

# **Projeto Amazocom:** o desenvolvimento participativo com base na comunicação

Antônio Luiz Oliveira Heberle<sup>1</sup>

Selma Beltrão<sup>2</sup>

## **Contexto de trabalho do Amazocom nos territórios**

O trabalho de campo com as ferramentas da comunicação nos leva a focalizar as pessoas em suas rotinas, conforme nos mostram autores consagrados nesta área do conhecimento, das chamadas teorias da recepção. Eliseo Verón (2008), o presidente de honra do Ciseco, costumava dizer que: “precisamos estudar recepção para avançar nos estudos da comunicação”. Verón concorda com outros estudiosos que também apontam a recepção como o campo desafiador para os pesquisadores em comunicação. Entre eles podemos citar Néstor G. Canclini, Martín Barbero e Guillermo Orozco. Eles trazem aportes animadores

---

1 Pesquisador da Embrapa, antonio.heberle@embrapa.br. Embrapa Café

2 Analista da Embrapa, selma.beltrao@embrapa.br. SIN- Embrapa Sede

dos estudos culturais e, também, dos estudos qualitativos das audiências, como a recepção ativa.

A recepção força o olhar do pesquisador para o realismo do mundo e, também, para a análise do que se passa na esfera das mídias. A recepção é destaque nos estudos de Verón quando trata das gramáticas de produção e de reconhecimento. Porém, é possível pensar algo para além da dialogia emissão-recepção. Observamos que a recepção nos conduz apenas ao processo linear da comunicação midiática e não necessariamente às práticas de comunicação social nos territórios.

Para isso temos que avaliar os conceitos de comunicação alternativa, popular, de movimentos sociais e etno-participação. Há uma comunicação regional, territorial, comunitária, das pessoas que precisamos estudar. Comunicação na/da estrutura cultural na vida cotidiana. Para percebê-la em sua dinâmica é preciso sair da academia para vê-la ativa. Analisa-se pouco os processos de democratização e de sociabilidade da comunicação.

Então, de qual comunicação estamos falando? Falamos da comunicação centrada nos sujeitos, na participação que pode ajudar na diagnose do que se faz no lugar; que recupera a necessidade dos afetos; que valoriza o lugar, as culturas e o sustento; que ajuda na promoção do território; que fortalece a aliança comunitária, as formas de interação e articulação social.

A comunicação na articulação social nos faz pensá-la como um comportamento social inovador porque se relaciona às condições locais e territoriais de produção, onde a comunidade interage dentro e fora e, para tanto, utiliza meios comunitários disponíveis, diante das suas necessidades. A ideia de participação se adequa à resistência, mais do que modificação de rela-

ções de poder, porque envolve distintos níveis (família, comunidade, sociedade, mídia).

Um dos principais desafios, neste sentido, é a definição dos problemas com a comunidade, porque requer habilidade para compreender lógicas e espaços sócio-culturais. Torna-se importante considerar quem é afetado ou está envolvido no processo da comunicação local, partindo para uma análise coletiva e democrática da situação. Será preciso agir problematizando o processo dialógico e dialético dos agentes externos à comunidade para evitar a sua aculturação. Como rotina é necessário definir problemas sociais, analisar processos comunicacionais no território e envolver a comunidade, os atores dos seus diagnósticos. São eles que disputam significados e negociam acordos e, para eles, deve-se garantir a opinião, proporcionar a inclusão e o diálogo, para aceitar a diversidade e cultivar a tolerância.

No Fundo Amazônia, o Amazocom é o projeto que aporta a comunicação e a interação social como conceitos centrais, aplicáveis e funcionais. O Amazocom procura realizar a filosofia TTICC (Transferência de Tecnologia, Intercâmbio e Construção do Conhecimento e Comunicação) e essa prática é que busca sintonizar com as realidades locais, num esforço contínuo para garantir a participação em todos os ciclos.

Para propiciar um clima favorável à participação, é preciso ter alguns pontos de partida, condições para que se processe num determinado território a comunicação dos seus agentes. Será necessário introduzir a comunicação como vertente analítica nos projetos e isso foi feito como orientação a todos os 19 projetos interligados no Projeto Integrado da Amazônia. Também é preciso compreender os fluxos de interação com os povos e comunidades tradicionais (PCTs) na Amazônia; fortalecer as noções de interação com as equipes de comunicação das unida-

des de pesquisa da Embrapa na Amazônia; cumprir os compromissos de TTICC no Fundo Amazônia; ajustar noções para não perder a oportunidade e aportar conceitos junto às lideranças dos projetos e comunicadores.

Podemos falar, a partir de princípios como esses, numa **epistemologia do desenvolvimento participativo por meio da comunicação**. Isso não parecerá estranho para quem compreende razoavelmente a sociologia moderna. Ela mostra que é da organização social que se pode chegar às mudanças mais significativas, como diz Pierre Bourdieu (1983). Ou seja, modelos positivistas, de estímulo-resposta, tendem a não funcionar a longo prazo. O mais famoso teórico do “difusionismo” e da “transferência” de tecnologias, Everett Rogers (1995), se revê para dizer que os modelos positivistas de ação nas áreas rurais podem não funcionar em culturas e situações diferentes das inicialmente por ele imaginadas quando desenvolveu a sua teoria.

Nem sempre captamos exatamente o que precisa ser feito e, por isso, é comum teóricos implantarem suas teorias sem analisar a realidade local. Transplantar teorias e ações acopladas a elas para outros territórios, geralmente, não funciona ou apresenta problemas de adequação. Além disso, nem sempre as pessoas sabem dizer o que querem e é necessário sensibilidade para compreendê-las.

Recorremos à etnometodologia de Harold Garfinkel (descrita por COULON, 1995), para compreender que a realidade é socialmente construída e se desenvolve nas vivências cotidianas de cada sujeito social, de tal forma que podemos compreender apenas alguns traços das construções sociais que permeiam toda a interação. Permite-nos compreender também que há formas psíquicas de resistência às possíveis mudanças sociais. A psicologia mostra que há forte tendência para a estabilização

comportamental e a justificação para tudo, de acordo com a teoria da consonância cognitiva de Leon Festinger (1957). Ou seja, na comunicação é bastante improvável se imaginarmos que as pessoas vão adotar um certo comportamento a partir de uma fonte emissora qualquer.

Para além da transferência, cultura, organização social, econômica, política e principalmente o meio influi a todo tempo, de tal forma que a mudança de atitudes é uma variável que não pode ser controlada, pois a percepção é livre, como nos mostra o semioticista Charles Sanders Peirce (Heberlê, 2006). Peirce nos ensina que não se leva os sentidos, mesmo sendo muito eficiente na ação de comunicação. Depende do que e como chegam as coisas à mente das pessoas e tudo pode acontecer, inclusive, nada.

Por isso, fugimos da tradicional “corrida de bastão”, quando se fala de “transferência de tecnologia”. Acontece que as instituições de pesquisa e desenvolvimento (P&D) são medidas pelo volume de nova informação científica gerada e pesquisadores avaliados pelo impacto na comunidade científica. Cria-se um ranking e as instâncias de “transferência” são compelidas a fazer a “difusão” dos resultados, se possível massivamente, e tudo se passa como se a informação abundante pudesse mudar a situação. Aprendemos com as comunidades que isso não é verdade, pois é necessária muita comunicação (e não somente informação) para que a situação, de forma colaborativa, possa favorecer as próprias comunidades, dado que a confiança entre os atores é um vetor condicionante.

## **A comunicação como fator de desenvolvimento**

Para contribuir com uma transformação que favoreça aos agricultores é preciso primeiro trabalhar de forma colaborativa, participativa e, por isso, fomos a campo para conhecer o contexto. Colocamo-nos como fonte articuladora e ouvimos, atentamente, as pessoas em seus locais. Descobrimos juntos os fluxos de interação e usamos metodologias participativas que possibilitaram a inclusão de outros atores, de acordo com a necessidade. Respeitamos a cultura do lugar e estimulamos a articulação dos saberes tradicionais, locais, culturais. Assim, pensamos o que pode ser feito, com as pessoas do lugar, para vencer as limitações que essas mesmas pessoas identificaram como problemáticas.

De forma geral é preciso apostar na interação e ir a campo, sabendo que é preciso se despir de conceitos e teorias prontas. Recuperar os sentidos voltados para a ação “entre”; valorizar as trocas de conhecimentos; escutar a voz do outro (entendidos como parceiros); agir com, mais do que fazer para; observar as mudanças do entorno; incluir atores, mesmo os imprevisíveis e ter como indicadores de sucesso o desenvolvimento integral das comunidades. São esses os fatores condicionantes para trabalhar com essa nova comunicação.

A comunicação é um processo social básico e, como tal, refere-se à interação “com” as pessoas. Nos territórios rurais é a comunicação para o desenvolvimento que sintoniza com as demandas da “realidade”; condicionante para a qualidade das possíveis ofertas tecnológicas. Não se trata de uma operação *top-down* mas *botton-up*, de baixo para cima.

A comunicação voltada para o desenvolvimento articula o conhecimento, adequando meio, mensagem e linguagem. Essa

modalidade de comunicação acompanha o processo de desenvolvimento do conhecimento e das pessoas, em todo o seu processo produtivo e valoriza contratos simbólicos. Articula e se compromete pela relação de confiança que estabelece entre os atores, pela troca de conhecimentos e a valorização dos vários “saberes”.

A comunicação comprometida com a interação e com foco no desenvolvimento identifica os interesses comuns e compromissos entre as partes que são parceiras no processo. Essa comunicação compreende que é o receptor, em reação, quem abre as portas da ação comunicativa. Por evidente, a comunicação para o desenvolvimento requer novas habilidades dos emissores que precisam ouvir mais do que falar. Os comunicadores para o desenvolvimento sabem que a mensagem não está pronta, que ela aparece em processo e é sempre adaptativa, pois as mídias e ferramentas (meios) chegam sempre depois que se tiver algo a compartilhar com a comunidade. Por isso, os comunicadores aprendem que a informação técnica é uma das variáveis e nem sempre a mais importante.

Quando se fala em desenvolvimento é comum pensar no desenvolvimento econômico ou produtivista, mas a comunicação para o desenvolvimento preconiza outro desenvolvimento das comunidades. Resgata o que elas querem, o que leva à integralidade desse conceito. Trata-se do desenvolvimento equitativo da sociedade, onde as agências de fomento são estratégicas no intercâmbio de saberes e os agentes de interação são mediadores desse processo. Cabe aos agentes fomentar o protagonismo social, ouvir com atenção as demandas por meio de metodologias apropriadas e ter claro que os indicadores de desenvolvimento são as mudanças sociais ocorridas para o bem das comunida-

des. Com isso, supera-se interesses particulares das agências e dos seus servidores.

Para atingir esse desenvolvimento, com interação, desde os interesses das pessoas, é preciso identificar adequadamente como acontece a circulação da informação nas comunidades e ter por base as culturas locais específicas (do consumo), ao contrário de pensar como uma problemática de uso de meios, instrumentos e tecnologias (da oferta).

Por isso, planejamos a interação social como estratégica no Projeto Integrado da Amazônia e a estruturamos alinhada a cada projeto. Muitos problemas de pesquisa em ciências naturais são falhos em descrever as conseqüências dos resultados para o desenvolvimento da sociedade. Quando é apenas a inovação tecnológica que se tem por meta é comum se perder o sentido prático e os fins (sociais) da pesquisa.

Do ponto de vista da comunicação normativa que fazem os comunicadores sociais, também, é preciso superar os conceitos centrais da comunicação que se faz hoje. Para tanto é necessário ir além das perguntas apresentadas por Harold Lasswell (1948) para se fazer uma comunicação eficiente: Quem? Diz o que? Através de que canal? Para quem? Com quais efeitos?

A proposta da comunicação no Projeto Amazocom propõe que os comunicadores perguntem sempre:

- para que serve essa informação tecnológica?
- quem se beneficia desse conhecimento?
- no que essa informação técnica melhora ou transforma a realidade?
- a que tipo de desenvolvimento essa técnica leva?



- como as pessoas podem acessar e usar essas informações?
- quem se responsabiliza por essas informações?

Para se chegar ao ponto de agir de forma propositiva, dentro da proposta do Projeto Amazocom, foi necessário a capacitação adequada dos comunicadores e dos agentes de interação em métodos e técnicas da sociologia do desenvolvimento. Também foi preciso internalizar os conceitos básicos de participação e epistemologia do desenvolvimento. Ou seja, não há como avançar sem introduzir temáticas sobre sociologia do desenvolvimento nas agências, como a Embrapa, e este não é um desafio simples. Porém, com paciência, articulação e soma de esforços institucionais foi possível consolidar grupos de estudos e apresentar resultados iniciais em eventos científicos, o que mostra até onde é possível chegar.

Sintetizando, para se obter resultados em termos de comunicação e de desenvolvimento é necessário respeitar e ouvir o outro, considerando-o protagonista do processo. Ter atenção, especialmente, para com os mais fragilizados no sistema que podem ter dificuldade de expressar, com originalidade, seus problemas. Para trabalhar nos territórios será necessário fazer alianças fortes, parcerias, nas quais todos saiam ganhando. Nada disso é possível sem respeitar os contratos simbólicos e, assim, fortalecer a confiança das pessoas nas instituições. Assim, é possível incluir cada vez mais os agentes e as comunidades e ampliar as possibilidades de desenvolvimento integral da sociedade.

Por isso, pode-se falar em uma **epistemologia do desenvolvimento participativo por meio da comunicação**. Porém, uma coisa é teorizar sobre esse assunto e outra é ir a campo, compreender a organização social e colaborar de alguma forma para

se chegar às mudanças mais significativas. Na sequência deste trabalho vamos acompanhar alguns exemplos de como isso pode acontecer no caso do Projeto Integrado da Amazônia, por meio da proposta adotada pelo Amazocom.

## **O Amazocom em ação nos territórios**

O projeto Amazocom atua em nove estados da Amazônia Legal, com ações de interação e comunicação que visam o engajamento das populações locais em processos de manejo florestal e redução do desmatamento. Para o alcance desse resultado, a construção de práticas de comunicação comunitária constituiu-se em fator determinante. A comunicação comunitária é aqui entendida como comunicação cidadã que debate temas de interesse da coletividade dificilmente abordados pela mídia hegemônica, dentre os quais, o direito ao exercício de expressão por todos os sujeitos envolvidos nos espaços sociais (SANTOS, 2016).

O Amazocom está estruturado em quatro planos de ação que visam: i) construção coletiva do saber (Articulação e ampliação das Minibibliotecas nos territórios priorizados de cada estado); ii) levantamento de fluxos comunicacionais a partir de oficinas de diagnose social; iii) relação com a imprensa; e iv) formação de redes de comunicadores responsáveis por promover uma comunicação vinculada às identidades e realidades de cada território, com vistas ao estímulo do desenvolvimento local e a partir de oficinas de comunicação comunitária.

Toda a metodologia participativa e os entendimentos conceituais relativos ao Amazocom foram debatidos e construídos coletivamente, com os membros do projeto, a partir de uma oficina de alinhamento que deu início às ações do Amazocom,

em setembro de 2018. A metodologia adotada nas oficinas de comunicação tem origem em outro projeto desenvolvido pela Embrapa no Semiárido brasileiro, entre 2014 e 2017, o qual promoveu ações de comunicação comunitária, participativa e para o desenvolvimento, recebendo em 2017 o certificado de Tecnologia Social da Fundação Branco do Brasil<sup>3</sup>.



**FIGURA 01. Oficina Alinhamento Amazocom, set/2018, Belém (PA)**

---

3 **Comunicação comunitária para o fortalecimento do desenvolvimento local.** Disponível em:

<https://transforma.fbb.org.br/tecnologia-social/comunicacao-comunitaria-para-o-fortalecimento-do-desenvolvimento-local>. Acesso em: 29/set/2019



Figura 2. Registro visual com resumo dos eixos que orientam projeto Amazocom – construído na Oficina de Alinhamento, set/2018, Belém (PA)

O mapeamento social sobre o potencial de interação nos territórios priorizados pelos projetos nos nove estados da Amazônia Legal busca identificar as forças que impulsionam as tomadas de decisão local e que podem ser acionadas para o atendimento das necessidades requeridas pelo projeto integrado do Fundo Amazônia. Além das instâncias formais, nas oficinas de diagnose social do projeto Amazocom – realizadas em 2019 nos territórios Sudeste do Pará e Sul de Roraima - também se trabalhou para identificar quais as instâncias não institucionalizadas - como organizações espontâneas da sociedade civil de toda ordem, como comunidades, grupos religiosos e culturas regionais são influenciadores ou

não das temáticas relativas às formas de manejo florestal e redução do desmatamento.

Valorizar e respeitar as lógicas vigentes nos processos de construção coletiva de conhecimentos e de troca de saberes é outra vertente de atuação do Amazocom. Em 2019, o projeto iniciou um processo de produção editorial coletiva junto a uma família de assentados no Sudeste do Pará, com o propósito de revelar, a partir da narrativa desse núcleo familiar – apresentada por meio de vídeo e cartilha, a relação deles com a terra onde trabalham. Incluindo como os avanços tecnológicos apresentados pela Embrapa foram recebidos e incorporados por eles na propriedade, não apenas na perspectiva de adotantes, mas principalmente de experimentadores – mostrando que, quando o saber local se associa ao científico, os próprios agricultores promovem as adaptações necessárias.



**1ª Oficina de diagnose social no sudeste paraense, Junho – 2019, Marabá – PA.**  
**Figura 3. Oficina de Diagnose Social, junho/2019, Marabá (PA)**





**Figura 4. Equipe projeto Amazocom em trabalho de Produção Editorial Coletiva com família de assentado, 2019, Marabá (PA)**

O Amazocom como um projeto de comunicação, também objetiva fortalecer a imagem institucional da instituição Embrapa e, nesse sentido, assumiu o compromisso de coordenar a criação da identidade visual do Projeto Integrado da Amazônia. O desenvolvimento dessa identidade, criada por profissionais de *designer* que compõem o projeto, também seguiu a premissa participativa que teve início com a realização de um *survey* eletrônico para coletar as principais ideias que deveriam estar presentes na criação da arte.

Os conceitos da marca foram definidos junto aos líderes dos projetos e comunicam: participação, integração e sustentabilidade. A abordagem participativa nos territórios da Amazônia é representada por mãos levantadas, simbolizando o engajamento do público-alvo no projeto. A atuação integrada é representada

por quatro mãos segurando o mapa do bioma Amazônia e a sustentabilidade é representada pelo conjunto de mãos vistas como troncos de árvores. O mapa do bioma Amazônia é representado como copas das árvores, formando a fauna e a flora que devem ser manejadas de modo sustentável.



**Figura 5. Identidade visual criada pelo projeto Amazocom para o Projeto Integrado da Amazônia - Fundo Amazônia**

As oficinas de comunicação comunitária do projeto tiveram como público rádios comunitárias, jovens da Terra Indígena Puyanawa (Acre), estudantes do Instituto Federal do Pará (Campus Marabá), técnicos de Assistência Técnica e Extensão Rural (Ater) e lideranças comunitárias em territórios priorizados pelo Projeto Integrado da Amazônia. Foram realizadas com o objetivo de constituir redes de comunicadores territoriais apoiadas no uso de mídias sociais (grupos no Facebook, Whatsapp e outros) e que possam refletir coletivamente sobre a importância da redução do desmatamento e da degradação florestal no Bioma Amazônia. De tal sorte que sejam estimulados e capacitados para produzir conteúdo contextualizado – a partir da produção de programas de rádio, vídeos, fotos, boletins e outros meios audiovisuais- que valorize ações de desenvolvimento local.

Como primeiros resultados dessas oficinas, é possível apontar o trabalho de registro em vídeo e de divulgação em redes sociais, feito pelos jovens indígenas Puyanawa de Mâncio Lima (AC), durante a edição 2019 do festival anual realizado pelo seu povo em homenagem à macaxeira. Estendendo-se, também, ao resgate, pelos estudantes do IFPA Campus Marabá, da emissora de rádio do instituto, passando a produzir, semanalmente, um programa para divulgar as ações do campus e dos assentamentos onde residem e que ficam no entorno da instituição.



**Figura 6. Jovens Puyanawa (AC) registram em vídeo o Festival da Mandioca 2019**





**Figura 7. Jovens do Instituto Federal de Marabá (PA) gravam programa para a rádio do IFPA (PA)**

## **Conclusão**

O projeto Amazocom saiu do ambiente institucional e acadêmico e foi a campo para compreender a organização social dos territórios priorizados no Projeto Integrado da Amazônia e interagir no mundo real com as comunidades, por meio de ações de intercâmbio e de comunicação, a fim de contribuir para mudanças mais significativas nesses locais. Esse trabalho somente tem sido possível em razão da atuação de uma rede formada por cerca de 50 comunicadores da Embrapa e da constituição de redes de comunicadores comunitários nos territórios onde as oficinas de diagnose social e de comunicação estão sendo promovidas.

Os resultados preliminares do Amazocom indicam que o projeto tem contribuído para que jovens, indígenas, técnicos de Ater e lideranças comunitárias compreendam seu papel de agentes de comunicação territorial e se sintam capazes de liderar processos locais de comunicação comunitária, priorizando temas contextualizados referentes ao cotidiano local e às questões de redução do desmatamento e degradação ambiental do Bioma Amazônia. Como protagonistas desse processo de comunicação e sujeitos dos espaços em que atuam, esses agentes têm produzido vídeos, fotos, boletins e programas de rádio que ajudam a dar maior visibilidade aos territórios em que habitam e, o mais importante, a partir do olhar próprio dessas comunidades.

Outro avanço que o Amazocom registra é a quebra do paradigma do intervencionismo da pesquisa nas comunidades rurais, fortalecendo o processo participativo em todas as suas ações, as quais têm qualificado a atuação da Embrapa como animadora dos processos, enquanto o protagonismo é dos atores sociais locais. O diálogo permanente entre pesquisa, extensão e agricultores tem sido estimulado e fortalecido no âmbito do projeto, melhorando a confiança das comunidades na instituição e também a imagem institucional no âmbito local e regional e, nesse sentido, podemos considerar que o projeto está alinhado e atuando com a **epistemologia do desenvolvimento participativo por meio da comunicação**.

## Referências

BOURDIEU, Pierre. **Questões de sociologia**. Trad. Jeni Vaitsman. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983.

COULON, Alain. **Etnometodologia**. Petrópolis: Vozes, 1995.

FESTINGER, Leon. (1957). **A Theory of Cognitive Dissonance**. Stanford, CA: Stanford University Press.

HEBERLE, Antonio. L. O. **Significações** - os Sentidos da Ciência no Mundo da Mídia. Pelotas-RS: Educat, 1986.

LASSWELL, Harold. The structure and function of communications in society. In: **The communications of ideas**. Bryson (org.). Nova Iorque: Editora Harper, 1948.

SANTOS, M. S. T. **Comunicação para o desenvolvimento**: redes de memórias. Recife: Editora UFRPE, 2016

ROGGERS, Everett. **Comunicação das novas ideias**: Pesquisas aplicáveis ao Brasil. 4. Ed. New York: Free Press, 1995.

VERÓN, Eliseo. Do contrato de leitura às mutações na comunicação. MELO, A. L. M.; GOBBI, M. C.; HEBERLÊ, A. L. O. (orgs). **A diáspora comunicacional que se fez Escola Latino-Americana**: as idéias de Eliseo Verón. São Bernardo do Campo: Cátedra Unesco/ Metodista; Universidade Metodista de São Paulo, 2008. p. 147-152