

**Cultura, comunicação e mobilização social:
metodologias de diálogo entre saberes**

Bruna Bezerra Lubambo Maia¹

Carolina Nogueira Machado²

Emanuela de Avelar São Pedro³

Eveline Souza Xavier⁴

Maria Beatriz Almeida S. Bretas⁵

Rafaela Pereira Lima⁶

Resumo: Esta reflexão contempla metodologias para o diálogo entre experiências de entidades culturais populares e o conhecimento comunicacional, em prol da autonomia dos grupos e da potencialização de seus recursos expressivos. Trata-se do processo de diagnóstico colaborativo desenvolvido pela ONG Associação Imagem Comunitária, no qual os participantes são convocados a pensar e a produzir a comunicação como interações capazes de promover a mobilização social.

Palavras-chave: metodologias participativas, diálogo entre saberes, comunicação relacional.

Este artigo apresenta uma experiência de diagnóstico participativo realizada pela Associação Imagem Comunitária – AIC⁷, no âmbito do projeto Agência de Comunicação Solidária – ACS. Desde 2006, a ACS atende a demandas de comunicação e desenvolvimento institucional de entidades, coletivos e movimentos da sociedade civil organizada, dentre os quais se destacam os grupos culturais.

¹ Analista de Comunicação da AIC. bruna@aic.org.br

² Analista de Comunicação da AIC. carol@aic.org.br

³ Gerente de Projetos da AIC. emanuela@aic.org.br

⁴ Analista de Comunicação da AIC. eveline@aic.org.br

⁵ Pesquisadora da AIC. bia@aic.org.br

⁶ Diretora Executiva da AIC. rafaela@aic.org.br

⁷ A Associação Imagem Comunitária, ONG voltada à promoção da democratização da comunicação e do acesso público à mídia, desenvolve, desde 1993, em Minas Gerais e outros estados, parcerias com coletivos populares, entidades culturais e movimentos juvenis que trabalham pela promoção da cidadania, realizando produções e ações comunicativas, sempre de forma colaborativa.

O objeto de nossa reflexão contempla os procedimentos metodológicos utilizados para o diálogo entre experiências de entidades culturais populares e o conhecimento comunicacional, em prol da autonomia dos grupos e da potencialização de seus recursos expressivos. Trata-se de um percurso formativo que almeja o aperfeiçoamento das formas de escuta dos saberes dos grupos, num exercício conjunto de compreensão que venha a impactar no fortalecimento de seus vínculos, na construção de sua sustentabilidade e na sua visibilidade pública. Nesses processos, os participantes são convocados a pensar e a produzir a comunicação como interações capazes de promover a mobilização social. As atividades junto aos grupos abrangem o desenvolvimento participativo de diagnósticos, planejamentos e ações que articulam a vinculação de públicos como perspectiva estratégica da mobilização.

Visando a promoção das competências discursivas dos participantes em diferentes linguagens e dispositivos, a AIC vem elaborando procedimentos metodológicos que facilitam a emergência de identidades, expectativas e proposições dos sujeitos individuais e coletivos, ao longo do processo de formulação de um diagnóstico colaborativo. A ênfase do trabalho recai no reconhecimento das relações que os grupos estabelecem com seus públicos, com vistas ao planejamento estratégico da comunicação.

A construção e a apropriação coletiva das ideias de uma comunicação relacional são vistas como condição fundamental para a reflexão sobre a identidade do grupo, incorporando-se ao planejamento e à produção de uma comunicação dirigida. A condição relacional diz respeito às interações mediadas pela linguagem (FRANÇA, 2003), construindo complexo quadro de afetações mútuas entre os sujeitos que se relacionam. De acordo com Dewey (1916), a experiência das pessoas em interação é ampliada e alterada quando pensamentos e sentimentos são tornados comuns. Nesses processos, os participantes têm suas próprias atitudes modificadas e todos são afetados. Essas alterações entre aqueles que interagem comunicativamente contribuem para mudar o mundo em que vivemos.

A ação continuada com os grupos aponta para a compreensão do processo como um trabalho de tradução intercultural, tomando de empréstimo as ideias de Boaventura Souza Santos (2007) sobre uma ecologia de saberes. Trata-se de reconhecer a existência de uma pluralidade de experiências cognitivas, na qual se

incluem as práticas provenientes de esferas culturais populares e o conhecimento científico, favorecendo a ocorrência de interações entre os diversos campos.

Construindo essas interações em processos que visam a autorreflexão, a comunicação institui um mundo em comum, ao promover o compartilhamento de sentidos em diversos modos de conversação, nos quais todos os interlocutores podem e devem expressar seus conhecimentos e experiências. No nosso entendimento, o desenvolvimento de metodologias participativas junto a grupos culturais e sociais está diretamente ligado ao aperfeiçoamento de formas de diálogo.

Para dar concretude a essas ideias, buscamos os exemplos das ações de diagnóstico em três entidades mineiras atendidas pela ACS, em 2014 e 2015⁸: a Associação de Cultura Afrobrasileira de Ouro Branco (Acafro), que trabalha a cultura afro como instrumento transformador e socioeducativo; a Associação Sociocultural Os Bem-Te-Vis, inicialmente uma biblioteca comunitária que se tornou um Ponto de Cultura no Programa Cultura Viva, oferecendo aulas de violão, canto, flauta, artesanato etc., no distrito de Itatiaia (Ouro Branco); e a Organização Cultural Ambiental (OCA), que tem como projeto uma escola de circo voltada para inclusão social de crianças e jovens que vivem em área de vulnerabilidade social, em Ouro Preto. A escolha desses casos, dentro de um conjunto entidades atendidas pela ACS, está ligada à condição cultural e aos resultados obtidos no percurso de cada um dos três.

Aportes metodológicos

Nosso desafio foi trabalhar a comunicação dessas entidades considerando dois aspectos importantes: sua natureza, ligada visceralmente a uma causa social; e a possibilidade de atuar junto com elas e não para elas, de maneira a incluí-las no processo. Ao abrir a responsabilidade do desenvolvimento do processo para os próprios integrantes das entidades, o trabalho colaborativo mobiliza diferentes saberes e repertórios, contribuindo não só para legitimar o que está sendo criado, mas também para aumentar o comprometimento do grupo para com aquilo que está em construção. O processo colaborativo “cria vínculos entre os indivíduos e contribui para a constituição de uma subjetividade coletiva. Na interação dialógica, os

⁸ Ação patrocinada pela Gerdau, por meio da Lei Estadual de Incentivo à Cultura de MG.

parceiros acabam reforçando seus compromissos mútuos” (MELO, et. al. , 2006, p. 60)

Quanto ao primeiro aspecto, que destaca a causa central defendida pelas entidades, foi necessário buscar na literatura abordagens diferenciadas da comunicação, que tivessem mais aderência às características peculiares dos movimentos sociais. Não seria pertinente trazer para a discussão modelos clássicos de comunicação, como o da comunicação corporativa empresarial, pois não atenderiam à realidade dessas entidades. No contexto dos coletivos e grupos culturais, observamos a relação entre os atores sociais cada vez menos hierarquizada, mais fluida, plástica, flexível, capaz de se redesenhar para adaptar a novas circunstâncias. Para além da relação entre públicos, há a relação e a vinculação dos públicos a uma causa social. E essas especificidades deveriam ser consideradas.

Para atender a esse quesito, nos baseamos no trabalho desenvolvido por Henriques et al (2004) de comunicação para mobilização social. Compreendendo que a principal função das ações comunicativas dentro de um processo mobilizador é gerar, manter e aprofundar vínculos, os autores trazem uma proposta de planejamento de comunicação de organizações (entidades, movimentos e coletivos) a partir do mapeamento de seus públicos em Beneficiados, Legitimadores e Geradores. Dentro dessa classificação, procura-se identificar o que mais caracteriza determinados grupos em relação às expectativas que a organização tem para com eles.

Outro elemento central dessa proposta é o foco nos vínculos da organização com os seus públicos. O instrumento usado é uma escala, que vai do nível de vinculação mais tênue – como uma situação em que o único vínculo é a coexistência no mesmo território – até a mais forte – aquela em que, em linguagem coloquial, as pessoas “abraçam a causa”.

A problematização e a análise dessas relações com cada público orientam um plano de ações de comunicação para a entidade, contemplando a perspectiva relacional, que ultrapassa o caráter instrumental e informativo.

São considerados como Beneficiados aqueles públicos para os quais as atividades fins de uma entidade, movimento ou coletivos são voltadas. Esse público é aquele diretamente favorecido pelas ações da organização, refletindo diretamente

sua causa. Tomando-se como exemplo uma biblioteca comunitária, temos como um de seus públicos Beneficiados a comunidade local.

Os públicos dos quais uma organização espera ou possui uma relação de apoio são identificados como Legitimadores. O público Legitimador corrobora a causa e a organização, sem com isso se envolver viabilizando algum tipo de recurso que irá gerar as atividades da entidade, movimento ou coletivo. Ainda considerando uma biblioteca comunitária, as escolas do bairro são um exemplo de público Legitimador, na medida em que podem indicá-la para pesquisas escolares e para a programação cultural dos alunos.

Já o público Gerador é aquele cuja principal relação estabelecida com a organização se dá no âmbito da cessão de recursos que irão “gerar” a organização, tornar suas ações possíveis. O público Gerador viabiliza recursos humanos, materiais, financeiros, e espaciais, dentre outros, para a execução das atividades da entidade. Via de regra, o público Gerador está ligado diretamente com a causa e com a organização, mas, como veremos melhor na escala de vínculos proposta por Henriques et al (2004), nem sempre isso acontece. É possível um público Gerador atuar sem estar alinhado com a instituição, até mesmo sem o conhecimento da causa com clareza, o que não é uma relação ideal. Como exemplo de público Gerador de uma biblioteca comunitária, temos a bibliotecária que abre a biblioteca todos os dias e organiza o empréstimo de livros.

Aqui é importante deixar claro que a divisão entre público Gerador, Legitimador e Beneficiado é muito tênue e pode sofrer interseções. Um público legitimador pode estar próximo a tornar-se gerador; um público gerador também pode ser beneficiado e assim por diante. Dentro dessa classificação, procura-se identificar o que mais caracteriza determinados grupos em relação às expectativas que a organização tem para com eles.

Conforme Henriques et al (2004), dentro de um processo de mobilização, a comunicação assume algumas funções cruciais: (1) enunciar o evento/tema problematizado, como por exemplo dizer que a violência doméstica contra a mulher não é uma coisa boa e nem normal; (2) vincular pessoas em torno de uma causa, favorecendo o compartilhamento do sentido de pertencimento, como é o caso de jovens que tatuam signos tribais como forma de se sentirem pertencentes a um coletivo; (3) identificar, ou seja, afirmar dentro do espaço público o que identifica um coletivo ou movimento, tornando público seus valores, crenças, posicionamentos,

etc, como nos rituais de Natal, onde são (re)afirmados valores cristãos; e (4) coletivizar, problematizando determinada causa no espaço público e convocando novos adeptos, como é o caso da transformação da violência doméstica em uma questão de saúde pública e de violação de direitos de cidadania, deixando de ser algo estritamente ligado à esfera da vida privada.

Como já apontamos, para sistematizar o processo de vinculação dentro da mobilização social, Henriques et al (2004) propõem uma escala que vai do nível de vinculação tênue, por proximidade geográfica com a causa, até o nível de corresponsabilidade, em que os sujeitos envolvidos sentem-se responsáveis pelo sucesso ou fracasso da causa. Para se chegar ao nível ideal de vinculação, a corresponsabilidade, o sujeito passa pelos seguintes níveis de construção de vínculos: informação, quando apenas tem conhecimento da causa; julgamento, quando se posiciona diante da causa da qual tem conhecimento; ação, quando passa a tomar atitudes baseadas naquela causa; coesão, quando os integrantes da causa passam a agir de maneira interdependente, buscando um objetivo único; continuidade, quando as ações coesas passam a se prolongar ao longo do tempo, deixando de ser pontuais e, por fim, a corresponsabilidade. Há ainda o nível de vinculação por participação institucional, que é aquele vínculo formalizado por algum tipo de contrato ou documentação. Apesar de forte, juridicamente, essa vinculação não passa, necessariamente, pela corresponsabilidade.

A problematização e a análise dessas relações com cada público orientam um plano de ações de comunicação para a entidade. Dessa forma, atuamos na perspectiva de uma comunicação dirigida, tão cara em processos de mobilização social, e sob sua perspectiva relacional, e não apenas instrumental e informativa.

Em relação ao aspecto colaborativo almejado, buscamos instrumentos capazes de criar caminhos de interação com cada entidade. Nosso objetivo era não só ouvi-los, mas contar com a participação ativa de seus representantes em todo o processo, compartilhando repertórios e sentimentos. Por isso, mesclamos a metodologia de comunicação para mobilização social com técnicas de Diagnóstico Rural Participativo – DRP (VERDEJO, 2006; FARIA & NETO, 2006)⁹, o que nos

⁹ Vale mencionar que o termo “rural” presente na sigla está ligado ao contexto de início de desenvolvimento das técnicas e ferramentas: as pesquisas de ciências agrárias da Universidade de Chiang Mai (Tailândia, nos anos 70). A ideia era trabalhar conceitos organizativos complexos a partir de um sistema de comunicação simples, constituído por elementos gráficos e diagramas – de modo que a base das ações diagnósticas fossem

ofereceu rumos de uma construção coletiva. As ferramentas utilizadas no DRP são diagramas visuais e interativos que funcionam como instrumentos de abstração acerca da realidade passada, atual ou futura. São processos de pesquisa a partir das condições e possibilidades dos participantes, baseando-se nos seus próprios conceitos e critérios de explicação. A ideia é que os próprios participantes analisem a sua situação e valorizem diferentes opções para melhorá-la.

O processo na prática

A ação de diagnóstico e planejamento de comunicação com os grupos atendidos foi dividida em etapas, compreendendo as seguintes atividades principais: 1) levantamento de dados preliminares; 2) identificação da causa social trabalhada e problematização, pelos próprios integrantes, da comunicação atual da instituição; 3) workshop de compartilhamento da metodologia de diagnóstico utilizada; 4) mapeamento e análise, pelos participantes dos coletivos, dos públicos de relacionamento e vínculos da entidade com cada público; 5) sistematização das informações levantadas no processo de mapeamento; 6) reuniões devolutivas, elaboração, debate e finalização de planos de comunicação.

O exercício de mapeamento dos públicos da entidade (divididos em Beneficiados, Legitimadores e Geradores) é baseado na técnica do Diagrama de Venn¹⁰. O mecanismo proposto é o uso de círculos de diferentes tamanhos, dispostos de forma a representar as relações existentes entre eles. Assim, os participantes representam cada público em um círculo, cujo tamanho é escolhido segundo o grau de importância dele para a instituição, e os localizam espacialmente numa cartolina, tendo em vista a proximidade atual em relação à entidade diagnosticada (públicos mais próximos e mais distantes).

representações simbólicas da realidade vivida. Com isso, pretendia-se aproximar técnicos, pesquisadores e agricultores no trabalho em comum de análise dos agrossistemas (cf FÁRIA & NETO, 2006, p. 11).

¹⁰ Diagrama de Venn é uma ferramenta de DRP representado por um diagrama de círculos de diferentes tamanhos, dispostos de forma a representar as relações existentes entre eles. Cada círculo representa um grupo. O tamanho do círculo representa o poder do grupo ou sua capacidade de atingir objetivos. A distância entre os círculos representa a relação entre os referidos grupos (cf FÁRIA & NETO, 2006).

Mapeados os públicos, eles são representados numa matriz de análise de vínculos. A base para esse trabalho é a Matriz Comparativa¹¹. Na matriz proposta, a relação do grupo com cada público é analisada sob o ponto de vista de todos os vínculos presentes na metodologia de comunicação para mobilização social: localização espacial, informação, julgamento, ação, coesão, continuidade, corresponsabilidade e participação institucional.

A equipe empreende uma sistematização desses mapeamentos, dá a devolutiva aos grupos, incorpora as alterações surgidas nessa devolutiva e, a partir de todos esses insumos, elabora um plano de comunicação – que, por sua vez, também é discutido com os grupos e revisto, de modo a se chegar num documento final, constituído pela pluralidade dos olhares dos envolvidos.

Vale destacar que o caráter colaborativo de todas as ações de diagnóstico gera as bases para que o plano seja uma construção efetiva dos grupos – que, desse modo, se apropriam e assumem o protagonismo na implementação de variadas ações comunicativas, com acompanhamento da equipe da ACS.

Resultados

Durante todo o processo de diagnóstico colaborativo, foi possível observar os ganhos obtidos pelos participantes que, desde o início da interlocução com a equipe, começaram a deslocar o pensamento da comunicação focado em meios de divulgação, passando a compreendê-la também como troca, partilha, conversação.

As figuras seguintes mostram a metodologia sendo aplicada com os grupos e apresenta um modelo de mapa apontando visualmente as vinculações com os públicos identificados pela entidade. Essas configurações permitiram aos participantes das discussões uma leitura clara de suas relações com os segmentos de Beneficiados, Legitimadores e Geradores. As reflexões originadas nessa etapa forneceram elementos para o autoconhecimento do grupo, para a objetivação de sua identidade, para a análise crítica da comunicação praticada, bem como para a elaboração de propostas para trabalhar estrategicamente o relacionamento com os públicos envolvidos.

¹¹ Matriz Comparativa é uma ferramenta de DRP representada por uma tabela na qual, em um dos eixos, estão os elementos a serem comparados, e, no outro, os critérios de comparação/avaliação (cf FÁRIA & NETO, 2006).



Figura 1 – Integrantes dos Bem-Te-Vis realizando o mapeamento de públicos

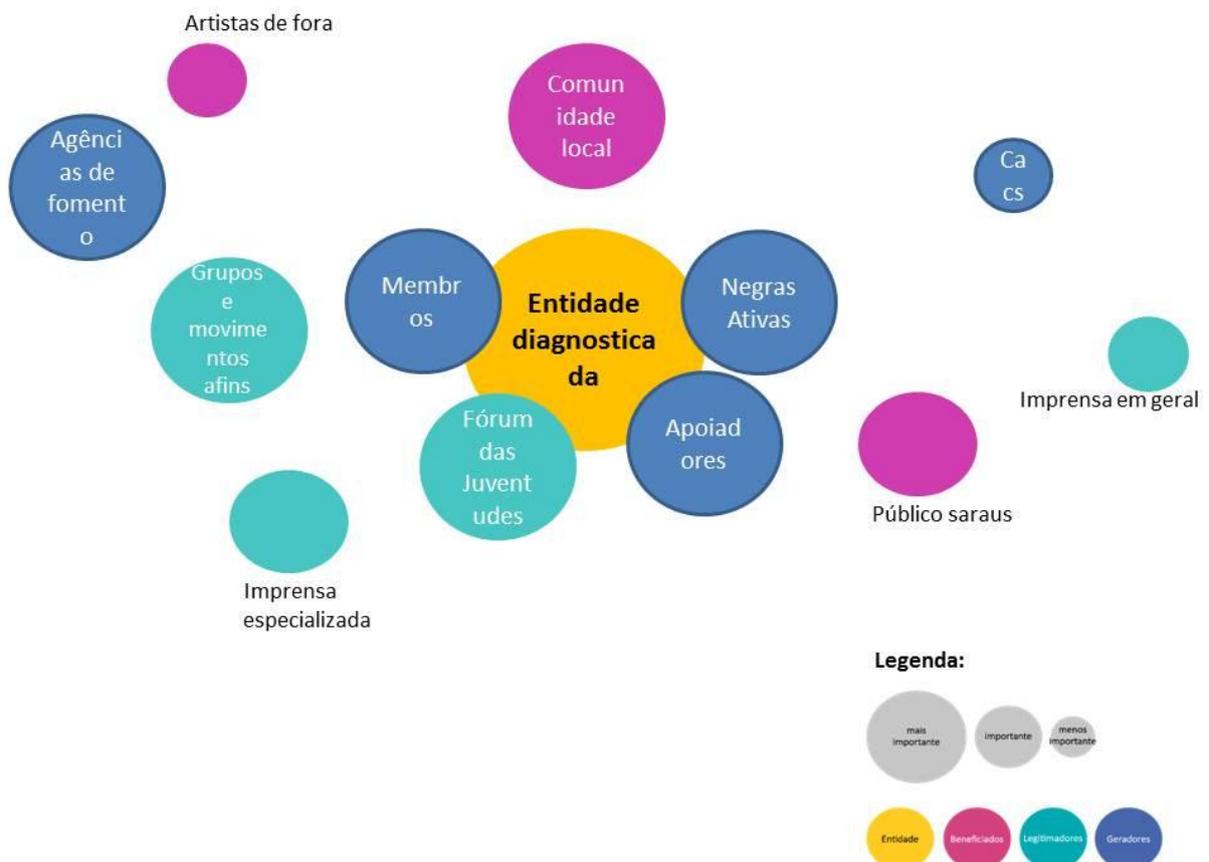


Figura 2 - Exemplo de como o Diagrama de Venn pode ser montado a partir do mapeamento de públicos

Foi pensando a comunicação como uma interlocução entre sujeitos que o grupo da Oca percebeu, durante o processo, um grande problema de identidade: a instituição se chama Oca, mas seu único projeto, da escola de circo, não tinha nome ou marca. Era muitas vezes chamado pelo próprio grupo de “circo sem nome”. Por outro lado, a visibilidade do trabalho realizado não ocorria pelo nome da instituição, mas sim pela atuação com o circo, o que criava confusão e enfraquecia a promoção das ações. Agora a escola tem nome: “Circo da Gente: Arte, educação e cidadania”.

Os Bem-te-vis também se fortaleceram com o trabalho, colocando as ações sugeridas em prática. No entanto, durante a devolutiva, apontaram firmemente para a equipe da ACS quais delas não eram pertinentes à realidade da comunidade e, portanto, não deveriam ser realizadas. Tal fato é de extrema importância, pois ressalta o caráter participativo e a valorização dos diversos saberes do processo. Constatamos a clareza de percepção do gestor quando nos disse:

“Estamos criando uma identidade mais forte dos Bem-Te-Vis, podendo fortalecer os projetos e as futuras parcerias com o objetivo de trazer os interlocutores, comunidade e fomentadores de cultura para conhecer mais a instituição”.

Em síntese...

Dentre as conclusões resultantes desse percurso, reafirmamos a comunicação como processo que nos permite criar ferramentas para ouvir e interagir com outros saberes. A apropriação de formas reflexivas sobre os atos comunicativos é um modo potente de ampliação do autoconhecimento, autonomia e empoderamento para aprimorar os relacionamentos dos grupos com seus públicos e dar visibilidade a suas causas.

Ressaltamos também a força do caráter formativo do diagnóstico participativo que orienta a construção coletiva de saberes sobre as realidades locais e sobre os relacionamentos com os públicos, proporcionando novas referências e apropriações de modos de fazer comunicação, de acordo com os contextos específicos. Entendemos que, nesses processos dialógicos, o respeito pela experiência e pelo conhecimento do outro é uma condição fundamental para a ocorrência de trocas e o alcance de soluções e avanços, não só dos grupos culturais, mas da própria equipe profissional que atua no trabalho.

Referências bibliográficas:

DEWEY, John. **Democracy and Education**: an introduction to the philosophy of education. New York: The Macmillan Company, 1916. Disponível em <http://www.gutenberg.org/files/852/852-h/852-h.htm>. Acesso em: 7 jul. 2015.

FARIA, Andréa Alice da Cunha e NETO, Paulo Sérgio Ferreira. **Ferramentas do diálogo** – qualificando o uso das técnicas do DRP: diagnóstico rural participativo. Brasília: Ministério do Meio Ambiente; Instituto Internacional de Educação no Brasil, 2006.

FRANÇA, V. R. V. . Paradigmas da comunicação: conhecer o quê?. **Ciberlegenda**, Niterói, UFF, v. 5, 2001 Disponível em:

<http://www.uff.br/ciberlegenda/ojs/index.php/revista/article/view/314/195>. Acesso em 08/07/2015.

HENRIQUES, Márcio S. et al. **Comunicação e estratégias de mobilização social**. Belo Horizonte: Autêntica: 2004.

MELO, Aléxia et. al. Metodologia: o jogo e a reinvenção. In: LIMA, Rafaela Pereira (org.). **Mídias comunitárias, juventude e cidadania**. Belo Horizonte: Autêntica/Associação Imagem Comunitária, 2006.

SANTOS, Boaventura de Souza. Para além do pensamento abissal: das linhas globais a uma ecologia de saberes. **Revista Crítica de Ciências Sociais**, 78, Outubro 2007: 3-46_

VERDEJO, Miguel Expósito. **Diagnóstico Rural Participativo** – Um Guia Prático. Brasília: Ministério do Desenvolvimento Agrário – Secretaria da Agricultura Familiar, 2006.