

---

# ASSESSORIA DE IMPRENSA E COMUNICAÇÃO AO MOVIMENTO NEGRO DE RONDONÓPOLIS (MT): DIÁLOGO ENTRE ENSINO DE JORNALISMO E CRÍTICA SOCIAL

Gibran Luis Lachowski\*

**RESUMO:** Este artigo faz uma reflexão sobre a experiência de estudantes de Jornalismo de uma faculdade de Rondonópolis (Mato Grosso), que realizou a assessoria de imprensa e comunicação do Movimento Negro da cidade no primeiro semestre de 2011. Expõe a perspectiva orientadora do ensino jornalístico fundada na concepção de educação como processo pautado pela dialogicidade (Freire, 2006) e a crítica social quanto à produção da notícia (Kovach e Rosenstiel, 2004), calcada na postura ética, veracidade dos fatos, abertura para o debate e potencialização da polifonia. Demonstra de que forma esse alicerce científico foi aplicado ao plano de assessoria, levando em conta conceitos como movimento social (Gohn, 1995; Scherer-Warren, 2005), minoria social (Sodré, 2005) e visibilidade midiática (Paiva, 2005).

**PALAVRAS-CHAVE:** ensino do jornalismo; crítica social; assessoria de imprensa e comunicação; minoria social; visibilidade midiática.

---

## Índice

1	Explicação inicial . . . . .	1
2	Cunho mercadológico e plataformas alternativas . . . . .	2
3	Proposta de ensino do jornalismo . . . . .	2
4	Conexões pedagógicas . . . . .	3
5	Pré-assessoria . . . . .	4
6	A elaboração do plano de assessoria . . . . .	5
7	Resultados . . . . .	6
8	Avaliação final interna . . . . .	7
9	Avaliação final com assessorados . . . . .	8
	Considerações . . . . .	8
	Referências . . . . .	9

## 1 Explicação inicial

O CERNE deste artigo é a reflexão sobre uma experiência acadêmica desenvolvida por estudantes do curso de Comunicação Social (habilitação Jornalismo) da Faculdade Cenecista de Rondonópolis (Facer)/Mato Grosso que buscou dar visibilidade midiática a um movimento social por meio do trabalho de assessoria de imprensa e comunicação. Para tanto, levou-se em conta uma perspectiva de ensino e uma visão da realidade jornalística que compreendem a ação pedagógica como uma aproximação do mundo do trabalho não com o objetivo de adaptar-se a regras de funcionamento, mas enquanto intervenção social ao planejar, executar e refletir acerca de investidas de cunho profissional.

foram feitas alterações no sentido de se adequar ao referido espaço de divulgação.

© 2018, Gibran Luis Lachowski.

© 2018, Universidade da Beira Interior.

O conteúdo deste artigo está protegido por Lei. Qualquer forma de reprodução, distribuição, comunicação pública ou transformação da totalidade ou de parte desta obra carece de expressa autorização do editor e do(s) seu(s) autor(es). O artigo, bem como a autorização de publicação das imagens, são da exclusiva responsabilidade do(s) autor(es).

---

\*Gibran Luis Lachowski: Graduado em Comunicação Social (habilitação Jornalismo) e mestre em Estudos de Língua pela Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT)/campus de Cuiabá. Professor do curso de Comunicação Social (habilitação Jornalismo) da Universidade do Estado de Mato Grosso (Unemat)/campus de Alto Araguaia e integrante do grupo de pesquisa “Comunicação, Cultura e Sociedade”, linha “Jornalismo, Sociedade e Política”, da mesma instituição. E-mail: prof.gibranluis@gmail.com.

O artigo científico em tela é uma adaptação do material veiculado no livro “Comunicação em Cena”, Volume 1, organizado por Liana Gottlieb, São Paulo: Scortecci, 2012. Para integrar a BOCC,

Essa concepção de educação envolvendo o jornalismo pressupõe uma relação explícita com a comunicação midiática, que é compreendida, principalmente, como circuito de produção, veiculação e recepção de mensagens. Essa sistemática, que se vale de tevês, rádios, jornais, revistas, portais, *sites*, *blogs* e redes virtuais sociais<sup>2</sup>, se diferencia das lidas interpessoais pela amplitude de acesso e capacidade de proposição de uma agenda de assuntos, como se vê em Hohlfeldt (*et al*, 2007).

Partindo dessa ótica, há um vasto campo de abordagens analíticas quanto à comunicação midiática, que potencializa inúmeras derivações/subdivisões. Em Novaes (2006) se conhece, por exemplo, de que materiais ideológicos enunciados jornalísticos são compostos e que finalidades os orientam. Kellner (2001), pela via dos Estudos Culturais, acresce o elemento conflito à teia de relações comunicacionais, considerando a mídia tal qual uma arena de disputas. A extensão de produtos gerados pelos enlaces de linguagens e perspectivas, dos quais o jornalismo literário (Mühlhaus, 2007) e o romance-reportagem (Cosson, 2001) são frutos, assim como suas limitações lhes singularizam (Lage, 2004), enriquecem o leque de possibilidades analíticas.

De igual maneira, a concepção do ensino jornalístico na academia como ferramenta de incursão e reflexão sobre as estruturas profissionais de processamento noticioso também corresponde a uma abordagem científica quanto à comunicação midiática. Por esse enquadramento se enxerga os veículos de comunicação como macrodimensão a conjugar elementos técnicos, mercadológicos e de senso de interesse público, o que deve ser não só exposto, mas interpretado, como se segue.

## 2 Cunho mercadológico e plataformas alternativas

Sob a Teoria Crítica, os primeiros aspectos, que ligam técnica e ciência, são esferas sócio-históricas que, apesar de uma carapaça apartada de elucubrações ideológicas, resultam de institucionalizações efetuadas por grupos dirigentes e podem tender à dominação política. Como o tipo de comunicação midiática de maior projeção no jornalismo é de padrão capitalista, caracterizada pela concen-

<sup>2</sup> Evita-se reproduzir a noção de que *Twitter*, *Facebook*, *Orkut* e similares correspondem a redes sociais por compreender-se que o envolvimento social se dá de modo precípuo nas relações interpessoais, sendo o discurso de interatividade via *internet* uma forma de capturar sentidos de práticas comunicacionais rudimentares e anteriores.

tração de propriedade, desregulamentação (Lima e Capparelli, 2004) e serviço ao mercado (Halimi, 1998), obviamente os procedimentos técnicos dão sentido a esta estrutura.

Assim a sincronia dos elementos técnicos, denominada de “rotina produtiva” e que busca assegurar condições capazes de administrar o fluxo imprevisível de informações, cimenta critérios de noticiabilidade que coloca os interesses mercadológicos sobre os de caráter público. Essa forma de funcionamento, segundo Habermas (1983: 313), recordando termo cunhado por Weber nos anos 1970, qual seja, a “racionalidade”, restringe o quadro de análise e praticamente impinge um modo de pensar-agir-viver inescapável, controlado pela dimensão econômica. Adaptando a lógica para o jornalismo, o dinamismo desse sistema se dá pela noção de que notícia é uma mercadoria qualquer (Medina, 1988).

Todavia, se no ensino do jornalismo explica-se que na comunicação midiática prepondera o cunho mercadológico, expõe-se que as correntes discordantes desta formulação, também agindo sócio-historicamente, contestam-na e elaboram plataformas alternativas e de confronto. É o que o Rovai (2007) postula ao apontar diversas iniciativas, principalmente a partir de *blogs*, jornalísticos ou não, para dar expressão a grupos socialmente fragilizados e ampliar possibilidades de debate sobre questões de interesse público, classificando o cenário como “guerrilha informativa”.

Antes desse tipo de investida, no entanto, despontaram no Brasil práticas comunicativas de cunho oposto à mídia comercial sob forma de veículos comunitários, alternativos e de classe, feitos por associações de moradores de bairro, movimentos sociais, organizações não-governamentais e sindicatos. É o que aponta Pena (2008), qualificando essas mídias como instrumentos que possibilitam vínculos sociais, valor à coletividade, espaços de denúncia ao *status quo* e potencialização de vozes periféricas.

## 3 Proposta de ensino do jornalismo

É diante de um cenário de prevalência mercantilista e resistência democrática – dialética mais evidente em Teoria da Comunicação, Teorias do Jor-

<sup>3</sup> Conforme o Projeto Pedagógico do curso de Comunicação da Facer, Teoria da Comunicação integra o 1º semestre, Teorias do Jornalismo, o 2º, Comunicação Comparada, o 4º, Assessoria de Imprensa e Comunicação I, o 5º, e a II, o 7º.

nalismo e Comunicação Comparada<sup>3</sup>, anteriores às disciplinas de Assessoria de Imprensa e Comunicação –, que se busca proceder ao ensino do jornalismo. Nesse sentido, a prática pedagógica, por coerência, se calça na postura ética e crítica social da profissão, levando em conta a cotidiana ocorrência de situações que envolvem privacidade, sensacionalismo e interesses por trás do fluxo informativo. É possível perseguir esse intento quando se tem por parâmetro os códigos legais e o exercício de consciência contínuo relativo ao que seja matéria de interesse público (Tófoli, 2008: 38).

Corroborar com a íntima relação entre jornalismo, crítica social e busca do interesse público a incursão científica de Kovach e Rosenstiel (2004), que ouviram por anos profissionais da área e o público acerca do objetivo precípuo do jornalismo e dos mecanismos para atingi-lo: “O primeiro (elemento do jornalismo<sup>4</sup>) entre eles é que a finalidade do jornalismo é fornecer informação às pessoas para que estas sejam livres e capazes de se autogovernar” (Kovach e Rosenstiel, 2004: 22). E isso só se torna possível, completam os autores, quando se procura a verdade factual, se tem lealdade com os cidadãos, se verifica os dados de forma disciplinada, se possui independência quanto ao poder, se exercita a abertura de espaço para a crítica, entre outros quesitos.

Essa prática pedagógica alimenta-se da leitura crítica quanto aos discursos midiáticos (Guareschi e Biz, 2005), de modo a entender como a notícia resulta de um processo de construção social e não de espelhamento da realidade.

O estímulo a essas condições se faz percebendo, respeitando, potencializando e interpretando as múltiplas e divergentes falas presentes nas rotinas das populações, por isto subentende vontade e capacidade de efetivar diálogos. Contribui com essa perspectiva Freire (2006), defensor de uma educação que entende o humano como ser de relações dado a trocas simbólicas e de conhecimentos, possíveis pelo diálogo, e não a imposições, explorações e submissões.

<sup>4</sup> Parêntese inserido pelo autor do artigo científico a fim de facilitar a compreensão.

<sup>5</sup> Possui a terceira maior população do estado (195.476 pessoas, conforme Censo 2010/IBGE).

<sup>6</sup> Foi criada em 1943, em Recife (PE), por um grupo de estudantes universitários sob a liderança do professor Felipe Thiago Gomes como opção a jovens pobres, por ser gratuita, e crítica à escola enquanto espaço privilegiado. Hoje se trata de uma

## 4 Conexões pedagógicas

Essa perspectiva de ensino está contemplada no Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI)/Aditamento 2009-2013 da Facer, onde se desenvolveu o projeto acadêmico que motivou a escrita deste artigo. A entidade situa-se em Rondonópolis<sup>5</sup>, na região Sul de Mato Grosso, a cerca de 200 km da capital Cuiabá. A Facer integra a Campanha Nacional das Escolas (CNEC)<sup>6</sup>, que atua nos níveis básico e superior e postula em sua missão institucional por uma “formação humanista, crítica e reflexiva, preparando profissionais competentes e atualizados para o mundo do trabalho e para a melhoria das condições de vida da sociedade” (CNEC, 2009: 12). O Plano Pedagógico do curso de Comunicação ressalta que “Apesar de privada (...) compreende a educação como uma causa pública, pois é de interesse da coletividade ser meio efetivo de transformação social quando desenvolvida a partir do estímulo à liberdade, autonomia, protagonismo, democracia, diversidade” (CNEC, 2010: 17).

Desse arcabouço fazem parte as disciplinas Assessoria de Imprensa e Comunicação I e II, ministradas, respectivamente, no 5º e 7º semestres. A ementa da primeira apresenta conceitualmente o referido segmento, estrutura de funcionamento, produtos e serviços, aspectos éticos e estimula a realização de exercícios. A disciplina sequencial enfoca elaboração e execução de projeto de assessoria.

Trabalha-se nessas matérias com noção de assessoramento de imprensa e comunicação, que além do envio de material jornalístico à mídia, abarca ações nas áreas de propaganda, publicidade e relações públicas, funcionando a partir de uma equipe multifuncional (FENAJ, 2007: 7). O segmento de assessoria, segundo Duarte (2010: 61), é fundamental na garantia do fluxo de dados entre atores sociais, “ajudando a implantar uma cultura de transparência nas relações entre organização e a sociedade”.

O esforço em nome dessa fluidez se dramatiza quando se trata de assunto de caráter social em veículo de padrão prevalente, sendo o mesmo posto em plano subalterno e não recebendo apoio editorial, o oposto do que ocorre com temas econô-

rede com unidades espalhadas por 21 estados, que cobra mensalidades e, em contrapartida, concede bolsas à comunidade. Mais informações em: [www.cneec.br/site/?page\\_id=2974](http://www.cneec.br/site/?page_id=2974). Acesso em: 28/03/2012.

<sup>7</sup> Vivarta, da Agência de Notícias dos Direitos da Infância (Andi), coordenou uma pesquisa em 2000 sobre o tratamento dado pela mídia brasileira ao assunto educação infantil.

micos e políticos (Vivarta, 2003)<sup>7</sup>. Portanto, diante dessas situações, que inúmeras vezes se relacionam com ações de movimentos sociais, afirma o pesquisador, é preciso investir em intervenções que dialoguem com a mídia em sua amplitude para esclarecer e qualificar as coberturas. Por isso pontua que essa perspectiva deve se iniciar já nas instituições de ensino, sendo mais provável que a “imprensa venha a desempenhar com eficiência o papel que lhe cabe no processo de construção de um País menos vulnerabilizado pelas injustiças sociais” (Vivarta, 2003: 9).

## 5 Pré-assessoria

Com base no entendimento teórico exposto é que se resolveu propor aos estudantes do 7º semestre de Comunicação da Facer<sup>8</sup>, no primeiro semestre de 2011, a realização de uma assessoria de imprensa e comunicação tendo um cliente de fato, o que foi efetuado, como se verá a seguir. No primeiro bimestre, a turma foi dividida em três grupos e cada qual selecionou um assessorado para confeccionar um plano de comunicação a ele. O intento foi exercitar a montagem do plano estratégico, que seguiu base teoria de Torquato (2002) e Kopplin e Ferraretto (1996).

O primeiro expõe que o planejamento deve trazer objetivos e valores sociais do assessorado, meios de implantação, mapa das redes informativas envolvidas com o cliente, estrutura de comunicação necessária, produtos midiáticos e suas disposições nos ambientes interno e externo (Torquato, 2002: 127-136). Kopplin e Ferraretto (1996: 47-50) descrevem o plano em seis etapas, quais sejam, apresentação (dados gerais sobre o assessorado), objetivos, atividades, responsabilidades (da assessoria e do cliente), custos (do trabalho) e dados sobre a prestadora de serviço (currículo).

Os planos de comunicação foram elaborados, expostos, corrigidos e a etapa seguinte se constituiu na definição de um dos três assessorados como o cliente de fato. Entre uma empresa e duas entidades da sociedade civil organizada, via votação direta, escolheu-se o Movimento Negro de Rondópolis (MNR). No segundo bimestre, os acadêmicos procederam ao planejamento, execução e reflexão quanto à assessoria.

Tiveram que, antes e durante o processo, compreender as características e as formas de funcio-

namento dos movimentos sociais e de que modo isto interferia na prestação de serviços de comunicação. Nesse sentido, de maneira basilar, assinala Gohn (1995: 44), movimentos sociais são:

ações coletivas de caráter sociopolítico, construídas por atores sociais pertencentes a diferentes classes e camadas sociais. Eles politizam suas demandas e criam um campo político de força social na sociedade civil. Suas ações estruturam-se a partir de repertórios criados sobre temas e problemas em situações de: conflitos, litígios e disputas. As ações desenvolvem um processo social e político-cultural que cria uma identidade coletiva ao movimento, a partir de interesses em comum. Esta identidade decorre da força do princípio da solidariedade e é construída a partir da base referencial de valores culturais e políticos compartilhados pelo grupo.

Concepção que se atualiza historicamente, recebendo acréscimo terminológico, refutando elementos originais e incorporando percepções, o que se dá pela globalização que há décadas pulveriza a noção tradicional de força de trabalho, supervaloriza o consumo, coloca a produção industrial em crise e causa fragmentação social. Desse modo, conforme observa Gohn (1995: 44-45), os chamados “novos movimentos sociais” caracterizam-se principalmente por enfocar questões ligadas a dimensões da identidade humana e por manter, a priori, relação menos íntima com o viés classista, criando, assim, novas formas de ação e organização. Tais formatos de mobilização e atuação diferem-se do padrão sindical ou partidário (majoritário no século passado), fundado em maioria masculina, estrutura verticalizada e normas estatutárias. Funcionam de modo descentrado, atuam em rede, sob horizontalização de poder, conectando lutas locais, nacionais e internacionais (Scherer-Warren, 2005: 49-50).

Essa versão atualizada de movimentos sociais, como se vê em Sodré (2005), se liga à noção de minorias sociais, que, por sua vez, são formulações que encontram abrigo em democracias, tidas por governos de maiorias, contudo que garantem

<sup>8</sup> Registram-se os nomes dos acadêmicos que participaram da experiência acadêmico-profissional: Josiele Araújo Rodrigues, Priscila Rosa Ortiz, Willian Ferreira Martins, Sandra Melo do Carmo, Hellen Patrícia Alves Soares, Edileusa Nascimento

Jacyntho, Sirlei Alves dos Santos, Jakson Matuoka Ferreira, Percília Cardoso, Josyane Alves da Silva Santos, Leandro Brites Alves Ferreira, Marianne Barbosa de Brito e Istela Marcia Gomes.

a grupos sociais marginalizados (e estratos solidários) “condições de serem ouvidos”. Para Sodré (2005: 13), “são considerados minorias os negros, os homossexuais, as mulheres, os povos indígenas, os ambientalistas, os antineoliberalistas”, caracterizados pela não-institucionalização, identidade em constante construção, luta anti-hegemônica e estratégias discursivas (aparições midiáticas).

Complementando o autor, sobremaneira quanto ao último tópico, Paiva (2005: 17) registra que vários grupos socialmente minoritários hoje em dia valem-se da mídia para potencializar suas ações, buscando visibilidade e força simbólica a partir de mecanismos antes considerados unicamente repressivos e de manipulação. Isso não significa que os movimentos sociais ignorem o viés mercadológico prevalente da maioria dos veículos, que inúmeras vezes os subalternizam ou os depreciam. Ao contrário, denotam percepção entronizada de que os meios midiáticos correspondem a espaços de possíveis aparições e prováveis arenas de disputa, como pontua Kellner (2001). Contudo, se destaca ainda, tais minorias enxergam nos veículos um espaço a mais de difusão de mensagens e diálogo com a sociedade, não o único nem o principal.

## 6 A elaboração do plano de assessoria

Em 05 de maio de 2011 iniciou-se a assessoria por meio de uma reunião envolvendo dirigentes do movimento e acadêmicos na faculdade com o objetivo de expor o plano de comunicação. Também, de estreitar laços entre cliente e assessores e, ainda, selar um código de responsabilidades.

A partir do levantamento de dados para a montagem do plano, os estudantes tiveram acesso ao histórico do MNR (iniciado em 1997 por iniciativa de professores e estudantes universitários), seu eixo temático (defesa da valorização da cultura afro-brasileira, combate ao racismo e estudo da questão racial) e formas de atuação (palestras, minicursos, prestação de assistência jurídica e auxílio pedagógico para acesso à universidade<sup>9</sup>). Essas diretrizes se ligam a uma imagem socioeconômica,

<sup>9</sup> O MNR promove cursinho pré-vestibular a jovens pobres e que aprovou desde 2006 a 2010 cerca de 250 pessoas em instituições de terceiro grau. A iniciativa foi incorporada pela prefeitura de Rondonópolis.

<sup>10</sup> Disponível em: [www.ibge.gov.br/cidadesat/painel/painel.php?codmun=510760#](http://www.ibge.gov.br/cidadesat/painel/painel.php?codmun=510760#). Acessado em: 28/03/2012. O MNR trabalha com a lógica da somatória de pardos e pretos, apoiando-se em definição do próprio IBGE.

<sup>11</sup> O número é da Secretaria Municipal de Promoção e Assistência Social e consta de notícia veiculada em: [www.agoramt.com.br/2011/07/10/09Cplano-sem-miseria-%E2%80%9D-sera-desenvolvido-em-rondonopolis/](http://www.agoramt.com.br/2011/07/10/09Cplano-sem-miseria-%E2%80%9D-sera-desenvolvido-em-rondonopolis/). Acesso em 28/03/2012.

política e cultural que projeta Rondonópolis como o 2º maior Produto Interno Bruto do estado<sup>10</sup>, destaque nacional no ramo de agronegócio e de hegemonia simbólica branco-sulista. A outra face desse mesmo quadro, menos conhecida, indica que o município possui cerca de 12 mil famílias na miséria<sup>11</sup> e que sua composição étnica é, no mínimo, questionável. Partindo do princípio de que pretos (aproximadamente 14 mil) e pardos (pouco mais de 98 mil) correspondem a negros, Rondonópolis teria mais de 110 mil pessoas negras contra pouco mais de 80 mil brancas<sup>12</sup>.

São dados que justificam a necessidade, e a existência de fato, de um movimento negro na cidade, como se vê em Nascimento (1997). O autor diz que a população de Rondonópolis (município desde 10/12/1953) se deve em grande parte a migrantes pobres negros de diversas regiões do país que se dedicaram à pequena lavoura e colocaram os filhos para lhes ajudar, ficando o estudo formal em segundo plano.

A partir dos anos 80, o modelo de desenvolvimento da região Sul de Mato Grosso se transformou com a domesticação de terras para o plantio da soja e posterior formação do sistema de agronegócio, tomando conta da cidade e relegando à dimensão subalterna considerável parcela de seu povo, dado à agricultura e ao comércio de pequena monta. Sobre isso, em documento, o MNR (2010: 6)<sup>13</sup> expõe: “A maior parte de nossa gente continua com poucas posses para viver, sendo que grande parte do contingente preto está beirando a indigência e morando nos bairros periféricos da cidade de Rondonópolis”. E acresce, apontando sua perspectiva de ação (2010: 6): “Possibilitar à gente carente que obtenha a aspiração, o direito de conhecer a sua história, o vivo direito de ter oportunidades de acesso a uma educação de qualidade e inclusiva que lhe possibilite algumas chances de ascensão social”.

Levando em conta essa situação histórica, o contato com o assessorado possibilitou o delineamento de três objetivos, quais sejam, o de lhe dar visibilidade, mostrar que se configura como enti-

<sup>12</sup> Dados do Censo 2010, disponível em: [www.ibge.gov.br/cidadesat/topwindow.htm?1](http://www.ibge.gov.br/cidadesat/topwindow.htm?1). O MNR trabalha com a lógica de que negros são a somatória de pretos e pardos.

<sup>13</sup> Projeto de fundamentação da Caravana Nagô, iniciativa do MNR que levou em outubro de 2010 música, literatura e jogos, todos de matriz africana, a colégios públicos de ensino fundamental da periferia de Rondonópolis.

dade aberta ao público em geral e aperfeiçoar sua comunicação interna.

Para colocar em prática as metas visualizadas, elencaram atividades internas e externas. As primeiras se exprimiram em boletins informativos quinzenais para integrantes do MNR, com agendas de ações e reuniões com membros antes de eventos para discutir a organização dos mesmos, criar sintonia de trabalho, além auxiliar no cerimonial e na decoração dos locais. Também se projetou, ao fim da assessoria, uma reunião com integrantes do movimento para socializar resultados, ouvir percepções e efetuar trocas de experiências. Já as ações externas consistiram em: redação e distribuição de *releases* aos meios de comunicação; orientação de membros para entrevistas (*media training*), bem como agendamento e acompanhamento; veiculação de materiais em redes sociais virtuais; clípage (ajuntamento do material veiculado).

Para colocar o projeto de comunicação em funcionamento de modo a adequá-lo ao tempo existente e se dirigir objetivamente à mídia, resgatou-se procedimento visto em Taketa (*et al*, 2007) referente à Associação Paraense das Pessoas com Deficiência (APPD), a saber, a elaboração de uma agenda de eventos. Em diálogo com membros do MNR, concluiu-se que o período de assessoria (mês de maio) deveria se pautar em dois temas (sobrevagas para negros pobres e brancos pobres na Universidade Federal de Mato GrossoUFMT<sup>14</sup> e capacitação humanística de adolescentes de baixa renda, considerável parcela negra, para o mundo do trabalho<sup>15</sup>) e em um extenso evento (“VIII Semana da 2ª Abolição”). Esse último já fazia parte do calendário do MNR e incluía ato público contra o racismo<sup>16</sup>, série de palestras sobre multiplicidade religiosa (com o intento de demonstrar caráter dialógico, receptivo e articulador do movimento)<sup>17</sup> e intervenção política na Câmara de Vereadores de Rondonópolis<sup>18</sup>.

<sup>14</sup> O MNR havia denunciado ao Ministério Público Federal a não-implantação das sobrevagas (abertura de mais 5% de vagas) na UFMT, o que desrespeitava decisão de instância interna. Reunião entre a reitoria da instituição e membros do movimento para discutir o assunto ocorreu em 05 de maio de 2011 em Cuiabá.

<sup>15</sup> O projeto “Adolescência, Juventude, Humanismo e Mercado de Trabalho” teve abertura em 28 de maio de 2011 no salão de eventos da Obra Kolping, Distrito da Vila Operária, em Rondonópolis, e consistiu em palestras sobre formação ética, política e social para pessoas entre 14 e 24 anos.

<sup>16</sup> Realizado em 13 de maio, dia da Abolição, no centro de Rondonópolis, em parceria com o Sindicato dos Bancários de Mato Grosso, para denunciar o racismo nos bancos da cidade, expresso pela escassez de gerentes negros.

<sup>17</sup> De 14 a 21 de maio, na UFMT/campus Rondonópolis, sobre

## 7 Resultados

Por ser uma experiência não-convencional de assessoria, dadas às particularidades que permeiam as noções de minorias sociais e movimentos sociais, percebeu-se, antes dos resultados mensuráveis pela clípage, um processo de aproximação com o movimento e discussão sobre causas e posições por ele defendidas. Independentemente do grau de adesão às propostas do assessorado, viu-se nisso uma conduta de autonomia, capaz de efetuar o serviço incumbido e refletir acerca dos assuntos em questão. Podem ter contribuído com essa postura o fato de haver na turma seis estudantes que integravam ou já havia participado de movimentos e organizações de cunho similar. Outro dado passível de enunciação é que a maioria da turma era formada por pretos e pardos.

Os materiais jornalísticos referentes à agenda de maio do MNR (23 menções) foram veiculados na mídia comunitária e comercial, sobremaneira local e nas redes virtuais sociais (abertas para o movimento ou que o mesmo possuía e não atualizava). Os boletins internos, edições de 05 a 21 de maio e de 22 de maio a 05 de junho, replicaram links do material exposto nos meios de comunicação. Alguns dos veículos que divulgaram as ações do movimento: Rádio Comunidade em Ação/106,9 FM (comunitária), emissoras Centro América/Globo e Cidade Verde/Bandeirantes, sites Agora MT e Primeira Hora, jornal “Diário Regional”.

No *Orkut*<sup>19</sup> e no *Facebook*<sup>20</sup> foram compostos álbuns com imagens dos eventos cobertos pela assessoria, servindo como espaços alternativos e, ao mesmo tempo, mais próximos do público, a saber, dos frequentadores assíduos das páginas e das pessoas que, durante o processo, souberam das atividades do MNR. Cada conjunto de fotografias foi acompanhado de um resumo que explicava a conexão do movimento com tal evento ou assunto.

Hinduísmo, Budismo, Catolicismo, Protestantismo, Islamismo, Kardecismo, Evangelismo/Neopentecostalismo, Umbanda e Candomblé.

<sup>18</sup> Leitura de carta aberta à população na sessão de 18 de maio, explicando como foi feita a Lei Áurea, em 1888, que libertou os escravos, mas não lhes deu condições dignas de vida no capitalismo, o que gera consequências até hoje.

<sup>19</sup> Disponível em: [www.orkut.com.br/Main#AlbumList?uid=7079903438912084790](http://www.orkut.com.br/Main#AlbumList?uid=7079903438912084790). Acesso em: 21 mar. 2012.

<sup>20</sup> Disponível em: [www.facebook.com/media/albums/?id=100001741486820#!/movimentonegro.derondonopolis?sk=photos](https://www.facebook.com/media/albums/?id=100001741486820#!/movimentonegro.derondonopolis?sk=photos). Acesso em: 21 mar. 2012.

A equipe responsável mediou participações de internautas, buscando garantir, assim, uma relação recíproca de acompanhamento.

O uso do *Facebook* teve outras funções, como a de reproduzir links de materiais jornalísticos referentes ao assessorado e fazer divulgação de sua agenda. A utilização do *Twitter*<sup>21</sup> também replicou menções do movimento, mas, por sua característica mais imediata, e de limitação de espaço, possibilitou trocas de mensagens em número maior, o que valorizou os materiais divulgados e criou condições de indicação de endereços eletrônicos de temas correlatos.

Registra-se, também, que o procedimento interno de participar de reuniões com membros do MNR se sucedeu algumas vezes e atendeu à proposta inicial, de auxiliar na preparação de eventos e discutir o enfoque das informações repassadas à mídia. Além disso, um banco de fotos foi montado e entregue em *cd* ao MNR. Seguem algumas delas:

## 8 Avaliação final interna

Executada a “etapa de agenciamento” junto aos veículos de comunicação, chegou-se ao momento de realizar uma reunião de avaliação interna, entre os estudantes-assessores, para fazer um balanço dos erros, acertos e sugestões de correção ou melhoramento, tendo por base o projetado no plano de comunicação. Numa discussão em roda, cada equipe expôs o trabalho feito e se avaliou. Colegas de outros grupos fizeram apontamentos e a atividade tornou-se um debate de cunho autocrítico. Coube ao professor conduzir a discussão de modo que as ponderações fossem reconhecidas como contribuições ao processo acadêmico-profissional. Em resumo, os pontos positivos foram os seguintes: 1) realização de reunião com assessorado para explicar-lhe funcionamento de assessoria; 2) organização e esforço da equipe de assessoria; 3) relacionamento entre assessores e ente assessorado; 4) cumprimento das responsabilidades por parte dos assessores (horário de envio de material jornalístico); repercussão midiática dos temas e eventos relativos ao MNR; 5) colocação em prática de elementos de *media training*.

Desses aspectos, ressalta-se a percepção da importância de se ter exposto ao MNR o significado e o funcionamento de uma assessoria jornalística antes de sua execução. Assim foi possível ao movimento perceber seu intuito e sua potencialidade

e, por consequência, criar um ambiente passível de maior confiança. O diálogo constituiu-se num momento de partilha de valores sociais e perspectivas. Por parte do assessorado, menção dos principais objetivos de sua existência e dificuldades de estruturar uma visibilidade simbólica positiva junto à sociedade. Além disso, exposição de particularidades do funcionamento do MNR, marcado pelo estudo cauteloso diante de qualquer iniciativa de auxílio ou troca de experiências, tendo em vista a possibilidade de má interpretação de “bandeiras de luta” ou discordância de metodologia de trabalho.

Da parte dos acadêmicos, o diálogo foi propício para tentar evitar problemas como a indisponibilidade de pessoas aptas e com tempo hábil para dar entrevistas à mídia e passar dados à assessoria. Esse possível “ruído de comunicação” poderia se dar, percebiam os estudantes, por conta do que os dirigentes já haviam dito quanto ao acúmulo de atividades e pela característica originária do movimento, de raiz universitária, demarcada por um vocabulário e uma lógica particulares.

Nesse sentido, a apresentação do plano de assessoria e a posterior discussão acerca de sua execução configuraram-se na criação de uma ambiência comunicativa útil ao entrosamento profissional entre assessor e assessorado, tal qual preconiza qualquer bibliografia sobre o tema. Contudo, pensando-se na perspectiva do ensino do jornalismo, representaram uma dimensão dialógica propícia a um reconhecimento para além do que estava posto oficialmente no “contrato de serviço”.

Os aspectos negativos mencionados na avaliação interna foram: 1) falta de disponibilidade dos assessorados para dar entrevistas ou repassar dados à assessoria com vistas à produção de material jornalístico; 2) deficiência de informação em alguns *releases*; 3) atraso no repasse de informações à equipe de produção de *releases*; 4) falhas no entrosamento entre as equipes de assessoria; 5) ausência de veículos de comunicação, sobretudo, nas atividades noturnas.

Destacam-se entre os tópicos mencionados a indisponibilidade de membros do movimento para repassar informações e dar entrevistas, o que havia sido colocado como possível problema na exposição e discussão quanto ao plano de assessoria. Apesar do esforço em manter canal aberto entre dirigentes e assessores, ocorreram situações em que foi difícil manter contato no momento necessário, tendo em vista as demandas dos veículos

---

<sup>21</sup> Disponível em: <http://twitter.com/#!/MNRondonopolis>. Acesso em: 21 mar. 2012.

por informações. O problema foi amenizado com repasse à mídia dos dados que se tinha em mãos, retorno posterior e encaminhamento ao presidente do MNR, que por conta disto ficou sobrecarregado em determinadas ocasiões.

A falta de sincronia entre as equipes em parcela dos trabalhos se deveu, sobretudo, às diferenças de metodologia de cada grupo. Houve concentração de ações em torno de algumas pessoas, por conta de maior liderança, disponibilidade ou menor nível de participação de outras. Esses ruídos também se deram em razão da insegurança e inexperiência dos estudantes, em processo de formação.

Perante os apontamentos, ainda foram expressas algumas medidas passíveis de incorporação numa próxima experiência similar ou, mesmo, num futuro trabalho de assessoria, planejado e executado profissionalmente, já fora do ambiente universitário: 1) amadurecer o processo dialógico entre assessores; 2) aperfeiçoar o procedimento de coleta de informações junto ao assessorado; 3) criar mecanismos capazes de ampliar o nível de entrosamento e confiança entre assessores e assessorado; 4) efetuar plano de comunicação capaz de, ainda que gradativamente, superar a etapa de “visibilização aparente, numérica e episódica”.

As sugestões indicaram grau mediano de compreensão quanto às técnicas e usos dos procedimentos jornalísticos de assessoria e, por outro lado, mostraram que os estudantes passaram por um complexo teste de relacionamento, interno e com o cliente. Em relação ao primeiro aspecto, recomendou-se intensificação da prática. No que diz respeito às situações de contato interno, ponderou-se a importância do cumprimento das ações planejadas e da capacidade de lidar com personalidades diferentes. Sobre o relacionamento com o cliente, assinalou-se a necessidade de desenvolver a prestação de serviço levando em conta particularidades do assessorado, o que subentende estrutura de organização e patamar de compreensão quanto ao próprio trabalho de assessoria.

## 9 Avaliação final com assessorados

Havia, ainda, mais um procedimento de avaliação, a saber, de maior amplitude, envolvendo assessores e movimento assessorado, com o fim de externar, de ambos os lados, as experiências vivenciadas e suas significações. O encontro, ocorrido em 15 de junho de 2011, na Facer, também contou com a presença de estudantes do 5º semestre de Comunicação (que tinham a disciplina As-

essoria de Comunicação I), se iniciou com uma apresentação dos trabalhos realizados. Formou-se uma roda para que indagações e comentários fossem efetuados. Menções dos membros do MNR em resumo: 1) a quantidade de aparições nos veículos de comunicação foi a maior já conseguida durante o período em questão (cerca de um mês); 2) a maneira como o movimento foi mostrado lhes agradou pelo tom informativo e por dar destaque a algumas de suas facetas menos conhecidas pela população, como diversidade religiosa e preocupação com uma capacitação humanística para o mundo do trabalho; 3) a convivência com os assessores, apesar da dificuldade de se estabelecer contatos regulares por conta do acúmulo de atividades dos dirigentes; 4) a percepção da importância de se dedicar tempo, reflexão e estrutura física mínima para implementar mecanismos de comunicação interna e externa.

No geral, a avaliação com o assessorado cumpriu um rito elementar e fundamental, qual seja, o de prestar contas a quem “contratou” os serviços jornalísticos. Também correspondeu a um importante momento de observação docente quanto à postura dos estudantes no que concerne ao nível informativo da exposição e ao respeito com os participantes do encontro, direta ou indiretamente envolvidos com o plano de comunicação. Ainda, quanto à capacidade de abrir-se ao debate, transformando uma apresentação final numa fase de continuidade de aprendizado.

## Considerações

O ensino jornalístico não pode, como se buscou expor até aqui, voltar-se estritamente a resultados mensuráveis, sob pena de se negligenciar a maior parcela do processo acadêmico, formado por explanações teóricas, execução de procedimentos (ou tentativas de) e reflexões decorrentes. Afinal, adotar um método focado apenas em metas convencionalmente materiais compreende dar à educação um sentido meramente utilitarista, fortalecendo o sentido ainda prioritário da mídia de maior reconhecimento nacional, fundamentada na mentalidade-índice-de-audiência (Bourdieu, 1997).

Para além de laboratórios de formação de força de trabalho adequada às exigências das organizações jornalísticas, uma faculdade que ensina jornalismo precisa dar condições aos estudantes de não só compreender padrões difundidos de maneira prevalente, como de apresentar-lhes outros modelos comunicativos. É o que se deduz da pro-



posta de Wolton (2006) quando se refere à comunicação como grande campo do conhecimento e, ao mesmo tempo, imensa teia de ligações entre áreas do saber. Nesse sentido, a elaboração, execução e avaliação de um plano de assessoria relativo a um movimento social, que leva em conta ocupação de espaço midiático (comercial e comunitário, além da produção de sua própria comunicação) enquanto forma de ampliação e qualificação de visibilidade social, pode ser um bom exemplo.

Desse modo, entende-se, contribui-se para a construção (no ensino de terceiro grau) de uma ambiência de caráter reflexivo e que se vale do estímulo à autonomia, essencial à função precípua do jornalismo, conforme Kovach e Rosenstiel (2004), que é informar para que as pessoas sejam livres e se autogovernem. Também, para a edificação de uma perspectiva que busca conjugar o que, por influência maniqueísta, positivista, denomina-se de dimensões teórica e prática.

Afinal, tomando a educação como um processo, que inclui resultados e, mais do que isto, concebe possibilidades de produtos em todo o curso do desenvolvimento de uma atividade, exercita-se uma perspectiva de fundo holístico, dialético. Não à procura de fórmulas cabais, mas no intento de perceber novas camadas de significação e ressignificação, que se projetam, por exemplo, a partir de momentos de avaliação interna, entre os realizadores de um conjunto de ações, ou externa, envolvendo os “contratantes” de um serviço acadêmico-profissional.

Pois, diante de observações de caráter positivo, negativo e sugestivo, outros processos educativos podem ser gerados, apontando uma constante retroalimentação comunicativa, conforme expõe Freire (2006) ao se referir a um humanismo pautado na libertação em oposição à manipulação, o que se dá, senão pela dialogicidade.

## Referências

- Bourdieu, P. (1997). *Sobre a televisão*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor.
- CNEC. Campanha Nacional das Escolas. *Projeto de Desenvolvimento Institucional/Aditamento 2009-2013*. Disponível em: [www.cnefacer.com.br/site/index.php?pg=institucional](http://www.cnefacer.com.br/site/index.php?pg=institucional). Acesso em: 13 mar. 2012.
- Cosson, R. (2001). *Romance-reportagem: o gênero*. Editora Universidade de Brasília, São Paulo: Imprensa Oficial do Estado.
- Dines, A. (1986). *O papel do jornal: uma releitura*. 4. ed. São Paulo: Summus.
- Duarte, J. (2010). Assessoria de imprensa no Brasil. In J. Duarte (org.), *Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica*. 3. ed. São Paulo: Atlas.
- Federação Nacional dos Jornalistas (2007). *Manual de assessoria de comunicação: Imprensa-2007*. 4. ed. Brasília: Departamento de Mobilização e Assessoria. Disponível em: [www.fenaj.org.br/mobicom/manual\\_de\\_assessoria\\_de\\_imprensa.pdf](http://www.fenaj.org.br/mobicom/manual_de_assessoria_de_imprensa.pdf). Acesso em: 13 mar. 2012.
- Freire, P. (2006). *Extensão ou comunicação?*. 13. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra.
- Gohn, M. G. (1995). *Movimentos e lutas sociais na história do Brasil*. São Paulo: Loyola.
- Guareschi, P. & Biz, O. (2005). *Mídia & Democracia*. Porto Alegre: P.G./O.B.
- Habermas, J. (1983). Técnica e ciência enquanto “ideologia”. In W. Benjamin, et al, *Textos escolhidos*. 2. ed. São Paulo: Abril Cultural.
- Halimi, S. (2008). *Os novos cães de guarda*. Petrópolis: Vozes.
- Hohlfeldt, A.; Martino, L. C. & França, V. V. (2007). *Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências*. 7. ed. Petrópolis: Vozes.
- Kellner, D. (2001). *A Cultura da Mídia – estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno*. Bauru: EDUSC.
- Kopplin E. & Ferraretto, L. A. (1996). *Assessoria de imprensa: teoria e prática*. 2. ed. Porto Alegre: Sagra: DC Luzzatto.
- Kovach, B. & Rosenstiel, T. (2004). *Os elementos do jornalismo: o que os jornalistas devem saber e o público exigir*. 2. ed. São Paulo: Gerção.
- Lage, N. (2006). *Estrutura da notícia*. 6. ed. São Paulo: Ática.
- Lima, V. A. & Capparelli, S. (2004). *Comunicação e televisão: desafios da pós-globalização*. São Paulo: Hacker.
- Medina, C. (1988). *Notícia: um produto à venda*. São Paulo: Summus.

- Mühlhaus, C. (2007). *Por trás da entrevista*. Rio de Janeiro: Record.
- Movimento Negro de Rondonópolis (2010). *Cara-vana Nagô: um retrato itinerante da cultura afro brasileira*. Rondonópolis-MT: mimeo.
- Nascimento, F. A. S. A. (1997). *Aceleração Temporal na Fronteira: estudo de caso de Rondonópolis/MT*. São Paulo: FFLCH/USP. Tese de doutorado.
- Novaes, A. (2006). *Rede imaginária: televisão e democracia*. 2. ed. São Paulo: Companhia das Letras.
- Paiva, R. (2005). Mídia e política de minorias. In R. Paiva & A. Barbalho (org.), *Comunicação e cultura das minorias*. São Paulo: Paulus.
- Pena, F. (2008). *Teoria do jornalismo*. 2. ed. São Paulo: Contexto.
- Ribeiro, E. & Lorenzetti, G. (2010). Planejamento estratégico em assessoria de imprensa. In J. Duarte (org.), *Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica*. 3. ed. São Paulo: Atlas.
- Rovai, R. (2007). *Midiático poder: o caso Venezuela e a guerrilha informativa*. São Paulo: Publisher Brasil.
- Scherer-Warren, I. (2005). *Redes de movimentos sociais*. São Paulo: Edições Loyola.
- Sodré, M. (2005). Por um conceito de minoria. In R. Paiva & A. Barbalho (org.), *Comunicação e cultura das minorias*. São Paulo: Paulus.
- Taketa, B. V. et al. (2007). Plano de Comunicação da Associação Paraense das Pessoas com Deficiência (APPD): uma parceria com o Terceiro Setor. *Anais eletrônicos: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, 30: 1-14. Santos: Intercom.
- Tófoli, L. (2008). *Ética no jornalismo*. Petrópolis: Vozes.
- Torquato, G. (2002). *Tratado de comunicação organizacional e política*. São Paulo: Pioneira Thompson Learning.
- Vivarta, V. (2003). *Cidadania antes dos 7 anos: a educação infantil e os meios de comunicação*. São Paulo: Cortez.
- Wolton, D. (2006). *É preciso salvar a comunicação*. São Paulo: Paulus.