

# Projeto Manuelzão e a extensão em Comunicação, um constante aprendizado

Elton Antunes<sup>1</sup>

Ana Carolina Silveira Fonseca<sup>2</sup>

Rennan Lanna Martins Mafra<sup>3</sup>

## Resumo

"Manuelzão dá o recado" é um projeto de extensão desenvolvido no âmbito do curso de graduação em comunicação da Universidade Federal de Minas Gerais como atividade laboratorial, envolvendo alunos bolsistas e voluntários. O trabalho integra estudantes do curso de graduação, técnicos e professores da área, com docentes e alunos de outras áreas de atuação (medicina, biologia, geografia etc), de forma a compor equipes integradas e multidisciplinares que qualifiquem as atividades de comunicação do Projeto Manuelzão da UFMG, ação que busca a revitalização sócio-ambiental da bacia hidrográfica do Rio das Velhas. Todos os bolsistas têm no Projeto uma vivência que os obriga a pensar as práticas de comunicação, em particular o fazer jornalístico, dentro do processo de mobilização social. Em um ambiente marcado por conflitos, discussões e um fazer necessariamente reflexivo, o esforço para empreender

---

<sup>1</sup> Jornalista, professor do Departamento de Comunicação da UFMG, Doutor em Comunicação e Cultura Contemporânea pela Universidade Federal da Bahia e coordenador da área de comunicação do Projeto Manuelzão da UFMG desde 1999. Contato: eltunes@uol.com.br

<sup>2</sup> Jornalista, especialista em Elaboração, Gestão e Avaliação de Projetos Sociais em Áreas Urbanas pela Universidade Federal de Minas Gerais. Contato: silveiracarolina@yahoo.com.br

<sup>3</sup> Relações Públicas, professor da Universidade Federal de Minas Gerais, doutorando em Comunicação pela UFMG. Contato: rennan.mafra@gmail.com

atividades que mobilizam a sociedade para o exercício da cidadania e a conquista de qualidade de vida em um ambiente saudável, acaba por fazer do "Manuelzão dá o Recado", inegavelmente, um lugar privilegiado de formação para os estudantes.

**Palavras-chave:** Comunicação e ação social. Mobilização social. Formação. Projeto Manuelzão.

### **Abstract**

“Manuelzão gives the tip” is a extension project developed in the Communication graduation course of Minas Gerais Federal University as an experimental activity involving stipendium-holder and volunteering students. The project promotes the integration of graduation students, technicians and teachers from the area, along with professors and students from other areas (such as Medicine, Biology, Geography etc), in order to create integrated and multidisciplinary teams that qualify the communication activities of the Manuelzão Project of UFMG, whose action sights a socio-environmental revitalization of Rio das Velhas Hydrographic Bay. Every stipendium-holder must see the project as an experience that make them think on Communication practices, Journalism in particular, in a social mobilization context. In such an environment marked by conflicts discussions and a necessarily reflexive activity, the efforts to do tasks which may mobilize society to citizenship exercise and the conquer of a good life quality in a healthy environment turns “Manuelzão gives the tip”, unquestionably, in a privileged place for students education.

**Keywords:** Communication and social action. Social mobilization. Education. Manuelzão Project.

 Universidade Federal de Minas Gerais divulgou, no final de 2005, dados de um censo sócio-econômico junto aos estudantes de graduação da instituição em que uma das questões da pesquisa tratava da motivação dos alunos

para escolha do curso. Em Comunicação Social, 16% dos estudantes fizeram sua opção pensando em “contribuir para a sociedade”, 1% destacaram a “relevância social da profissão”, 5% fascinaram-se “pelas possibilidades no mercado de trabalho” e 65% optaram por um difuso “interesse pela área”. Motivações legítimas, elas não são suficientes, entretanto, para constituir um lugar consistente de formação profissional. Como fazer com que esses itens não permaneçam como objeto de uma escolha excludente, “ou um ou outro”, mas dimensões combinadas do processo de formação profissional? A comunicação pode ser uma área interessante para se trabalhar, instigante como espaço de reflexão e fundamental ao desenvolvimento sustentável de nossa sociedade?

Um bom “laboratório” para investigar respostas a essa questão tem sido o trabalho de comunicação que o Projeto Manuelzão da UFMG vem desenvolvendo na busca da revitalização sócio-ambiental da bacia hidrográfica do Rio das Velhas. Nesse momento de comemoração dos dez anos do Projeto, essa parece-nos uma reflexão pertinente, pois permite vislumbrar a especificidade de propostas políticas como a do Manuelzão, seu lugar como ambiente de formação e seu papel na reorganização da própria vida acadêmica e do papel da universidade pública.

## **Descobrimos caminhos**

Em meio às dúvidas comuns ao início de todo trabalho, o Projeto Manuelzão nutria desde o início uma certeza: a necessidade

de ter um porta-voz. É dessa forma que se iniciam as atividades de comunicação do Projeto. Uma grande causa, amparada em uma estratégia de militância, demandava um jornal. As primeiras edições, em formato tablóide e papel jornal, sinalizavam o objetivo inicial de constituir um produto à semelhança do que se podia encontrar nas bancas, um instrumento que permitisse propalar as idéias que começavam a ser construídas. A partir daí, o jornal impresso foi o ponto de partida para uma trajetória de ricas experiências, de práticas e reflexões diversas em comunicação. Já em 1997, o Projeto Manuelzão teria como um de seus marcos de criação a publicação da primeira edição do Jornal Manuelzão.

Se naquele momento parecia improvável prever que passados dez anos ultrapassar-se-ia a marca de quarenta edições, também pouco previsível eram as dimensões que essa prática revelaria. As demandas às quais a publicação impressa procurava responder explicitaram, pouco a pouco, outros desafios, que impulsionaram a investigação de novas estratégias, capazes de potencializar o impresso e também de explorar as demais dimensões do que se chama de Comunicação.

Afinal, o risco de se confundir comunicação e informação é sempre muito grande. Um jornal, recheado de notícias e relatos, se deixado em uma dinâmica rotineira e irrefletida de produção, é um instrumento poderoso para forjar essa compreensão inadequada de comunicação como simples troca de informação. Ora, o jornal para nós, desde o início, foi visto não como um mero meio de comunicação, e sim como um meio de relações nas quais não apenas

a informação mas aspectos tais como expectativas, regras e valores são absolutamente essenciais. Fazer o jornal foi visto então, não, como a elaboração de um produto, mas a organização de um processo no qual reflexões, debates, estudos e elaboração de estratégias eram inseparáveis da produção de notícias.

Para o desenvolvimento dessa linha de atuação, a inserção do Departamento de Comunicação Social da UFMG a partir do final de 1999 foi o principal sinalizador. Além de espaço de prática para professores e alunos, paulatinamente se processa uma primeira mudança de perspectiva do Projeto. O “retorno do peixe ao Rio das Velhas” não seria garantido por ativismo ou militância, mas pela construção de processos de mobilização social, capazes de, mais do que chamar atenção para essa causa, mobilizar esforços reais dos diversos atores da bacia. Não se tratava mais de considerar a comunicação unicamente como uma prática jornalística assentada na denúncia ou na cobertura factual. Era preciso construir um trabalho que potencializasse o produto jornal e também inaugurasse novos horizontes.

Nessa época, foi constituído o subprojeto Manuelzão dá o Recado, sob a coordenação do professor do Departamento de Comunicação Social da UFMG, Elton Antunes. O trabalho desse subprojeto tem como base, desde o início, a participação de estudantes bolsistas e voluntários do Curso de Comunicação Social da UFMG. Se o objetivo sempre foi a construção de novos trabalhos, nada mais coerente que buscar essa construção em um local de formação. Além de assumir a produção do Jornal Manuelzão, o

Departamento, por meio de seu Laboratório de Relações Públicas e sob a orientação do professor Márcio Simeone, também desenvolveu estudos e diagnósticos sobre o Projeto Manuelzão. Esses estudos evidenciaram que a mobilização é, por excelência, um ato comunicativo.

Nessa perspectiva, o jornal deveria aparecer aliado a outras estratégias, que teriam como objetivo a constituição de vínculos de co-responsabilidade. Assim, a publicação deveria informar sobre formas inadequadas de exploração do meio ambiente, suas conseqüências e alternativas de ação; deveria divulgar exemplos de ações de educação ambiental, revitalização, preservação e desenvolvimento sustentável, bem como empreendimentos do Projeto para alcançar seu objetivo; tratando de casos da bacia, o jornal buscaria permitir que os leitores identificassem os assuntos com sua realidade local e, ao mesmo tempo, desenvolvessem o sentimento de pertença e co-responsabilidade com esse território.

A importância de se conceber a mobilização como um ato comunicativo pôde ser observada também na Expedição Manuelzão desce o Rio das Velhas, realizada em 2003. Nessa ocasião, uma equipe percorreu por água e por terra toda a extensão do Rio das Velhas, com paradas em todos os municípios e distritos ao longo do curso d'água para recepções festivas. O planejamento de comunicação foi elaborado tendo como perspectiva promover o envolvimento e a identificação dos diferentes públicos do Projeto com esse movimento. A avaliação revelou que esse objetivo foi alcançado com sucesso. A partir dessa época, o Projeto Manuelzão

passou a perceber com mais clareza a inserção da comunicação em suas atividades. O Manuelzão dá o Recado deixou de ser um subprojeto isolado e passou a integrar o dia a dia do Projeto.

É também nesse momento que começam a ser explicitados novos desafios. A proximidade com os demais setores da sede do Projeto Manuelzão acirrou a pressão pela cobertura de todos os fatos e eventos relacionados ao Projeto e intensificou a percepção de que a comunicação está a serviço de noticiar fatos. Aos poucos, perdeu-se a idéia de que a mobilização da Expedição havia sido um processo comunicativo e que, portanto, essa prática não se restringe à produção de textos e fotos. O crescimento da visibilidade do Projeto por ocasião da Expedição também favoreceu um certo deslumbramento com o estar na mídia e o desejo de manter esse ritmo de aparições. Por outro lado, sem saber como responder, a própria equipe de Comunicação se questionava sobre a efetividade de uma ação voltada prioritariamente para o incremento dessa visibilidade. Percebia-se então um movimento pendular em que ora a área de comunicação conseguia se apresentar e afirmar princípios de uma ação não instrumental, ora retornavam com força demandas para uma prática que desse conta de iniciativas de curto prazo, pouco planejadas e de natureza instrumental.

### **Em busca de respostas**

O questionamento constante foi o impulsionador de todo o processo de construção das experiências em comunicação do Projeto

Manuelzão. Dúvidas originavam-se de todos os lados: membros do Projeto, seus públicos e os próprios estudantes e profissionais responsáveis pelo desenvolvimento das atividades de comunicação questionavam o lugar dessa área. Instigados pelos outros e desconfiando sempre de suas próprias convicções, os membros da equipe de Comunicação diversificaram as atividades, agregaram profissionais, e passaram a investir no melhor conhecimento de sua área e na produção de conhecimentos. O Projeto Manuelzão vai aos poucos se tornando não só um lugar de produção em comunicação mas também um objeto de conhecimento da comunicação. São ações articuladas que demandam, porém, lógicas e rotinas distintas. Não admitir a disjunção das duas levou muitas vezes a uma percepção, externa à equipe, de que “os profissionais de comunicação não gostavam de mídia”, quando se tratava apenas de responder de forma coerente, refletida e com os recursos que a área permitisse, aos objetivos e as demandas colocadas.

Em busca de respostas para esses questionamentos, a equipe percebeu a necessidade de diversificar suas ações e reformular o projeto editorial do jornal, que passaria, então, de um enfoque noticioso para um enfoque mais analítico. A publicação passou, em 2004, por uma reformulação gráfica e editorial. Observou-se que o jornal não comportaria a demanda crescente do Projeto e de seus públicos por visibilidade e, sobretudo, crescia a percepção de que o Jornal não deveria ser o único instrumento de diálogo desses atores. A publicação se afirmava cada vez mais como um instrumento que deveria embasar a mobilização das lideranças ligadas ao Projeto e

não, necessariamente, noticiar essas mobilizações. Em 2007, a publicação passou por nova mudança, que consolidou a trajetória iniciada com a reformulação de 2004: passou de jornal a revista, afirmando seu papel de veiculador de debates muito mais do que de factuais.

Essas mudanças demandaram o incremento das atividades de forma a dar vazão às demandas do Projeto pela visibilidade de suas ações e das de seus parceiros e lideranças. Assim, em 2005, o Manuelzão dá o Recado iniciou a produção de programas de rádio semanais, veiculados na Rádio UFMG Educativa e também em rádios do interior da bacia. Também nesse ano, o Projeto passou a produzir boletins eletrônicos semanais, enviados toda semana para os parceiros e para os públicos considerados geradores e legitimadores do Projeto Manuelzão. O website, cujo potencial foi revelado na Expedição de 2003, passou a contar com atualizações freqüentes e com a produção de materiais exclusivos. Em 2006, o site também passou por uma reformulação e, desde então, é atualizado semanalmente.

Outra frente que ganhou nova atenção do Projeto a partir da Expedição de 2003 foi o relacionamento com a imprensa. A intensa cobertura da Expedição revelou a importância de um maior investimento nessa área. Desde então, a equipe do Manuelzão dá o Recado procura manter atualizados os contatos dos jornalistas que cobrem as áreas de interesse do Projeto Manuelzão. Esse incremento permitiu ainda responder à demanda por visibilidade das lideranças ligadas ao Projeto. Percebeu-se que a ação do Projeto

não precisava se restringir à cobertura dos eventos, podendo ser, inclusive, mais efetiva, na medida em que ajudava a repercuti-los. Todas essas experiências são relatadas a todos os membros do Projeto por meio de boletins eletrônicos internos semanais, que, desde 2005, chamam atenção para as ações e também propõem debates.

Assim, após dez anos de jornais, revistas, programas de rádio, boletins eletrônicos, website, diagnósticos, planejamentos, projetos de fim de curso, artigos, dissertações e mesmo livros em que a comunicação do Manuelzão foi tematizada, a compreensão dos membros do Projeto do que venha a ser a comunicação continua a ser o principal desafio do subprojeto Manuelzão dá o Recado. Como objeto de estudo e espaço de experimentação, o Projeto Manuelzão tem o mérito de ajudar a enriquecer o conhecimento sobre a comunicação e contribuir para a formação de futuros profissionais, mas ainda se apropria pouco daquilo que ele próprio propicia construir.

## **Referências que orientam**

O principal marco teórico que orienta as reflexões da área de comunicação do Projeto Manuelzão tem sido a compreensão da relação entre comunicação e os processos de mobilização social. O Projeto Manuelzão organiza seu processo de mobilização social por meio dos comitês/núcleos e da coordenação central. Busca endereçar tematizações à esfera pública e organizar ações entre os

sujeitos. Sabe-se que projetos de mobilização estruturados por movimentos sociais, empresas, organizações não-governamentais ou poder público apresentam formatos distintos, valores e reconhecimento sociais diversos, assim como limites e possibilidades de atuação. É possível dizer que o Projeto Manuelzão se constitui como um grande projeto de “parcerias”. A comunicação é uma forma e um dos mecanismos que o Projeto cria para “conversar” com a sociedade e mobilizá-la, para chamar a atenção para a causa de revitalização e tentar instituir determinados sentidos com relação ao meio ambiente. Duas são as ações fundamentais: 1) desenvolver uma competência para lidar com a mídia; 2) desenvolver uma competência para estabelecer conversações a partir de procedimentos estratégicos.

É inegável a importância fundamental da mídia na configuração da sociedade contemporânea. Castro (1997) aponta que a mídia, como um terreno conflagrado de sentidos, estabelece relações com a sociedade em, basicamente, duas dimensões: uma dimensão “instituída” e uma dimensão “instituinte”. Ao mesmo tempo em que ela existe porque fala do próprio social (na dimensão instituída), a mídia, a partir de sua “gramática” e de seus modos operatórios próprios, não apenas mostra a realidade, mas a reconstrói (na dimensão instituinte): com suas regras discursivas peculiares, não apenas garante a publicidade e a visibilidade, mas, ao realizar a mediação, ela organiza o mundo sob seu modo próprio. É um locus de inteligibilidade do mundo – abrigando sentidos e representações que podem ser apropriados e interpretados pelos

sujeitos em sociedade. De tal sorte, a mídia de massa tem um papel fundamental nas democracias deliberativas, no sentido de ser uma instância privilegiada para gerar visibilidade, e, como uma força simbólica considerável, conferir existência pública a temas que, antes, poderiam não ser problematizados com tamanho alcance e audiência.

Como apontado por Habermas (1997), a visibilidade aos argumentos e propostas é fundamental para a existência de um debate público. Tornar um tema visível, além disso, representa o primeiro passo para o estabelecimento de um processo comunicativo entre os sujeitos. Sem dúvida a mídia oferece “visibilidade ampliada das disputas e controvérsias existentes na vida social e se torna central para a divulgação das produções simbólicas que acontecem nos diversos campos sociais” (FERNANDES, 1999, p.1). A partir destas possibilidades, projetos de mobilização e movimentos sociais, em geral, procuraram transformar as lutas políticas em lutas por visibilidade, e passaram a recorrer à mídia na tentativa de ampliar entendimentos e conquistar apoio para suas causas. Numa tentativa de operar em conformidade com essa lógica, freqüentemente planejam ações coletivas no sentido de “chamar atenção”. Através da mídia, projetos de mobilização podem não só ganhar visibilidade pública como, também, expandir a constituição de um novo público em formação. Além disso, por funcionar como um locus de inteligibilidade no mundo, a mídia de massa pode potencializar e expandir as

discussões no espaço público, o que é fundamental para a deliberação. Como discute Maia,

a comunicação e a argumentação presentes nos debates internos à cena midiática podem ser estendidos, através da escrita e de outros suportes tecnológicos, a uma variedade de contextos, sendo que, em todos os casos, novas dimensões temporais e espaciais emergem. (2003, p.8)

De tal sorte, é necessário abandonar uma visão simplificadora da mídia como mera difusora de informações, para o entendimento de sua lógica, seus limites e suas possibilidades. E apesar de a mídia de massa ser efetiva no alcance de diferentes atores e cenários, os sujeitos devem descobrir que ela opera com seu próprio sistema de significação e representação, inclusive com propostas não públicas. Em outras palavras, é preciso entendê-la como uma instituição de autonomia relativa, que privilegia questões a partir de mecanismos próprios.

Nesse sentido, Maia estabelece uma discussão sobre os dilemas da visibilidade midiática para a deliberação pública. Sendo o espaço da mídia constituído por um campo de estratégias e contra-estratégias, como em qualquer jogo político, diversas relações de interesse se estabelecem entre os atores políticos e os agentes midiáticos, “os quais possuem recursos diversos para filtrar, fazer cortes e edições, seja para criar um enquadramento para os eventos, seja para favorecer deliberadamente determinados atores” (MAIA, 2003, p.9).

Como se sabe, a mídia de massa raramente permite uma competição justa entre os grupos, para que os diversos atores sociais tenham as mesmas chances para se fazer representar. A mídia não oferece um espaço único e igual para que os movimentos contemporâneos divulguem suas causas, e suas divergências e antagonismos seguem um padrão complexo de interações, ao contrário de uma relação singular. Nesse sentido, por suas limitações e contradições, projetos de mobilização e movimentos sociais, em geral, recorrem a outras possibilidades de gerar visibilidade para suas causas e construir processos comunicativos com sujeitos, como os recursos da comunicação estratégica e das relações públicas.

Dessa maneira, a comunicação estratégica se apresenta como uma modo de construir e estabelecer processos comunicativos de forma planejada e não espontânea. De maneira geral, a necessidade de se pensar a comunicação de forma estratégica veio juntamente com a emergência de uma sociedade moderna, com a formação de uma determinada opinião pública e com a preocupação, imposta a inúmeras instituições, de se ter uma atividade que cuidasse especificamente da relação destas instituições com públicos a ela relacionados.

Nesse sentido, é fundamental que uma determinada competência comunicativa esteja presente nas rotinas dos movimentos sociais, tanto no sentido de entender e operar com a “gramática” própria da mídia de massa, quanto na utilização de outros meios, técnicas e instrumentos de comunicação que

traduzam sua causa, incluam novos temas na cena pública e estabeleçam conversações, a partir de procedimentos estratégicos. Vale notar que o planejamento da comunicação para mobilização social não pode transformar as ações dos movimentos sociais em meramente ações estratégicas para se alcançar visibilidade. A nossa suposição é a de que as ações devem vir acompanhadas de razões e argumentos para que possam gerar e sustentar o debate público e a deliberação. Fato é que movimentos sociais que ignoram os processos contemporâneos de comunicação acabam por deixar de conhecer a dinâmica comunicacional da sociedade em sua totalidade, e, com isso, tendem a ter menos possibilidades, tanto para tematizar injustiças, quanto para obter reconhecimento de sua existência perante os cidadãos.

Eis, pois, a chave conceitual que tem orientado o trabalho de comunicação no Projeto Manuelzão no momento em que este alcança uma década de atuação. As funções da comunicação, assim como as definições da mobilização, variam e se complementam. De maneira geral, a mobilização é entendida como um processo em que elementos simbólicos e rituais aliados a momentos de comunhão, debate e ação atuam na convocação de vontades para a mudança de realidades. “Mobilizar é convocar vontades para atuar na busca de um propósito comum, sob uma interpretação e um sentido também compartilhados” (TORO e WERNECK, 2004, p. 13).

Sendo a mobilização um processo de compartilhamento de interpretações, sentidos e discursos, a mobilização social pode ser reconhecida como um ato de comunicação:

o projeto de comunicação de um processo de mobilização tem como meta o compartilhamento, o mais abrangente possível, de todas as informações relacionadas com o movimento, o que inclui desde os objetivos, as informações que justificam sua proposição, até as ações que estão sendo desenvolvidas em outros lugares, por outras pessoas, o que pensam os diversos segmentos da sociedade a respeito das idéias propostas, etc. (TORO e WERNECK, 2004, p. 67)

A comunicação cumpre, portanto, uma série de funções. Sua dimensão simbólica está presente na formulação do imaginário. É por meio da explicitação clara das possibilidades do campo de atuação que se favorece a adesão de novos membros e a continuidade dos trabalhos. E é por meio de ações e instrumentos de comunicação que se promove a coletivização das idéias e dos trabalhos e o acompanhamento das atividades.

Assumindo tal perspectiva, entendemos que o trabalho com comunicação em projetos de mobilização social como o “Manuelzão” deve necessariamente ultrapassar a mera perspectiva da divulgação de atividades e transmissão de informações. As diferentes práticas e produtos de comunicação podem ser organizados de forma a viabilizar iniciativas autônomas da população, qualificar a intervenção dos diferentes agentes sociais e alimentar o estabelecimento de novas parcerias para o desenvolvimento do projeto.

Para ser coerente com o Projeto, sua comunicação também deve ser aberta, multidirecional e participativa. Muito mais do

que informar, o projeto deve criar uma interação própria entre seus públicos, através do compartilhamento de valores, para que estes públicos fortaleçam um vínculo com o projeto (vínculo este que não é nem governamental e nem lucrativo, mas sustentado por estes valores) e para que eles sejam capazes de tomar iniciativas espontâneas de contribuir à causa dentro de suas especialidades e possibilidades. (Diagnóstico de Comunicação do Projeto Manuelzão, 2000)

## **Limites e muitas possibilidades**

Embora a comunicação tenha especial relevância na construção dos processos de mobilização social, há que se reconhecer que, no Projeto Manuelzão, essa discussão enfrenta também dificuldades, na maioria das vezes sendo delegada quase exclusivamente ao que os membros do Projeto chamam de equipe de comunicação. Dessa forma, com raras exceções, cabe apenas ao “Manuelzão dá o recado” a produção do que o Projeto concebe como comunicação e a reflexão sobre esse fazer. Isso traz implicações ao papel da comunicação no processo de formação dos estudantes.

Todos os bolsistas têm no Projeto uma vivência que os obriga a pensar as práticas de comunicação, em particular o fazer jornalístico, dentro do processo de mobilização social. Isso faz com que o trabalho da equipe de comunicação seja pautado, muitas vezes, apenas em produtos, que cumprem, sem dúvida, papel fundamental para a relação do Projeto com seus públicos. Mas não há, por exemplo, um trabalho sistemático com os núcleos a fim de

que eles também possam trabalhar estrategicamente a comunicação do movimento, tanto no âmbito interno quanto na relação deste com seus públicos. A equipe de comunicação do Projeto procura pautar discussões sobre o papel da comunicação estratégica no processo de mobilização para os demais setores, mas ainda assim permanece fortemente arraigada a concepção de uma comunicação instrumental, o que pode ser percebido pela natureza das demandas dos demais setores da sede do Projeto em relação ao “Manuelzão dá o recado”. As solicitações são em grande medida relacionadas à produção de textos e fotos, havendo grande pressão para que as atividades dos Núcleos sejam divulgadas no Jornal Manuelzão. Não há um trabalho sistemático para orientar os núcleos a construírem eles próprios sua visibilidade perante seus públicos. Questões como definição dos públicos dificilmente são pautadas para os núcleos, ainda que sejam essenciais ao processo de construção da mobilização. Persiste, pois uma confusão entre questões de comunicação, que precisam ser discutidas por qualquer movimento que se proponha de mobilização social, e questões da área da comunicação, essas sim referentes a uma esfera mais profissionalizada e a um fazer específico.

Se, portanto, é inegável a contribuição que as práticas e reflexões propostas e elaboradas pelos estudantes e profissionais da Comunicação têm dado a eles próprios e, sobretudo, ao campo de conhecimento da Comunicação, tais ganhos apresentam como limite a abertura do próprio Projeto aos conhecimentos que são construídos. Muitos desses trabalhos são ainda desconhecidos dos

membros do Projeto ou, quando conhecidos, passam a integrar um acervo bibliográfico e não necessariamente a orientar ações.

Mas o fato é que essas limitações têm sistematicamente, no processo de formação dos estudantes, se transformado no próprio recurso para que o trabalho não apenas continue, mas avance. Nesse ambiente de incompreensões conceituais, discussões e um fazer necessariamente reflexivo, o esforço para empreender atividades que mobilizam a sociedade para o exercício da cidadania e a conquista de qualidade de vida em um ambiente saudável, acabam por fazer do “Manuelzão”, inegavelmente, um lugar privilegiado de formação para os estudantes.

As atividades de comunicação – jornal impresso, elaboração de um site, planejamento e assessoria, dentre outras – são realizadas pelos próprios alunos, a maioria voluntários, sob supervisão de docentes, profissionais da área e outros estudantes. Multidisciplinar, o “Manuelzão” tem possibilitado aos estudantes experimentar a convivência com diferentes áreas do conhecimento como meio ambiente, saúde ou ciências da terra. Pela complexidade e diversidade dos universos com os quais opera, o Projeto estimula a construção de um olhar mais refinado sobre o mundo, favorecendo o desenvolvimento da capacidade intelectual. E, pela sua própria dinâmica, permite aos alunos lidar cotidianamente com estratégias de construção de uma visibilidade e responsabilidades públicas, por meio das quais o Projeto Manuelzão apresenta-se como protagonista relevante do espaço público.

São processos de interação com diferentes públicos: comunidades ribeirinhas, órgãos ambientais, empresas de diferentes portes e segmentos econômicos, especialistas das mais diversas áreas. Como tratar satisfatoriamente o problema do esgoto em uma matéria jornalística? Qual o papel da comunicação nos processos de mobilização social? De que maneira combinar educação, pesquisa e informação no tratamento dos temas do desenvolvimento sustentável? A realidade conflituosa, contraditória e viva está no coração da aprendizagem.

Para a área de Comunicação tais possibilidades de trabalho têm imenso valor. Tradicionalmente vista como “prestadora de serviços”, a comunicação permanentemente busca ampliar o entendimento comum acerca de seu trabalho, estimulando uma percepção que associe no conjunto de suas práticas os seus “produtos” e os seus “processos”. É assim que no Projeto Manuelzão se efetivam as mais diferentes atividades de comunicação articuladas a um pensamento estratégico acerca do seu papel. A combinação entre ensino, pesquisa e extensão, mais do que uma meta, torna-se uma condição para um trabalho adequado.

A participação em projetos dessa natureza agrega os estudantes em atividades que se dão em ambientes e circunstâncias concretas. Compartilham assim o princípio da pedagogia do aprendizado no trabalho, que permite superar a dicotomia entre sala de aula e atividades extensionistas e associa intrinsecamente o diagnóstico e a resolução de problemas. E é essa realidade que os desafia, com grande margem de autonomia, a pesquisar e propor

entendimentos, interpretações e ações inovadoras para a solução das questões apresentadas pela realidade social. Na sua atividade de extensão, de contato e interação com a sociedade, os estudantes e a universidade são os grandes aprendizes.

## Referências

**Campanha de Comunicação para a “Expedição Manuelzão Desce o Rio das Velhas”**. Belo Horizonte, junho de 2003. (mimeo)

CASTRO, M.C.P.S. **Na tessitura da Cena, a Vida – Comunicação, Sociabilidade e Política**. Belo Horizonte, Editora UFMG, 1997.

FERNANDES, Adélia Barroso. **Papel reflexivo da mídia na construção da cidadania. O caso do movimento antimanicomial – 1987 a 1997**. Dissertação de mestrado. Belo Horizonte: UFMG 1999.

FONSECA, Ana Carolina Silveira. **O processo jornalístico na mobilização social: elaboração de um informativo com um Núcleo Manuelzão**. Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, UFMG, Belo Horizonte, 2005. (Projeto Experimental de Jornalismo)

HABERMAS, J. O papel da sociedade civil e da esfera pública política. In: \_\_\_\_\_. **Direito e Democracia: entre faticidade e validade**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1997. pp 57-123.

HENRIQUES, Márcio Simeone (Org.). **Comunicação e Estratégias de Mobilização Social**. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.

MAFRA, Rennan Lanna Martins. **Visibilidade midiática e mobilização social: entre o espetáculo, a festa e argumentação – A expedição Manuelzão desce o Rio das Velhas**. 2005. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, UFMG, Belo Horizonte.

MAIA, R.C.M. Dos dilemas da visibilidade mediática para a deliberação pública. Recife, **12º Encontro Anual da Compós**, 2003. (mimeo)

TORO, José Bernardo; WERNECK, Nisia Maria Duarte. **Mobilização Social: um modo de construir a democracia e a participação**. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.