

## A experiência do Laboratório Agência de Comunicação Solidária na formação em relações públicas e comunicação organizacional

Experience of the Solidary Communication Agency in training in public relations and organizational communication

Experiencia de la Agencia de Comunicación Solidaria en formación en relaciones públicas y comunicación organizacional



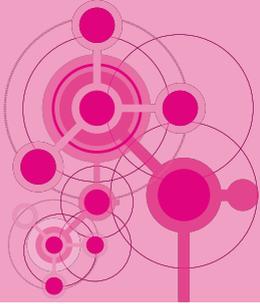
### Fábria Pereira Lima

- Doutora em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP).
- Mestre em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC-Minas).
- Especialista em Gestão Estratégica de Marketing pela PUC-Minas.
- Professora adjunta do Departamento de Comunicação Social do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG).
- Diretora do Centro de Comunicação da UFMG.
- Presidente da Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação Organizacional e Relações Públicas.
- Diretora científica adjunta da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom) e Coordenadora do Intercom Júnior de Relações Públicas e Comunicação Organizacional.
- E-mail: fabialima@ufmg.br



### Rafaela Pereira Lima

- Doutoranda em Comunicação Social pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG).
- Mestre em Ciências da Informação pela UFMG.
- Graduada em Jornalismo pela UFMG.
- Sócio-fundadora, diretora e docente da Associação Imagem Comunitária – Agência de Iniciativas Cidadãs.
- Integrante do grupo de pesquisa Mobiliza (UFMG).
- E-mail: rafaela@aic.org.br



## Resumo

O artigo apresenta a experiência pedagógica do Laboratório Agência de Comunicação Solidária (ACS Lab), conformada como uma atividade de ensino, pesquisa e extensão no âmbito dos cursos da área da Comunicação Social da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). O ACS Lab é um projeto desenvolvido em parceria com a organização da sociedade civil Associação Imagem Comunitária (AIC), trabalhando com grupos, coletivos, instituições e movimentos voltados à promoção dos direitos humanos e da cidadania. A experiência do ACS Lab qualifica o projeto pedagógico da UFMG ao promover uma sólida formação cidadã, baseada no princípio da solidariedade e no protagonismo dos estudantes na construção do conhecimento, bem como o acesso dos estudantes a novas perspectivas conceituais e metodológicas em comunicação organizacional. Trata-se de uma experiência transformadora não apenas para os coletivos que se apropriam da comunicação para a defesa de suas causas, como também para os estudantes, que ampliam seu repertório de conhecimentos e métodos, ao mesmo tempo em que vivenciam os impactos sociais de sua prática profissional.

PALAVRAS-CHAVE: METODOLOGIAS DE COMUNICAÇÃO DIALÓGICA • FORMAÇÃO PARA A CIDADANIA • PESQUISA, ENSINO E EXTENSÃO • RELAÇÕES PÚBLICAS • COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL.

## Abstract

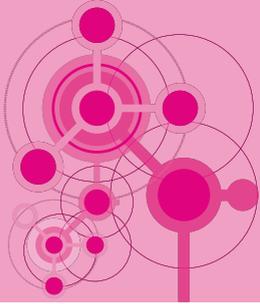
This article presents the pedagogical experience of the Laboratory/Agency of Solidary Communication (acronym in Portuguese: ACS Lab), a teaching, research and extension activity within the scope of Social Communication courses at the Federal University of Minas Gerais. The ACS Lab is a project developed in partnership with the civil society organization Associação Imagem Comunitária (AIC), which works with groups, collectives, institutions and movements aimed at promoting human rights and citizenship. The experience of ACS Lab qualifies the pedagogical project of UFMG by promoting a solid citizen formation, based on the principle of solidarity and the role of students in the construction of knowledge, as well as students' access to new conceptual and methodological perspectives in Organizational Communication. It is a transformative experience not only for groups that use communication to defend their causes, but also for students, who expand their repertoire of knowledge and methods, while experiencing the social impacts of their professional practice.

KEYWORDS: DIALOGIC COMMUNICATION METHODOLOGIES • TRAINING FOR CITIZENSHIP • RESEARCH, TEACHING AND EXTENSION • PUBLIC RELATIONS • ORGANIZATIONAL COMMUNICATION.

## Resumen

El artículo presenta la experiencia pedagógica del Laboratorio Agencia de Comunicación Solidaria (ACS Lab), que es una actividad de enseñanza, investigación y extensión dentro del alcance de las carreras en el área de Comunicación Social en la Universidad Federal de Minas Gerais (UFMG). El ACS Lab es un proyecto desarrollado en asociación con la organización de la sociedad civil, Associação Imagem Comunitária (AIC), que trabaja con grupos, colectivos, instituciones y movimientos destinados a promover los derechos humanos y la ciudadanía. La experiencia del ACS Lab califica el proyecto pedagógico de la UFMG al promover una sólida formación ciudadana, basada en el principio de solidaridad y el papel de los estudiantes en la construcción del conocimiento, así como el acceso de los estudiantes a nuevas perspectivas conceptuales y metodológicas en la Comunicación Organizacional. Es una experiencia transformadora no solo para grupos que usan la comunicación para defender sus causas, sino también para estudiantes, que amplían su repertorio de conocimientos y métodos mientras experimentan los impactos sociales de su práctica profesional.

PALABRAS CLAVE: METODOLOGÍAS DE COMUNICACIÓN DIALÓGICA • EDUCACIÓN PARA LA CIUDADANÍA • INVESTIGACIÓN, DOCENCIA Y EXTENSIÓN • RELACIONES PÚBLICAS • COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL.



O presente trabalho tem como proposta abordar a experiência pedagógica do Laboratório Agência de Comunicação Solidária (ACS Lab), conformado como uma atividade de ensino, pesquisa e extensão no âmbito dos cursos da área da Comunicação Social da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Na perspectiva do ensino, o projeto pedagógico do curso de Relações Públicas da UFMG prevê a oferta regular de uma atividade laboratorial que, sendo voltada a práticas profissionalizantes avançadas, enfoca o desenvolvimento de um planejamento de comunicação, atendendo demandas de atores reais. É nesse espaço que o Laboratório Agência de Comunicação Solidária se estabelece não apenas como uma experiência na qual os discentes desenvolvem suas habilidades na construção de planos de comunicação, mas também se firma como relevante atividade extensionista, na medida em que, a partir de convênio firmado desde 2009 com a organização não governamental Associação Imagem Comunitária (AIC), traz como principais parceiros grupos, coletivos, instituições e movimentos da sociedade civil voltados à promoção dos direitos humanos e da cidadania. De modo indissociável, o ACS Lab constitui-se um esforço de pesquisa envolvendo docentes e estudantes (de graduação e pós-graduação), além de profissionais da área da comunicação organizacional, voltado à construção de metodologias de planejamento e ao desenvolvimento de ferramentas para a prática aplicada ao contexto das entidades da sociedade civil.

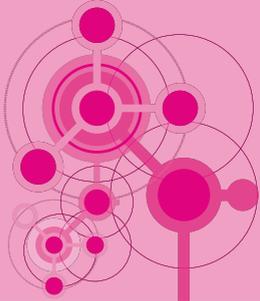
Para os objetivos aqui propostos, o ACS Lab será apresentado, em primeiro lugar, no âmbito do ensino e à luz das diretrizes curriculares dos cursos de Relações Públicas, promulgadas em 2013; posteriormente, a dimensão extensionista da iniciativa será abordada e, a seguir, trataremos de sua conformação como esforço de pesquisa. Ao final, busca-se evidenciar que, ao promover um encontro entre pesquisa, ensino e extensão – notadamente na formação em Relações Públicas –, o ACS Lab qualifica o projeto pedagógico da UFMG a partir de uma sólida formação cidadã, baseada no princípio da solidariedade e apostando no protagonismo dos estudantes na construção do conhecimento. Mais do que a possibilidade de um aprendizado prático, crítico e reflexivo, trata-se de uma experiência transformadora por meio da qual os estudantes podem vivenciar os impactos sociais de sua prática profissional.

## A ATIVIDADE LABORATORIAL: CONTEXTO, CONSTRUÇÃO E METODOLOGIA

O curso de Comunicação Social da UFMG—originalmente Jornalismo, passando a incorporar as habilitações de Publicidade e Propaganda, Relações Públicas e, por um período, também Radialismo – foi implantado no ano de 1962 e, desde então, sofreu várias reformulações curriculares, buscando dar conta tanto das demandas surgidas com as transformações sociais e tecnológicas quanto de obstáculos internos, institucionais e/ou setoriais e profissionais surgidos ao longo do tempo. Como característica marcante, o curso fundamentava-se em um projeto pedagógico comum às habilitações, com oferta integrada de disciplinas, visando uma formação mais abrangente em comunicação e menos voltada às dinâmicas e práticas específicas de cada campo profissional.

A partir da promulgação das novas Diretrizes Curriculares Nacionais para os cursos de Relações Públicas, em setembro de 2013, o curso de graduação (agora autônomo) em Relações Públicas da UFMG abre sua primeira turma no 1º semestre de 2016, sendo a única alternativa oferecida por instituição pública para o bacharelado na área em todo o estado de Minas Gerais. Conforme seu projeto pedagógico, a vocação do curso endossa o princípio da indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão, e reconhece o protagonismo discente na construção de seu próprio percurso formativo.

Na UFMG, o currículo do curso de graduação em Relações Públicas foi estruturado de forma a valorizar a reflexão, por parte do estudante, da prática profissional que ele desempenhará e encorajá-lo, desde os períodos iniciais, a pesquisar e a buscar inovações do fazer de suas atividades. Condizente com os princípios didático-pedagógicos definidos pela UFMG para a formação em Comunicação Social, o curso valoriza uma sólida e abrangente formação teórica no campo das ciências humanas e sociais, bem como uma integração com a pesquisa e com a extensão, estimulando e valorizando a participação dos discentes em projetos,



segundo os princípios de flexibilidade e interdisciplinaridade. Considera a participação ativa dos discentes na definição de seus percursos e na concepção de projetos integrados. (Universidade Federal De Minas Gerais, 2015, p.15)

Para dar conta dos desafios que se apresentam, o projeto pedagógico do curso prevê a valorização de práticas laboratoriais que, extrapolando o ambiente típico da sala de aula, marca um lugar de experimentação para o desenvolvimento orientado de um produto comunicacional, de modo inseparável de uma reflexão acerca desse fazer como uma dimensão chave da chamada formação profissionalizante ofertada pelo curso.

É nesse contexto de convergência entre o fazer acadêmico e o fazer profissional que o ACS Lab se insere. O Laboratório é fruto e desdobramento de uma iniciativa, nascida em 2006, realizada pela organização da sociedade civil (OSC) Associação Imagem Comunitária (AIC): a Agência de Comunicação Solidária (ACS).

A ACS, desde a sua criação, constitui-se um programa de apoio gratuito a grupos e instituições de promoção da cidadania na construção de estratégias e de ações comunicacionais voltadas ao seu desenvolvimento institucional. Ao longo de toda a sua trajetória, o programa tem estabelecido forte interlocução com a UFMG, com vistas à pesquisa conjunta de metodologias de trabalho. Vale mencionar que a própria AIC é uma OSC que foi criada para perenizar ações nascidas de um projeto de pesquisa e extensão da UFMG dos anos 1990<sup>1</sup>.

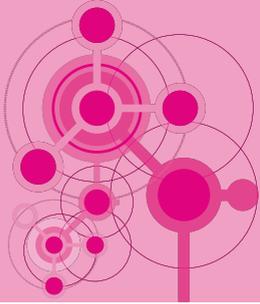
Em 2009, o curso de Relações Públicas da UFMG estabeleceu uma parceria com a Associação Imagem Comunitária para transformar a experiência em curso da ACS num laboratório de ensino, pesquisa e extensão. A Agência de Comunicação Solidária desdobrava-se, assim, no ACS Lab. Na dimensão do ensino, a iniciativa foi instituída como um laboratório que passou a acolher cerca de 20 estudantes de graduação por semestre para a realização de um planejamento de comunicação organizacional voltado às demandas de uma entidade da sociedade civil. O processo envolve o apoio de profissionais da AIC e, ainda, a participação de um estudante de pós-graduação atuando como estagiário docente.

Cada turma é dividida em grupos de cerca de cinco integrantes e cada grupo passa a atender um coletivo que atua em variados campos, tais como: promoção dos direitos infanto-juvenis; mobilização pelos direitos da pessoa com deficiência; enfrentamento ao racismo, ao machismo, ao encarceramento em massa e ao genocídio da juventude negra; cultura e educação popular; agroecologia urbana; protagonismo juvenil cidadão; economia popular solidária. Em 10 anos, estima-se que mais de 300 estudantes participaram da experiência discente e que o ACS Lab, juntamente com a AIC, já tenha atendido mais de 100 coletivos – impactando, no mínimo, 10 mil pessoas, se considerarmos que cada entidade atua junto a, pelo menos, 100 pessoas. O impacto da ação dos coletivos atendidos pela ACS é visto junto às populações pobres, que moram em regiões periféricas (em sua maioria, em vilas, favelas e aglomerados) da cidade de Belo Horizonte e vivem situações de exclusão social, econômica e simbólica.

Em termos pedagógicos, no Laboratório ACS, o processo de construção do planejamento estratégico da comunicação para as entidades é participativo e envolve as seguintes etapas: a) vinculação e trocas; b) diagnóstico da comunicação do coletivo, com a identificação de sua causa e dos seus públicos, seguida de identificação do status do vínculo com cada público; c) análise do diagnóstico e traçado colaborativo de estratégias para o incremento da comunicação do grupo.

O primeiro processo – de vinculação e trocas – é transversal a toda a elaboração do diagnóstico. Contudo, no momento de aproximação inicial entre o coletivo e a equipe (formada por um dos grupos de estudantes, com orientação dos docentes,

<sup>1</sup> Trata-se do projeto TV Sala de Espera, que será apresentado e discutido em seção específica deste artigo.



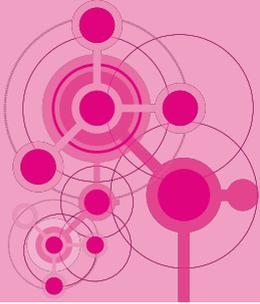
estagiários e/ou profissionais da AIC), inaugura-se o espaço da conversa, em que ambos exprimem abertamente suas demandas e propostas, abordam as questões da comunidade e compartilham seus saberes. É nesse momento que a equipe apresenta as ferramentas metodológicas disponíveis para o processo e os passos originalmente pensados. É também nos encontros iniciais que as pessoas do coletivo apresentam um panorama de seu trabalho e seu cotidiano, indicando quais são suas vivências e conhecimentos. Ao final dessa etapa, é combinado um percurso do diagnóstico colaborativo, com eventual adaptação das ferramentas e dos passos a serem dados, de acordo com proposições do grupo. Além disso, são agendados os encontros seguintes. Trata-se de uma etapa essencial para que a metodologia seja conhecida, avaliada, validada e apropriada pelo coletivo.

Em uma etapa seguinte, o diagnóstico da comunicação é vivenciado por cada coletivo atendido, com a mediação da equipe. O processo tem como elemento central uma apropriação específica do Diagrama de Venn, ferramenta de diálogo clássica do Diagnóstico Rural Participativo (DRP), que trabalha a relação entre os diferentes grupos de um determinado contexto. Santos (2005) informa que essa modalidade de diagnóstico, que tem sua origem em processos de pesquisa empreendidos no final da década de 1970, na Tailândia, nasceu do desafio de tratar de problemáticas complexas do meio rural de forma efetivamente participativa: com a inclusão de todos (e não só da população letrada) e a construção de abordagens coletivas e colaborativas. Com esse intuito, o DRP, até os dias de hoje, envolve a realização de encontros, em espaços públicos ou de uso coletivo, voltados à identificação e à problematização de temáticas das mais diversas comunidades. São encontros nos quais os usuais questionários pré-elaborados e procedimentos afins dão lugar a conversas, facilitadas pelo uso de diagramas, matrizes e outros esquemas visuais e interativos, que são construídos por todos os participantes.

O diagrama é combinado aos elementos básicos dos processos de comunicação para a mobilização social levantados por Henriques (2007) e colaboradores: a causa do grupo, os públicos mobilizados (classificados de acordo com o papel que representam na atuação da entidade), a importância estratégica dos mesmos e a qualidade do vínculo entre o coletivo e cada um dos públicos. Assim, no centro do diagrama, é disposto um círculo, que representa o coletivo e a causa que ele promove. Os integrantes do coletivo são convidados a afixar, ao redor desse elemento central, outros círculos, de diferentes tamanhos e cores, que representam os públicos da entidade – cada círculo representando um público – e as relações que se estabelece com cada um deles. A cor do círculo indica o tipo de público: se é beneficiado pelas ações, se *legitima* o trabalho ou, por fim, se *gera as condições* para a existência da entidade. Já o tamanho do círculo representa a importância do público em questão para o grupo: quanto maior a importância, maior o círculo. Por fim, a distância entre cada círculo e a esfera central do diagrama representa a situação atual de proximidade ou distanciamento entre aquele público e a entidade (o status do processo de vinculação).

Esse simples exercício tem se mostrado um importante espaço de problematização da percepção que os coletivos têm de sua causa, dos seus públicos e, por fim, do relacionamento com seus públicos. Essas percepções não costumam ser objeto de reflexão e, quando a reflexão é provocada pela experiência de construção do diagrama, via de regra, dá-se um processo em que emergem controvérsias e conflitos mas, por outro lado, abre-se espaço à percepção da diversidade de olhares e à construção de consensos. É importante mencionar que, de acordo com demandas específicas do diagnóstico que emergem ao longo do processo, outras ferramentas de diálogo (Faria; Ferreira Neto, 2006), como mapas afetivos, matrizes, linhas do tempo e outras ferramentas ligadas à memória coletiva podem ser acionadas.

A última fase do planejamento, que consiste na análise dos resultados do diagnóstico e elaboração de um plano de ações estratégicas de comunicação de curto, médio e longo prazos, compreende um processo em que, geralmente, os integrantes dos coletivos, já sensibilizados pelas fases anteriores e com a facilitação da equipe, buscam ir além do pensamento instrumental, geralmente focado em peças e eventos; eles fazem um esforço de imaginar ações cotidianas, factíveis com a sua realidade, de fortalecimento dos vínculos com os públicos.



Esse caminho do diagnóstico ao plano de ações não é natural. Para dar concretude a ele, muitas vezes são utilizadas matrizes e outras representações visuais das informações, de modo que todos os integrantes da iniciativa social possam seguir atuando ativamente. Vale destacar que o Diagrama de Venn e as demais ferramentas de diálogo têm seu uso continuamente refinado e modificado, como fruto do monitoramento e das avaliações dos processos que são constantemente empreendidas, com vistas a garantir que as ferramentas sejam sempre bem específicas para a realidade de cada grupo e para que atendam à complexidade das situações de uso.

A vivência de todo esse percurso possibilita que os estudantes de Relações Públicas conheçam e experimentem modos de conceber e desenvolver o diagnóstico e o planejamento da comunicação organizacional muito diferenciados dos usualmente estabelecidos no ambiente organizacional. Assim, abre-se caminho a uma percepção da prática profissional como algo criativo, dinâmico e dialógico – ao contrário de muitas abordagens tecnicistas, que propõem ações padronizadas e engessadas. Além disso, essa vivência torna possível que os estudantes experimentem, enfim, de forma concreta, um olhar praxeológico em relação à comunicação, que enfatiza as interações cotidianas e os processos de construção de vínculos.

A construção desse encontro dos saberes técnicos da academia e da OSC parceira com os saberes práticos dos coletivos é muito desafiante para todos. De modo recorrente, a equipe precisa tomar cuidado para não dar respostas prontas e marcar o seu lugar de mediação, propondo problematizações. Muitas vezes, os próprios coletivos, diante de impasses, pedem que os estudantes, professores e profissionais envolvidos deem respostas prontas. Mas vale investir na ação colaborativa, empreendida pelos integrantes dos coletivos, de busca de soluções para os impasses. Afinal, uma vez assegurado o processo de confluência dos saberes e de construção compartilhada, os aprendizados sobre a comunicação são singulares e o planejamento de comunicação estratégica criado é carregado de sentido para o coletivo – e, portanto, tem fortes possibilidades de efetiva implementação.

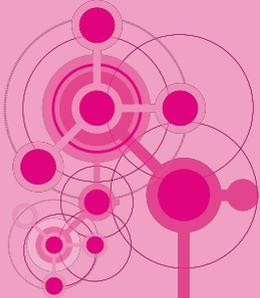
## O ACS LAB E A EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA NA UFMG

A extensão universitária na UFMG é dimensão formativa indissociável do ensino e da pesquisa, espaço articulador de interações entre a Universidade e diversos setores sociais que, através do diálogo e da troca de saberes, constroem novas reflexões e soluções sobre e para a vida em sociedade. A extensão na UFMG tem como princípio contribuir para o cumprimento de sua função pública, realizando ações e processos que tomem a democratização do conhecimento como central e indo ao encontro de demandas de maior urgência para efetivação da justiça social.

Os números dão conta da dimensão do impacto acadêmico e social: em 2019, foram mais de 3,4 mil ações envolvendo mais de 7 mil estudantes e mais de 2,4 mil docentes, realizando mais de 3,1 milhões de atendimentos, sendo que mais de 60% destes compreende ações em parceria com outros setores da sociedade. No entanto, do ponto de vista da área temática, nota-se que apenas 2,8% dos projetos relacionam-se à Comunicação, talvez revelando, dentre outros aspectos, que não se trata de uma demanda compreendida como prioritária nem por parte da comunidade acadêmica nem por parte da sociedade<sup>2</sup>.

O Laboratório Agência de Comunicação Solidária é um dos poucos projetos de extensão da UFMG que tomam a comunicação como eixo prioritário. O projeto foi formalizado como ACS Lab em 2015 no Sistema de Extensão da Universidade. Alinhado aos princípios institucionais da UFMG, a proposta é tanto evidenciar a extensão como espaço formativo dos discentes como materializar a prática de uma construção de saberes que dialoga com (e responde às) demandas sociais e outros saberes que não apenas o técnico e acadêmico. Para integrar o ACS Lab, os grupos populares devem contemplar alguns critérios, como:

<sup>2</sup> Dados extraídos de: <https://ufmg.br/extensao>. Acesso em: 10 jan. 2020.



não ter fins lucrativos, partidários ou religiosos; necessariamente promover uma causa de interesse público; prestar atendimento gratuito a sujeitos e/ou comunidades em situação de vulnerabilidade social; ser de pequeno porte (baseando-se, sobretudo, em trabalho voluntário e não contando com um fluxo de recursos materiais e/ou humanos capazes de assegurar, de forma contínua, as atividades básicas do grupo). Como é possível verificar por esse perfil de atendidos, a ideia é apoiar os coletivos com demandas mais pungentes. Ou seja, participam do ACS Lab entidades que têm enormes carências estruturais tais como: falta de recursos financeiros; escassez de equipamentos e materiais de consumo; precariedade das equipes para dar conta das ações pretendidas; falta de sede para o desenvolvimento das atividades; falta de materiais de comunicação para divulgação do coletivo e de suas ações.

Nota-se que, em meio a tantas faltas, a comunicação é a última das carências percebidas e, quando chega a ser elaborada, aparece como uma demanda por materiais de comunicação. Na luta pela sobrevivência dos coletivos, a perspectiva do planejamento (e, mais ainda, do planejamento da comunicação) é uma realidade distante. A demanda de comunicação, em geral, surge apenas de forma instrumental, em momentos pontuais em que os coletivos têm que divulgar ações ou eventos.

Uma ação importante da ACS é, portanto, sensibilizar estes grupos para a busca de um “fôlego extra” para pensar e criar comunicação numa perspectiva estratégica: para passar por um processo estruturado de planejamento, seguido da implantação, com nível crescente de autonomia, das ações planejadas. O desafio que se coloca aos grupos populares é ir além da superficialidade da comunicação meramente instrumental e dar um salto qualitativo, investindo em processos com foco em construir, fortalecer, consolidar e compartilhar sua identidade. Portanto, o princípio norteador da ACS que se evidencia em sua dimensão extensionista é uma comunicação voltada à mobilização social, conforme indica Henriques (2007). Essa é uma comunicação que enfatiza diálogos, trocas e partilhas: experiências eminentemente participativas, por meio das quais os variados públicos se vinculam à causa defendida pelo grupo, ao compreender que tal causa é de interesse público e que há uma busca por uma transformação social que pode ser construída por meio da ação coletiva.

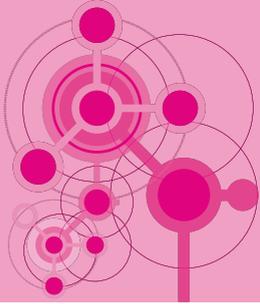
A importância social do ACS Lab está ligada à efetivação do direito à comunicação—que, conforme destaca Peruzzo (2007), é um direito de cidadania fundamental, básico para a conquista de diversos outros—por um expressivo conjunto de coletivos e movimentos do campo dos direitos humanos. Outro aspecto que merece destaque é o fato de que, ao incrementar sua comunicação e seu relacionamento com os públicos, as entidades atendidas pelo ACS Lab ampliam a abrangência e a qualidade do trabalho que realizam junto a sujeitos e a populações em busca de direitos. Dessa forma, o ACS Lab incide diretamente na melhoria de um amplo leque de ações sociais que promovem a cidadania de variadas comunidades.

## NOTAS SOBRE TRAJETÓRIAS ENTRELAÇADAS: AIC E MOBILIZA/UFMG

Trazemos nessa seção alguns apontamentos acerca da trajetória da Associação Imagem Comunitária (AIC), OSC que criou a Agência de Comunicação Solidária, para promover uma breve reflexão sobre como o ensino, a pesquisa e a extensão universitária fomentam, geram, alimentam e são alimentadas por experiências de inovação profissional e social.

Conforme já indicamos, a AIC surge por iniciativa de alunos e técnicos envolvidos em um projeto de ensino e extensão da UFMG, ocorrido de 1993 a 1996: a TV Sala de Espera<sup>3</sup>, que envolvia a criação comunitária de produções videográficas sobre qualidade de vida e cidadania – produções que eram veiculadas em centros de saúde públicos.

<sup>3</sup> A TV Sala de Espera foi um projeto de extensão realizado pelo Departamento de Comunicação Social da UFMG de 1993 a 1996. Os integrantes do projeto de extensão, quando da finalização do mesmo, decidiram criar a Associação Imagem Comunitária para dar continuidade à experiência.



Já nos primeiros anos da TV Sala de Espera, emergiram várias demandas comunicacionais dos grupos e populações participantes das ações que extrapolavam a proposta original da iniciativa: de pedidos de elaboração de peças gráficas, radiofônicas ou videográficas para divulgação de ações e eventos à solicitação de participação da equipe do projeto em reuniões em que as entidades discutiam como se tornar mais conhecidas e conseguir mais parceiros (Lima, 1993).

Com base nos propósitos construídos e nas inquietações e experimentações vividas ao longo do desenvolvimento do projeto da UFMG TV Sala de Espera, o grupo criador da AIC buscou, ao formalizar uma OSC, criar condições para promover novas experiências de audiovisual comunitário e, ainda, para atender ao expressivo conjunto de demandas comunicacionais dos grupos populares que haviam se evidenciado ao longo do desenvolvimento de tal projeto.

Dessa forma, demandas de comunicação para o fortalecimento das entidades e coletivos da sociedade civil passaram a ser atendidas pela AIC ao longo de toda a sua história, paralelamente ao desenvolvimento de dezenas de projetos de educomunicação e formação de redes de comunicação para a cidadania<sup>4</sup>. Em 2006, a instituição conseguiu levantar recursos e formalizar um projeto voltado a dar um tratamento mais robusto e sistemático às demandas de comunicação organizacional dos coletivos. Nascia, assim, a Agência de Comunicação Solidária.

Em paralelo a essa construção da AIC, surgia, no final dos anos 1990, na UFMG, uma linha de estudos e de investigação que logo se constituiu em um grupo de pesquisa, cujo propósito era compreender, fomentar e apoiar processos de comunicação para a mobilização social. Trata-se do Mobiliza – grupo de pesquisa em Comunicação, mobilização social e opinião pública (Mobiliza/UFMG)<sup>5</sup>. O Mobiliza construiu uma importante base teórico-metodológica, que aborda a comunicação estratégica em processos de mobilização social a partir das causas de interesse público em torno das quais os grupos da sociedade civil se formam, da identificação dos públicos e da problematização dos vínculos que cada grupo constrói com os seus públicos, tendo em vista a necessidade de incremento constante de tais vínculos.

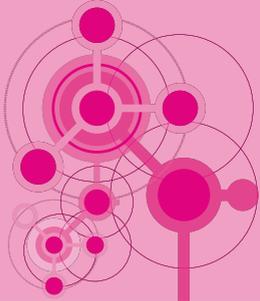
A pesquisa-ação realizada pelo ACS Lab resulta da junção de forças da AIC e do Mobiliza/UFMG. O trabalho envolve, de um lado, a oferta aos grupos populares de apoio em comunicação institucional. Tal oferta tem início com o acolhimento e o atendimento, pela AIC, de demandas de comunicação dos coletivos (produção de peças, realização de eventos etc.), e ainda com a sensibilização para que demandas pontuais (a produção de uma peça gráfica, por exemplo) sejam consideradas no âmbito de uma ação estratégica ampla do grupo. O segundo momento é o de realização, junto aos grupos sensibilizados, de processos de planejamento estratégico da comunicação, que são alicerçados na metodologia de identificação dos públicos e problematização dos vínculos preconizada pelo Mobiliza. Assim, são criados planos de ações de curto, médio e longo prazos – é nesse âmbito que o ACS Lab se insere. Por fim, a AIC encarrega-se de apoiar os coletivos na implantação (parcial ou total) das ações e peças previstas nos planos de ações criados todos os semestres no Laboratório.

A ação conjunta entre AIC e Mobiliza/UFMG, de outro lado, envolve pesquisa, planejamento, implantação, avaliação e incremento de ferramentas metodológicas para o incremento do processo de planejamento da comunicação, à medida em que essas são apropriadas pelos grupos e pelos estudantes envolvidos.

Nesse percurso colaborativo de investigação e de construção de novas abordagens para a comunicação e de novos métodos para o fazer comunicativo, UFMG e AIC têm investido em meios de fomentar a participação e facilitar diálogos. As bases metodológicas para um trabalho articulado em torno desses dois elementos – participação e diálogo – remontam a tradições iniciadas nas décadas de 1960 e 1970, como a educação popular, impulsionada pelas proposições de Paulo Freire em sua

<sup>4</sup> Informações sobre a história e atuação da AIC nos dias de hoje podem ser acessadas em: [www.aic.org.br/portfolio](http://www.aic.org.br/portfolio).

<sup>5</sup> Informações sobre a história e atuação da Mobiliza/UFMG nos dias de hoje podem ser acessadas em: <http://www.fafich.ufmg.br/mobiliza/>.



obra *Pedagogia do Oprimido*, e do já mencionado *Diagnóstico Rural Participativo*, nascido em experiências que uniram pesquisadores e comunidades rurais na Ásia.

Trata-se, enfim, de uma década de construção conjunta de inovações metodológicas calcadas numa perspectiva que Paulo Freire já defendia nos anos 1970: a superação da suposta dicotomia entre conhecimento e vida, e entre quem sabe e quem recebe o conhecimento “pronto”.

Em verdade, não seria possível à educação problematizadora, que rompe com os esquemas verticais característicos da educação bancária, realizar-se como prática da liberdade, sem superar a contradição entre o educador e os educandos. Como também não lhe seria possível fazê-lo fora do diálogo. É através deste que se opera a superação de que resulta um termo novo: não mais educador do educando do educador, mas educador-educando com educando-educador [...]. Ambos, assim, se tornam sujeitos do processo em que crescem juntos e em que os “argumentos de autoridade” já não valem. Em que, para ser-se, funcionalmente, autoridade, se necessita de estar sendo com as liberdades e não contra elas. Já agora ninguém educa ninguém, como tampouco ninguém se educa a si mesmo: os homens se educam em comunhão, mediatizados pelo mundo. (Freire, 1987, p.46)

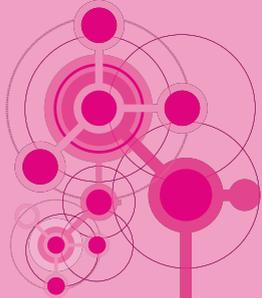
A busca é por superar o modelo instrumental e transmissivo (ou, na terminologia freiriana, o modelo bancário) da comunicação organizacional tradicional, no qual o cliente apresenta o problema de comunicação e o especialista elabora a solução e a entrega pronta, para aprovação. A aposta é em processos de construção conjunta, nos quais equipe técnica e comunidade se envolvem.

A partir dessa proposta, a pesquisa-ação realizada pelo ACS Lab objetiva construir metodologias de comunicação dialógica que possam promover, efetivamente, a superação do modelo de comunicação organizacional transmissivo, a partir de ferramentas que fomentem o diálogo e a participação dos estudantes e dos coletivos atendidos.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Enquanto a pauta hegemônica dos estudos em Relações Públicas e Comunicação Organizacional desenvolve-se em torno de temas como a competitividade no mundo dos negócios e a convergência digital, a experiência do Laboratório Agência de Comunicação Solidária tem indicado que há muito o que se discutir em torno de uma comunicação solidária, cidadã e emancipatória. Uma comunicação que escapa, de um modo geral, aos preceitos e interesses da gestão das empresas mas também fica, muitas vezes, à margem do interesse dos pesquisadores da área.

Na contramão dessa tendência, o ACS Lab possibilita que a equipe que o integra promova discussões em torno da desigualdade de capital simbólico e material na distribuição social dos atores e do papel da comunicação na inserção qualificada de grupos minoritários na arena do debate público. Ao fazer isso, integrando teoria e prática e apostando na construção relacional do conhecimento, a iniciativa contribui para uma formação sólida e crítica de pesquisadores e profissionais de Relações Públicas e Comunicação Organizacional. Em tempos em que a tecnologia midiática demanda criatividade didática – para captar e manter a atenção dos estudantes e evitar que estes busquem apenas nos suportes tecnomidiáticos as soluções para os problemas comunicacionais que são levados a enfrentar –, o ACS Lab instiga todos a refletirem sobre as vulnerabilidades e contradições em que se assentam nossa sociedade, buscando soluções adequadas às muitas realidades vivenciadas pelos mais diversos grupos. Dessa maneira, não apenas os coletivos contemplados com o trabalho da ACS empoderam-se da comunicação para potencializar a defesa de suas causas, como os estudantes passam a se compreender, de fato, como potenciais agentes de mudança e transformação social.



## REFERÊNCIAS

FARIA, Andréa Alice da Cunha; FERREIRA NETO, Paulo Sérgio. *Ferramentas do diálogo: qualificando o uso das técnicas do DRP: diagnóstico rural participativo*. Brasília: MMA; IEB, 2006.

FREIRE, Paulo. *Pedagogia do oprimido*. 17.ed. Rio de Janeiro: Paz e terra, 1987.

HENRIQUES, Márcio Simeone. *Comunicação e estratégias de mobilização social*. Belo Horizonte: Autêntica, 2007.

LIMA, Rafaela. *TV sala de espera: a construção do diálogo*. 1993. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Comunicação Social) – Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 1993.

PERUZZO, Cicilia M. Krohling. Direito à comunicação comunitária, participação popular e cidadania. *Lumina*, Juiz de Fora, v.1, n.1, p.1-29, 2007.

SANTOS, Ailton Dias (org.). *Metodologias participativas: caminhos para o fortalecimento de espaços públicos*. São Paulo: Peirópolis, 2005.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS. *Projeto pedagógico do curso de relações públicas da Universidade Federal de Minas Gerais*. Belo Horizonte: UFMG, 2015.

---

Artigo recebido em 21.01.2020 e aprovado em 08.10.2020.