para tratar de questões da comunidade, como simplesmente para encontrar-se com o outro num dos poucos momentos de atividade lúdica a que se dão direito. A sede do Grupo Cultural NUC, no Alto Vera Cruz, abriga um encontro de vozes da periferia que se organizam e se encontram no centro das discussões sobre cultura e buscam ocupar espaços culturais tradicionais na cidade. O NUC também oferece uma dezena de atividades sociais e culturais na busca pela emancipação da comunidade local. O problema está na falta de uma estrutura de comunicação que os conecte a este imenso aglomerado de pessoas e que faça com que parte dessa comunidade os reconheça como provedores de cidadania. Atualmente, desenvolvemos para o NUC um jornal impresso chamado “O Movimento” que pretende ser a voz da cultura HipHop, além do jornal mural “O Morro” que fizemos a muitas mãos com um grupo de jovens e adultos que participaram de uma oficina de comunicação comunitária que organizamos no ano passado. A oficina apresentou para um grupo de 15 participantes o Jornal Mural como ferramenta de comunicação comunitária eficiente e de baixo custo, possível de ser desenvolvida por grupos de pessoas da própria comunidade. A oficina foi um sucesso: os participantes, jovens da comunidade do Alto Vera Cruz e de outros bairros vizinhos garantiram presença nas 60 horas aulas, ministradas duas vezes por semana.

O Jornal Movimento, do Grupo Cultural NUC é um jornal no formato tablóide, oito páginas, cujo planejamento foi desenvolvido no final do ano passado, teve projeto gráfico aprovado em novembro de 2007, mas a primeira edição foi produzida este semestre. A proposta do NUC é fortalecer os grupos culturais envolvidos nas atividades que realiza, dando-lhes condições de inserção no mercado cultural. Ou seja, pretende potencializar e capacitar esses

grupos da comunidade a se autoproduzirem, buscando torná-los autônomos; associar o desenvolvimento da área cultural e seus agentes ao processo educacional dos participantes do programa e, conseqüentemente, da comunidade em geral. O jornal O Movimento é uma das ferramentas que será utilizada para atingir esse objetivo: ele vai divulgar o movimento Hip Hop, informando e orientando o público para o qual será distribuído sobre as suas principais vertentes: a música (rap), a instrumentação (DJ), a dança e o grafite.

O Grupo Cultural NUC é uma organização não governamental com sede no bairro, que tem como objetivo incentivar, produzir e difundir arte e cultura, promovendo o acesso ao conhecimento e aos bens culturais. Desde 2003, o NUC desenvolve diversas atividades, como oficinas e encontros, visando a formação e o intercâmbio das experiências, especialmente entre os jovens negros em situação de risco daquela região. São diretrizes do Grupo Cultural NUC a formação cultural, a comunicação e difusão de informações, a difusão cultural e a inclusão digital. Assim, percebemos, rapidamente, que ali não se tratava apenas de produzir e colocar em circulação algum meio de divulgação das ações desenvolvidas. Era preciso incluir a comunidade na feitura mesmo das ferramentas. A idéia de um Laboratório de Comunicação fazia parte das diretrizes do NUC e nos colocamos dispostos a ajudar na ativação da proposta. Surgiu daí a oficina “Jornal Mural: uma proposta de intervenção comunitária”, planejada e executada no primeiro semestre de 2007.

Em reunião com os dirigentes da Associação 1º de Maio da Vila Vista Alegre, com os quais também mantivemos vários encontros para pensar o planejamento da comunicação da instituição com os moradores da redondeza, o processo não é diferente. Na avaliação desses dirigentes, o grande gargalo no relacionamento com a população do entorno está na carência de ferramentas de comunicação que possam divulgar as atividades que desenvolvem em prol da comunidade e também fazer com que essa comunidade perceba a importância da instituição na execução de práticas comunitárias mais solidárias e utilizem esse espaço como *locus* de emancipação. Carlos da Silva Prado de Jesus, presidente da Associação há dois mandatos, não escondeu, logo na primeira reunião, a ansiedade pelo planejamento de comunicação, depois de constatar, em reuniões realizadas nas escolas públicas da vizinhança, que a associação ainda é desconhecida por muitos moradores.

Com uma agenda mensal que oferece desde creche a cursos, oficinas, seminários, grupos de estudos e atividades de lazer como bailes da terceira idade, a Associação já conquistou o coração de centenas de freqüentadores assíduos e usuários de seus serviços, conforme relatório anual, mas ainda está longe de grande parte da comunidade que se perde ruas adentro de uma comunidade que abriga nada menos que cerca de 20 mil famílias. Numa área considerada de risco, com ruas e becos onde pobreza e violência se enfrentam no cotidiano dos moradores, Carlos afirma que é difícil manter contato freqüente com todo mundo, mas revela que o grande sonho de todos os dirigentes é ampliar o trabalho da associação, trazendo para dentro um número maior de pessoas comprometidas com o desenvolvimento social. “Fazemos hoje um trabalho maravilhoso aqui, e já recebemos centenas de pessoas da comunidade, mas ainda somos desconhecidos. Falta comunicação, esse é o principal gargalho na hora em que é preciso mobilizar mais gente”, diz Carlos.

Embora a associação exista há 40 anos, Carlos se disse surpreso quando, em um encontro com pais e alunos numa escola da região, perguntou quem conhecia a Associação e o trabalho que ela faz e apenas dois ou três levantaram a mão, numa turma de mais 20. A decepção de Carlos, segundo nos relatou, é que o desconhecimento tira dele a legitimidade que precisa para atuar em nome da comunidade: “Como posso dizer que representamos essa comunidade, que lutamos por ela, se numa reunião de pais na escola pública da região muitos ainda desconhecem o nosso trabalho?” A Associação 1º de Maio é muito conhecida na região, tem 40 anos de existência e algumas de suas atividades, como as oficinas profissionalizantes e de comercialização de produtos recebem um público de cerca de 600 pessoas por mês. Mas a legitimidade, na avaliação de Carlos, precisa de algo mais: o reconhecimento, pela maioria, de que ali é um espaço de construção da cidadania, de emancipação social e cultural para os moradores da região. Acreditamos que com o desenvolvimento de ferramentas de comunicação será possível não só tornar a associação mais conhecida, mas ajudar a desenvolver esse trabalho de reconhecimento e legitimação das ações que ela desenvolve.

A Associação, como o Projeto Forma Cor Ação, oferece dezenas de oficinas e cursos profissionalizantes, além de atividades de lazer. A creche que cuida de 126 crianças é mantida com recursos da Prefeitura de Belo Horizonte e doações de comerciantes locais e funciona em dois turnos diários na sede da Associação, fato que cria, por si só, um forte vínculo social com os moradores. Mas a comunicação é colocada como fator imprescindível para a criação de vínculos: nem todos que utilizam os serviços da creche vinculam outras atividades realizadas à mesma instituição. Ou seja, não há, ainda, um amplo reconhecimento do trabalho da Associação 1º de Maio como ator social que atua na construção da cidadania e na emancipação social e cultural da região.

Ali, no bairro Vista Alegre, o diagnóstico mais uma vez, pelas mesmas razões anteriores, nos guiou na direção de um jornal que possa levar informação e ajudar na construção de um ideário, com assuntos que ajudem na formação e compreensão do papel social de cada um na comunidade. Além do jornal que está sendo construído – estamos trabalhando no projeto editorial e gráfico da publicação de acordo com os públicos locais – também foi apresentada a demanda por uma edição especial em comemoração aos 40 anos da Associação 1º de Maio da Vila Vista Alegre. Ao pretender criar vínculos mais consolidados com a comunidade, uma peça que conte a história da instituição se coloca como estratégica, capaz de fazer as pessoas perceberem a importância que ela adquiriu ao longo dos anos e, mais, como ela, a Associação, cresceu junto com a região nesses 40 anos de existência.

### **Uma reflexão sobre a experiência**

Parece não restar dúvidas de que o apoio e a participação da comunidade são fundamentais para que a legitimação ocorra e a comunicação é fundamental para aumentar os níveis de participação. Também parece não restar dúvidas que a comunicação é fundamental para divulgar e legitimar essas “pequenas” ações dentro da comunidade e para colocar em circulação não apenas as notícias que se pretende divulgar, mas também os princípios comunitários de participação e desenvolvimento social. Ao publicar matérias jornalísticas sobre as atividades realizadas, com textos e fotos, estamos ajudando não apenas nessa

divulgação, mas na construção da legitimidade que muitas dessas entidades precisam para institucionalizar-se. E mesmo as já institucionalizadas, como a 1º de Maio, carecem de formas regulares de divulgação das suas atividades para estreitar e manter os vínculos, para gerar o comprometimento e levar os públicos a um nível desejável de participação e reconhecimento. Os resultados, até agora, parecem nos mostrar que estamos no caminho certo: aumenta, aos poucos, o nível de conhecimento que as pessoas têm da causa e o reconhecimento do trabalho coletivo. A maior participação virá em seguida.

Embora ainda seja cedo para avaliar impactos e resultados concretos, sabemos hoje porque a necessidade de comunicação apresentada pelas entidades é uma das principais questões com as quais se deparam os dirigentes para consolidar seus programas de atendimento comunitário. Os primeiros resultados obtidos até agora, captados também em reuniões de grupos, justifica plenamente o nosso projeto. O que vimos constatando, a cada etapa desenvolvida, é que as instituições comunitárias desenvolvem um trabalho extremamente rico nas comunidades nas quais operam, mas falta-lhes a divulgação desse trabalho. Essa divulgação, segundo os próprios dirigentes das instituições, é fundamental para legitimar a ação desenvolvida, além de ser importante para atrair a comunidade para a agenda de atividades que organizam. “Ter a nossa própria mídia é uma forma de fazer com que muitos escondidos nas periferias do Brasil possam mostrar seu trabalho; é uma forma de divulgar o pequeno evento, desconhecido ou ignorado pela mídia; de divulgar a boa música, desconhecida no cenário; é uma forma de ocupar o espaço que é público” (FRED, DJ/Grupo Cultural NUC) .

Atividades como o planejamento e a produção de publicações impressas ou eletrônicas dirigidas, com linguagem e projetos gráficos atraentes para seus públicos; a elaboração de vídeos para exibição nas comunidades em reuniões utilizando a metodologia qualitativa de grupos focais; palestras, seminários e reuniões monitoradas (que se transformarão depois em publicações de forma a mostrar resultados práticos das ações que estão sendo desenvolvidas, num processo cíclico de realimentação de informação); cartilhas; jornais murais; comitês temáticos; atividades culturais e de lazer como peças teatrais com conteúdos que informem, conscientizem e mobilizem; inserções em programas de emissoras de tevês e rádios

comunitárias, etc.. Estes são alguns dos recursos que podem ser utilizados no processo da comunicação mobilizadora.

Numa perspectiva de estruturação dos projetos mobilizadores de forma aberta, multidirecional, participativa e democrática, com a finalidade de acabar com a estagnação e a acomodação dos indivíduos, é preciso colocar estes problemas reais em movimento e circulação na sociedade, para o que é essencial estabelecer estratégias comunicativas. As pessoas precisam, no mínimo, de informação para se mobilizarem, mas além disso, precisam compartilhar um imaginário, emoções e conhecimentos sobre a realidade das coisas à sua volta, gerando a reflexão e o debate para a mudança. (HENRIQUES, 2002, p.31)

Chamar as pessoas à participação implica, como afirma Henriques, que elas estejam informadas sobre o que participar. Só assim elas entenderão o “porquê” participar, o que isso tem a ver com a vida delas, seja produzindo resultados imediatos ou a médio e longo prazos. Jornalistas e comunicadores em geral podem ajudar muito na construção dessa rede informativa que vai unir as pessoas por laços de solidariedade, ajudando-as a perceber que pertencem a um mundo comum. Desta forma, num primeiro momento, instrumentos e técnicas de comunicação, colocados a serviço das comunidades, podem produzir a idéia de pertencimento e gerar vínculos que façam com que as pessoas se sintam co-responsáveis por problemas comuns e busquem alternativas para resolvê-los. Podem também desencadear um processo comunicativo capaz de unir a todos em torno de algo que devem compartilhar.

O fazer comunicativo – tanto o formal que inclui o planejamento de quais produtos jornalísticos poderão ser mais eficazes na disseminação da informação e na construção do ideário coletivo, quanto os informais produzidos no mundo da vida – pode, portanto, ser capaz de criar novos processos de interação que, por sua vez, demandarão novos planejamentos e novos fazeres.

## **Referências Bibliográficas**

AGÊNCIA DE NOTÍCIAS DOS DIREITOS DA INFÂNCIA  
Que País é este?: pobreza, desigualdades e desenvolvimento humano e social no foco da imprensa brasileira. (Coordenação Veet Vivarta). São Paulo: Cortez, 2003. (Série Mídia e Mobilização Social; v.4)

ANASTASIA, Fátima; MELO, Carlos Ranulfo.

Associativismo civil e participação Política na Região Metropolitana de Belo Horizonte (notas preliminares de pesquisa). Belo Horizonte: DCP/UFMG, 2003.

BENEVIDES, Maria Victoria de Mesquita

A Cidadania Ativa: referendo, plebiscito e iniciativa popular. São Paulo: Ática, 1991.

CAMAROTTI, Ilka e SPINK, Peter

Novos Espaços Públicos e a Ação Local na Redução da Pobreza. In: AGÊNCIA DE NOTÍCIAS DOS DIREITOS DA INFÂNCIA – ANDI. São Paulo: Cortez, 2003.

CARDOSO, Ruth

Sociedade Civil e Meios de Comunicação no Brasil. In: MELO, José Marques de Comunicação e Transição Democrática. Porto Alegre: Mercado Aberto, 1985. p.118-128

COSTA, Sérgio

Contextos da Construção do Espaço Público no Brasil. Novos Estudos CEBRAP. São Paulo. n.47, pp.179-192, mar. 1997.

Esfera Pública, redescoberta da Sociedade Civil e Movimentos Sociais no Brasil: uma abordagem tentativa. Novos Estudos CEBRAP. São Paulo. n. 38, pp.38-52, mar. 1994.

DAGNINO, Evelina (org.)

Os anos 90: política e sociedade no Brasil. São Paulo: Brasiliense, 1994.

FRANÇA, Vera Regina Veiga

“Construção Jornalística e dizer social”. In: PORTO, Sérgio Dayrell (org.). O jornal: da forma ao sentido. Brasília: Editora UNB, 2002 (2.ed.) (Coleção Comunicação, 2)

HENRIQUES, Márcio Simeone (org.)

Comunicação e estratégias de mobilização social. Belo Horizonte: Gênese Fundação Educacional e Cultural, 2002.

HOHLFELDT, Antonio e BARBOSA, Marialva

Jornalismo no século XXI: a cidadania. Porto Alegre: Mercado Aberto, 2002.

\_\_\_\_\_ ; MARTINO, Luiz C; FRANÇA, Vera Veiga (orgs.)

Teorias da Comunicação: conceitos, escolas e tendências. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001.

PAIVA, Raquel

O Espírito Comum: Comunidade, Mídia e Globalismo. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

PERUZZO, Cicilia Maria Krohling

Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendências In: COGO, Denise e MAIA, João, Comunicação para a Cidadania. Rio de Janeiro: Eduerj, 2006

“Mídia Local e suas Interfaces com a Mídia Comunitária, em textos do Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – BH/MG – 2 a 6 Set 2003 1 Trabalho apresentado no Núcleo de **Comunicação para a Cidadania**, XXVI Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Belo Horizonte/MG, 02 a 06 de setembro de 2003.

TELLES, Vera da Silva

Direitos Sociais: afinal do que se trata? Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1999.

THIOLENT, Michel

Metodologia da pesquisa-ação. São Paulo: Cortez/Autores Associados, 1992. (Coleção temas básicos de pesquisa-ação)

TRAQUINA, Nelson.

O Estudo do jornalismo no século XX. São Leopoldo, RS: Editora Unisinos, 2001.

\_\_\_\_\_ (org.)

Jornalismo: Questões, Teorias e “Estórias”. (tradução: Luís Manuel Dionísio) Lisboa: Veja, 1993. (Coleção Comunicação & Linguagens)