



## Os caminhos e desafios de empreender no mercado de comunicação da Amazônia: a experiência da Agência “divulga.”<sup>1</sup>

Abílio Dantas Cavalcante NETO<sup>2</sup>

João Batista Chaves da CUNHA<sup>3</sup>

Moisés Taate Alves SARRAF<sup>4</sup>

Raynéia Silva MACHADO<sup>5</sup>

Universidade Federal do Pará (UFPA), Belém, PA

### Resumo

Este artigo compartilha formulações e questionamentos a partir da experiência coletiva de empreender no mercado de comunicação da região Amazônica. Ao concebermos a agência “**divulga.**”, uma empresa especializada em soluções e estratégias em Comunicação Social na e para a Amazônia que tem como espinha dorsal a comunicação institucional, a divulgação científica e a educomunicação, nos propusemos a trabalhar a comunicação como interesse público, respeitando a complexidade da região Amazônica e firmando compromisso com o seu desenvolvimento. Nesta fase de implementação da agência, muitos questionamentos, necessidades e desafios surgiram, nos levando a buscar por respostas teóricas e metodológicas que fundamentem as linhas de ação da “**divulga.**” da forma mais coerente possível.

**Palavras-chave:** Amazônia; Divulgação científica; Comunicação institucional; Educomunicação

### Introdução

As páginas que seguem tem como objetivo compartilhar formulações e questionamentos sobre o fazer comunicativo na Amazônia a partir de uma experiência em andamento: a agência “**divulga.**”, oriunda de uma construção coletiva cuja premissa é trabalhar a comunicação social como interesse público, respeitando a complexidade da região Amazônica e firmando compromisso com o seu desenvolvimento.

A “**divulga.**” é uma empresa especializada em soluções e estratégias em Comunicação Social na e para a Amazônia que tem como público alvo Instituições atuantes nas áreas da Educação (ensino básico e acadêmico, público e privado) e da

---

<sup>1</sup>Trabalho apresentado no DT 7 – Comunicação, Espaço e Cidadania do XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte realizado de 01 a 03 de maio de 2014.

<sup>2</sup>Graduado do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo da Universidade Federal do Pará (UFPA), e-mail: [dantasablio3@gmail.com](mailto:dantasablio3@gmail.com)

<sup>3</sup>Graduando do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo da Universidade Federal do Pará (UFPA), e-mail: [joaocunhajor@gmail.com](mailto:joaocunhajor@gmail.com)

<sup>4</sup>Graduado do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo da Universidade Federal do Pará (UFPA), e-mail: [moises.sarraf@gmail.com](mailto:moises.sarraf@gmail.com)

<sup>5</sup>Graduanda do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Pará (UFPA), e-mail: [rayneiasmachado@gmail.com](mailto:rayneiasmachado@gmail.com)



Pesquisa científica na região. Entendemos estes dois segmentos como estratégicos para o desenvolvimento da região, além de encarar a necessidade de dar visibilidade às suas ações e projetos como um nicho de mercado a ser alcançado com compromisso social.

Para tanto, não podemos deixar de observar que o debate sobre um modelo de comunicação voltado para as instituições de ensino e pesquisa hoje na região amazônica perpassa diversos discursos e campos do conhecimento devido a grande amplitude do tema. Primeiramente, é necessário que compreendamos, quando falamos em Amazônia, que estamos diante de um território em destaque contemporaneamente não apenas pela biodiversidade aqui encontrada, mas também pela formação histórico-cultural diferenciada de outros estados brasileiros.

Segundo Bertha Becker, no livro “A urbe amazônica”, estas diferenças históricas estão centradas principalmente no fato de os estados de Grão-Pará e Maranhão, durante o período colonial, estarem ligados a processos caracterizados pela relação direta com o contexto internacional e à metrópole, portanto apartados do chamado Estado do Brasil. Este apartamento reflete-se em um desenvolvimento político-econômico particular marcado por “curtos períodos de crescimento seguidos de longos intervalos de estagnação” (Becker, 2013, p.24).

A concepção de cultura do colonizador e sua relação (ou não relação) com os saberes dos povos nativos da região também são fatores primordiais para compreendermos a sociedade que aqui se formou.

O manifesto intitulado “Amazônismo”, produzido pelo coletivo “Amazônia em Chamas” em 2013, insere-se como um interessante instrumento político nas discussões contemporâneas que visam a emancipação da região. É importante explicitarmos aqui seu caráter propositivo e abertamente comprometido com o combate às políticas neoliberais implantadas no país.

Neste trabalho, o autor Do Nascimento afirma que o projeto civilizatório trazido pelos portugueses carregava forte influência das diferenças de percepção dos mundos ocidental e oriental. Por isso, “a cruz de malta na caravela de Cabral é a mesma dos uniformes templários que saqueavam o oriente” (Donascimento, 2013, p.1).

Imbuída pelo caráter expansionista cristão, a conquista do território pelos portugueses deu-se também pelo esfacelamento cultural dos cerca de 80 milhões de



indivíduos aqui existentes, distribuídos em diversas etnias com língua própria. Por meio da palavra “índio”, tentou-se homogeneizar a população autodenominada Terena, Krahó, Kayapó, Munduruku. (Donascimento, 2013, p.1)

É a partir desses fatores que situamos as discussões em torno da agência “divulga.”. Compreendemos que este cenário pede uma concepção de comunicação social voltada especialmente a ele, o que aumenta ainda mais o desafio de propor uma agência de comunicação comprometida com seu desenvolvimento.

Cientes de tamanha peculiaridade, nesta fase de implementação da agência, muitos questionamentos, necessidades e desafios surgiram, nos levando a buscar por respostas teóricas e metodológicas que fundamentem as linhas de ação da “divulga” da forma mais coerente possível.

A seguir, compartilhamos os caminhos a que chegamos e os desafios que encontramos até então, compreendendo que este processo é mutável e pedagógico.

### **De que Amazônia estamos falando**

Ao tratarmos do campo da comunicação na Amazônia, caracterizando-o em sentido amplo, não podemos deixar de mostrar sobre qual região amazônica estamos falando, considerando sua constituição histórico-cultural e ressaltando ainda marcos que determinaram o que se conhece hoje como Amazônia. Aqui trataremos a região a partir do recorte da Amazônia Legal<sup>6</sup>, que utiliza o critério natural como determinante. Um esforço necessário para situar uma agência de comunicação criada especificamente para atuar no mercado da comunicação na região amazônica, com princípios éticos ligados à realidade regional. Assim podemos identificar as reais demandas da própria população. “Toda tentativa de análise do contexto amazônico deve considerar não só como se deu a construção desse território até hoje, como também deve perceber como a narrativa dessa construção se formou de acordo com diversas linhas de fuga agenciadas por interesses distintos (...)” (NASCIMENTO, Hugo do, 2013). Neste artigo, citamos momentos históricos essenciais à formação econômica, política, social e cultural da região, como forma de situar a agência a partir do recorte apresentado. Ressaltamos ainda que os processos históricos e os fatos listados seguem uma hierarquização por nós elaborada.

---

<sup>6</sup>Conceito elaborado com a instituição da Superintendência do Desenvolvimento da Amazônia (Sudam) em 1966, como aparato para planejamento de políticas públicas, que leva em consideração a divisão natural do bioma amazônico.



Apesar de a costa leste da América ser conhecida e reportada à Europa em 1500, no que se chama de Conquista do Novo Mundo<sup>7</sup> pelo colonizador, apenas um século depois o território norte da colônia portuguesa passou a gerar interesse à metrópole. Seguiu-se uma ocupação alastrada como estratégia de defesa contra as invasões de estrangeiros, como holandeses e franceses. Já no início do século XVII, portugueses rumaram gradativamente a Oeste, através da bacia amazônica, em busca de diversos bens, como cravo, salsaparrilha, cacau e canela, além de peixes-boi, tartarugas da Amazônia e onças pintadas (SCHIMINK, Marianne, 2012, p. 77).

Com o assentamento de missões ao longo da bacia, a Companhia de Jesus<sup>8</sup> realocou grupos de ameríndios, supervisionando suas atividades com um duplo objetivo: recrutamento de mão de obra e doutrinação religiosa. “Compelidos a se comunicar com os brancos e outros nativos na *língua geral*, ameríndios de diversas tribos foram sendo, através do tempo, tratados genericamente como ‘tapuios’” (SCHIMINK, Marianne, 2012, p. 77). A colonização da Amazônia teve consequências desastrosas, como perda da identidade de tribos inteiras e o genocídio, primeiro pela matança dos resistentes ao europeu e, depois, pelos surtos de doenças para as quais o indígena não tinha resistência natural. Com crescimento do poder da Companhia de Jesus, que já liderava milhares e se opunha à escravização do nativo, a instituição fora expulsa no período do Diretório Pombalino, na segunda metade do século XVII. Nesta tentativa de “modernização” da região, viveu-se o ápice da economia cacauceira, ciclo que, assim como períodos de prosperidade econômica, se esvaiu com poucos ganhos em longo prazo, como acumulação de capital e investimentos em educação e ciência.

A entrada do século XIX foi marcante. A província do Grão-Pará e Maranhão não se reportava ao governo central brasileiro, mas sim a Lisboa, o que perdurou até mesmo depois da Proclamação da Independência do Brasil em 1822, aderida pela província ao Norte apenas um ano depois<sup>4</sup>, tendo como base o vácuo de poder do chamado de Período Regencial<sup>5</sup>. O “abrasileiramento” do governo elevou tensões que germinaram rebeliões em todo o novo Brasil. “O mais extensivo levante foi a Cabanagem, no Pará, revolta que começou como uma disputa entre elites rivais, subsequente à independência do Brasil” (SCHIMINK, 2012, p. 81). Em 1835 e 1836,

---

<sup>7</sup>Embalados pelo expansionismo acumulado pela Retomada da península Ibérica sob domínio árabe, Espanha e Portugal se lançaram, com conhecimento técnico acumulado, em busca de riquezas, principalmente ouro e prata, Além-mar.

<sup>8</sup>Instituição criada pela congregação católica dos jesuítas para catequizar ameríndios.



porém, a Cabanagem partiu dos núcleos urbanos ao interior, com insurreições violentas dos cabanos contra senhores e patrões. A estimativa mais cautelosa é a de 30 mil mortos durante a revolta, um quarto da população do Pará. Nos mais diversos interesses, bradando por maior atenção do governo central e extravasando tensões nas bases da sociedade, a Cabanagem “deixou um vácuo no poder econômico e político na Amazônia que logo foi ocupado por uma nova elite: os comerciantes, mercadores e exportadores que surgiriam com o auge da borracha” (SCHIMINK, 2012, 81).

O ciclo econômico da borracha, que ficou conhecido pela população amazônica como *Belle Époque*<sup>9</sup>, é um período que reverbera mais intensamente no imaginário da população, sobretudo nas capitais Belém e Manaus, que mais viveram a ascensão e a queda da economia do látex, e todas as suas extravagâncias e dispêndios. É certo que muito antes do ápice deste ciclo extrativo, ocorrido na virada do século XIX para o século XX, povos tradicionais já utilizavam artesanalmente a borracha extraída na região. Mas com o processo de vulcanização aprimorado por Charles Goodyear (1839) e a introdução da navegação a vapor, “o látex tornou-se um componente essencial de toda a sorte de maquinário industrial” (CASTRO, Fábio da Fonseca, 2010, 56).

A moeda estrangeira resultante do comércio da borracha ajudou a sedimentar a industrialização da região sul do país, sobretudo no estado de São Paulo, mas esta acumulação primitiva de capital não ocorreu na Amazônia. Ascensão e queda, um *loop* vertiginoso, com dados que assustam, como um crescimento demográfico de 18 mil habitantes a 180 mil (1.200%) entre 1860 e 1920, e uma renda per capita, em 1910, de 323 dólares, decaindo a 74 dólares dez anos depois. “Aí terminava a ‘Era da Borracha’, de forma tão inesperada e rápida quanto foram vertiginosas as folhas da sua história privada” (CASTRO, Fábio Fonseca de, 2010, p. 45).

“Os efeitos do auge da borracha nos remotos assentamentos da região eram poucos, devido às peculiaridades características da economia extrativista. A maioria dos bens imóveis cujo valor, rapidamente inflacionado, desapareceu com o declínio da economia” (SCHIMINK, 2012, p.102). Os resultados foram seringueiros ainda mais pobres que no início da produção, migrando para atividades de subsistência, como caça, pesca e agricultura de várzea; os migrantes deram um toque nordestino à cultura

---

<sup>9</sup>Foi como ficou conhecido o período entre o ano 1870 até a I Guerra Mundial, quando de um frenesi das artes e do meio intelectual nas principais cidades da Europa, uma cultura cosmopolita tipicamente urbana em meio ao advento dos transportes e comunicações.



amazônica, misturando-se entre os tapuios para produzir o camponês amazônico, o chamado caboclo (*Ib., Id.*, 106). O manifesto Amazonismo limita ainda mais as consequências ao dizer que “o único vínculo positivo que nos resta do processo civilizatório modernizante (...) é a arquitetura de uma tal Belle Époque sectária e elitista, cujos ranços são fantasmas que ainda assombram a capital decadente” (NASCIMENTO, Hugo do, 2013). Por outro lado, Fábio Castro (2010) lembra que, “nos anos em que se manteve como centro do mercado mundial do látex, a cidade de Belém constitui-se uma importante experiência de modernidade”.

Aqui pontuamos a introdução da constituição cultural da região, uma vez resumida a construção histórica, apesar de todo o componente material já descrito estar vinculado à cultura da região. O retrocesso econômico, somado à resultante do rosto amazônica – na fisionomia e na cultura – ao final do ciclo da borracha, subsidiou uma complexa rede de interseções culturais no interior da região. Temos, então, dois recortes culturais: o primeiro a partir da dicotomia urbano e rural (LOUREIRO, João de Jesus Paes, 1995, p. 32) com sua correlação, e, o segundo, a partir de dois sistemas culturais entrelaçados a dois sistemas econômicos, o ciclo da borracha e a Amazônia dos grandes projetos. Por conta disso, interceptamos nossa narrativa cronológica para retomarmos à frente a Ditadura Militar.

A cultura urbana, para iniciar, é ligada às grandes e às médias cidades, de influência regional e nacional, em constante conexão com outras cidades e outros sistemas culturais, a velocidade de transformação é maior. Na zona rural, mais precisamente no universo ribeirinho, está a cultura cabocla da Amazônia, que reflete os valores mais tradicionais da vida na região, marcada pela oralidade. “Contudo, é preciso entender que a cultura do mundo ribeirinho se espalha pelo mundo urbano, assim como aquela é receptora das contribuições da cultura urbana. (*Ib., Id.*, p. 46). É nesta intersecção que o caboclo, “vivendo fora do contexto das grandes cidades”, como introduz Loureiro, falando especificamente de Belém e Manaus, “não se encontra completamente integrado à sociedade de consumo, suprimindo parte de suas necessidades cotidianas pela abundância dos rios e da floresta”. E é na imigração rumo ao urbano que ele leva sua bagagem cultural, inserindo feixes de sua cultura, traços que se interporão à cultura urbana amazônica, numa relação dialética permanente.



Com a definição daquela Amazônia resultado da *Belle Époque*, retomamos a narrativa ao último capítulo desta história, ainda em tinta fresca, escrita nestes nossos dias. Desde a ascensão da Ditadura Militar, ontem e ainda hoje se vê a Amazônia como fonte de recursos naturais, de padrão primário-exportador, sob a sombra do desenvolvimentismo, chegando à chamada Amazônia dos grandes projetos. A importância da Amazônia à ditadura apareceu na riqueza dos recursos existentes, assim como territórios com baixa densidade demográfica, que “fizeram com que a região fosse considerada um bom lugar para absorver investimentos de capital e excedente de mão de obra originários de outras partes do país” (SCHIMINK, 2010, p. 67).

Foi com esses objetivos universais a partir dos quais o regime começou a traçar suas políticas. Em duas décadas, um terço do território brasileiro passou a ser singrado pelos grandes projetos, primeiramente com a abertura de monumentais rodovias: a Belém-Brasília e a Transamazônica, ambas com o fundamento de integração econômica. Vias que foram margeadas por assentamentos a atrair trabalhadores de todo o Brasil. As consequências do segundo Plano de Integração Nacional (PIN) privilegiou o grande capital, buscando tornar a região atrativa a empresários do sul do País e do exterior, com uma série de conclusões enviesadas. As consequências são simbólicas com relação ao modo de ver a região: pequenos produtores eram vistos como ineficientes e camponeses, retrógrados; o extrativismo tradicional de indígenas e outras comunidades amazônicas era uma “forma de existência indesejada” e o conhecimento tradicional, totalmente descartado; a floresta era vista com pouco valor econômico e biológico (SCHMINK, 2010, p. 87).

O processo teve consequências importantes e dramáticas para a atual Amazônia, com impactos que se mantêm até hoje, colocando em conflito social direto antigos e novos atores, afastando todas as condições de entendimento econômico, social e cultural. “Como na América Latina, na Amazônia, o processo de modernização se deu de forma desigual, a ‘hegemonia oligárquica se apóia em divisões da sociedade que limitam sua expansão moderna’, operando uma ‘modernização com expansão restrita do mercado’ uma ‘democratização para minorias’ (...) (Canclini, 1997)” (NASCIMENTO, Hugo do, 2013).

É nesta zona de fronteira econômica, com matrizes culturais dos que já habitavam a região no período pré-colonial aos que sobreviveram à cultura do látex e



das transformações com os grandes projetos e seus migrantes de todo o Brasil, que se passa a pensar uma caracterização cultural dessa Amazônia nessas *não-fronteiras* culturais, em que cabe a metáfora de Paes Loureiro: a mistura rios amazônicos, nesse “elemento que estabelece uma divisão imprecisa semelhante ao encontro das águas”.

Lembremos que essa região é resultado do processo histórico relatado, período em que se manteve um esquema colonial. Mas em que contexto essa região, resultado de uma herança colonial, está inserida hoje? Para auxiliar, buscamos a crítica da pós-modernidade e, por conseguinte, do que é chamado de pós-colonial por Boaventura de Souza Santos. Qual o modelo buscamos para superar a herança deixada por séculos de subordinação? Para ele, “tais relações foram constituídas historicamente pelo colonialismo e o fim do colonialismo enquanto relação política não acarretou o fim do colonialismo enquanto relação social, enquanto mentalidade e forma de sociabilidade autoritária e discriminatória” (BOAVENTURA, 1995). Criado a partir da ruptura do plano de modernidade ocidental, o conceito de pós-modernidade designou, primeiramente, um novo movimento epistemológico na ciência e, com as crises do socialismo e do capitalismo, no final dos anos de 1990, expandiu-se os conceitos de pós-moderno e pós-modernidade, já não só ao científico, mas também a aspectos sociais e políticos. Considerando os crimes cometidos em função valores modernos, a reconstrução desses valores só poderia ser feita “a partir da experiência das vítimas” (Ib., Id., 1995).

A partir da crítica do modelo proposto de pós-modernidade, chamada por ele de pós-modernidade celebratória, Boaventura tipifica seu modelo como um pós-modernismo de oposição, com características como a pluralidade de projetos coletivos articulados de forma não hierárquica, ao invés da renúncia destes; utopias plurais, realistas e críticas em contraposição à celebração do fim da utopia, embasado numa proposta de emancipação social a partir do Sul – tendo o Sul como representação do sofrimento humano pela imposição da modernidade.

Propõe Boaventura saber em que medida alguns conceitos, a priori eurocêntricos, se tornaram patrimônio mundial, como direitos humanos, secularismo, cidadania, Estado, sociedade civil, esfera pública e racionalidade científica. Se tais conceitos foram usados pelo colonialismo para a destruição de culturas políticas alternativas, poderiam ser a chave para um novo paradigma? Considerando que “a





verdade é que também foram usados para resistir contra o colonialismo e outras formas de opressão”, sim. E nesse contexto e com tais desafios de uma sociedade pós-colonial na visão de Boaventura, isto é, um pós-colonialismo de oposição, em que medida pode ser o plano de fundo para a resolução dos resquícios coloniais? Sabendo-se que há colonialismo sem capitalismo, mas que não há capitalismo sem colonialismo, estamos falando de uma luta anti-capitalista? Há um panorama de hipóteses que devem ser formuladas daqui em diante e não é ir longe perpassar por tais indagações para situar a Amazônia e saber de onde deve partir qualquer que seja o ideário, política pública ou instituição – pública ou privada – em busca da superação das históricas desigualdades desta região.

### **A origem em comum e as bases de uma experiência coletiva**

Os processos de colonização da Amazônia continuam em curso, e ainda resguardam na essência as mesmas marcas do colonialismo de outrora, diferenciando-se daquelas apenas na esfera do discurso. Se observarmos as políticas mais expressivas de desenvolvimento implementadas pelos governos atuais, podemos concluir sem sombra de anacronismos que elas são uma reformulação dos modelos exploratórios pensados para a região há séculos.

O descaso com a demarcação das terras indígenas, a política energética que prevê a barragem de rios fundamentais à riqueza da biodiversidade, a implantação do novo Código Florestal apoiado por ruralistas e os incentivos para a expansão da fronteira agrícola e da indústria mineradora, em consonância com a debilidade das políticas públicas direcionadas ao homem da Amazônia, seja do meio rural ou urbano, fortalecem a dualidade “centralismo ambiental *versus* invisibilidade urbana” (STEINBRENER, 2007), engessam esse difícil quadro e geram complexos efeitos econômicos, sociais e culturais de âmbito local e global.

É esta realidade que o fazer comunicativo massificado da região espelha e, dada a posição estratégica da comunicação enquanto estrutura de poder, sustenta, sempre pesando, porém, o ponto de vista do colonizador. Os baixos índices de inclusão digital e a alta concentração oligopólica das empresas de comunicação massificada (FONSECA, 2011) observados na Amazônia validam esta afirmação.



Por outro lado, contrapondo-se a este cenário derrotista que paira sobre a região, está a resistência histórica de seus povos, presente desde os primeiros contatos entre indígenas e colonizadores, passando pelo épico movimento cabano e se consolidando hoje na construção de coletivos e movimentos do campo e da cidade cuja meta é a defesa dos povos e do território amazônico. É neste contexto ataques e resistência que surge a Agência **divulga**.

Egressos da Universidade Federal do Pará, ainda na graduação de Comunicação Social este projeto coletivo começou a ser desenhado. Se dentro de sala de aula, sob a ótica do ensino público tivemos os primeiros contatos com as discussões travadas no campo da comunicação e desenvolvemos habilidades profissionais, fora, ao construirmos o movimento estudantil de área em nome de nossa executiva nacional de estudantes (ENECOS) pudemos enxergar com mais clareza as relações de poder que formatam este campo e passamos a nos questionar sobre como essas relações se dão no território amazônico.

Reunidos no coletivo ENECOS Pará, regionalizamos as bandeiras de luta da executiva, levando discussões sobre a democratização da comunicação, o combate às opressões e a qualidade de formação aos demais cursos de comunicação do norte, participamos com uma postura bastante combativa da I Conferência estadual de comunicação e integramos as lutas de diversas pautas dos movimentos sociais como o MST e o Movimento Xingu Vivo para sempre.

Paralelamente, cada um de nós buscava sua qualificação pessoal e profissional, além de sustento financeiro, buscando nunca perder de vista a relação entre responsabilidade e comunicação social.

Estivemos distribuídos em estágios e empregos em assessorias, redações de grandes jornais, projetos de iniciação científica e de extensão, além de encabeçarmos iniciativas independentes como cineclubes e produção de outras mídias alternativas.

Depois de formados, as realidades do mercado de comunicação, com suas limitações e impedâncias, nos levaram ao seguinte questionamento: como oferecer uma contrapartida profissional e coletiva à realidade da região Amazônica e seu mercado de comunicação mantendo nossas diretrizes de responsabilidade social?



Estamos compilando esta resposta na medida em que formatamos nossa proposta de agência, cujas bases de ação apresentamos a seguir.

### **Uma contrapartida profissional à região Amazônica e seu mercado de comunicação: a Agência “divulga.”**

A Agência **divulga.** é uma empresa especializada em soluções e estratégias em Comunicação Social na e para a Amazônia que tem como público alvo instituições atuantes nas áreas da Educação (ensino básico e acadêmico, público e privado) e da Pesquisa científica na região. A estas Instituições, a **divulga.** oferece um leque abrangente de serviços que vão desde a formulação e execução de produtos multimídia até o desenvolvimento de estratégias de comunicação institucional internas e externas, sendo a Educomunicação e a Divulgação científica nossos carros-chefes. Nosso intuito é potencializar a comunicação nestas instituições para que se alcance os resultados esperados, sempre no sentido de que nossa parceria contribua para o desenvolvimento sustentável dos povos e do território Amazônico.

A **divulga.** foi concebida a partir de uma ideia coletiva de trabalhar a comunicação como interesse público, respeitando a complexidade da região Amazônica e firmando compromisso com o seu desenvolvimento. Nosso quadro profissional de jornalistas e publicitários formados pela maior universidade pública do norte do país, com vivência junto aos movimentos sociais e culturais, permitiu formulações a partir da observação de profundas lacunas no mercado de comunicação em ofertar estratégias e soluções específicas às Instituições amazônicas de educação e pesquisa científica.

Estratégias para o desenvolvimento da região, tais Instituições necessitam dar visibilidade às suas ações e projetos, além de empoderar-se da comunicação como ferramenta e estratégia. Deste modo, nossos pacotes de serviço foram pensados de forma a preencher estas lacunas de maneira sensível, eficaz e sustentável.

Se comunicação institucional, divulgação científica e educomunicação são a espinha dorsal da divulga, aqui se faz necessário explicitarmos a forma como entendemos cada um desses elementos. É sobre isso que trataremos a seguir.

### **Comunicação Institucional e Instituições de Pesquisa**

O termos comunicação institucional, comunicação organizacional e comunicação empresarial, nasceram a partir da constituição da área das relações



públicas, e costumam ser usados como sinônimos. Fruto do trabalho do jornalista americano Ivy Lee, criador do primeiro escritório de relações públicas do mundo, os termos relacionam-se a uma visão estratégica e instrumental da comunicação, intrinsecamente ligada ao sistema capitalista de produção e ao modelo taylorista. (Mato; Barros, Bernardes, Oliveira Lima, Aspectos históricos da recepção do conceito da comunicação organizacional no Brasil).

Segundo Roberto de Castro Neves, autor do livro *Comunicação Empresarial Integrada*, é possível caracterizar subáreas como “a) comunicação de marketing, para cuidar da marca, dos produtos e serviços e basicamente voltada para clientes e consumidores; b) comunicação institucional, que tratava da empresa e se dirigia principalmente para formadores de opinião e à opinião pública em geral e; c) comunicação interna, voltada pra o público interno (funcionários e familiares)” (2000, p. 30).

A incorporação destas práticas à divulgação e gestão das instituições de ensino e pesquisa ocorre também por meio da consolidação dos modos da sociedade de consumo em todos os âmbitos da vida. Acreditamos, portanto, que as estratégias citadas à cima devem ser usadas submetidas ao propósito de emancipação da sociedade e do território no qual estão inseridas e não apartadas destes interesses. Neste processo emancipatório, tal como afirma Bertha Becker, o conhecimento científico é fundamental (Becker, 2013).

### **Noções de Divulgação da Ciência**

Segundo Sarita Abagli, no artigo “Divulgação Científica: informação científica para a cidadania?”, a relação entre poder, ciência e sociedade se encontra hoje em um novo patamar em todo o mundo devido sua importância nas estruturas políticas, econômicas e culturais. Estas, obrigatoriamente, mediadas e regidas também pela lógica da comunicação de massas.

A partir dos séculos XVII e XVI ocorreu na Europa a chamada “revolução científica” que viria a por fim ao, até então, hegemônico pensamento medieval. O Humanismo e o Renascimento inauguravam novas formas de encarar o conhecimento; com ênfase em estudos da natureza física.



Os resultados desta nova postura diante do conhecimento deram origem à primeira Revolução Industrial, ocorrida no século XVIII. Discutia-se a importância da aplicação da ciência em direção ao progresso material à luz do pensamento liberal. No século XIX, as descobertas do século anterior são aprofundadas e surge a segunda Revolução Industrial.

No entanto, é possível afirmar que é no século XX que as descobertas científicas se incorporam mais diretamente ao cotidiano da vida nas cidades. “A ciência deixa de ser uma "instituição social heterodoxa" para desempenhar um papel estratégico como força produtiva e como mercadoria” (Abagli, 1996). O fenômeno da comunicação de massa surge, portanto, em consonância com uma sociedade onde a ciência exerce um papel importante na economia e na cultura.

Muitos utilizam os termos difusão e divulgação científica como sinônimos. Porém, existem diferenças. Abagli afirma que a divulgação supõe a tradução de uma linguagem específica para um entendimento geral, uma linguagem de leigos. Já a difusão científica refere-se a qualquer processo de troca de informações provindo de instituições de pesquisas, sejam eles voltados a um público amplo ou a especialistas.

Hoje, é possível identificar três principais objetivos específicos dentro da área da divulgação científica. O objetivo educacional, voltado à ampliação do conhecimento legitimado como científico ao público leigo. O cívico, que trabalha informações vinculadas ao exercício da cidadania, tal como direitos e deveres. E o objetivo da mobilização popular, concentrado na divulgação de informações que tornam a população apta para protagonizar mudanças políticas, ambientais e culturais (Abagli, 1996).

### **Práticas educomunicativas no ensino formal e não formal**

Este projeto de agência se desenvolve também em uma linha de ação paralela aos anseios da divulgação científica e do desenvolvimento da região. Trata-se do planejamento e execução de projetos na área da educação com enfoque comunicacional. A base dessa vertente são os conceitos e definições do campo da Educomunicação, entendida como “toda ação comunicativa no espaço educativo, realizada com o objetivo de produzir e desenvolver ecossistemas comunicativos”.



Segundo Ismar Soares, no livro “Educomunicação, o conceito, o profissional, a aplicação – contribuições para a reforma do Ensino Médio”, o ecossistema comunicativo abordado aqui é um ideal de relações “a ser construído, no horizonte do devir: um sistema complexo, dinâmico e aberto, conformado como um espaço de convivência e de ação comunicativa integrada”. (Soares, 2011, p.44).

Tal espaço, que é possível com a construção conjunta, fruto de uma decisão estratégica que favorece o diálogo social e que considera também as potencialidades dos meios de comunicação e das tecnologias nesse processo, é um caminho para o qual a **agência** planeja trabalhar, inicialmente por meio de duas áreas de intervenção social apontadas por Soares e Machado (1999).

A primeira área que os autores se referem é a da comunicação para a educação, que consiste nas “reflexões em torno da relação entre os pólos ativos do processo de comunicação, assim como no campo pedagógico, pelos programas de formação de receptores autônomos e críticos frente aos meios”. (idem, 1999, p.7).

A proposta aqui é uma pedagogia para os meios: evidenciar a natureza humana dos produtos midiáticos, portanto, estes não são isentos de intencionalidades e discursos. Estimular a apropriação crítica e autônoma das mensagens veiculadas por eles, questionar seu conteúdo. Dessa forma, já se abre um caminho para uma postura mais ativa do sujeito frente aos meios de comunicação, não se enxergando apenas como receptor, mas também como produtor e difusor das próprias mensagens e discursos.

A outra área de intervenção social da Educomunicação, a de mediação tecnológica para a educação, compreende “os procedimentos e reflexões em torno da presença e dos múltiplos usos das tecnologias da informação na educação” (idem, 1999, p.8). É uma pedagogia através dos meios que promove a utilização desses recursos de forma colaborativa, nos diferentes âmbitos da prática educativa, aproximando os meios do cotidiano e “envolvendo agentes na arte da produção midiática” (Soares, 2011, p.68).

Para além do uso das tecnologias de comunicação e informação (TIC's) no processo de uma apropriação midiática, o foco principal neste ponto é a qualidade dessa apropriação, se ela envolve democraticamente todos os membros do grupo, primando pelo diálogo e o respeito ao outro.



Os ambientes para o planejamento e condução das áreas elencadas são as instituições de ensino formal, básico e superior, da região, bem como setores da educação não formal, movimentos sociais e organizações privadas interessadas em estreitar relações entre as práticas comunicativa e educativa. A realização dessas atividades tomará a forma de oficinas e minicursos que debatam e materializem os temas da comunicação dentro do espaço escolar, inter-relacionando esse tipo de conhecimento e aqueles ensinados pelo currículo tradicional, no caso das escolas, ou com temas que dizem respeito a cada grupo respectivo.

Ao formular atividades com viés educacional e objetivar o seu oferecimento na figura de pacotes de serviços divididos de acordo com cada tipo de cliente que visamos, estamos cientes da grandeza e da responsabilidade da tarefa. Como afirma Ismar Soares, para a construção de ecossistemas comunicativos, por meio de projetos na área, requerem-se “clareza conceitual, planejamento, acompanhamento e avaliação de resultados” (2011, p.37). Além de domínio do conceito, de suas práticas e de coerência epistemológica. Todos esses elementos estão sendo observados durante a empreitada e as lacunas que existem na instrução dos nossos membros, principalmente no âmbito pedagógico, buscam-se serem solucionadas com cursos na área e a consultoria de especialistas em educação.

### **Considerações finais: Um caminho de desafios**

A proposta de um agência de comunicação voltada para Amazônia não é uma novidade para o mercado local. Uma breve busca por empresas com esta especialidade já mostra que há um interesse gigantesco em agregar valores ao negócio a partir de determinados atributos da região, o que na verdade se insere no fenômeno da exploração da “Marca Amazônia” observado nos mais diversos segmentos do mercado regional. Explorar a Amazônia enquanto marca, porém, não é o interesse da “divulga.”, e isto se configura como nosso primeiro desafio: o de princípios. Ao elencar a região como locus de ação, concluímos que o conhecimento mais abrangente possível de seu cenário atual, o respeito à sua história, o reconhecimento de sua importância dentro do cenário local e a visão sustentável de seu potencial financeiro são os caminhos para se chegar à linhas de atuação que tragam contribuições reais ao desenvolvimento da região.

Por outro lado, se levantamos anteriormente a problemática dos oligopólios midiáticos na região, devemos estar cientes de mais um desafio a ser vencido: o



mercadológico. Isto porque as agências de comunicação que atuam na Amazônia fazem parte desta mesma cadeia dos “donos da mídia”, o que lhes dá força o suficiente para suplantar qualquer tipo de concorrência ameaçadora e afunilando o mercado.

Este fator está diretamente relacionado com outro desafio que observamos: o profissional. Dentro desse cenário de monopolismo das grandes corporações (que encontra raízes nos modelos de colonização da Amazônia abordados anteriormente nesse artigo) não é comum, tampouco fácil, ser um profissional empreendedor. Se o cenário dificulta, as escolas de comunicação parecem estar programadas para formar mão de obra que se adegue ao modelo que já está posto, apontando como única contrapartida a isto a trajetória acadêmica. Desde modo, o profissional de comunicação, diplomado ou não, acaba apresentando um déficit no quesito empreendedorismo, déficit esse difícil de ser concertado.

Difícil, mas não impossível. Uma análise mais subjetiva poderia nos levar ao conformismo de que esta ausência de “veia empreendedora” é uma característica cultural do homem da Amazônia, subjogado há séculos de exploração. Polêmicas a parte, preferimos a seguinte resposta: se é cultural, é mutável. E se é mutável, que mude trazendo a reboque horizontes mais socialmente responsáveis – para além do discurso - aos rumos do fazer comunicativo na região.

### **Referências Bibliográficas**

GOMES, L. F. **Cinema nacional**: caminhos percorridos. São Paulo: Ed.USP, 2007.

CASTRO, Fábio Fonseca de. **A Cidade Sebastiana. Era da Borracha, memória e melancolia numa capital da periferia da modernidade**. Belém (PA): Edições do Autor, 2010.

CASTRO, Fábio Fonseca de. Capital comunicacional, território e cidadania na Amazônia. .  
**MALCHER, Maria Ataíde et al. Comunicação midiaticizada na e da Amazônia**. Belém: FADESP, v. 2, 2011.

LOUREIRO, João de Jesus Paes. **Cultura Amazônia**: Uma poética do imaginário. Belém: Editora Cejup, 1995.

NASCIMENTO, Hugo do. **Amazonismo**. Belém (PA), 2013.

SANTOS, Boaventura de Souza. **Conferência de Abertura do VIII Congresso Luso-Afro-Brasileiro de Ciências Sociais**, realizado em Coimbra, de 16 a 18 setembro de 2004.

SCHMINK, Marianne; WOOD, Charles H. (Ed.). **Conflitos Sociais e a Formação da Amazônia**. Belém (PA): Editora da Universidade Federal do Pará, 2012.





SOARES, Ismar de Oliveira. **Educomunicação:** o conceito, o profissional, a aplicação: contribuições para a reforma do ensino médio. São Paulo: Paulinas, 2011.

SOARES, Ismar de Oliveira. **Comunicação/Educação:** a emergência de um novo campo eo perfil de seus profissionais. Brasília: Contato, Revista Brasileira de Comunicação, Arte e Educação, ano 1, v. 1, 1999.

STEINBRENNER, Rosane Albino. **Centralidade Ambiental x Invisibilidade Urbana (ou os novos “fantasmas” da Amazônia).** Anais: Encontros Nacionais da ANPUR 12 , 2007.