

Comunicação para transformação social: estratégias comunicativas do projeto A Cor da Cultura

Ana Paula Brandão

RESUMO

O conceito de Comunicação para a transformação social nos ajuda a pensar os processos comunicativos dos movimentos sociais, sempre articulado a processos políticos e sociais, com foco em mudanças estruturais; uma comunicação engajada, não hierarquizada, pensada de “baixo para cima”, multidimensional e fortemente embasada na lógica de ampliação de acesso, diálogo e participação.

A existência de uma comunicação engajada nas causas relevantes da sociedade brasileira é fundamental na composição das ações de mobilização social, assim como a luta pelas políticas públicas e pelos processos e avanços sociais demanda uma mobilização popular. Os meios de comunicação formais (a mídia), os alternativos, os organizados ou não, tem papel fundamental nos processos de mudança social, seja na função óbvia de fazer circular informações ou na dimensão de comunicação, ao facilitar as diferentes formas de mobilização social.

Há uma relação intrínseca entre comunicação (mídia inclusive), mobilização social e os processos de transformação política e social. Nas últimas décadas, por exemplo, podemos perceber uma popularização e um maior acesso aos meios e às técnicas de produção de comunicação que acabaram por propiciar grandes mudanças na comunicação institucionalizada dos movimentos sociais organizados.

No âmbito da Comunicação para a transformação social, interessa-nos entender quais estratégias comunicativas do projeto **A Cor da Cultura** (2004-2014) para dialogar tanto com os movimentos sociais de igualdade racial, como com os parceiros institucionais do projeto, como a SEPPIR (Secretaria de promoção da igualdade racial), por exemplo. Interessa-nos demonstrar o projeto **A Cor da Cultura** como resultado e possibilidade de implementação das políticas educacionais referentes à educação para as relações étnico raciais e quais as suas estratégias comunicativas para o diálogo com parceiros tão singulares.

O conceito de Consenso no dissenso, de Bourdieu (1974) nos ajuda a entender que o projeto foi mediando diálogos com grupos diferentes (e até antagônicos) visando a possibilidade de formatação de uma proposta que, de alguma forma, esses diferentes grupos sentissem-se contemplados. Mesmo que não fosse fiel ao seu fazer e pensar, esses grupos se reconheciam no **A Cor da Cultura**, vendo nele uma possibilidade concreta de ação. E assim se foram tecidas alianças, viabilizando a construção de uma tecnologia social e educacional baseada no diálogo permanente entre grupos (aparentemente) tão distintos como universidades, movimentos sociais e negro, poder público.

INTRODUÇÃO

O Brasil é um país racista. Em todo seu percurso histórico, antes mesmo de se constituir como Nação, convivem neste território cidadãos de diferentes “categorias” – ou mesmo, sub-cidadãos. Arraigado à nossa sociedade, a prática racista acabou por definir comportamentos, identidades e espaços sociais bem marcados. Romper com essa estrutura demandará tanto ou maior tempo do que demorou sua construção. Recentes medidas legais e políticas públicas têm tentado diminuir esse abismo, ora com maior ou menor sucesso. O projeto A Cor da Cultura é uma delas e cujas estratégias de articulação social e comunica-

ção se constituem numa ferramenta possível de desconstrução dessa “profunda injustiça cognitiva”.

A Cor da Cultura é um projeto social de valorização do patrimônio cultural afro-brasileiro e de reconhecimento da história e da contribuição da população negra à sociedade brasileira. Desde 2004 o projeto busca honrar tais compromissos por meio da produção e da exibição de séries audiovisuais, pela criação de recursos didáticos complementares ao currículo escolar e pela formação de educadores das redes públicas para uso de material educativo que apoie a implementação da lei 10639/03. O projeto teve três edições (primeira etapa entre os anos de 2004-06, segunda etapa entre 2012-11 e a terceira entre os anos de 2012-14) e se viabilizou na construção de uma tecnologia social e educacional que foi se tecendo em diálogo permanente entre diferentes agentes das universidades, movimentos sociais, poder público, entre outros.

Nosso objetivo neste trabalho é apresentar uma experiência de articulação e comunicação feita em diálogo com diferentes atores sociais, que tornou possível a implementação do projeto A Cor da Cultura e que, acreditamos, coaduna com as práticas recentes de comunicação para transformação social, uma comunicação participativa, construída a várias mãos, de baixo para cima e em diálogo.

PANO DE FUNDO

Em janeiro de 2003, o então presidente Luís Inácio Lula da Silva, promulga a Lei 10.639 – primeira de seu governo – que modifica a Lei de Diretrizes e Bases da educação – LDB, estabelecendo a obrigatoriedade do ensino da história e cultura africana e afro-brasileira nos estabelecimentos públicos e privados de educação básica. A referida Lei, resultado direto da luta dos movimentos sociais, especialmente do movimento negro, é sucedida de outras importantes conquistas sociais tais como a criação da Secretaria de Políticas de Promoção da Igualdade Racial, a SEPPIR (em 2004), o Estatuto da Igualdade Racial (promulgado em 2010), a criação das cotas sociais para indígenas e negros nas universidades públicas (sancionada em 2012). É neste cenário que surge o projeto A Cor da Cultura. Fruto de uma parceria entre governo federal e sociedade civil, o projeto é coordenado pelo Futura, um projeto social de

comunicação de iniciativa privada, mas de interesse público, que produz e distribui conteúdos educativos.

O Futura¹ se articula com diferentes parceiros, universidades e instituições do movimento social organizado para desenvolver projetos sociais, culturais e educativos, além de veicular conteúdos relevantes, atrativos e educativos através de seus canais de distribuição: TV, redes sociais, internet, presencial. Atuando em rede, o Futura busca contribuir para o acesso à informação; ampliação da capacidade de comunicação de diferentes grupos sociais; apoio às causas prementes de diferentes grupos; e fortalecimento de projetos de educação com o uso do audiovisual.

O A Cor da Cultura é um bom exemplo para discutirmos aqui as estratégias de comunicação visando a transformação social, na medida em que o projeto tem como um de seus principais objetivos atualizar, informar e contextualizar a história dos afrodescendentes no país, em três dimensões: **articulação** com sociedade civil organizada, movimentos sociais e governos; **educação**, através da formação de professores e educadores de escolas públicas; e **comunicação**, através da produção de conteúdos audiovisuais e sua exibição. O A Cor da Cultura é um projeto afirmativo, voltado para toda a população brasileira e não apenas para negros. E é um projeto político porque um dos focos do projeto é a educação; e a educação é um processo político. Entendemos o campo da Educação como um espaço de luta, de embate, de disputa pelo poder simbólico²; seria como um mercado no qual se negocia seu espaço, seu lugar no mundo – a sociedade organizada impõe regras de acesso e permanência aos seus membros e a educação é uma das instituições sociais previstas para o seu pleno funcionamento e também legitimador de pertencimento social.

1 Para conhecer mais o Futura recomendo, além da visita ao website (<http://www.futura.org.br>), os livros *Comunicação e transformação social: a trajetória do Canal Futura*, volumes 01 e 02, editados pela Unisinos.

2 O poder simbólico, segundo Pierre Bourdieu, surge como todo o **poder** que consegue impor significações que são naturalizadas como legítimas. Assim, os símbolos afirmam-se como os instrumentos de integração social, tornando possível a reprodução da ordem estabelecida.

Resumidamente, o projeto visa potencializar um conjunto de dispositivos com objetivo de ser um indutor de uma política educacional voltada para a afirmação das diferenças culturais, no sentido de eliminar as desigualdades sociais historicamente estabelecidas (Silva, 2012).

EDUCAÇÃO

Um dos objetivos do projeto A Cor da Cultura é ser uma ferramenta para o professor em sala de aula; para tanto, utiliza-se do audiovisual e de conteúdos impressos. Além do site (www.acordacultura.org.br), são cinco blocos de programação, perfazendo um total de 96 programas, que atingem diferentes faixas de público: desde o infantil, com Livros Animados; O Ação, um jornalístico que mostra experiências positivas de organizações e grupos sociais que trabalham com jovens negros; o Mojubá, que, a partir da temática religiosa de matriz africana, aborda diferentes aspectos culturais e históricos da população afrodescendente; o Heróis de Todo Mundo, série de programas de curta duração em que se apresentam biografias de personalidades negras que foram destaque em diversas áreas de atuação; e o Nota 10, programa que mostra experiências educativas bem-sucedidas na utilização e no trabalho em sala de aula de materiais didáticos que trabalhem a questão do negro. Também fazem parte do conteúdo cinco cadernos da coleção Saberes e Fazeres, com textos, artigos, legislação, sugestões de atividades e metodologia; um mini-glossário Memória das Palavras; o jogo educativo Heróis de todo mundo; CD musical Gonguê; mapas da África, Diáspora Africana e dos Valores Civilizatórios afro-brasileiros. Todo esse material foi implementado e distribuído para escolas públicas brasileiras através de parcerias para formação dos professores com instituições da sociedade civil organizada (OSCIPs, ONGs, associações, universidades), no projeto denominadas Instituições Formadoras – essas instituições são selecionadas através de edital público e são corresponsáveis pelos cursos de formação junto com o Futura; elas aportam à parceria sua expertise em formação e na temática e são remuneradas por isso.

Paulo Freire nos ensina que a visão do educador deve ser, necessariamente, contaminada pela imagem do educando, ou seja, “ensinar exige reconhecimento e a assunção da identidade cultural” (Freire, 1996:41). Essa perspectiva está

presente no projeto A Cor da Cultura, o reconhecimento do outro, respeitando, incorporando e valorizando as experiências do outro.

Este reconhecimento do outro, parte de um reconhecimento institucional e real do direito de cada um de combinar estratégias com o mundo vivido. É o respeito às diferenças, ao espaço e à cultura do outro. Mas a escola nem sempre é capaz de perceber isso. Uma das causas é, sem dúvida, reflexo do abismo que se formou no ensino escolar. A antiga cultura escolar correspondia à concepção da escola como agência de socialização e familiarização dos alunos com valores universais, sem respeitar suas diferenças sociais e culturais. Como diz Sodré, a universalização corresponde à redução das diferenças a um equivalente geral, um mesmo valor (2005). Essa estrutura tem de ser rompida. E a escola e a mídia devem ser atores fundamentais nesse processo.

Por tudo isso é que dizemos que as diferenças, mais do que dados da natureza, são construções sociais, culturais, políticas e identitárias. Aprendemos, desde criança, a olhar, identificar e reconhecer a diversidade cultural e humana. Contudo, como estamos imersos em relações de poder e de dominação política e cultural, nem sempre percebemos que aprendemos a classificar não somente como uma forma de organizar a vida social, mas também como uma maneira de ver as diferenças e as semelhanças de forma hierarquizada e dicotômica: perfeições e imperfeições, beleza e feiura, inferiores e superiores. Esse olhar e essa forma de racionalidade precisam ser superados. A escola tem papel importante a cumprir nesse debate. (Gomes, 2010:25)

INFORMAR PARA TRANSFORMAR

Uma das estratégias do projeto foi a produção de conteúdos audiovisuais que fossem capazes de sensibilizar e mobilizar em torno do tema, buscando, por um lado, dar visibilidade e positivar a imagem do negro e, por outro lado, informar e ser uma ferramenta de educação para escolas, professores e educadores em geral. A exibição de conteúdos que abordem o tema de maneira que valorize e reconheça a presença negra na construção da sociedade brasileira foi fun-

damental no contexto da época, e veio ao encontro de todo um movimento político e social que lutava – e ainda luta – pela igualdade racial no país. E essa exibição desses conteúdos, que contribuem para a discussão sobre diversidade, ser feito por um veículo reconhecido por sua identificação com cultura e educação apoia ainda mais o posicionamento político do projeto e sua implementação junto a educadores.

Entendemos que os conteúdos, especialmente os audiovisuais, atrativos, bem feitos e com adequada qualidade estética, como os programas feitos para A Cor da Cultura, podem ajudar a configurar identidades, especialmente de crianças e jovens. Ao se ver na tela, na escola ou como protagonista do programa, ele reconstrói a sua imagem, ele a ressignifica. Numa sociedade dominada pelo referencial branco ocidental, em que esteticamente a pele alva e os cabelos lisos reinam absolutos, ver-se na tela num papel protagonista, pode fazer toda a diferença na sua vida, especialmente ao falarmos de crianças. Representatividade importa.

E para ser representativo, precisa dialogar com diferentes grupos, territórios, fazer com que os conteúdos tragam essa diversidade. No projeto em questão, essa foi uma premissa. Foram centenas de profissionais, especialistas, representantes de movimentos sociais envolvidos na concepção, na produção e também na implementação (formação dos educadores) do projeto.

Sabemos que informar o leitor/ouvinte/espectador, significa, também, formá-lo, prepará-lo, torná-lo apto a entender e reconhecer as marcas características deste ou daquele discurso, entendendo-o como uma prática social. Usar a mídia como ferramenta de transformação social, como estratégia de emponderamento dos grupos sociais com os quais nos relacionamos, especialmente professores e alunos, foi um recurso muito utilizado pelo projeto A Cor da Cultura. A televisão, em especial, é um espaço profícuo de sentidos, pois trabalha com uma profusão de imagens e sons, abarca vários gêneros discursivos, coordena diversas formas de expressão, que vão do jornalismo – que por si só já aglutina vários gêneros – à publicidade, entre outros. Assim, os limites se tornam fluidos, esmaecidos, volúveis; vemos os programas televisivos cada vez mais múltiplos, onde se misturam diferentes gêneros, enunciados, discursos. É nessa

imensidão que o telespectador acaba por inferir sentidos, reforçando identidades e atitudes. Especialmente ao falarmos de imagens. A identificação – e interpretação – é quase instantânea. Não à toa, o senso comum³ nos impulsiona a relacionar a imagem do negro a sua condição de escravo. Os livros didáticos estão lotados dessa referência; assim como as novelas, que contribuíram para a formação do imaginário que atribui ao negro características negativas (escravo, serviçal, criminoso, sujo, etc.)

A imagem deve ser interpretada para que possa ser percebida e esse processo implica em uma série de operações cognitivas que dão a ela – a imagem – um sentido. Tavares (2010), no artigo “Desconstruindo a invisibilidade: raça e políticas da cultura visual no Brasil e na América do Sul”, defende os conceitos de alfabetização audiovisual e pedagogia cívica para justificar a importância e urgência de produtos e abordagens midiáticas mais afirmativas:

A noção que aqui defendo como fundamental, e para a qual poderíamos assentar uma orientação vigorosa na reflexão sobre mídia e direitos humanos, aponta para um programa de ações que implemente dois projetos: um de “alfabetização audiovisual”, em articulação com uma “pedagogia cívica”. Em ambos, destacam-se os trabalhos de revelação do reconhecimento e do respeito como ferramentas cognitivas no trato dos fenômenos da alteridade, isto é, da diferença na elaboração do jogo de linguagem na cultura visual existente.

As consequências desse entendimento e a aplicação radical destes dois conceitos-ideias, reconhecimento e respeito, introduzem a urgência da atividade de descolonização do modo de pensar e da contenção da supremacia imagética e cultural indo-europeia, significativo fator na ampliação da democracia e na limitação do colonialismo cognitivo e mental.

3 O senso comum incorpora ideologias que estão vinculadas a algum tipo de relação de poder.

A perspectiva com os programas do A Cor da Cultura é romper, como dissemos, com a lógica do senso comum, ou como nos fala o mesmo Tavares sobre a:

transmissão emotiva dos sentimentos gerados pelos referidos contextos subliminares da informação. Sendo assim, a comunicação forma-se no resultado da combinação dos elementos de realidade que são compostos e agregados às imagens, juntamente com as interpretações e/ou incorporações de quem as promove e as elabora.

No caso do projeto, ainda impacta o fato de que os programas são incluídos num kit educativo, em forma de DVDs, que são implementados e distribuídos para as escolas participantes⁴. Ou seja, a efemeridade característica da televisão fica em segundo plano, pois os programas estão disponíveis e são incentivados a ser assistidos a todo o momento e em qualquer lugar – nas atividades de formação continuada e nas atividades em sala de aula.

COMUNICAÇÃO PARA A TRANSFORMAÇÃO SOCIAL

A ação de mobilização é uma negociação, e que pressupõe a participação da população. A articulação para essa participação popular é um processo que depende do uso correto de estratégias comunicativas e dos meios de comunicação. E através da participação popular, e da sua pressão política, é que são construídas as políticas públicas. É fundamental, então, entender a lógica da Comunicação para a mudança ou transformação social e a mobilização de movimentos sociais.

As últimas décadas foram marcadas por uma popularização do acesso aos meios e também às técnicas de produção de comunicação. E isso foi fundamental na dinâmica dos movimentos sociais. Ampliou-se a participação popular,

4 Desde 2005, o projeto A Cor da Cultura realizou parcerias para formação de 68 secretarias de educação, em treze estados brasileiros. São mais de 7.000 educadores formados em oficinas presenciais e mais de 110.000 educadores atingidos de alguma forma pelo projeto, seja usando algum material do kit ou aplicando a metodologia de formação.

antes restrita a grupos que faziam parte de organizações sociais. Agora, mais atores entram nessa engrenagem, reivindicam seu espaço, lutam e propagam as suas causas.

Por outro lado, essa popularização das técnicas e meios de comunicação causou impacto nas estruturas comunicativas das instituições e/ou grupos sociais organizados – os tradicionais movimentos sociais. Entendemos que a comunicação engajada é fundamental na composição das ações de mobilização social e, por conseguinte, de transformação social. Da mesma forma que a luta por políticas públicas demanda uma mobilização popular.

O projeto A Cor da Cultura utilizou-se de estratégias comunicativas tanto para construir sua reputação junto aos diferentes grupos que impactam no processo, quanto na sua produção de conteúdos, que foram veiculados na TV, viraram kit educativo e foram implementados nacionalmente.

É, sem dúvida, um grande desafio desenvolver um projeto, seja ele social, cultural ou educativo, que dialogue com uma pluralidade e multiplicidade de vozes. Construir, então, um projeto educativo voltado para a questão etnicorracial, que desperta diferentes visões e entendimentos, um campo tão permeado por disputas, foi, portanto, o grande desafio do A Cor da Cultura.

A questão etnicorracial no Brasil sempre foi um tema controverso. Impera a ideia de que falar sobre racismo e preconceito, especialmente num país que vive numa ‘democracia racial’, pode trazer rupturas, desgastes, disputas – como se vivêssemos num local onde a tensão racial já não fosse evidente. Então, como levar a cabo um projeto, que fosse representativo, e que tem como objetivo justamente trazer essa discussão para o grande público, através da televisão, para a escola e sala de aula?

Diálogo, trabalho em rede de parcerias e compromisso: dialogar com grupos diferentes (e até antagônicos) visando a possibilidade de formatação de um projeto em que, de alguma forma, esses diferentes grupos sentissem-se contemplados. Mesmo que não fosse fiel ao seu fazer e pensar, esses grupos se reconheceriam no A Cor da Cultura, vendo nele uma possibilidade concreta de ação. Uma concordância de ideias em prol de um objetivo comum: o fim do racismo.

E assim se foram tecidas alianças, viabilizando a construção de uma tecnologia social e educacional baseada no diálogo permanente entre grupos (aparentemente) tão distintos como universidades, movimentos sociais e negro, poder público. Nessa negociação, obviamente, os diferentes grupos não entram em iguais condições de disputa. Ao contrário. O poder varia conforme a circunstância.

Categorias anteriormente fixas apresentam-se hoje em constante movimento. Aproximados por causas comuns, se unem ou se separam conforme as circunstâncias, não chegando nunca a constituir um grupo homogêneo e coeso. Podemos comentar aqui usando o exemplo da Secretaria de Políticas de Promoção da Igualdade Racial, da Presidência da República - SEPPIR, parceiro do Projeto e que foi criada em 2003, que abarca grupos tão distintos como os de movimento negro, indígenas, defensores da causa palestina, ciganos, etc. Unidos por uma causa comum, constituem um comitê que orienta as ações da Secretaria. Seguramente, nenhum, ou quase nenhum, destes grupos opera conjuntamente em suas lutas cotidianas. Mas num governo recém-empossado, de esquerda, viram na SEPPIR a oportunidade de dar força e visibilidade às suas causas.

As lutas pessoais desses atores sociais (sujeitos), muitas vezes em oposição, quase nunca em conjunto, são suprimidas pela busca de um objetivo comum, no caso, o fim do racismo. Estamos falando de grupos dentro do movimento negro que tem opiniões e posições muitas vezes conflituosas, de ONGs que disputam no mesmo território (disputa por espaço, por recursos, por equipe), universidades que tem pouco hábito de dialogar com a sociedade civil e nenhuma (ou quase nenhuma) experiência de trabalho em conjunto com ONGs. Isso sem mencionar a falta de diálogo entre a sociedade civil organizada, mídia (no caso o Futura e a Globo) e governo (Seppir, MEC, Minc e Petrobras); enfim, grupos diferentes, ensejados em suas próprias lutas, com muitos dissensos e poucos consensos⁵. E o projeto A Cor da Cultura é essa possibilidade de encontro, essa possibilidade de diálogo e atuação conjunta.

5 Podemos dizer que é existe um consenso no pensamento e dissenso na prática destas instituições. O Movimento Negro é um emaranhado de visões, opiniões e perspectivas diferentes, mas que atua em concordância em prol de um objetivo comum dentro do projeto **A Cor da Cultura**.

Como nos aponta Bourdieu (2007), o conflito num determinado campo, seja ele cultural, científico, intelectual, político etc., é marcado pela busca do domínio de determinados pontos de vista sobre os demais – o dissenso. No entanto, até para haver disputa no interior do campo é necessário o reconhecimento dos pares e dos critérios de participação de cada um, ou seja, é preciso reconhecer o consenso para poder fazer parte dele.

Obviamente, como dissemos, nesse encontro que se estabelece pela necessidade, os grupos possuem “forças” diferentes. Bhabha (1998) pergunta:

De que modo chegam a ser formuladas estratégias de representação ou aquisição de poder no interior das pretensões concorrentes de comunidades em que, apesar de histórias comuns de privação e discriminação, o intercâmbio de valores, significados e prioridades pode nem sempre ser colaborativo e dialógico, podendo ser profundamente antagônico, conflituosos e até incomensurável?

A força, poderíamos dizer, se concentra justamente nesse encontro de comunidades tão distintas. Mas, obviamente, essa participação não se dá de maneira equivalente, pois concorrem por espaço e força grupos desiguais. Emerge desse encontro um discurso híbrido, por vezes confuso e disperso. Nessas fronteiras o Futura e projeto A Cor da Cultura se configuraram como espaços possíveis de diálogo e de encontro.

Vários arranjos de parceria e atuação em redes foram “tecidos”:

- Mapeamento de instituições de referência na temática, especialmente nos territórios onde o projeto é implementado;
- Parceria nacional junto à empresa Petrobras, à Secretaria de Políticas de Promoção da Igualdade Racial - SEPPIR, Ministério da Educação, Fundação Cultural Palmares – MinC, ONG Cidan, TV Globo e Canal Futura/FRM, executora do projeto, que sustentou a gestão e captação de recursos para sua realização;
- Parceria entre produtoras independentes de audiovisual e centros de pesquisa e organizações da sociedade civil para produções de conteúdos audiovisuais e impressos;

- Articulação com grupos e instituições da sociedade civil que são referências na temática para apresentação do projeto e angariamento de apoio político;
- Articulação e formação de um grupo de profissionais (chamados no projeto de “formadores”) que foram responsáveis pela realização da capacitação de professores e gestores das redes educacionais, junto a ONGs e universidades para garantir escala nacional na formação de educadores e aprimoramento metodológico;
- Parceria com secretarias municipais e estaduais que, organizadas por polos, foram responsáveis junto com as Instituições Formadoras e equipe do Futura/FRM pela gestão a nível local da implementação do projeto em dezenas de municípios e redes educacionais;
- Constituição de uma rede sócio pedagógica no entorno e/ou articulada com a escola para apoiá-la na implementação dos conteúdos do projeto A Cor da Cultura e da formação continuada de educadores. Os fóruns de diversidade, ONGs locais, grupos tradicionais, universidades abertas ao diálogo com as escolas, entre outros, foram mobilizados para apoiar professores e gestores na experimentação de uma educação para diversidade proposta em cada escola, conforme sua capacidade, criatividade e interesse.
- Monitoramento das atividades, presencialmente e a distância, através de ambiente virtual, telefone e relatórios.

Esta rede que se formou em torno (ou a partir) do projeto A Cor da Cultura configura espaços complexos onde se encontram ou entram em rota de colisão diferentes interesses e identidades. E não se trata de uma rede abstrata, mas de um encontro marcado por regras, normativas, contratos e etc. que atuam no sentido de facilitar o alcance dos resultados propostos. A percepção e auto reconhecimento dos atores sociais nesta rede varia muito, assim como sua efetiva participação: as contribuições para o alcance dos objetivos da rede poderiam ser a partir de sua experiência no terceiro setor (as ONGs); da experiência acadêmica; do fato de ser do movimento negro... Mas, pode-se perceber que os interesses individuais estavam na garantia de seu propósito político pesso-

al, que ia ao encontro dos objetivos do projeto. Havia, portanto, um interesse comum fundamentado numa percepção de que sua atuação individual ou coletiva poderia contribuir efetivamente para o sucesso da implementação da Lei 10.639/03.

O conhecimento produzido nas academias e nos movimentos sociais foram valorizados e potencializados nos diferentes processos do Projeto. Lutas sociais históricas, especialmente do movimento negro, deixaram um legado que nele encontraram eco, que os considera estratégicos para a mobilização social. Este é, sem dúvida um dos eixos estruturantes do A Cor da Cultura.

Nos processos sociais, a organização da sociedade torna-se central para fortalecer a democracia no país. E no modelo praticado pelo projeto procurou-se essa vivência, essa prática de democratização com muitas idas e vindas, conflitos e negociações sistemáticas, mais ou menos bem-sucedidas, numa construção compartilhada. Mais do que intenções foi necessário se desenvolver procedimentos, acordar e mediar processos.

A proposta é buscar de forma transparente respeitar as ideologias, as visões diferenciadas, os saberes e competências e capacidades de cada um para a construção de um campo comum e convergente de ação. Entendendo que o dissenso é sempre presente e a construção de consensos, apesar de pontuais, é estruturante e condição para provocar mudança e transformação social.

Aqui, interessa-nos a perspectiva que entende que uma comunicação oriunda de processos que começam de baixo para cima, a partir de grupos que se mobilizaram para a defesa de suas causas, é sim transformadora; e não na visão tradicional que entende que a mudança ou transformação seriam inerentes à forma ou técnicas de comunicação utilizadas pelas instituições. Peruzzo (2007) apresenta alguns conceitos que estariam ligados a uma visão dos meios de comunicação a serviço da “difusão de inovações e da modernização”, ou seja, do que se entenderia por desenvolvimento:

os meios de comunicação de massa podem: “ser informantes”, “ampliar horizontes”, “orientar atenções”, “elevar aspirações”, “criar um clima para o desenvolvimento”, “ajudar só indiretamente nas mudanças das concepções arraigadas ou práticas estabelecidas”,

“alimentar canais interpessoais”, “conferir um status especial”, “ampliar o diálogo político”, “reforçar as normas nacionais”, “ajudar a formar gostos”, “afetar as concepções” etc. ... Ou: convencer as pessoas a usar produtos químicos na lavoura, a aderir ao leite industrializado para bebês em detrimento do materno.

Há um declínio do modelo vertical de comunicação, de cima para baixo, estruturado na lógica emissão – recepção / transmissão – persuasão em detrimento de uma comunicação mais horizontal, cuja natureza implica em múltiplas formas e finalidades de comunicação, fortemente embasada na lógica de ampliação de acesso, diálogo e participação. São processos que emergem de baixo para cima, circulando a informação, abrindo espaços para críticas sociais e facilitando novas formas de mobilização social (Tuftte, 2013).

Entendemos a comunicação como um processo que se baseia num fluxo contínuo de informações e de trocas entre pessoas e comunidades discursivas (grupos sociais que produzem certo tipo de discurso); sendo esses fluxos multidirecionais, reais ou virtuais, e carregados de sentidos. Logo, quando falamos sobre a existência de uma comunicação engajada nas causas relevantes da sociedade brasileira, e que impactam na proposição de ações de mobilização social, estamos falando de uma comunicação permeada por disputas de poder, porque é feita de discursos. E estes discursos se constroem sempre em relação a outros discursos.

Esse intenso diálogo e participação da sociedade civil seja na estrutura governamental – como no caso da SEPPIR – e também fora dela, exercendo influência através dos meios de comunicação, acabaram por preparar o terreno para a implantação das políticas públicas que se seguiram no período mencionado, ou seja, criaram um ambiente favorável para que essas políticas fossem implementadas. O diálogo, o debate, as estratégias de comunicação são o pano de fundo que tornaram possível a consolidação de algumas das pautas de igualdade racial.

Referências

- Araújo, I. (2002). **Mercado simbólico: interlocução, luta, poder - Um modelo de comunicação para políticas públicas**. Rio de Janeiro: ECO/UFRJ.
- Bhabha, H. (2005). **O Local da Cultura**. Belo Horizonte: editora UFMG.
- Bourdieu, P. (2007). **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva.
- Brandão, A. P. (2010). **Coleção saberes e fazeres**. Vols. 1 – 5. Rio de Janeiro: Fundação Roberto Marinho.
- Brandão, A.P., Garcia, D. (orgs.). (2007). **Comunicação e transformação social: a trajetória do Canal Futura**. São Leopoldo: Unisinos.
- Castells, M. (2010). **O poder da identidade – vol. II**. São Paulo: Paz e Terra.
- Freire, P. (1998). **Pedagogia da autonomia. Saberes necessários à prática educativa**. Rio de Janeiro: Paz e Terra.
- Gomes, N. L. (2010) Educação, relações étnico-raciais e a Lei 10639/03: breves reflexões. In **Coleção saberes e fazeres. Modos de fazer**. Rio de Janeiro: Fundação Roberto Marinho.
- Libonati, A. , Garcia, D. e Eitler, K. (orgs.) (2012). **Comunicação e transformação social** - vol. 2. São Leopoldo: Unisinos.
- Machado, A. (1999). Pode-se falar em gêneros na televisão? In: **Revista Famecos**, (10), 142-158.
- Peruzzo, C. M.K. **A comunicação no desenvolvimento comunitário e local com cibercultur@**. Trabalho apresentado ao **Grupo de Trabalho Comunicação e Cidadania** do XXI Encontro da Compós, na Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, de 12 a 15 de junho de 2012. Disponível em <http://www.compos.org.br/data/arquivos_2018/trabalhos_arquivo_G67GY7W91A9GTNOSYIUQ_27_6564_22_02_2018_16_42_58.pdf>
- Rezende, O. (2014) **Governança em rede: estudo da estrutura relacional no projeto “A Cor da Cultura”**. Tese de Doutorado. Belo Horizonte: UFMG.
- Sodré, M. (2005). **A verdade seduzida. Por um conceito de cultura no Brasil**. 3 ed. Rio de Janeiro: DP&A.
- Tavares, J. (2010). Desconstruindo a invisibilidade, In **Coleção saberes e fazeres. Modos de fazer**. Rio de Janeiro: Fundação Roberto Marinho.
- Tufte, Thomas. O renascimento da Comunicação para a transformação social – Redefinindo a disciplina e a prática depois da ‘Primavera Árabe’. *Intercom – RBCC*, São Paulo, v.36, n.2, p. 61-90, jul./dez. 2013.

Sobre a autora

Historiadora, Mestre em Comunicação e Cultura ECO/UFRJ; Gerente de Mobilização e Produção do Canal Futura – Brasil. Co-organizadora do livro Comunicação e Transformação Social: a trajetória do Canal Futura; e organizadora da Coleção de livros Saberes e Fazeres, que faz parte do projeto A Cor da Cultura. Área de trabalho: mídia e televisão; análise de discursos; educação; identidade e etnia. E-mail: anapaula@futura.org.br