



A IMPORTÂNCIA DA COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA EM PROJETOS SOCIOAMBIENTAIS

Naira Rosana Albuquerque,
Marta Jussara Cremer

Univille – Universidade da Região de Joinville

1. Introdução

É notório o abismo existente entre os diversos setores da sociedade na atualidade, sendo as comunidades segregadas em nichos, geralmente conversando de forma mais direta unicamente com seus grupos específicos. Essa condição se deve a um dos dogmas mais celebrados pela modernidade: a sobreposição das forças da razão sobre o pensamento escolástico do período medieval.

A partir da Revolução Francesa, a humanidade se vê com recursos suficientes para submeter a natureza aos seus desejos de superação. “A burguesia revolucionária foi bem-sucedida em impor durante o século XVIII essa visão de história, dissociativa e arrogante. Mais especificamente, a parte da ideologia que durante o século XIX se referia «ao progresso permanente»” (SERRANO, 2009, p. 16). O progresso¹ é aqui entendido como a habilidade de alterar o mundo natural a serviço do homem, tendo o meio ambiente uma função utilitarista. Nessa perspectiva, o natural caminha em sentido contrário ao progresso. Essa visão de mundo e das sociedades pautou a organização e ação social, transformando as crenças (religiosas, éticas, jurídicas) e reorganizando as instituições e as organizações (educativas, profissionais, científicas), ao mesmo tempo em que mobilizou as ações sociais (explorações geográficas, investimentos de capital, guerras coloniais relacionadas com a apropriação dos recursos naturais).

A comunicação, ato inerente ao desenvolvimento humano, não está fora desta engrenagem, nem desta e nem de nenhum momento histórico, porque sempre caminhou junto à humanidade. Tal apontamento é pertinente se “pensarmos” que as pinturas rupestres, consideradas os primeiros “escritos” da história das comunicações datam de 35.000 a.C.

Participando de forma determinante na antropogênese, o desenvolvimento comunicacional está intimamente relacionado tanto às mudanças que hominizam como

1 Cabe lembrar que a disputa pelo território e a ocupação desordenada, somada a exploração predatória dos recursos naturais é responsável pelos principais problemas ambientais do país. Não raras vezes a conservação é considerada um obstáculo a esse dito progresso e a busca pelo novo colide com os signos do passado e com a manutenção da natureza, ambos tidos como expressões do atraso, do mau gosto e do empobrecimento (ZANIRATO, 2009).

as que humanizam a espécie. “O homem moderno tem aparelhos sensoriais e expressivos que são o resultado da seleção entre homínidos dotados de diferentes capacidades comunicativas” (SERRANO, 2009, p. 12), sendo determinante nos caminhos evolutivos da espécie, ao passo que também serviu e serve como ferramenta na criação de sociedades reguladas por normas, crenças e valores. Percebe-se, assim, esse ato de trocar enunciados como um processo evolutivo e interativo (SOUZA, 2006).

Sendo assim, ao compartilhar os momentos sociais, a comunicação desde modernidade ganha caráter midiático, possibilitado pelo desenvolvimento dos meios de comunicação de massa, e passa a produzir e reproduzir os valores do livre capital, como "a suposta" imparcialidade, a busca por uma verdade única e imutável e a mercantilização do saber (ROTHENBERG, 2011). Servindo à lógica de poder vigente, na sociedade do espetáculo, a comunicação midiática tende a ser formatada de maneira a ser palatável ao rápido consumo, perdendo suas raízes e sendo comercializada como um produto de forma extraordinária e por vezes, sensacionalista.

Esse processo de descolamento também foi sentido na ciência, que em um movimento de insulamento, ficou restrita a ambientes acadêmicos. Longe do campo social dos acontecimentos cotidianos, em ilhas de saber, os discursos científicos ficaram relegados a um seleto grupo de pares e é possível refletir que alguns dos problemas enfrentados na atualidade, no que tange ao saber científico, possa ser reflexo desse caminho.

Entretanto, aceleradas mudanças sociais nas últimas décadas, marcadas pelo intenso desenvolvimento tecnológico e a popularização de acesso à internet, têm modificado a maneira de viver e se organizar em sociedade, obrigando a um novo modelo, o que Morin, Jean-François Lyotard, Jean Baudrillard, entre outros, conceituam como pós-modernidade. Uma nova tessitura do social, motivada pelo vertiginoso desenvolvimento tecnológico, principalmente a contar da última metade do século XX, quando a arquitetura das relações caminha na direção da arquitetura de dados, do formato de rede (CASTELLS, 2003).

A fluidificação do cotidiano converge com os modos de ser/ver/viver, em uma nova lógica que vai à contramão do instituído: *brands* substituem fábricas; territórios já não definem territorialidade e fronteiras se fundem. Augé (2012) falará de “não lugares”, Bauman (2001) de relações líquidas e o capitalismo financeiro abalará o capitalismo produtivo. A transformação desse cenário tem implicado novas perspectivas de mundo (SOLIO et al., 2017).

Essas alterações redesenham as relações de tempo e espaço, agora em um organograma de processos de rede, influenciando drasticamente nos meios de comunicação e, por conseguinte, a maneira como se comunica na contemporaneidade. A virtualidade propicia uma reformulação nos modos de sociabilidade. A disseminação célere da informação fortalece o participacionismo, emergindo demandas como cidadania, interatividade, localidade, cooperação, esses intimamente ligados ao conceito-chave – rede, que “é não exclusiva porque a participação em uma rede não impede ou desestimula a participação em outras redes [...] e dá pouco espaço para práticas

hegemônicas” (SOLIO et al., 2017; ORTELLADO, 2004, p. 18).

A lógica de rede oportuniza trocas mais plurais, com um número maior de vozes. Nesse panorama mais amplo, por vezes também mais caótico, algumas discussões ganham palco, entre elas o papel da comunicação enquanto agente social, e a necessidade da democratização de acesso. Além de aquecer esse debate, a capilarização da rede proporciona o surgimento e fortalecimento de outros atores, antes invisibilizados ou com pequena participação no cenário midiático.

2. O papel social da comunicação e da educação na atualidade

A democratização da informação, na atualidade, pode ser pensada como um elemento primordial no processo de construção da cidadania. Como indica Gontijo (2004, p. 11), “os meios de comunicação são extensões de nosso corpo e suas mensagens, de nossos sentir e pensar”, sendo mais que um ato enunciativo, mas um local de produção de significado, um dispositivo ideológico e simbólico estruturante da sociedade.

A mídia pode ser um poderoso instrumento de elaboração e consolidação de verdades. Até a popularização da internet, esse serviço permanecia na tutela de atores sociais hegemônicos, utilizado como mecanismo de manutenção da concentração do capital social e econômico, o que remete a Althusser (2003), aos aparelhos de repressão do estado e aos aparelhos ideológicos de estado. Junto aos meios de comunicação, o autor inclui, ainda, a escola como um espaço que pode ser utilizado como meio de dominação.

Este é um dos principais questionamentos de Paulo Freire ao se referir ao caráter bancário da educação tradicional. Para o educador, a educação crítica ou libertadora deve compor um caminho para a formação e emancipação de sujeitos críticos. Nesse sentido, o papel da escola vai além de apenas formar um profissional integrado ao mercado de trabalho, mas tem um papel fundante e irrevogável sobre o ser, constituindo-se fator importante na construção da autonomia crítica do cidadão (FREIRE, 1999).

Na concepção de Freire (1999), desde a alfabetização, o ensino deve ser um processo de conscientização, capacitando o educando para a libertação, sendo o educar um processo de promover e viabilizar mudanças, onde a relação dialógica e dialética privilegia a troca, e a conscientização das partes é mais relevante que o conteúdo programático cru. John Dewey (1979, p. 36), em uma frase célebre defende que “a escola não é uma preparação para a vida; a escola é a própria vida”.

Certamente, a construção e fortalecimento do ser social não é uma responsabilidade única da escola, mas da sociedade como um todo, sendo os meios comunicacionais mais que canais, mais que dutos de informação, sobretudo agentes na desconstrução de desigualdades. A organicidade das redes cria a alternativa de não reprodução da estrutura de dominação dos demais meios.

Assim, nos últimos anos, há um movimento crescente em prol da popularização da ciência e de temáticas ligadas a ela, como a agenda ambiental, a fim de traduzir e aproximar discursos, usando-se dos conceitos de rede e das técnicas comunicacionais para romper com as barreiras existentes entre as diferentes naturezas de conhecimento.

Em relação a essas perspectivas e em crítica à superioridade do conhecimento cartesiano sob outras formas de vivenciar o mundo, Boaventura convida a uma religação de saberes. Ao confrontar a monocultura da ciência moderna com a ecologia de saberes, promove um reconhecimento da pluralidade de conhecimentos heterogêneos, sendo o mundo lugar de “uma inesgotável diversidade epistemológica” (SOUZA SANTOS, 2007, p. 85). A constatação da existência dessa pluralidade de formas de conhecimento além do conhecimento científico ensinaria a aproximação com outros atores do tecido social, sendo esse um forte caminho de resistência ao capitalismo de consumo e sua natureza predatória.

Em termos geopolíticos, trata-se de sociedades periféricas do sistema-mundo moderno onde a crença na ciência moderna é mais tênue, onde é mais visível a vinculação da ciência moderna aos desígnios da dominação colonial e imperial, onde conhecimentos não científicos e não ocidentais prevalecem nas práticas cotidianas das populações (SOUZA SANTOS, 2007, p. 86-87).

Essa é uma das razões para se reforçar os processos educacionais em projetos de pesquisa de toda natureza. Somar esforços para a construção de pontes discursivas, na busca de uma transmissão horizontalizada e aproximativa, que leve em conta a diversidade de formas de apreensão. Nessa lógica, Berna (2010) endossa a urgência da formação e fortalecimento de uma mídia ambiental alternativa e independente.

A democratização da informação ambiental é fundamental para o exercício pleno da cidadania crítica e participativa, pois, quando as pessoas, o povo, ou as organizações não dispõem de informação de qualidade, fica comprometida a capacidade de fazer escolhas entre as diferentes alternativas e caminhos. Quando falo de informação ambiental de qualidade falo de uma informação que mostre os fatos geradores da crise ambiental, para que as pessoas tomem consciência e possam atuar sobre as causas e não apenas sobre os efeitos (BERNA, 2010, n. p.)

Para o autor, seria fundamental numa democracia assegurar que nenhum grande grupo econômico ou político possa deter o controle dessa informação ambiental de qualidade. Assim, os cientistas, à frente de produzir o conhecimento, podem ser um catalisador, auxiliando na formação de cidadãos mais críticos, aptos a notar as questões ambientais que permeiam seu social, atuando como agentes de proteção e defesa, não só da biodiversidade, mas desse espaço também simbólico de convívio múltiplo. Ao

qualificar a participação pública, privilegiam o envolvimento dos diferentes atores da sociedade em causas comuns, permitindo a criação de sociedades mais sustentáveis.

Meisner (2015) apoia as palavras de Berna ao afirmar que está entre as funções sociais da comunicação – de preferência as comunicações ligadas a uma questão de interesse público, como é o caso das pautas ambientais – informar, persuadir, educar e alertar outras pessoas sobre determinado tema, ou seja, comunicar práticas mais adequadas de vida em sociedade.

3. A educomunicação no projeto Toninhas

Essa prática persegue o Projeto *Toninhas* (Univille), que, em mais de 20 anos de atuação de forma direta na pesquisa e em discussões acerca da conservação da toninha, tem buscado caminhos para a popularização da espécie e da sua problemática.

A toninha é um pequeno cetáceo endêmico do oceano Atlântico Sul Ocidental. Ocorre somente nas águas do Brasil, Uruguai e Argentina. De hábitos costeiros, as toninhas são encontradas em profundidades de até 50 metros, formando pequenos grupos familiares (DANILEWICZ ET AL., 2009; COSTA-URRUTIA ET AL., 2012). Esta característica faz com que a espécie seja vulnerável à intensa pressão exercida pelas atividades humanas, essencialmente a pesca, que é mais intensa próxima à costa.

Apesar do conhecimento já consolidado sobre a principal ameaça à espécie – a captura incidental em redes de emalhe – os esforços realizados até o momento ainda não se mostraram suficientes para a efetiva queda nos índices de mortalidade e recuperação das populações. A espécie passou da categoria “vulnerável” para “criticamente em perigo” no Brasil em apenas dez anos (MMA, 2004; 2014), sendo esta a última categoria antes da extinção na natureza. Na Lista Internacional de Espécies Ameaçadas, a toninha encontra-se na categoria “vulnerável” (ZERBINI ET AL., 2018).

A toninha é um dos golfinhos mais antigos do mundo, pertencente a uma linhagem ancestral de botos de rio e acontece nos mares latinos há cerca de um milhão de anos. Paradoxalmente, mesmo tão antiga, é pouco conhecida pelas populações litorâneas, fato que dificulta o aprofundamento dos discursos em torno da problemática e engajamento social para a proteção da espécie e de seus ecossistemas.

Uma das reflexões dos pesquisadores que trabalham com a espécie dá conta do espaço e importância das ações de comunicação e de educação ambiental, vistos como primordiais para gerar identificação, pertencimento, carinho e orgulho quanto à espécie. Aumenta, assim, as forças de pressão na adoção de políticas públicas com soluções concretas. Dessa forma, o Projeto *Toninhas* (Univille) tem estruturado sua atuação em comunicação nas teorias de educomunicação, que têm como principal objetivo a construção de pontes entre o mundo acadêmico e o mundo real, ampliando a valorização

da natureza como um todo e a percepção crítica de que o desaparecimento de uma espécie afeta o ambiente e a qualidade de vida de todos.

Ao se pensar a comunicação com fim público, o projeto tem baseado suas produções em sete pilares: a) Atualidade – sendo esse um imperativo da contemporaneidade, mais ainda na dinâmica e fugacidade das redes; b) Relevância – a informação deve ser importante. Ao se trabalhar com animas em risco, é preciso, também, contemplar os grupos que os cercam; c) Disponibilidade – a informação precisa estar disponível, no momento certo, liberando o rápido acesso e gratuito; d) Legibilidade – a informação deve estar em boa qualidade de visualização e compreensão, com a presença de textos claros, em orações diretas e imagens bem estruturadas, evitando o conflito de formas e cores; e) Oportunidade – aproveitar o momento (aproveitar o surgimento de memes ou fatos pertinentes como uma conveniência para tratar as temáticas relacionadas ao animal); f) Correta – a informação deve estar livre de erros para não comprometer sua fiabilidade; e g) Fiável – a informação deve ser objetiva, precisa e verificável, sem juízo de valores (PEREIRA, 1997; RASCÃO 2001; NORTON, 1992; GONÇALVES, 2007).

O *Toninhas* tem como missão tornar a toninha um animal símbolo, a espécie bandeira ícone das regiões costeiras do país, associando a presença dela à qualidade de vida desses e nesses ambientes. O propósito é popularizar a espécie e, ao mesmo passo, inserir a problemática no contexto social das populações que coabitam o território. De forma mais ampla, proteger e conservar as toninhas não deve ser visto apenas como um objetivo pontual, uma vez que os ambientes marinhos e costeiros estão juntamente ameaçados. Caminhar no sentido de favorecer a divulgação científica é ainda uma maneira de retornar à sociedade todos os investimentos e complementar o ensino formal de ciências no país por meio do compartilhamento do aprendizado em pesquisa.

Pensar a comunicação de forma estratégica, levando em consideração todos os pressupostos mencionados até aqui, tem consolidado as ações de educomunicação do Projeto Toninhas (Univille) nos últimos anos. A iniciativa traz espaço e reconhecimento em veículos importantes e favorece o agendamento de temáticas vinculadas à toninha no calendário jornalístico do país.

Em 2013, o projeto lançou o livro paradidático *A toninha Babi e sua turma*. O material impresso e distribuído gratuitamente entre as escolas do entorno da baía Babitonga, local sede do Toninhas, apresenta as principais espécies da região com protagonismo para a toninha em um enredo lúdico e descontraído. Em um roteiro divertido e bastante colorido, os estudantes de ensino fundamental tiveram a oportunidade de conhecer os ecossistemas locais por intermédio de uma abordagem aproximativa.

Os resultados alcançados com a publicação foram muito positivos, mas a distri-

buição de um livro impresso para uma ampla escala geográfica se tornou um desafio. Assim, surge, em 2018, a série animada *As aventuras da toninha Babi*, onde os personagens do livro paradidático ganharam um novo espaço. Já orientados pela necessidade de uma narrativa transmídia (eduentretenimento), a trama é composta por cinco (5) episódios em média de quatro (4) minutos e mais um especial de Natal com o mesmo tempo de exibição. Em uma linguagem moderna, acessível e respeitando o dinamismo da rede, as animações se converteram em uma ferramenta de largo alcance e aproximação do público, ao ponto que a sociedade assume um papel de protagonista e se reconhece culturalmente no produto. Atualmente, a primeira temporada da animação conta com cerca de 60 mil visualizações orgânicas apenas no youtube. Usada como ferramenta pedagógica auxiliar em algumas instituições de ensino nos municípios do entorno da Babitonga, a série já foi tema de cobertura jornalística em rádio e televisão.

Com a mesma preocupação, de popularizar os assuntos científicos e aproveitar o baixo custo de acesso à internet, foi pensada a série *Descomplicando a Ciência*. Aproveitando o estilo *draw my life*, que viralizou em 2018 e 2019, os vídeos de quase três minutos trazem uma roupagem leve, simplificada e aproximativa, com temas científicos complexos, como, por exemplo, a acústica de golfinhos e baleias e sua reprodução.

Esses produtos serviram para o abastecimento constante das redes sociais do projeto, um dos carros-chefes do plano de comunicação, sobretudo a atuação estratégica no facebook e o instagram. Entre os anos de 2018 e 2019, foram em torno de 900 publicações nas redes twitter, youtube, facebook e instagram. Essa regularidade e permanência on-line acarretou um crescimento de 864% (8x) no instagram e 2854% (28x) no youtube. Além dos resultados quantitativos, o posicionamento garantiu uma troca direta e constante com os públicos pretendidos. O caráter relacional das redes sociais autoriza uma comunicação direta, de baixo custo e alta efetividade. Para isso, cabe lembrar que cada rede possui sua lógica de funcionamento, e por isso, para que haja sucesso é necessário um plano de comunicação individualizado.

Mesmo com substancial sucesso nessas iniciativas, é sabido que, na lógica de rede, é preciso estar presente nos diferentes canais. Sob este prisma, foram pensados os aplicativos *Toninhas Life e Toninhas Adventure*. São jogos educativos que recriam o ambiente e características da vida das toninhas, além de incluir no contexto dos jogos os impactos que sofrem e atitudes voltadas à sua conservação. Adequar o conhecimento científico aos formatos tão diversos, tão específicos e peculiares exige muito da equipe, mas traz a possibilidade de produtos com capacidade de alcance bastante acentuada. Os aplicativos somam hoje cerca de 3 mil downloads e seguem disponíveis gratuitamente IOS e Android, com classificação livre.

Diante dos avanços, há um longo caminho a ser trilhado. Ainda que com resulta-

dos positivos no campo da pesquisa e da educomunicação, os níveis de mortalidade da espécie não sofreram diminuição significativa e a desinformação quanto à toninha e à captura incidental persiste, assim como a indiferença às questões ambientais complexas, como a extinção de espécies e a perda da biodiversidade.

Referências

- ALTHUSSER, L. *Aparelhos ideológicos de estado*. 9. ed. São Paulo: Graal, 2003.
- AUGÉ, M. *Não-lugares: introdução a uma antropologia da sobremodernidade*. Lisboa: Letra Livre, 2012.
- BAUMAN, Zigmunt. *Modernidade líquida*. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.
- CASTELLS, M. *A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade*. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.
- CASTELLS, M. *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e terra, 2003.
- DEWEY, John. *Vida e educação*. 10. ed. São Paulo: Melhoramentos, 1978.
- FREIRE, Paulo. *Pedagogia da autonomia: saberes necessários à prática educativa*. São Paulo: Paz e Terra, 1996.
- FREIRE, Paulo. *Pedagogia do oprimido*. 26. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1999.
- GONTIJO, S. *O livro de ouro da comunicação*. Rio de Janeiro: Ediouro, 2004.
- MORIN, Edgar. *O método 2: a vida da vida*. Porto Alegre: Sulina, 2001.
- ROTHBERG, Danilo. Jornalismo e informação para democracia: parâmetros de crítica de mídia. In: CHRISTOFOLETTI, R. (Org.). *Vitrine e vitraço: crítica de mídia e qualidade no jornalismo*. Covilhã: Labcom, 2010. p. 21-34. Disponível em: <<http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/christofoletti-vitrine-2010.pdf>>. Acesso em: 19 mar. 2021.
- ROTHBERG, Danilo. *Jornalismo público*. São Paulo: UNESP, 2011.
- SERRANO, M. A comunicação na existência da humanidade e de suas sociedades. *Matrizes*, Revista da Universidade de São Paulo, v. 1, n. 3, ago. 2019, p. 11-20.
- SERRANO, M. *Teoría de la comunicación. La comunicación la vida y la sociedad*. Madrid: McGraw-Hill/Interamericana de España, 2007.
- SOLIO, B.; ARALDI, L.; SANTOS, L.D.; ALBUQUERQUE, N. R. Jornalismo-cidadão, democratização da informação, educação crítica e sociedade em rede como agentes de construção da cidadania. In: *Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo*. 15. *Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo*. São Paulo: ECA/USP, nov. 2017.
- SOUSA, J P. *Elementos da teoria e pesquisa da comunicação e dos media*. 2. ed. Porto: Biblioteca

Educomunicação em tempos de pandemia A importância da comunicação estratégica em projetos socioambientais

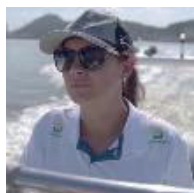
On-line de Ciências da Comunicação, 2006. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-elementos-teoria-pesquisa-comunicacao-media.pdf>. Acesso em: 22 fev. 2021.

SOUSA SANTOS, B. Para além do pensamento abissal: das linhas globais a uma ecologia de saberes. *Novos Estudos (79)*, Revista do Centro Brasileiro de Análise e Planejamento (CEBRAP), São Paulo, nov. 2007, p. 71-94.

ZERBINI, A.N.; SECCHI, E.; CRESPO, E.; DANILEWICZ, D.; REEVES, R. Pontoporia blainvillei (errata version published in 2018). In: *The IUCN Red List of Threatened Species*, 2017. <https://dx.doi.org/10.2305/IUCN.UK.2017-3.RLTS.T17978A50371075.en>. Downloaded on: 20 march 2021.



Naira Rosana Albuquerque Mestre em Patrimônio Cultural e Sociedade pela Universidade da região de Joinville (UNIVILLE), Bacharel em Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo pela Universidade de Caxias do Sul (UCS). Atualmente, é assessora de comunicação no Toninhas (Univille), projeto de pesquisa voltado para conservação de cetáceos na baía Babitonga em Santa Catarina. Integra o grupo de pesquisa Imbricamentos de Linguagens (CNPq).



Marta Jussara Cremer - Doutora em Zoologia pela Universidade Federal do Paraná (2007) e mestre em Ecologia e Recursos Naturais pela Universidade Federal de São Carlos (1999). Graduada em Ciências Biológicas pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (1995). É docente na Universidade da região de Joinville, lecionando no bacharelado em Biologia Marinha. É coordenadora do Programa de Pós-Graduação em Saúde e Meio Ambiente da Univille e docente permanente no Programa de Pós-Graduação em Ecologia da UFSC. Suas linhas de pesquisa incluem ecologia animal, qualidade ambiental e saúde, biologia da conservação e políticas públicas de meio ambiente.