

A extensão universitária como propulsora de mobilizações sociais no contexto da pandemia¹

Gabriela Meireles Caldas Fernandes²

Resumo

O artigo apresenta o Projeto de Extensão Comunicação Solidária - COVID-19, uma das frentes de trabalho da iniciativa emergencial Periferia Viva: Força-tarefa Covid-19, realizada pela Agência de Iniciativas Cidadãs (AIC) e pelo grupo de pesquisa em Comunicação, Mobilização Social e Opinião Pública (Mobiliza) do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). A partir do recrutamento de estagiários voluntários de diferentes graduações e pós-graduações para assumirem frentes de atividade em comunicação, o projeto de extensão incentivou interfaces entre a formação acadêmica e as estratégias pensadas nas periferias de Belo Horizonte (MG) e Região Metropolitana para assegurar a sobrevivência e dignidade de grupos vulnerabilizados pela pandemia.

Palavras-chave

Comunicação comunitária; Mobilização social; Periferia; Projeto de extensão.

Introdução

O agravamento da pandemia causada pelo novo Coronavírus no Brasil exigiu uma série de mudanças no dia-a-dia das pessoas. Nas universidades, diversas oportunidades de extensão precisaram ser adaptadas para o âmbito virtual, formando grupos online de trabalho e compartilhamento de materiais e organizando reuniões à distância para acompanhamento das atividades. Vale destacar que o uso da criatividade e dos recursos disponíveis para a continuação dos projetos de extensão acadêmica foram de grande importância para os alunos de graduação e pós-graduação. Afinal, foram oportunizados novos meios para desenvolvimento de habilidades e seguimento do aprendizado, além de evidenciar os esforços das universidades em amparar a formação de seus alunos e pesquisadores, mesmo em circunstâncias desafiadoras.

Enquanto tais adaptações estavam se concretizando, outras iniciativas tomavam fôlego para encarar o momento difícil e suas consequências incertas. Dessa vez, nas comunidades, aglomerados e favelas, tendo como missão a sobrevivência e dignidade de seus moradores durante a pandemia. Observando os dois espaços, tanto o universo acadêmico, quanto as

¹ Trabalho apresentado no Espaço de Graduação 2 – Trabalhos Aplicados, atividade integrante do XV Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas.

² Estudante de graduação em jornalismo na UFMG. E-mail: gabimecfer@gmail.com

vivências em realidades socioeconomicamente vulnerabilizadas, é possível imaginar como seriam as pontes de encontro. De um lado, os projetos locais alavancados nas periferias carregam uma bagagem de reivindicações sociais, estratégias adaptadas à realidade concreta e saberes transformadores persistentemente colocados à margem da sociedade. Do outro, as universidades acumulam habilidades construídas e reconstruídas para ampliar projetos através da multidisciplinaridade e, claro, do engajamento acadêmico nos projetos de extensão.

Uma aliança de saberes capaz de ilustrar essa ponte de encontro foi o Projeto de Extensão Comunicação Solidária - COVID-19, oportunizado pela Agência de Iniciativas Cidadãs (AIC) e pelo grupo de pesquisa em Comunicação, Mobilização Social e Opinião Pública (Mobiliza) do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Voltado para as práticas em comunicação, esse foi um dos ramos de trabalho da iniciativa emergencial Periferia Viva: Força-tarefa Covid-19. Como diretriz para as atividades realizadas durante o projeto, foi considerado que,

Numa perspectiva de estruturação dos projetos mobilizadores de forma aberta, multidirecional, participativa e democrática, com a finalidade de acabar com a estagnação e a acomodação dos indivíduos, é preciso colocar estes problemas reais em movimento e circulação na sociedade, para o que é essencial estabelecer estratégias comunicativas (BRAGA; HENRIQUES; MAFRA, 2004, p. 3).

Assim, foi incentivado o trabalho conjunto entre os voluntários do projeto de extensão e as lideranças comunitárias, que representavam uma série de iniciativas locais. Os objetivos em comum: a potencialização de ideias geradas nas periferias, o engajamento da sociedade civil na “construção de parcerias que gerem recursos não só financeiros, mas também materiais e humanos, por meio de trocas, cooperações, captação de doações e patrocínios, prestação de serviços, articulação em rede” (LIMA e LIMA, 2019, p. 203) e a ampliação da visibilidade geral sobre os efeitos da pandemia nas vidas de famílias, grupos e comunidades vulnerabilizadas nas periferias.

1. Periferia Viva: Força-tarefa Covid-19

A plataforma Periferia Viva: Força-tarefa Covid-19 foi elaborada em março de 2020, em decorrência da seriedade da pandemia e da antecipação de seus efeitos socioeconômicos nas periferias mineiras. Esta é uma iniciativa da Agência de Iniciativas Cidadãs (AIC) em parceria com o grupo de pesquisa em Comunicação, Mobilização Social e Opinião Pública (Mobiliza) da Universidade Federal de Minas Gerais, a Laço: Associação de Apoio Social e o Fórum das Juventudes Grande BH.

Sua principal missão é firmar redes de apoio entre diferentes agentes sociais em defesa do direito à vida, à dignidade e à cidadania das populações periféricas³. Na prática, são criadas estratégias comunicativas para potencializar e dar maior visibilidade aos projetos alavancados nas comunidades, aglomerados e favelas de Belo Horizonte e Região Metropolitana, bem como algumas iniciativas de outras regiões de Minas Gerais, que foram desenvolvidas como reação às circunstâncias pandêmicas.

Diante da necessidade urgente de amparar as famílias e comunidades representadas por cada projeto, o Periferia Viva contou com o recrutamento de voluntários desde sua formação. Tal estratégia de mobilização é fundamental para firmar redes de apoio entre as iniciativas das periferias e os saberes do universo acadêmico, na medida que funciona como espaço de aprendizagem, intercâmbio de ideias e opiniões (RAIMUNDO; VILAÇA; LIMA, 2006, p. 2). Desde o início de sua trajetória, o projeto emergencial já recrutou mais de 30 voluntários em diferentes áreas do conhecimento, além de abranger 108 iniciativas em sua rede.

Para alcançar seus objetivos da maneira mais eficiente possível, o projeto se organiza em cinco frentes de trabalho, detalhadas a seguir:

- a) **Articulação Social:** responsável pelo mapeamento das iniciativas operantes no combate à pandemia e no controle das consequências socioeconômicas para famílias, grupos e comunidades vulnerabilizadas. A vinculação desses movimentos ao projeto começa com a escuta ativa diante das lideranças comunitárias. A partir daí, é possível que cada demanda seja encaminhada ao atendimento necessário, entre eles: Ministério Público, assistência psicossocial e serviços relacionados à segurança alimentar. A Articulação Social também é responsável por coordenar as interlocuções entre as iniciativas alcançadas e as outras quatro frentes de trabalho.
- b) **Comunicação Estratégica:** busca ampliar a visibilidade sobre as iniciativas vinculadas por meio da elaboração de conteúdo. A fim de planejar estratégias de divulgação criativas e individualizadas, é necessário delinear as principais demandas, motivações, valores, pautas defendidas e demais características de cada projeto,. Esta frente de trabalho fica encarregada de alimentar o site oficial do projeto e seu perfil no Instagram, além de produzir notícias, elaborar e enviar boletins eletrônicos, realizar o atendimento pelo WhatsApp às lideranças comunitárias e dirigir a assessoria de imprensa.

³ Informação recortada do site oficial do projeto Periferia Viva: Força-tarefa Covid-19. Disponível em: <https://periferiaviva.org.br/sobre/>. Acesso em: 29 de mar. de 2021.

- c) **Assessoria de Comunicação aos Grupos:** produção de materiais comunicativos e apoio técnico para impulsionar vaquinhas online e campanhas pontuais de alguns grupos vinculados. Todo trabalho de assessoria é realizado junto às lideranças comunitárias e se atenta à identidade de cada iniciativa, bem como aos objetivos e desafios a serem vencidos para impulsionar sua visibilidade. O atendimento ocorre de maneira transitória e busca incentivar a construção de perspectivas de autonomia (LIMA e LIMA, 2019, p. 203) sobre as técnicas de comunicação e design pelos próprios integrantes dos grupos vinculados, de maneira que não dependam de um acompanhamento externo para gestão de redes ou impulsionamento de campanhas.
- d) **Apoio em Editais:** diante da dificuldade de alguns grupos atendidos em darem continuidade às suas ações apenas por meio de doações pontuais, esta frente de trabalho propõe o amparo a iniciativas interessadas em obter sustentabilidade financeira por vias formais. A fim de integrar em programas de apoio financeiro adequados às demandas e ao perfil dos grupos, é realizado um trabalho colaborativo para escrita de projetos de longo e médio prazo em editais.
- e) **Parcerias:** todas as demandas que não puderem ser atendidas pelas demais redes de trabalho devem ser encaminhadas às vias de atendimento necessárias. Para isso, é fundamental o estabelecimento de parcerias com outros projetos e organizações comprometidos com a superação da pandemia e em assegurar os direitos, a saúde e integridade das comunidades vulnerabilizadas, a fim de que tais grupos possam ser encaminhados a outros espaços de apoio. Esta frente de trabalho também se especializa na elaboração de campanhas para visibilidade e mobilização de recursos e colaboradores.

Entre as portas de entrada para o voluntariado na área, foi disponibilizado o estágio no Projeto de Extensão Comunicação Solidária - COVID-19 durante 2020. As vagas para voluntário eram direcionadas a alunos de diferentes graduações e pós-graduações disponíveis para atuarem nas frentes de trabalho citadas. O encaminhamento para funções e formação dos grupos se deu conforme suas áreas de interesse e as demandas dos grupos amparados. Uma vez integrantes, os alunos eram orientados por docentes do DCE e por profissionais da AIC.

2. Práticas em Assessoria de Comunicação aos Grupos

As chamadas oficiais para o Projeto de Extensão Comunicação Solidária - COVID-19 detalhavam algumas funções específicas a serem desempenhadas pelos estagiários voluntários

nas Assessorias de Comunicação aos Grupos, por exemplo: desenhos de estratégias e alimentação de redes sociais, criação de campanhas online de arrecadação de recursos, criação de textos e conteúdos de apresentação institucional das iniciativas e criação visual de peças gráficas de divulgação. A partir desses itens, é possível perceber o compromisso do projeto em cobrir múltiplas áreas da atuação profissional em comunicação. Assim, incentivando o aprimoramento de habilidades na área.

Vale destacar que as circunstâncias pandêmicas em que se deram as atividades, bem como as restrições sanitárias que exigiam o distanciamento social, certamente exigiram adaptações aos costumes de trabalho. Posto que as atividades desenvolvidas nesse projeto eram realizadas em grupo, os meios de comunicação entre voluntários, orientadores e lideranças comunitárias foram estritamente virtuais. Alguns dos pontos positivos desse ajuste foram a possibilidade de salvar materiais em texto e imagem nos grupos de conversa, além de mensagens de texto contendo diversas opiniões e planejamentos, o que facilitava revisões e dificultava que ideias se perdessem com o tempo.

Além da criatividade para superar desafios e reinventar os serviços em assessoria, o projeto de extensão também incentivava a sensibilidade e o pensamento crítico de seus voluntários ao firmarem pontes entre as realidades vividas nas periferias e as ferramentas da Universidade. Dessa forma, aprendizados práticos e teóricos em comunicação ganharam aplicabilidade nas iniciativas reais amparadas pelo projeto Periferia Viva. Somado a isso, as possibilidades de transformação e mobilização social através da comunicação se tornaram cada vez mais palpáveis com o decorrer dos atendimentos realizados.

Entre os principais objetivos da Assessoria de Comunicação aos Grupos, estavam o fortalecimento da comunicação institucional das iniciativas e dos grupos atendidos, a ampliação da visibilidade nas redes sociais e a mobilização de possíveis colaboradores. Para isso, foi importante a sistematização de identidades visuais (ID) com base nas marcas já adotadas pelos projetos comunitários, porém traduzidas pelas técnicas de comunicação e design que poderiam ressaltar suas individualidades e seus históricos, informados pelos líderes comunitários. Essa estratégia pode ser ilustrada pela postagem a seguir, publicada nas redes sociais do Tereza de

Benguela Coletivo de Faxinas BH. A arte foi elaborada pela voluntária do Projeto de Extensão Comunicação Solidária - COVID-19, Brenda Leite⁴, sob orientação de Raissa Faria⁵:

Figura 1 - *Post* comemorativo realizado no dia 25 de julho de 2020



Fonte: Página do Tereza de Benguela Coletivo de Faxinas BH no Instagram⁶.

O Tereza de Benguela Coletivo de Faxinas BH foi criado em 2016 pela líder Renata Aline. Seu objetivo é amparar e impulsionar as atividades de um grupo de oito mulheres profissionais da limpeza em situação de vulnerabilidade socioeconômica, além de divulgar conhecimento pela valorização dessa classe de trabalhadoras. Seu nome homenageia a líder quilombola do século XVIII, lembrada nacionalmente em 25 de julho: Dia Internacional da Mulher Negra Latino Americana e Caribenha e também o Dia de Tereza de Benguela. De julho a setembro de 2020, o coletivo foi atendido por voluntários do projeto de extensão especialmente na área de assessoria de comunicação.

Uma das primeiras produções realizadas junto à iniciativa foi o formulário de contratação de serviços, que permanece disponível nas redes sociais do Coletivo. Nele, foram citados quais atividades o grupo realiza, outras formas de contato e uma série de perguntas a serem respondidas pelo cliente interessado. Também foram temas de *posts*, *stories* e destaques: “Quem somos?”, “Para contratar”, “Quem foi Tereza de Benguela”, “Nós na pandemia” e

⁴ Estudante de graduação em design na UFMG. E-mail: broleite@gmail.com

⁵ Coordenadora de projetos na AIC. E-mail: aic@aic.org.br

⁶ Disponível em: <https://www.instagram.com/coletivoterezadebenguela/?hl=pt>. Acesso em: 10 de abr. de 2021.

“Legislação”. Essas foram publicações diárias em formato carrossel (em sequência), apresentando a ID construída e textos curtos e didáticos.

Figura 2 – Mosaico representando as postagens em sequência realizadas dia 1 de agosto de 2020



Fonte: Página do Tereza de Benguela Coletivo de Faxinas BH no Instagram⁷.

Desde o agravamento da pandemia no Brasil, o Coletivo encarou uma série de desafios. Somando o medo geral do contágio com a persistente negligência social e governamental aos direitos e vidas das diaristas e faxineiras brasileiras, a pandemia agravou preocupantemente a vulnerabilidade dessas trabalhadoras. Segundo o texto ““Apadrinhe uma de Nós””: Coletivo realiza campanha para auxiliar diaristas da região metropolitana de Belo Horizonte”, divulgado no blog do projeto Periferia Viva: Força-tarefa Covid-19:

As trabalhadoras domésticas compõem o maior grupo de mulheres ocupadas no Brasil, cerca de 14,4%, de acordo com a Organização Internacional do Trabalho (OIT). Possuem rendimentos iguais ou inferiores a 50% da média de todas as pessoas ocupadas, como indicam dados da Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe (Cepal), que também revelam que 70,4% das trabalhadoras domésticas da região tiveram redução das horas trabalhadas, perda de salários ou foram demitidos após a pandemia de Covid-19 (PERIFERIA VIVA, 2020).

⁷ Disponível em: <https://www.instagram.com/coletivoterezadebenguela/?hl=pt>. Acesso em: 10 de abr. de 2021.

Conscientes disso, a atividade final realizada pela equipe de assessoria junto ao Tereza de Benguela Coletivo de Faxinas BH foi a campanha “Apadrinhe uma de nós”, divulgada inteiramente nas redes sociais, durante o mês de setembro de 2020. A ideia para a iniciativa foi engajar o público que acompanhava o Coletivo nas redes sociais a disporem de um valor mensal a ser doado para uma das trabalhadoras, em uma relação chamada estrategicamente de “apadrinhamento”. O primeiro passo foi organizar um novo formulário voltado aos possíveis padrinhos e madrinhas, contendo a apresentação da campanha, campos obrigatórios para viabilizar o contato e um campo a ser preenchido com o valor possível de ser doado. Um vez respondido, o retorno era administrado pela líder Renata Aline. Logo em seguida, foram criados os *posts* para inauguração:

Figura 3 - Recorte da sequência de postagens inaugurais da campanha "Apadrinhe uma de nós", realizadas dia 14 de setembro de 2020

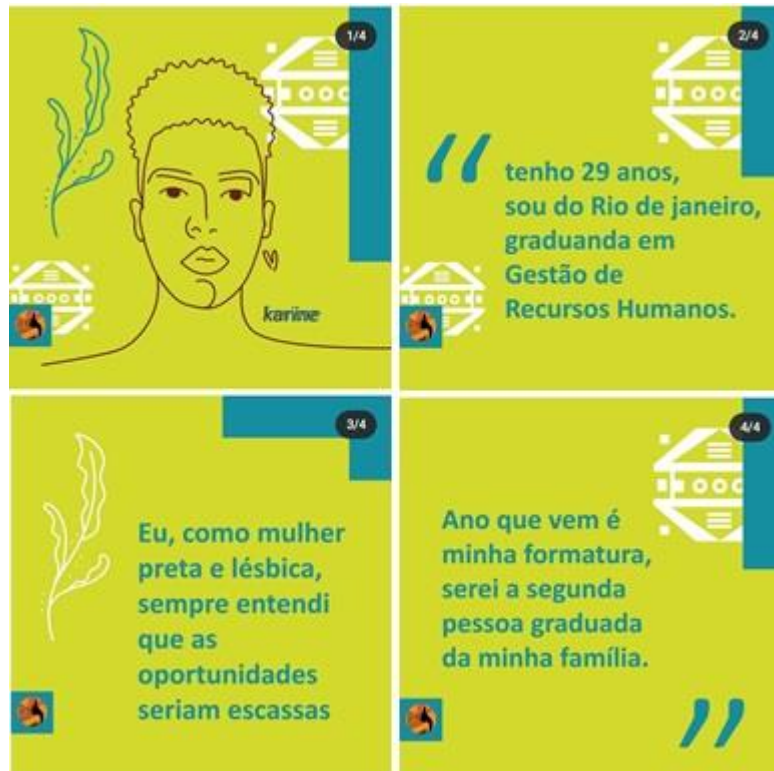


Fonte: Página do Tereza de Benguela Coletivo de Faxinas BH no Instagram⁸.

Além de um formulário online para apadrinhamento, foram criados 18 *posts*, com publicação diária no Instagram e Facebook. Além da apresentação e dos lembretes da campanha, houve um revezamento entre vídeos legendados, com a ID visual e a #ParaTodosVerem, e uma foto personalizada de cada membro do Coletivo. Assim, cada trabalhadora foi apresentada em duas postagens: o vídeo, em que ela chamava o público a engajarem na campanha, e a foto personalizada, acompanhada de uma breve apresentação em primeira pessoa.

⁸ Disponível em: <https://www.instagram.com/coletivoterezadebenguela/?hl=pt>. Acesso em: 10 de abr. de 2021.

Figura 4 - Post realizado no dia 30 de setembro de 2020



Fonte: Página do Tereza de Benguela Coletivo de Faxinas BH no Instagram⁹.

Assim, a partir das experiências de voluntariado junto ao Tereza de Benguela Coletivo de Faxinas BH, foi criado um espaço de diálogo e aliança entre os domínios acadêmicos em comunicação e relevantes pautas sociais agravadas pela pandemia. Como resultado, foram traçadas estratégias para vocalização das demandas de grupos vulnerabilizados e consequente mobilização de públicos através das redes sociais. Juntamente à prática de habilidades relevantes para o mercado de trabalho realizadas pelos voluntários durante o período de atendimento, foi viabilizada uma contribuição concreta na vida das pessoas (RAIMUNDO; VILAÇA; LIMA, 2006, p. 4) atendidas pelo projeto de extensão.

Considerações finais

Pautado em valores sociais como responsabilidade e solidariedade, o Projeto de Extensão Comunicação Solidária - COVID-19 oportunizou uma participação ativa em mobilizações sociais em prol da sobrevivência e integridade de diversas vidas acentuadamente

⁹ Disponível em: <https://www.instagram.com/coletivoterezadebenguela/?hl=pt>. Acesso em: 10 de abr. de 2021.

vulnerabilizadas pela pandemia. A fim de despertar o engajamento do público geral sobre as iniciativas atendidas, foi considerando que

O grande desafio da comunicação, ao mobilizar, é tocar a emoção das pessoas, sem, contudo, manipulá-las, porque se assim se fizer, ela será autoritária e imposta. PERUZZO (1998) observa que estes movimentos implicam o exercício da decisão partilhada e requerem a existência de canais desobstruídos, informações abundantes, autonomia, co-responsabilidade e representatividade (BRAGA; HENRIQUES; MAFRA, 2004, p. 4).

Em conclusão, o projeto de extensão oriundo da plataforma Periferia Viva: Força-tarefa Covid-19 aplicou o ensino e acompanhamento de habilidades em comunicação em situações reais, partindo de resistências, iniciativas e ricos conhecimentos vindos das periferias mineiras. Foi através desse compartilhamento de sentidos e de valores (BRAGA; HENRIQUES; MAFRA, 2004, p. 5) persistentemente colocados à margem e então vulnerabilizados pela pandemia, que pôde ocorrer a mobilização e o compartilhamento de objetivos entre as comunidades atendidas, os voluntários e orientadores nas universidades e a sociedade civil disposta a participar.

Referências

BRAGA, C; HENRIQUES, M; MAFRA, R. O planejamento da comunicação para a mobilização social: em busca da co-responsabilidade. In: HENRIQUES, M. (Org.) **Comunicação e estratégias de mobilização social**. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.

FERNANDES, Gabriela Meireles Caldas. Alvos de desafios, fontes de soluções: O engajamento das periferias na superação da pandemia. Conheça a rede de solidariedade criada pelo projeto Periferia Viva. **Revista Valor Compartilhado**, Belo Horizonte, ano 6, n. 14, p.14-17, nov. 2020. Disponível em: https://502ec622-fd6f-4fd4-b801-90bedd03361c.filesusr.com/ugd/6e97af_1e4c78da12044786a9baa670da0d431a.pdf. Acesso em: 29 de mar. de 2021.

LIMA, F. LIMA, R. Reflexões sobre o direito à comunicação: a experiência da Agência de Comunicação Solidária. In: MARQUES, A; SILVA, D; LIMA, F. (Org). **(Re) comunicação e direitos humanos**. Belo Horizonte, PPGCOM UFMG, 2019.

RAIMUNDO, V; VILAÇA, W; LIMA, S. **Diagnóstico do Terceiro Setor em Belo Horizonte – a pesquisa como prática didático-pedagógica em nível de graduação**. In: ENDECOM 2006 – FÓRUM NACIONAL EM DEFESA DA QUALIDADE DO ENSINO DE COMUNICAÇÃO, 2006, São Paulo. Anais... Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/144142705620114525838307150691030211873.pdf>. Acesso em: 29 de mar. de 2021.

SOUZA, Ives Teixeira. “Apadrinhe uma de nós”: Coletivo realiza campanha para auxiliar diarista da Região Metropolitana de Belo Horizonte. **Periferia Viva**, 2020. Disponível em:



<https://periferiaviva.org.br/blog/apadrinhe-uma-de-nos-tereza-de-benguela/>. Acesso em: 29 de mar. de 2021.

VIVA, Periferia. **Sobre**, 2020. Disponível em: <https://periferiaviva.org.br/sobre/>. Acesso em: 29 de mar. de 2021.