

## **Publicidade social, cultura e sustentabilidade comunitária na caminhada mundial Jane´s Walk: versão Nova Friburgo<sup>1</sup>**

Suelen de Aguiar SILVA<sup>2</sup>  
Universidade Estácio de Sá, Rio de Janeiro, RJ

### **RESUMO**

Pesquisa sobre publicidade social, cultura e sustentabilidade comunitária na comunidade Rui Sanglard no município de Nova Friburgo, Rio de Janeiro. A Agência Experimental Sapiens da Unesa, campus de Nova Friburgo em conjunto com o Escritório Modelo de Arquitetura Teia, a partir de seus projetos de extensão promoveram a caminhada mundial Jane´s Walk. A metodologia empregada para a intervenção, além do referencial teórico da publicidade social (Silva, 2005; 2018) foi a utilização de técnicas da observação participante durante a caminhada com o intuito de observar as principais demandas da comunidade Rui Sanglard, em termos comunicacionais e de sustentabilidade comunitária e como a Agência Sapiens poderá contribuir para o desenvolvimento da comunidade. Concluímos, a partir dos resultados preliminares que a comunicação, bem como a publicidade social pode potencializar a construção de relações sociais e a integração entre universidade e comunidade; além disso, proporcionar o direito à cidade e as múltiplas conversas e olhares na perspectiva da comunidade.

**PALAVRAS-CHAVE:** Publicidade social. Jane´s Walk. Cidadania. Participação. Comunidade.

### **Introdução**

O presente trabalho é fruto dos resultados parciais do Projeto de Extensão Universitária realizado pela autora desde o início do semestre 2022.1, cujo objetivo é pesquisar e elaborar alternativas no âmbito da comunicação comunitária, alternativa e popular, mais especificamente acerca das possibilidades comunicativas e de sustentabilidade que a publicidade social pode ofertar para as comunidades no entorno da universidade. Assim sendo, e também por estar na coordenação da Agência Experimental

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Comunicação para a Cidadania, XXII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 45º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Professora doutora dos cursos de Publicidade e Propaganda e Jornalismo da Universidade Estácio de Sá, campus Nova Friburgo - RJ, e-mail: [suelen.estacio.br](mailto:suelen.estacio.br).

---

de Publicidade e Propaganda – Sapiens - da Universidade Estácio de Sá (Unesa), campus Nova Friburgo – RJ, decidimos em parceria com outro escritório modelo, o de Arquitetura e Urbanismo – Teia – da mesma instituição em participar inicialmente da campanha de divulgação da Caminhada Jane’s Walk, já que a Agência Experimental é responsável pelas contas dos clientes internos, ou seja, das demandas dos próprios cursos. O que seria apenas mais um trabalho da agência acabou tornando-se parte do Projeto de extensão da autora intitulado “Publicidade social, cultura e sustentabilidade comunitária”.

O referencial teórico da pesquisa em andamento parte da práxis da publicidade social (SILVA, 2005; 2018) que permeará o desenvolvimento do projeto de extensão, mas não se encerrará nele, pois partimos do pressuposto da teoria fundamentada em dados (GLASER; STRAUSS, 1967). Todavia, para o recorte apresentado neste trabalho, o foco recai sobre os procedimentos metodológicos empregados durante a Caminhada Jane’s Walk, ou seja, o referencial teórico da publicidade social, as técnicas da observação participante (PERUZZO, 2003) e a própria metodologia das conversas livres e autônomas preconizadas por Jane Jacobs.

Assim sendo, refletindo sobre o direito à cidade e a participação social nos espaços públicos sediamos no mês de maio de 2022 a Caminhada Jane’s Walk. O objetivo das caminhadas bem como de nossa participação neste evento foi a construção de relações sociais e a integração entre universidade e comunidade; além disso, proporcionar o direito à cidade e as múltiplas conversas e olhares que podem ser produzidas durante e após o evento. Nesse aspecto entendemos que a publicidade social pode nos ajudar a construir espaços de diálogo e construção de novas perspectivas comunitaristas mediante o direito à cidade e as intervenções urbanas, sonoras e visuais nela produzidas.

Na primeira parte do artigo apresentamos de forma sumária o Movimento Jane’s Walk e os seus objetivos. Na segunda parte abordamos a nossa participação durante a Caminhada realizada no dia 06 de maio de 2022 no Município de Nova Friburgo – RJ. Na qual observamos como os membros da comunidade se relacionavam com as paisagens sonoras, audiovisuais, bem como as conversas aleatórias surgidas na caminhada. Já na terceira parte do presente trabalho esboçamos parte dos resultados obtidos na caminhada com o intuito de elaborar em conjunto com a comunidade, possibilidades de intervenções no espaço urbano que contemplem as paisagens sonoras, audiovisuais bem como a ocupação da comunidade como um direito a cidade e à cidadania, para tanto, escutamos

---

as demandas de vários moradores bem como da representatividade da associação de moradores da comunidade Rui Sanglard.

### **Jane's Walk**

O Jane's Walk é um festival anual de conversas itinerantes, livres e gratuitas conduzidas pela comunidade, inspiradas em Jane Butzner Jacobs. No primeiro fim de semana de maio de cada ano desde 2007, os festivais Jane's Walk acontecem em centenas de cidades ao redor do mundo. Além da caminhada ao ar livre ocorre a transmissão simultânea de evento nas redes sociais digitais. Jane's Walks incentiva as pessoas a compartilhar histórias sobre seus bairros, descobrir aspectos invisíveis de suas comunidades e usar a caminhada como uma forma de se conectar com seus vizinhos. Mas de fato, quem foi Jane Jacobs? Jane Butzner Jacobs nasceu no ano de 1916 numa pequena cidade da Pensilvânia, e se mudou para Nova York com a irmã em 1935, durante a Grande Depressão - conhecida também como crise de 1929 - a maior crise do capitalismo financeira da história dos Estados Unidos.

Depois de formar-se em ciências políticas e economia na Universidade de Columbia, ela começou a escrever para vários meios de comunicação, e foi com uma matéria da revista *Iron Age*, sobre o enfraquecimento econômico da sua cidade natal, Scranton, na Pensilvânia, que ela percebeu o poder de sua voz. Jane Jacobs foi uma jornalista autodidata e também reconhecida como uma grande teórica do urbanismo. No ano de 1944, casou-se e teve dois filhos, James e Ned, e uma filha, Burgin, com o arquiteto Robert Hyde Jacobs Jr. Talvez, essa estreita relação com o marido tenha despertado ainda mais o ativismo de Jane Jacobs na crítica das práticas de renovação do espaço público na década de 1950 nos Estados Unidos.

No ano de 1968 Jane Jacobs tornou-se cidadã canadense, após mudar-se para Toronto, temendo que seus filhos fossem convocados para a guerra do Vietnã. A ativista também tinha grande preocupação com o destino dos bairros das grandes cidades, que a partir dos anos 50 começaram a ser ameaçados por operações de reurbanização e rodovias que demoliam não apenas casas, mas também o modo de vida das pessoas. E em defesa do “balé das calçadas” e dos “olhos na rua”, conceitos importantes preconizados por Jacobs, ela passou a promover manifestações públicas, e por conta disso, foi presa mais de uma vez nos anos de 1950 e 1960.

---

Falar em cidades mais humanizadas, um nome de referência é o de Jane Jacobs. A jornalista estadunidense foi pioneira na proposição de alternativas ao modelo vigente de cidades nos Estados Unidos ao questionar o culto ao automóvel, o desenvolvimento de subúrbios com casas individuais afastados do centro da cidade e lutou pela formação de centros urbanos mais próximos e acessíveis para as pessoas. Sua obra mais conhecida, *Morte e Vida nas Grandes Cidades* (2011), provocou debates dentro e fora do meio acadêmico sobre a relação das pessoas com os espaços públicos. Segundo Jacobs (2011) é justamente a partir de uma perspectiva mais ampla de cidade que os arquitetos e urbanistas podem influenciar questões como segurança, relações sociais, qualidade de vida, sustentabilidade e mobilidade. Conforme Jacobs, compreender a sociedade, seus hábitos, relações e atividades é extremamente necessário para ter bons resultados na mudança de espaços urbanos. Segundo a autora não se pode ficar restrito aos aspectos técnicos da profissão sem buscar uma formação mais integrada ou aplicar modelos genéricos sem levar em consideração as particularidades de cada lugar.

A primeira é a desvinculação dos espaços públicos e privados, que acontece com a criação de regiões segregadas dentro da cidade – como no caso dos condomínios fechados – e também pela escala das edificações, que reduz o contato físico e visual entre o prédio e a rua – como no caso das torres com a base de fachada cega das garagens. A segunda é o que pode ser chamado de “urbanismo de cenário”. Trata-se dos processos de espetacularização (Debord, 1997, [1967]) do patrimônio histórico e cultural visando um público distinto, notadamente sem vínculos efetivos e afetivos com o local. Nesse aspecto, parece oportuno retomar as concepções teóricas de Debord ao apontar a Sociedade do Espetáculo, em outras palavras, a espetacularização, como a síntese de uma crítica ao modo de produção capitalista contemporâneo, sobretudo, relacionando a origem da sociedade espetacular ao momento em que a forma-mercadoria penetra em todos os setores da vida social.

Debord apresenta as modernas condições de produção, ou seja, do capitalismo industrial como fonte do espetáculo, na medida em que passa a ocorrer uma alteração na relação dos seres humanos com o tempo e com o espaço. Particularmente é o que pode ser percebido em muitas comunidades que estão marginalizadas e à parte dos centros urbanos, como se representassem um refúgio humano, ou lixo humano, nas palavras de Bauman (1998). A produção de mercadorias de modo industrial inicia o processo de

---

separação entre o homem e suas reais necessidades, o que Debord (1997 [1967]) aponta como a condição fundamental para a criação do espetáculo.

Ainda nessa linha de raciocínio, segundo Bauman (1999, p.7) ser local num mundo globalizado é sinal de privação e degradação social. Parafraseando o autor, os desconfortos da existência localizada compõem-se do fato de que, com os espaços públicos removidos para além do alcance da vida localizada, as localidades estão perdendo a capacidade de gerar e negociar sentidos e se tornam cada vez mais dependentes de ações que dão e interpretam sentidos, ações que elas não controlam — chega dos sonhos e consolos comunitaristas dos intelectuais globalizados (BAUMAN, 1999, p.7), tal assertiva nos remete a luta e engajamento de Jane Jacobs pelo direito à cidade.

Não obstante, na obra *Globalização: as consequências humanas* Bauman (1999, p. 113) discute sobre o confinamento relacionado às prisões. O confinamento, ao qual se refere é espacial, já que o encarceramento sob variados graus de severidade e rigor, “tem sido em todas as épocas o método primordial de lidar com setores inassimiláveis e problemáticos da população, difíceis de controlar” (BAUMAN, 1999, p.113). Todavia, nos apropriamos de suas asserções para falar do confinamento dos sujeitos sociais que estão à margem da sociedade devido suas escassas condições de sobrevivência, e acabam, se confinando, se aglomerando nas periferias, como é o caso da comunidade Rui Sanglard.

Os escravos eram confinados às senzalas. Também eram isolados os leprosos, os loucos e os de etnia ou religião diversas das predominantes. Quando tinham permissão de andar fora das áreas a eles destinadas, eram obrigados a levar sinais do seu isolamento para que todos soubessem que pertenciam a outro espaço. A separação espacial que produz um confinamento forçado tem sido ao longo dos séculos uma forma quase visceral e instintiva de reagir a toda diferença e particularmente à diferença que não podia ser acomodada nem se desejava acomodar na rede habitual das relações sociais. O significado mais profundo da separação espacial era a proibição ou suspensão da comunicação e, portanto, a perpetuação forçada do isolamento (BAUMAN, 1999, p.113).

O isolamento para Bauman (1999) é a função essencial da separação espacial. O isolamento reduz, diminui e comprime a visão do outro. Em outras palavras, as qualidades e circunstâncias individuais que tendem a se tornar bem visíveis graças à experiência acumulada do relacionamento diário raramente são vistas quando o intercâmbio define

ou é proibido. Assim sendo, a caracterização toma então o lugar da intimidade pessoal e as categorias legais que visam a subjugar a disparidade e permitir que seja desconsiderada tornam irrelevante a singularidade das pessoas e dos casos.

O outro, segundo Bauman (1999) lançado numa condição de forçada estranheza, guardada e cultivada pelas fronteiras espaciais estritamente vigiadas, mantido a distância e impedido de ter um acesso comunicativo regular ou esporádico — é além disso mantido na categoria de estranho, efetivamente despojado da singularidade individual, pessoal, a única coisa que poderia impedir a estereotipagem e assim contrabalançar ou mitigar o impacto subjugador da lei — também da lei criminal (Bauman, 1999, p. 115-116).

### **Publicidade social e Jane´s Walk em Nova Friburgo**

A utilização da publicidade social já vigora entre muitos movimentos e grupos organizados, que notadamente, utilizam-se das ferramentas, mas sem necessariamente nomeá-las. “Embora as técnicas de publicidade e propaganda sejam direcionadas para o mercado, isto não significa que estas ferramentas não possam ser utilizadas na comunicação popular, de maneira que sejam adaptadas e transformados numa publicidade social” (SILVA, 2005, p.3-4). E não há nenhum problema nisso, quando a publicidade é incluída para a auto sustentação do movimento, para o desenvolvimento local, ou seja, a sustentabilidade comunitária e particularmente para gerir a sua comunicação.

Em outro texto (Silva; Fuser, 2018) pontuamos que a publicidade social pode ser utilizada para difundir ideias, produtos e serviços, principalmente ao ser utilizada como uma ferramenta comunitária. Em nosso entendimento quatro perguntas básicas são necessárias para fundamentar uma publicidade social: Quem somos? Em que acreditamos? Como queremos que nos vejam? O que fazemos?

A seguir elencamos também seis importantes categorias iniciais para o desenvolvimento deste tipo de publicidade. São elas: comunidade; vínculo; marca; organização; território e negócio social. Estas categorias apresentadas podem atuar em conjunto, ou isoladamente, isso vai depender do nível de organização de determinado movimento e/ou comunidade. A publicidade social utilizada como uma ferramenta comunicacional comunitária pode auxiliar no desenvolvimento autossustentável de um meio comunitário dentro de uma comunidade, por exemplo. Pode contribuir com a geração de vínculos entre os membros de uma comunidade ao criarem, por exemplo, uma

---

marca do local. E, assim, podem promover os produtos desenvolvidos pelos moradores e fomentar a circulação do dinheiro na comunidade.

Outro ponto é que a publicidade social pode contribuir com a organização da comunidade em termos de desenvolvimento local, de cuidado com os bens públicos gerenciados pelo coletivo. Outra perspectiva importante é a noção de território que pode ser resgatada, tanto o físico quanto o simbólico, no qual o sujeito passa a se perceber e a ser percebido dentro daquele local como sujeito de sua história, e assim, passa a valorizá-lo. Por último, mas não menos importante é a noção de negócio social formado pelo coletivo. A publicidade pode ajudar na divulgação dos produtos e na construção de marcas que expressam o valor ou valores daquela localidade, e conforme mencionado existe a geração de riqueza que vai circular dentro da comunidade.

Apesar do quesito financeiro e de autossustentação dos meios comunitários ser um complicador para a continuidade de seus trabalhos, existem muitos aspectos positivos na prática comunicacional dos movimentos (PERUZZO, 2004): diversificação dos instrumentos, apropriação de meios e técnicas, conquista de espaços, conteúdo crítico, autonomia institucional, articulação da cultura, elaboração de valores, formação das identidades, mentalidade de serviço, preservação da memória, democratização dos meios, conquista da cidadania. Nesse sentido, concordamos com a pesquisadora quando afirma que a comunicação dos movimentos representa um campo rico em significação em termos políticos e culturais.

Pensando na apropriação das ferramentas comunicacionais com base na publicidade social a Agência Experimental de Publicidade e Propaganda – Sapiens – da Universidade Estácio de Sá, campus de Nova Friburgo firmou uma parceria com o Escritório Modelo de Arquitetura – Teia –, do mesmo campus com o intuito inicialmente de cuidar da divulgação e da cobertura do evento realizado no dia 06 de maio de 2022 em Nova Friburgo. Nesse sentido, o objetivo da Sapiens era fomentar a participação nas atividades de extensão da Teia para promover o acesso às paisagens urbanas, visuais e sonoras dos discentes e principalmente da comunidade Rui Sanglard no entorno da cidade.

No entanto, refletindo sobre o direito à cidade e a participação social nos espaços públicos a partir do trabalho coletivo desenvolvido pelo Teia, pela Associação de Moradores da comunidade Rui Sanglard e pela Sapiens e também do nosso Projeto de Extensão em andamento “Publicidade social, cultura e sustentabilidade comunitária”

---

decidimos ir além da divulgação e cobertura do evento. O objetivo da caminhada realizada bem como de nossa participação foi a busca da construção de relações sociais e a integração entre universidade e comunidade; discutimos sobre o direito à cidade e, principalmente, vivenciamos as múltiplas conversas e olhares entre a vizinhança que puderam ser produzidos durante a caminhada, como veremos mais adiante.

### **Observação participante na Caminhada Jane´s Walk**

Aproximadamente 100 pessoas participaram do evento, desde os moradores, às lideranças comunitárias e as crianças, bem como a imprensa local e a Universidade Estácio de Sá representada por docentes, discentes e os laboratórios supracitados. Notadamente, o bairro Rui Sanglard possui um alto índice de criminalidade, falta recursos básicos, como saneamento básico, escassez de água e espaços de lazer que possam ser ocupados e compartilhados pelas crianças e demais moradores. Assim como muitas comunidades localizadas no estado do Rio de Janeiro, esta é a representação do descaso do poder público. O bairro Rui Sanglard está localizado na região serrana, no município de Nova Friburgo e desde a tragédia ocorrida no ano de 2011 vem sofrendo inúmeros problemas sanitários, econômicos e sociais.

A escolha pela Comunidade Rui Sanglard se deu em virtude do Teia - Escritório Modelo do curso de Arquitetura e Urbanismo da Universidade Estácio de Sá – estar desenvolvendo um projeto arquitetônico e paisagístico, sem fins lucrativos, que compreende a área de lazer com quadra poliesportiva e academia ao ar livre para a Comunidade Rui Sanglard.

De acordo com Peruzzo (2003, p. 9) a pesquisa participante se define como aquela baseada na interação ativa entre pesquisador e grupo pesquisado e, principalmente, na conjugação da investigação com os processos mais amplo de ação social e de apropriação coletiva do conhecimento, com a finalidade de transformar o povo em sujeito político. Todavia, a observação participante é uma modalidade de pesquisa participante e possui algumas características das quais pinçamos duas para elucidar a nossa investigação.

A primeira característica diz respeito ao comportamento do pesquisador durante a pesquisa, ou seja, ele se insere, participa de todas atividades do grupo pesquisado, ou seja, ele acompanha e vive (com maior ou menor intensidade) a situação concreta que abriga o objeto de sua investigação. Porém, o investigador não “se confunde”, ou não se deixa



passar por membro do grupo. Seu papel é de observador. Exceto em situação extrema, em que o pesquisador, por opção metodológica, decide deixar-se passar por membro do grupo, acreditando ser a melhor forma de poder captar as reais condições e sentimentos do investigado (PERUZZO, 2003, p. 10).

A segunda característica diz respeito a autonomia do pesquisador. A comunidade ou qualquer elemento do ambiente, não interfere na pesquisa, do ponto de vista da formulação dos objetivos e demais fases do projeto, nem sobre o tipo de informações registradas e interpretações dadas ao observado (PERUZZO, 2003, p. 11).

Apesar da segunda característica da observação participante apontar por uma formulação de objetivos por parte do pesquisador buscamos durante a caminhada um olhar atento, mas ao mesmo tempo disperso em relação a uma busca por um objeto de pesquisa específico, pois compreendemos que a própria caminhada apontaria para uma cartografia comunicacional (SILVA, 2013) da comunidade. Tendo em vista, talvez, uma pesquisa-ação, caso sentíssemos alguma inclinação por parte da comunidade.

Então, seguimos a metodologia preconizada pelas caminhadas que precisam ser conduzidas a partir de conversas livres, autônomas e independentes. Assim o fizemos, e fomos aos poucos entendendo as necessidades mais urgentes daqueles sujeitos sociais. No que tange a publicidade social tentamos captar como a agência poderia intervir e ajudar na sustentabilidade comunitária e cultural daqueles moradores. No entanto, apenas observamos e seguimos da caminhada, ora conversando e escutando um, outra conversando e escutando outro, sem intervenções.

Figura 1- Caminhada Jane's Walk Nova Friburgo



Durante a caminhada Ecléa Morais, coordenadora do Teia – EMAU - Unesa/NF, afirmou que o projeto pretende atingir os 6.000 moradores da comunidade. Ainda segundo Morais (2022):

As caminhadas de Jane's Walk aproximam a universidade da vida cotidiana e urbana das comunidades inspirando um olhar que acontece através da alteridade, da escuta e principalmente da troca com a comunidade, buscando espaços mais democráticos e afetivos.

Já a professora Alícia Romero, doutora em Urbanismo UFRJ e coordenadora do curso de Arquitetura e Urbanismo da Unesa explica a importância dessa experiência *in loco* para os trabalhos de pesquisa:

Ao se fazer um estudo, muitas vezes nos baseamos em fotografias, livros e vídeos. Esses recursos, embora importantes, filtram experiências naturais essenciais como os cheiros, a temperatura, a umidade, a textura do solo, a brisa. Estas informações ficam veladas pela ferramenta de registro. Para uma apropriação adequada próxima de um coletivo humano, uma comunidade, é fundamental uma observação próxima um contato de pele e de todas essas nuances que as nossas ferramentas supermodernas não conseguem captar.

Os organizadores da caminhada bem como a comunidade tiveram como inspiração uma das célebres afirmações de Jacobs (2011, p. 64) “as pessoas devem assumir um pouquinho de responsabilidade pública pelas outras, mesmo que não tenham relações com elas”. Destarte, o texto segue afirmando que se trata de uma lição que ninguém aprende por lhe ensinarem, mas devido a experiência vivenciada. “Aprende-se a partir da experiência de outras pessoas sem laços de parentesco ou de amizade íntima ou responsabilidade formal para com você. (JACOBS, 2011, p. 64) Jacobs ao trazer essa reflexão está especificamente fazendo referência às crianças, ou seja, de como elas de alguma forma lidam e se apropriam do espaço público, sendo interpeladas ou não por um outro que muitas vezes não tem responsabilidade formal para com elas. De fato, o que

---

fica é a experiência do compartilhamento, da alteridade, do por em comum (SILVA, 2013) espaços dialógicos de convivência.

A oportunidade (que na vida moderna se tornou um privilégio) de brincar e crescer num mundo cotidiano composto tanto de homens como de mulheres é possível e comum para crianças que brincam em calçadas diversificadas cheias de vida. Não consigo entender por que essa situação deva ser desencorajada pelo planejamento urbano e pelo zoneamento. Ao contrário, deveria ser induzida a partir da análise das condições que estimulam a mescla e a mistura do trabalho e do comércio com as residências.

A assertiva acima vai de encontro as falas geradas na caminhada. Muitos caminhantes contemplavam a vasta área verde e a visão panorâmica que a comunidade proporcionava, já que a maioria dos bairros do município estão localizados em colinas.

Willian Chagas presidente da Associação de moradores da comunidade Rui Sanglard falou um pouco sobre as dificuldades que o bairro enfrenta, mas também fez questão de frisar que a comunidade sempre se organiza para ajudar aqueles que apresentam dificuldades; comentou sobre um projeto de educacional que possuem há alguns anos possibilitando o reforço escolar para as crianças, além de ofertar refeições, já que muitas fazem apenas uma refeição por dia, no turno escolar. Além disso, Chagas também pontuou a importante participação do Centro Socialista<sup>3</sup> no cotidiano dos moradores de Rui Sanglard.

Em uma outra conversa Tatiana Ramalho, publicitária, aluna de jornalismo e técnica do Núcleo de Comunicação da Unesa que estava presente fazendo a cobertura do evento comentou que se sentiu muito acolhida pela comunidade, pois eles faziam questão de mostrar cada canto, cada lugar. E destaca o fato de ter descoberto naquele momento que a comunidade não é apenas marcada pelo tráfico, mas por projetos sociais que contribuem com o reforço escolar e alimentar de muitas crianças.

Nesse aspecto, a partir dos resultados iniciais obtidos durante a caminhada, por meio das conversas livres e autônomas sobre, pela e para a comunidade, conjecturamos que a publicidade social pode ajudar a construir esses espaços de diálogos contínuos e a construção de perspectivas mediante o direito à cidade e as intervenções urbanas, sonoras

---

<sup>3</sup> <https://www.centrosocialista.org/>

---

e visuais nela produzidas, e principalmente, de sustentabilidade comunitária com a apropriação dos próprios espaços da comunidade Rui Sanglard.

Após o evento decidimos entrar em contato com o presidente da Associação de Moradores da comunidade Rui Sanglard para que nos concedesse uma entrevista para contar sobre sua experiência em ter recebido junto com a sua comunidade a Caminhada Jane's Walk, e singularmente, para nos colocarmos à disposição para que juntos pudessemos desenvolver um trabalho coletivo que contemplasse o Projeto de Extensão Publicidade Social, cultura e sustentabilidade comunitária. Foi nesse momento que tivemos a oportunidade de explanar os objetivos da pesquisa e perguntar se inicialmente eles teriam interesse.

Conversamos muito sobre a comunidade, sobre a associação de moradores, sobre o Centro Socialista, sobre as necessidades comunicacionais e sobre os projetos sociais que estão em andamento. Naquele instante pudemos nos posicionar e demonstrar nosso interesse em realizar uma pesquisa-ação para o empoderamento da comunidade. Até o fechamento deste trabalho ficamos acordados que de o presidente levaria a proposta para a comunidade e que em breve já agendaria uma nova reunião para que outras lideranças e moradores pudessem participar e falar de suas demandas.

## **Conclusão**

Como vimos a publicidade social pode ser utilizada para difundir ideias, produtos e serviços, principalmente ao ser utilizada como uma ferramenta comunitária. Em nosso entendimento quatro perguntas básicas são necessárias para fundamentar uma publicidade social: Quem somos? Em que acreditamos? Como queremos que nos vejam? O que fazemos? Nesse sentido, percebemos o quão importante é a presença da universidade dentro de espaços comunitários, para de fato extrapolar os muros de uma suposta cientificidade e colocar na prática, docentes e discentes, o que discutem em termos teóricos, de pesquisa etc. Uma das maneiras mais sustentáveis de promover a cidadania é chegando perto e escutando as demandas daqueles que precisam, por meio de caminhadas livres, independentes e autônomas. Seguindo o grande legado que Jane Jacobs nos deixou.

---

Precisamos discutir o acesso e o direito às cidades mais humanizadas. Jacobs foi pioneira na proposição de alternativas ao modelo vigente de cidades nos Estados Unidos ao questionar o culto ao automóvel, o desenvolvimento de subúrbios com casas individuais afastados do centro da cidade e lutou pela formação de centros urbanos mais próximos e acessíveis para as pessoas, como vimos no decorrer do texto. E nós, como cientistas, acadêmicos o que estamos fazendo para potencializar por meio dos processos comunicacionais uma cidade mais humana, mais digna, mais acessível? Acreditamos que a nova abordagem proposta a partir dos estudos da comunicação comunitária, alternativa e popular, ou seja, a publicidade social, pode sim contribuir com a sustentabilidade comunitária e com o uso dos espaços públicos de uma maneira mais orgânica, sensível, acessível e que promova a experiência do por em comum.

## REFERÊNCIAS

BAUMAN, Zygmunt. **Globalização: as consequências humanas**. Rio de Janeiro: Zahar, 1999.

BAUMAN, Zygmunt. **O Mal-estar da pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Zahar, 1998.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo: Comentários sobre a sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Ed. Contraponto, 1997.

GLASER, Barney G; STRAUSS, Anselm L. **The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research**. New York: Aldine, 1967.

JACOBS, Jane. **Morte e Vida nas Grandes Cidades**. São Paulo: WMF, 2011.

PERUZZO, Cicilia M. K. **Da observação participante à pesquisa-ação em comunicação: pressupostos epistemológicos e metodológicos**. INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – BH/MG – 2 a 6 Set 2003. Disponível em [http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2003/www/pdf/2003\\_coloquio\\_peruzzo.pdf](http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2003/www/pdf/2003_coloquio_peruzzo.pdf).

PERUZZO, Cicilia M. Krohling. **Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania**. 3ª ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2004. 342p.

SILVA, Suelen de Aguiar. **Formação e informação do MST: comunicação e cidadania como expressão coletiva de organização**. Rio de Janeiro: Universidade Estácio de Sá, 2005. (Monografia – Comunicação Social: Publicidade).

SILVA, Suelen de Aguiar. **Comunicação, movimentos sociais e redes: por um projeto biopolítico e comunitário da multidão**. Tese (Doutorado em Comunicação Social) --



---

Escola de Comunicação, Educação e Humanidades da Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2018.