



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

COMUNICAÇÃO E MOBILIZAÇÃO EM PROJETO DE PLANEJAMENTO PARTICIPATIVO MUNICIPAL: UM ESTUDO DE CASO¹

Márcio SIMEONE HENRIQUES

Professor da Universidade Federal de Minas Gerais,
UFMG

Frederico VIEZA

Aluno do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Minas Gerais,
UFMG

RESUMO - *O trabalho descreve as estratégias de comunicação utilizadas no projeto “Carbonita Cidade Futuro”, realizado em Carbonita/MG. Tendo como base uma contextualização desta experiência política e a concepção sobre as funções da comunicação neste processo mobilizador, indica a problematização de inúmeros aspectos que estão sendo considerados dentro do projeto de pesquisa que analisará o uso das estratégias de comunicação no processo como um todo.*

Palavras-chave: mobilização; planejamento; comunicação comunitária.

¹ Trabalho apresentado no NP12 – Núcleo de Pesquisa Comunicação para a Cidadania, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04. setembro.2002.



1. Introdução

Os desafios impostos pelo processo de redemocratização do país e pela necessidade de transformação da sua vida política têm gerado inúmeras experiências que procuram conciliar o novo desenho da sociedade civil com as iniciativas de governo democráticas e populares. Nesta circunstância, têm-se destacado tanto as ações de orçamento participativo, já implementadas em inúmeros municípios brasileiros, como também os programas de planejamento participativo para formulação de políticas de longo prazo. Neste caso, merecem destaque os exemplos de Vitória (ES)¹ e de Santo André (SP)².

O município de Carbonita/MG, localizado no Vale do Jequitinhonha, remonta a 1750, com as primeiras expedições dos bandeirantes à região, em busca da riqueza do seu subsolo. Após pertencer a Minas Novas e Itamarandiba, em 03/03/1963 Carbonita emancipou-se. De acordo com dados colhidos em maio/98 pela Fundação João Pinheiro, em 1991 o IDH (Índice de Desenvolvimento Humano) de Carbonita era de 0,53%. Hoje a população do município, segundo o Censo Demográfico do IBGE de 2000, é de 8.967 habitantes – distribuídos entre população urbana, com 5.562 habitantes, e população rural, com 3.405 habitantes. Na população com mais de 10 anos, 77,7% são alfabetizados.

A cidade realiza, desde agosto de 2001, o projeto “Carbonita Cidade Futuro”, claramente inspirado na experiência da cidade de Santo André, com o objetivo de planejar o município dentro do período de referência dos próximos 20 anos. Para isso, conta com a parceria da Universidade Federal de Minas Gerais, que já se encontra presente na região desde 1994 através do programa “Pólo de Integração da UFMG no Vale do Jequitinhonha”. Antes disso, as intervenções da Universidade no Vale se

¹ O município de Vitória/ES elaborou o plano estratégico da cidade através de processo participativo em 1996, denominado “Vitória do Futuro”. Etapa iniciada em 2002 tem o objetivo de avaliar e atualizar a Agenda 21 da cidade para o período 2002-2015 (www.vitoriadofuturo.org.br).

² Proposta de planejamento para Santo André, iniciada em 1999, para os próximos 20 anos, visando atingir um desenvolvimento integrado e sustentável – econômico, social e ambiental (www.santoandre.sp.gov.br).

¹ Trabalho apresentado no NP12 – Núcleo de Pesquisa Comunicação para a Cidadania, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04. setembro.2002.



restringiam às ações do Internato Rural da Faculdade de Medicina. Hoje o programa é multidisciplinar com participação de professores, técnicos e alunos das mais variadas áreas no atendimento a demandas de desenvolvimento regional sustentável, sendo uma destas áreas a Comunicação Social. Nesta condição, a equipe específica de comunicação tem acompanhado o ousado projeto proposto pela cidade de Carbonita, procurando assessorar os grupos de trabalho locais na montagem de estratégias de mobilização da população no município. Esta inserção refere-se a programa de ensino, pesquisa e extensão do Departamento de Comunicação Social, através do Laboratório de Relações Públicas, denominado “Planejamento da Comunicação para Projetos de Mobilização Social”. Desta forma, conhecimentos já adquiridos através de outros projetos de comunicação comunitária têm sido utilizados para subsidiar as atividades no Jequitinhonha e, em contrapartida, os trabalhos de investigação vêm sendo enriquecidos com as reflexões que o projeto “Cidade Futuro” tem possibilitado, gerando um amplo campo de pesquisa.

O interesse por conhecer em maior profundidade os vários aspectos que compõem esta experiência, sob o ponto de vista da comunicação, vem da sua própria singularidade. Muito embora haja registros de municípios de mesmo porte que tenham realizado projetos de participação popular na definição das suas políticas públicas³, não se tem notícia de que algum deles tenha realizado um planejamento de tal envergadura. Estabelece-se, portanto, desde o início, uma diferença fundamental em relação ao projeto de Santo André, seu inspirador direto. Outro aspecto a considerar é o aparecimento dessa iniciativa dentro de uma cultura política onde a prática predominante ainda tem sido marcada pelo paternalismo e pelo clientelismo e onde ainda não se verifica, como nos centros maiores, uma organização expressiva da sociedade civil, o que indica uma forte e promissora tendência a mudanças.

Este trabalho relata as estratégias de comunicação utilizadas até o momento neste caso singular, tendo como base uma contextualização desta experiência política e

³ Na década de 70 ficou conhecida a experiência de auto-organização popular da cidade de Lages/SC, que teve como ponto forte o estímulo ao associativismo. Registram-se também, na década de 80, projetos nos municípios de Piracicaba/SP, Boa Esperança/ES e Prudente de Moraes/MG, baseados na prática do mutirão.

1 Trabalho apresentado no NP12 – Núcleo de Pesquisa Comunicação para a Cidadania, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04. setembro.2002.



a concepção sobre as funções da comunicação neste processo mobilizador. Indica também a problematização de inúmeros aspectos que estão sendo considerados dentro do projeto de pesquisa que analisará o uso das estratégias de comunicação no processo como um todo.

2. O contexto

Para efeito de contextualização, o projeto “Carbonita Cidade Futuro” foi analisado dentro de três marcos políticos fundamentais, intrinsecamente ligados: (a) a mudança política a partir da Constituição de 1988; (b) a organização da sociedade civil e (c) a proposta da Agenda 21.

2.1 A Constituição de 1988 e o poder dos municípios

A Constituição Federal de 1988 buscou repactuar os princípios federalistas que, no Brasil, sempre oscilaram entre centralização e descentralização, com predomínio evidente da primeira. Em seu artigo 18 afirma que "a organização político-administrativa da República Federativa do Brasil compreende a União, os estados, o Distrito Federal e os municípios, todos autônomos, nos termos desta Constituição"⁴. No entendimento de SANTOS (1996:45), essas mudanças "consolidam a posição estratégica do município enquanto *locus* privilegiado para o exercício pleno da cidadania e da democracia". A inscrição, na nova Constituição, de uma maior autonomia para os estados e municípios, de certa maneira possibilitou avanços no sentido de superar a antiga ordem oligárquica, pelo menos em alguns pontos do país. Mas é fato que, no bojo das mudanças institucionais, os municípios ganharam maior participação na receita tributária (de 16% do total em 1987 para 28% em 1993).

Os últimos anos têm sido marcados pela implementação de uma política de municipalização (principalmente da saúde e da educação). Mesmo assim, são frequentes as críticas de que foram descentralizados os recursos, sem que tenham sido

⁴ Constituição Federal de 1988. <http://www.senado.gov.br/bdtextual/const88/Con1988br.pdf>.

1 Trabalho apresentado no NP12 – Núcleo de Pesquisa Comunicação para a Cidadania, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04. setembro.2002.



acompanhados de uma descentralização proporcional das competências. Observa-se um incremento da responsabilidade dos municípios, mas que também gera uma enorme e burocrática carga de trabalho. Como observa SANTOS (1996:37), o aumento das funções no âmbito municipal, como a possibilidade de municipalização da saúde, da educação, por exemplo, dependerão da capacidade política e técnica dos municípios de criar e gerir recursos, já que muitos dos municípios brasileiros não dispõem de uma base tributária realmente importante e continuarão, assim, dependendo dos recursos transferidos dos estados e da União. A experiência de Carbonita de fato emerge de uma situação política peculiar, que significa um rompimento com uma política de cunho clientelista e de domínio oligárquico, através de lideranças jovens sintonizadas com o novo espírito democrático emanado da própria Constituição de 88. Por outro lado, o projeto “Cidade Futuro” acontece num cenário em que a cidade, por não possuir essa base tributária significativa, é altamente dependente da formulação de políticas que ocorrem fora da esfera do Município, o que fica evidente nos programas de assistência tais como Bolsa Renda e Bolsa Escola. Tal fato leva a um questionamento sobre os limites impostos à autonomia de planejamento.

Outra inovação significativa da Constituição de 1988 foi em relação à própria responsabilidade dos municípios no planejamento urbano. O Capítulo II, que trata da Política Urbana, coloca como dever do poder público municipal a instituição de uma política de desenvolvimento urbano para "ordenar o pleno desenvolvimento das funções sociais da cidade e garantir o bem-estar dos seus habitantes"⁵. O Plano Diretor se torna o instrumento básico para a política de desenvolvimento e de expansão urbana e a Lei Orgânica passa a ser um importante instrumento a ser usado para assegurar o cumprimento das funções do poder público local.

2.2 A participação dos cidadãos na vida pública de forma organizada

O termo sociedade civil vem ganhando enorme destaque no vocabulário político contemporâneo, designando genericamente grupos de cidadãos exteriores ao Estado que

⁵ Constituição Federal de 1988. <http://www.senado.gov.br/bdtextual/const88/Con1988br.pdf>, cap. 182.

¹ Trabalho apresentado no NP12 – Núcleo de Pesquisa Comunicação para a Cidadania, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04. setembro.2002.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

se organizam sob as mais diversas formas. Costuma-se definir que fazem parte deste conjunto organizações beneficentes, não-governamentais, sem fins lucrativos, além de comunidades de negócios e acadêmicas. A definição da quarta sessão de formação sobre o Programa Euro-mediterrâneo de Direitos Humanos⁶ conceitua sociedade civil como “o conjunto de instâncias, associações, personalidades e meios de comunicação vocacionados para garantir ou proteger, para lá de qualquer instituição do Estado, o exercício efetivo, através de meios pacíficos, das liberdades públicas e a favorecer a emergência e a afirmação autônoma de uma identidade coletiva, pluralista, baseada nos direitos do homem e na promoção de uma cultura de cidadania”. No conceito *gramsciano*, a sociedade civil é o campo onde se dá a disputa pela hegemonia, de tal forma que não representa algo que se contrapõe ao Estado, mas um de seus próprios momentos dialéticos constitutivos sendo, portanto, o lugar privilegiado da luta de classes (SEMERARO, 1999). A teoria social contemporânea costuma referir-se ao termo sociedade civil como sendo o nível institucional onde são “desenvolvidas as práticas associativas e formadas as identidades coletivas e as redes de solidariedade” (DAMASCENO, 1997: 47).

Não obstante evidenciar-se cada vez mais uma banalização do termo, ora traduzido numa dicotomia maniqueísta entre sociedade civil x Estado, ora assumindo uma conotação despolitizada e asséptica própria do discurso neoliberal, há que se reconhecer que a complexidade da vida urbana tem exigido a criação de formas originais de intervenção organizada no plano político, seja para os problemas mais locais e imediatos, seja para as questões globais que requerem a atenção dos cidadãos. Como destaca GOHN (2000: 49), o sucesso dos movimentos sociais contemporâneos depende cada vez mais das redes sociais que lhes dão suporte e das estruturas de mobilização que os ligam uns aos outros, uma densa rede de relações que provêm de inúmeros agentes sociais e que cumprem um papel decisivo na construção de uma cultura política sobre qualquer movimento. DAMASCENO (1997:92), vê duas causas fundamentais para o crescimento exponencial das organizações não-governamentais:

⁶ Beirute, 29 de Setembro a 2 de Outubro de 2001

(http://www.nscentre.org/english/en_news/CSF/docPT/defSCpt.htm).

1 Trabalho apresentado no NP12 – Núcleo de Pesquisa Comunicação para a Cidadania, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04. setembro.2002.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

“de um lado, a modernização da sociedade, processo acelerado de urbanização e associativismo, de outro, o fechamento e a crise de canais tradicionais de participação e promoção de cultura – partidos, sindicatos, universidades e órgãos governamentais”.

A crise do *welfare-state* e a disseminação global das concepções neoliberais acarretaram mudanças fundamentais no discurso e na prática política. A Declaração de Miami, emanada da Primeira Cúpula das Américas, em 1994, enfatizou a importância das organizações da sociedade civil na otimização e preservação das instituições democráticas. Na Cúpula das Américas sobre o Desenvolvimento Sustentável (Bolívia, 1996), as diversas instituições da sociedade civil contribuíram com experiências que enriqueceram o Plano de Ação de Santa Cruz de la Sierra⁷. Na década de 90, fortaleceu-se a idéia de uma sociedade civil como constituinte de um “terceiro setor”, situado para além do Estado e do mercado, e cuja importância econômica deveria ser cada vez mais reconhecida.

No Brasil, o processo de redemocratização desenhou um novo quadro no qual se desenvolveram rapidamente múltiplas formas associativas, representando um amplo espectro de causas reivindicadas pela sociedade. Porém, além da garantia fundamental de liberdade de associação no Estado de Direito, a emergência de inúmeros movimentos em escala exponencial também pode ser explicada pela percepção cada vez mais disseminada de incapacidade do Estado para execução das políticas de bem-estar social. A própria Constituição de 88, além de assegurar a participação dos cidadãos de forma direta na gestão do poder local, através de plebiscitos, referendos e iniciativas populares, enfatizou o direito à participação através da “cooperação das associações representativas no planejamento municipal”⁸. Dessa forma, já registrava uma mudança no exercício político, ao reconhecer o papel mediador das instituições organizadoras da vida civil.

SANTOS (1996:51) admite que “é fundamental o surgimento, no âmbito da sociedade civil, de interlocutores coletivos que tornem possível uma participação ativa, de modo a assegurar que os interesses e concepções político-sociais dos cidadãos

⁷ http://www.nscentre.org/english/en_news/CSF/docPT/defSCpt.htm

¹ Trabalho apresentado no NP12 – Núcleo de Pesquisa Comunicação para a Cidadania, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04. setembro.2002.



estejam presentes no processo decisório". O que se observa em Carbonita, no entanto, é que esta esfera pública organizada ainda se encontra num esboço tímido. Não se evidenciam articulações fortes e significativas que se consubstanciam em movimentos e organizações que possam servir de referência para a ação coletiva.

2.3 A Agenda 21

A Agenda 21 é um documento consensual de 179 países, resultante da Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, acontecida no Rio de Janeiro em 1992 (Rio-92). Ela contém um programa de ação que se pauta em compromissos assumidos pelos acordados, que visa a consolidação de um novo modelo de desenvolvimento para o século XXI. O governo brasileiro adota a definição de desenvolvimento sustentável apresentada no documento “Nosso futuro comum”, publicado em 1987, também conhecido como Relatório Brundtland, no qual é concebido como “o desenvolvimento que satisfaz as necessidades presentes, sem comprometer a capacidade das gerações futuras de suprir suas próprias necessidades”⁹.

Conforme define o Ministério do Meio Ambiente (2002) “a agenda 21 não é uma Agenda Ambiental e sim uma Agenda de Desenvolvimento Sustentável, onde, evidentemente, o meio ambiente é uma consideração de primeira ordem. O enfoque desse processo de planejamento apresentado com o nome de agenda 21 não é restrito às questões ligadas à preservação e conservação da natureza mas sim a uma proposta que rompe com o planejamento dominante nas últimas décadas com predominância do enfoque econômico. A Agenda considera, dentre outras, questões estratégicas ligadas à geração de emprego e de renda; à diminuição das disparidades regionais e interpessoais de renda; às mudanças nos padrões de produção e consumo; à construção de cidades sustentáveis; à adoção de novos modelos e instrumentos de gestão.”¹⁰

A Agenda 21 Brasileira define como um dos seis temas orientadores de suas ações a busca por cidades sustentáveis. Destaca serem necessários novos instrumentos

⁹ <http://www.mma.gov.br/>

¹⁰ <http://www.mma.gov.br/>

¹ Trabalho apresentado no NP12 – Núcleo de Pesquisa Comunicação para a Cidadania, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04. setembro.2002.



de gestão voltados para as cidades: uso e ocupação do solo; planejamento e gestão urbana; habitação e melhoria das condições ambientais; serviços de saneamento, água, esgoto, resíduos sólidos e drenagem; prevenção, controle e mitigação dos impactos ambientais; relação economia x meio ambiente urbano; conservação e reabilitação do patrimônio histórico; transporte; e rede urbana e desenvolvimento sustentável dos assentamentos humanos, dentre outros.

A mobilização social é, com isso, um preceito inerente ao documento, que destaca a discussão social entre os vários atores envolvidos no processo de desenvolvimento de um país, região ou município. Qualquer instância pode aplicar os preceitos da Agenda, uma vez que eles não estão condicionados à extensão territorial, mas ao envolvimento de seus atores. Sua gestão deve ser essencialmente participativa.

No projeto “Carbonita Cidade Futuro”, assim como em Santo André, a cidade trabalha com os sete eixos fundamentais de discussão propostos pela Agenda 21 Local: Desenvolvimento econômico, desenvolvimento urbano, qualidade ambiental, inclusão social, Educação, identidade cultural, reforma do Estado. Cada um desses eixos é tratado por um grupo de trabalho (GT) figura como espaço de encontro dos segmentos sociais: poder público, cidadãos. O nome agenda evoca uma lógica que o projeto deve cumprir: é preciso pontuar ações e efetivá-las, dia a dia, para que se alcance os objetivos que as propostas do dos GT’s definem.

3. As funções da comunicação no processo mobilizador

A comunicação em Projetos de Mobilização assume funções específicas, a fim de dinamizar a mobilização e potencializar os movimentos e para que não se tornem “simples seqüências de ações e reações desarticuladas de pouca representatividade” (CASTELLS,1999:22). A mobilização dos cidadãos para um projeto de planejamento participativo constitui um desafio sob o ponto de vista da convocação e também da construção de um formato que possibilite um amplo debate público capaz de gerar soluções próprias que respeitem a vontade das pessoas. A comunicação possui, assim, várias funções que podem e devem ser estrategicamente articuladas, de forma a garantir

1 Trabalho apresentado no NP12 – Núcleo de Pesquisa Comunicação para a Cidadania, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04. setembro.2002.



não apenas a divulgação do projeto, mas uma adesão significativa à proposta, com uma participação continuada e efetiva. Para efeito da construção das estratégias comunicativas de mobilização do projeto Carbonita Cidade Futuro, foram consideradas as seguintes funções: (a) convocação e identificação; (b) motivação e (c) fomento do debate público.

3.1 Convocação e identificação

É preciso divulgar a própria existência do projeto, abastecendo a população com informações claras sobre os seus objetivos. As pessoas têm que se sentir chamadas e precisam ser instruídas sobre as formas através das quais podem participar, bem como sobre as possíveis conseqüências dessa participação. Precisam ter noções das principais questões que estarão em pauta, para que possam identificar suas responsabilidades. É importante que haja uma definição precisa do formato do projeto e que este não seja tão rígido que só permita aos cidadãos participarem do modo que for estabelecido.

Mesmo assim, como salientam HENRIQUES et alii (2001), a simples difusão não é garantia de que as pessoas irão se sensibilizar e participar da mobilização. A coletivização só será alcançada a partir da proposição de agendas comuns para a atuação dos integrantes e pela geração de um fluxo comunicativo em que se possa visualizar a trajetória do movimento e suas conquistas, de forma a orientar os atores e promover a continuidade das ações e dos resultados: “a circulação das informações legitima as ações das pessoas, conferindo-lhes reconhecimento, conectando-as umas às outras pelo sentimento de pertinência a um grupo com interesses comuns”.

Além disso, HENRIQUES & MAFRA (2001) observam que é pertinente à comunicação uma articulação entre valores e símbolos no processo de construção da identidade de um movimento, capaz de estabelecer de uma maneira estruturada tal sentimento de reconhecimento e pertencimento: “é necessário um esforço permanente para colocar as questões principais no campo dos valores, dos elementos simbólicos com os quais as comunidades operam, em constante atenção para com os múltiplos significados que orientam a vida das comunidades, esforço tal que os grupos



constituídos para a ação e suas lideranças podem empreender estrategicamente”. Isso é produzido através de fatores de identificação que explorem elementos simbólicos comuns e que traduzem os objetivos do projeto e os valores aos quais se pretende associá-lo, tais como a logomarca, por exemplo.

3.2 Motivação e animação

Outra importante função da comunicação no processo é manter os públicos motivados, tanto as lideranças que coordenam formal ou informalmente os trabalhos, como a população em geral. Como o objetivo do projeto mobilizador, no caso, envolve um trabalho de longo prazo, a motivação não deve ser apenas circunstancial, limitada a cada atividade que o projeto promove. Existem dois fatores importantes para a manutenção da motivação: o primeiro é manter a informação circulante de modo que se dê o máximo de visibilidade às ações que forem desenvolvidas no projeto. Através deste expediente, as pessoas são capazes de reconhecer e julgar a validade da realização destas ações, transpondo estas informações para o domínio do seu cotidiano. O segundo é dispor de uma ritualística que valorize as situações de encontro e de construção coletiva. Isso significa que, além do valor da ação em si, divulgada com os seus resultados para a apreciação do público, deve-se ter em conta os diversos componentes subjetivos que animam o público e mantêm certa coesão dos atores ao longo do processo. Como salientam TORO & WERNECK (1996), um processo mobilizador lida com a necessidade de explicitar seus propósitos sob a forma de um horizonte atrativo, um imaginário convocativo que sintetize de uma forma atraente e válida as metas que ele almeja alcançar: o mito deve tocar a emoção, despertar a paixão”.

3.3 Fomento do debate público

Um dos grandes problemas a superar para a realização de um planejamento realmente participativo é o de envolver a população de tal forma que ela, pela sua percepção dos problemas discutidos em debate público, sinta-se envolvida nas soluções que dali forem propostas. SANTOS (1996:55) adverte que “o acesso à informação é o

1 Trabalho apresentado no NP12 – Núcleo de Pesquisa Comunicação para a Cidadania, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04. setembro.2002.



requisito básico para que se possa garantir uma participação efetiva dos cidadãos nas decisões públicas, daí a necessidade constante de aumentar e melhorar o nível de informação dos cidadãos acerca das causas dos problemas que os afetam em seu cotidiano, bem como sobre o funcionamento do governo da cidade”. Verifica-se, portanto, a necessidade de subsidiar os debates com informações que sejam assimiláveis pela comunidade, traduzidas ao seu plano de compreensão.

Isso, no entanto, esbarra em duas questões fundamentais: (a) o discurso técnico, investido de autoridade conferida por conhecimentos que, muitas das vezes, requerem alta especialização e (b) a imposição de agendas externas à comunidade. No segundo caso, há que se considerar não somente as imposições das políticas públicas no âmbito federal e estadual sobre os municípios, como também a existência de agendas maiores que circulam a partir dos meios de comunicação de massa. Como analisa GOHN (2000:22), nos anos 90, “um dos componentes mais importantes de um movimento social são as representações simbólicas que ele constrói por intermédio da mídia ou que a mídia constrói sobre ele” e completa: “no novo contexto sociopolítico, a força e a expressividade de um movimento são dadas mais pelas imagens e representações que eles conseguem produzir e transmitir via mídia do que pelas conquistas, vitórias ou derrotas que acumulam”. Um processo de mobilização como o de Carbonita deve, pois, levar em conta que existe uma tensão entre as representações que se constroem localmente e uma série de outras aos quais os indivíduos estão expostos através da mídia nacional.

4. Carbonita Cidade Futuro

O projeto “Carbonita Cidade Futuro” foi lançado em nove de agosto de 2001. Na solenidade de abertura apresentou-se sua logomarca e objetivos à população, convocada por meio de faixas, cartazes e da rádio comunitária local. As autoridades do município e principais lideranças institucionais estiveram presentes. Oito Grupos de Trabalho (GT’s) foram formados na ocasião. Eles agregam servidores municipais e lideranças comunitárias interessadas em discutir e propor metas para os seguintes temas, de acordo

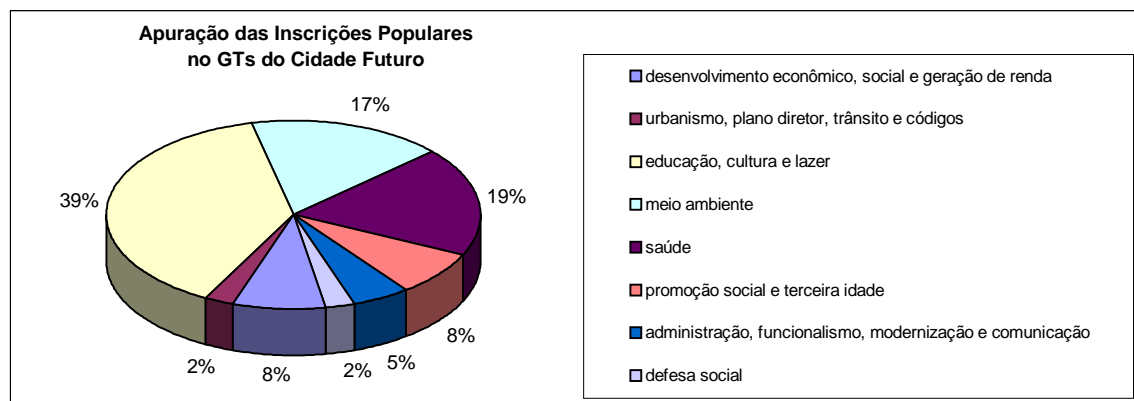
1 Trabalho apresentado no NP12 – Núcleo de Pesquisa Comunicação para a Cidadania, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04. setembro.2002.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

com a Agenda 21: (a) desenvolvimento econômico, social e geração de renda; (b) urbanismo, plano diretor, trânsito e códigos; (c) educação, cultura, esporte e lazer; (d) meio ambiente; (e) saúde; (f) promoção social e terceira idade; (g) administração, funcionalismo; modernização e comunicação e (h) defesa social. Cada grupo tomou por encargo inicial um pré-diagnóstico da área temática, com objetivo de elaborar uma pauta mínima para as discussões com a comunidade, e definir estratégias para mobilização popular.

Em 27 de outubro aconteceu o “Primeiro Encontro do Projeto Carbonita Cidade Futuro”. As pautas mínimas de cada GT e o cronograma inicial dos trabalhos e das conferências foram apresentados à população. A partir daí, qualquer cidadão poderia se inscrever nos GT’s de seu interesse, sendo diretamente convocado para as reuniões (tab.



1). TAB.1

A seqüência de atividades foi pensada de maneira que o trabalho de cada grupo culminasse na realização de conferência temática específica. As conferências são encontros que buscam não apenas o fomento à discussão pública, mas também aspectos de identificação e litúrgicos, envolvidos na ritualística própria do evento. O calendário de conferências foi elaborado inicialmente prevendo sua realização aos sábados, de modo a aproveitar o grande afluxo de pessoas da zona rural ao Mercado Municipal. Na programação são incluídas palestras sobre a temática para a comunidade e

1 Trabalho apresentado no NP12 – Núcleo de Pesquisa Comunicação para a Cidadania, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04. setembro.2002.



apresentadas e votadas as propostas definidas pelos GT's (após pesquisa junto à população). São também realizadas pequenas apresentações teatrais.

Após as conferências temáticas, os resultados serão apresentados à plenária de uma Conferência Final, para aprovação do documento consolidado das propostas, prevista para outubro de 2002.

4.1 Diretrizes estratégicas

Basicamente, pode-se enumerar três vértices orientadores do Cidade Futuro: (a) dar unidade e articular as diferentes políticas públicas da administração municipal, (b) o estímulo à co-responsabilidade de toda a população carbonitense sobre a gestão do futuro da cidade e (c) unir conhecimento técnico ao empírico na formulação das propostas. A partir daí começaram a se desenvolver as práticas comunicacionais estratégicas, com o objetivo efetivar globalmente o que se propõe nas diretrizes.

4.2 Estratégias de Comunicação

Dividem-se em três grupos, de acordo com a classificação adotada neste estudo sobre as funções da comunicação no processo mobilizador:

- (a) De convocação e identificação: criação de logomarca, faixas e carro de som nas ruas e divulgação nas rádios, visitas às comunidades da zona rural, reuniões com funcionalismo municipal na zona urbana, confecção de camisetas para os participantes dos GT's, impressão de panfletos e adesivos, aplicação de questionários e de caixa de sugestões.
- (b) De motivação e animação: elaboração de painel de fotos, apresentações teatrais nos espaços públicos, efetivação da “caixa do futuro”, realização de concurso para “música-tema” do projeto e criação de marcos gerais.
- (c) De fomento ao debate público: implementação da “feira cidadã”; elaboração e implementação de um boletim informativo para o projeto; divulgação de notícias no



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

jornal interno da prefeitura; realização de reuniões de grupos de discussão nas comunidades, conferências municipais e oficinas do secretariado com assessoria técnica da UFMG.

É importante destacar que a definição das ações tem sido feita, desde o início, sempre em duas direções: grupos de ações gerais, que têm o objetivo de dar visibilidade ao projeto e manter os seus públicos motivados e ações mais específicas para despertar para o tema de cada conferência. De modo geral, optou-se pela criação de marcos ao longo do período de realização do projeto, que são eventos criados (ou aproveitados, no caso dos já existentes) de tempos em tempos, nas datas de maior relevância. Devem reafirmar a participação e compromisso da comunidade com o sucesso do Cidade Futuro. Enumeram-se: Olimpíadas de Bairros, Carnaval, Aniversário da Cidade, Carboarte (Festival de Artes de Carbonita), dentre outros.

As características do município (dispersão das comunidades rurais, tradição oral, analfabetismo) fizeram com que se optasse pela larga utilização da comunicação interpessoal. Definiu-se que antes de cada evento os grupos temáticos visitariam as comunidades urbanas e rurais, realizando reuniões informativas prévias. Nestas reuniões seria incentivada a escolha de delegados para representarem a comunidade na conferência. A elaboração de folheto como suporte para o registro do calendário específico de atividades acompanharia o trabalho prévio.

Além disso, a preparação de cada conferência, previu também a definição de mecanismos de escuta da população sobre o tema em pauta. Os grupos têm elaborado enquetes (com questionário aplicado pelos adolescentes do projeto “Agente Jovem” em visita domiciliar), aberto caixas de sugestões e até mesmo realizado registros em vídeo. Antes de cada conferência são reunidos e organizados os dados e as propostas coletados.

Outra decisão fundamental foi a de utilização do rádio como principal veículo para difusão de informações sobre o projeto. A cidade possui uma rádio comunitária com grande audiência, inclusive na zona rural. Estabeleceu-se que a rádio comunitária deveria veicular não só convites à população para participar dos eventos do projeto, mas atravessar todas as funções da comunicação no processo mobilizador. Debates e

1 Trabalho apresentado no NP12 – Núcleo de Pesquisa Comunicação para a Cidadania, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04. setembro.2002.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

entrevistas especiais feitos semanalmente, gravação de pequenos esquetes e eventuais coberturas feitas às conferências e demais eventos.

Como forma de aproveitar o local de maior afluência da população, aos sábados, a “feira cidadã” foi concebida como estratégia para disseminar informações básicas de interesse geral do cidadão, através de barracas temáticas montadas no Mercado Municipal. Foram programadas prestações de serviços à comunidade e agregação de alunos e professores da rede pública na atividade.

Como forma de documentação visual da história do projeto foi concebida a realização de um painel de fotos. O objetivo é o de agrupar registros da memória das principais atividades e cumprir um calendário de exposições em lugares diferentes de circulação pública. Além disso, previu-se uma edição especial do jornal da Prefeitura (Dito e Feito) sobre o “Cidade Futuro”, para o dia do aniversário da cidade (três de março), documento das atividades até então realizadas.

A “caixa do futuro” foi pensada como uma estratégia de mobilização da comunidade escolar, além de possibilitar a construção de um elemento de referência para a memória do projeto. A idéia é de arquivar, por exatos 20 anos, redações, poemas, desenhos, gravações de áudio e vídeo que representem os desejos e expectativas dos alunos da rede de ensino de Carbonita, em relação à cidade. Será construído um monumento público sob o qual ela será guardada.

5. Conclusões

A experiência de Carbonita não apenas demonstra as dificuldades de compor estratégias de comunicação mobilizadoras capazes de superar as práticas políticas tradicionais, como também de vencer a resistência da própria burocracia municipal, ainda não acostumada a uma gestão democrática do poder público.

O andamento dos trabalhos está em processo de avaliação parcial, no mês de abril de 2002, depois de realizadas as três primeiras conferências, para que seja realizada uma revisão das estratégias de mobilização e, se necessário, no próprio

1 Trabalho apresentado no NP12 – Núcleo de Pesquisa Comunicação para a Cidadania, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04. setembro.2002.



formato do projeto. De modo geral, observa-se que há dificuldade na execução de todas as estratégias de comunicação concebidas e propostas. Mesmo assim, é possível verificar que as conferências foram momentos aglutinadores importantes. A mobilização já produziu um primeiro resultado visível, em termos de organização popular, numa das comunidades rurais que, tomando o “Cidade Futuro” como modelo, começou a promover discussões de forma autônoma.

O trabalho de pesquisa definido pelo Laboratório de Relações Públicas prevê avaliar a efetividade das estratégias comunicativas definidas para o projeto, tendo como base as três funções aqui descritas. Uma problematização acerca de definição das estratégias comunicacionais aponta para os seguintes objetivos, especificamente: (a) fazer a tradução das principais questões que afetam a vida do município, evitando a instrumentalização tecno-burocrática; (b) incentivar a própria organização da população em movimentos e instituições que possam suportar um novo modelo de interlocução com o poder público; (c) criar canais internos à administração municipal que possibilitem gerar novo fluxo de comunicação mais ágil e dinâmico; (d) possibilitar uma prática de re-significação da própria prática política, fornecendo as bases para a construção de novas representações. Deve-se, portanto, tomar esta experiência singular como fonte para possibilitar uma ampla reflexão sobre a comunicação estratégica como fator de mobilização social.



6. Bibliografia

- AVRITZER, Leonardo. *Sociedade Civil e Democratização*. Belo Horizonte: Del Rey, 1994.
- CASTELLS, Manuel. *O Poder da identidade. A Era da Informação: economia, sociedade e cultura*. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- DAMASCENO, Gilberto José B. *As ONGs como modelo organizacional da sociedade civil: os novos espaços da ação política*. Belo Horizonte: UFMG, 1997 [dissertação de Mestrado em Ciência Política].
- GOHN, Maria da Glória. *Mídia, Terceiro Setor e MST: impactos sobre o futuro das cidades e do campo*. Petrópolis: Vozes, 2000.
- HENRIQUES, Márcio et. Alii. *Relações Públicas em projetos de mobilização social: funções e características*. Belo Horizonte: UFMG, 2001 [mimeog.] [trabalho apresentado ao IX Seminário Internacional de Comunicação, PUC-RS, outubro de 2001].
- HENRIQUES, Márcio S. & MAFRA, Rennan L. M. *Estratégias comunicativas para a ação co-responsável: um estudo de caso*. Anais do VIII Simpósio da Pesquisa em Comunicação da Região Sudeste - Sipec. Vitória/ES: VIII Sipec, 2001. (CD ROM)
- SANTOS, Maria Rosimary S. *Caminhos Municipais da Cidadania: Mudança Institucional e Democratização no Brasil*. Belo Horizonte: UFMG, 1996 [dissertação de Mestrado em Ciência Política].
- SEMERARO, Giovanni. *Gramsci e a Sociedade Civil*. Petrópolis: Vozes, 1999.
- TORO A., Jose Bernardo & WERNECK, Nísia Maria Duarte. *Mobilização Social: Um modo de construir a democracia e a participação*. Brasília: Ministério do Meio Ambiente, Recursos Hídricos e Amazônia Legal, Secretaria de Recursos Hídricos, Associação Brasileira de Ensino Agrícola Superior - ABES, UNICEF, 1996, 104 p.