

Protocolo de Comunicação Comunitária voltado aos territórios, às comunidades e aos modos de vida no Maranhão

Community Communication Protocol aimed at territories, communities, and ways of life in Maranhão

Protocolo de Comunicación Comunitaria dirigido a territorios, comunidades y formas de vida en Maranhão



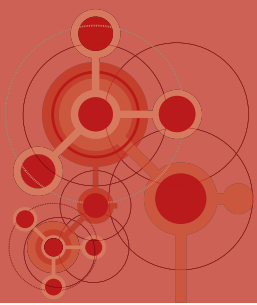
Amarilis Cardoso Santos

- Mestre em Comunicação, Especialista em Jornalismo Cultural na Contemporaneidade e graduada em Relações Públicas pela Universidade Federal do Maranhão (UFMA)
- E-mail: amariliscardoso@yahoo.com.br



Flávia de Almeida Moura

- Doutora em Comunicação pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS), professora do Departamento de Comunicação e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação/Mestrado Profissional da Universidade Federal do Maranhão (UFMA).
- E-mail: flavia.moura@ufma.br



RESUMO

Protocolo de Comunicação Comunitária voltado aos territórios, às comunidades e aos modos de vida no Maranhão; um método de correlação entre a teoria e a prática a partir das particularidades desse território para assim se tornar uma possibilidade para o mercado adotar e reaplicar. Este artigo é resultado da nossa dissertação de mestrado que revisitou as teorias voltadas ao estudo da comunicação organizacional, comunicação comunitária e da alteridade, especialmente por meio do legado acadêmico da professora Cicilia Peruzzo, a fim de propiciar uma solução e contribuir com a área de comunicação comunitária no Maranhão ao se entregar um protocolo como forma de contribuição à ação da prática profissional a partir da contemplação do local.

PALAVRAS-CHAVE: COMUNIDADES • TERRITÓRIO • CULTURA • MODOS DE VIDA • MARANHÃO.

ABSTRACT

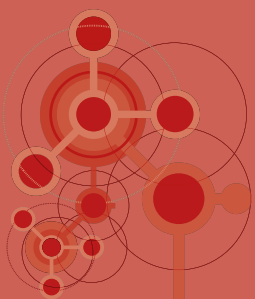
Community Communication Protocol aimed at territories, communities, and ways of life in Maranhão; a method of correlation between theory and practice based on the particularities of this territory to become a possibility for the market to adopt and reapply. This article is the result of our master's thesis that revisited the theories focused on studying organizational communication, community communication, and alterity, especially with professor Cicília Peruzzo's academic legacy, to provide a solution and contribute to the Maranhão Community Communication when surrendering a protocol as a contribution to professional practice from local contemplation.

KEYWORDS: COMMUNITIES • TERRITORY • CULTURE • LIFESTYLE • MARANHÃO.

RESUMEN

El Protocolo de Comunicación Comunitaria dirigido a territorios, comunidades y formas de vida en Maranhão es un método de correlación entre la teoría y la práctica a partir de las particularidades de este territorio, para convertirse en una posibilidad de adopción y reaplicación del mercado. Este artículo es el resultado de la tesis de maestría que revisó teorías enfocadas en el estudio de la comunicación organizacional, la comunicación comunitaria y la alteridad, especialmente mediante el legado académico de la profesora Cicilia Peruzzo, con el fin de dar solución y aportar al área de la Comunicación Comunitaria en Maranhão mediante la entrega de un Protocolo como contribución a la acción de la práctica profesional a partir de la contemplación del lugar.

PALAVRAS CLAVE: COMUNIDADES • TERRITORIO • CULTURA • ESTILO DE VIDA • MARANHÃO.



CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Pesquisar e estudar o campo da comunicação é pensar a partir do contexto da interdisciplinaridade, o que é sempre um desafio. Este artigo é resultado de uma pesquisa desenvolvida junto ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação/Mestrado Profissional da Universidade Federal do Maranhão (UFMA) que teve como resultado prático um Protocolo de Comunicação Organizacional no exercício da comunicação comunitária voltado aos territórios do Maranhão².

Buscou-se compreender de que formas a comunicação comunitária se insere hoje na política de comunicação organizacional corporativa. Para isso, apresentou-se as experiências de comunicação comunitária desenvolvidas nas comunidades: Inhaúma, Coqueiro e Maruaí (Zona Rural de São Luís – MA), que sofrem impactos das duas maiores empresas da indústria maranhense; o Consórcio de Alumínio do Maranhão (Alumar) e a Mineradora Vale, empresas que tanto têm investimentos em programas sociais e de geração de empregos (diretos e indiretos) nessas comunidades, bem como as nutre de impactos ambientais e sociais. Outra motivação vem da experiência profissional de décadas da autora desta pesquisa no campo da comunicação comunitária no Estado do Maranhão.

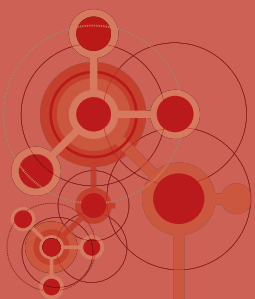
O problema a que esta pesquisa almeja responder é como se dá o relacionamento com as comunidades localizadas em municípios maranhenses afetadas diretamente e impactadas pela atuação das grandes indústrias, e como essas comunidades recebem atenção e investimentos na tentativa de minimizar e mitigar possíveis danos causados?

Neste artigo, defendemos que a comunicação comunitária passou a ser vista pelas organizações privadas como uma ação estratégica e política, mas também um grande desafio, pois o profissional que assume essa área deve estar sempre cauteloso em atender: de um lado, ao interesse da sua empresa e, de outro, respeitar, ouvir e atender às comunidades. Abordaremos ainda como esse público compreende seu lugar na sociedade como sujeitos que têm seus direitos assegurados e, muitas vezes, a garantia destes negada, seja pela ausência de políticas públicas básicas ou até mesmo pela negação do exercício da cidadania.

Se é evidente a mudança na esfera relacional entre os sujeitos e sua forma de viver no mundo, falar de ressignificação da comunicação comunitária na prática da comunicação organizacional integrada é entender e aceitar que vivemos em uma sociedade que com novas relações e que precisam ser repensadas, quer do ponto de vista das pessoas, quer do ponto de vista das organizações. Estudar antigas e novas bases conceituais e seus enlaces torna-se necessário para entender as práticas e o novo significado dado aos setores corporativos, sobretudo aqueles que estão em diálogo constante com a comunidade, a começar pela mudança na percepção do mundo, das organizações para seus públicos, assim como da própria sociedade com as organizações.

No primeiro momento, a partir dos estudos da comunicação organizacional integrada, apresentaremos um mapa conceitual de gestão da comunicação comunitária organizacional. Tendo como base teórica, sobretudo, as pesquisas da professora Cicilia Peruzzo, referência no estudo de comunicação comunitária desde a década de 1980, no Brasil, que tem no marxismo sua base conceitual, foi uma das principais bases teóricas e inspiração para este trabalho.

² Segue o link para acesso do Protocolo completo: <https://drive.google.com/file/d/1FnIF7iImMiObciLLf3k15GgrlAMrdQQ4/view?usp=sharing>



Em seguida, faz-se uma reflexão sobre o lugar da mediação no Protocolo de Comunicação Comunitária, com a apresentação do mapa da alteridade. Uma ferramenta de diagnóstico, concebida a partir do diálogo entre essas três hipóteses propostas por Martín-Barbero (1997).

Por fim, apresenta-se os resultados dessa pesquisa consolidadas em um artefato, o Protocolo de Comunicação Comunitária voltado aos territórios, às comunidades e aos modos de vida no Maranhão, um instrumento que colabora e fortalece o exercício da comunicação comunitária organizacional com o recorte regional maranhense, Estado que ocupa os piores índices de desigualdade social do país, segundo os institutos de pesquisa, seja no âmbito da pobreza extrema, seja na restrição ao acesso aos direitos básicos, mas que ao mesmo tempo apresenta um cenário natural singular além de uma cultura popular reconhecida internacionalmente e um povo forte, lutador e sobrevivente, em meio a tanta desigualdade social.

A COMUNICAÇÃO COMUNITÁRIA NO CONTEXTO DA COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL

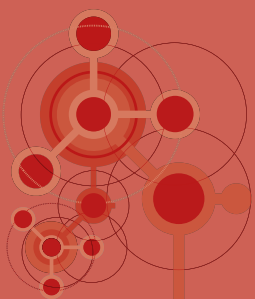
As comunidades, em toda história da humanidade, sempre utilizaram de instrumentos comunicacionais para sua organização, articulação e sobrevivência. Contudo, para se entender como a comunicação comunitária começa a ser pautada nos centros de pesquisas acadêmicas e de uma forma organizada pelas organizações da sociedade civil, particularmente no Brasil, primeiramente é oportuno rememorar as contribuições teóricas sobre a comunicação organizacional, que teve seu expoente com a histórica tese de doutorado de Francisco Gaudêncio Torquato do Rêgo sobre a *Comunicação na empresa e o jornalismo empresarial*, em 1972, passando pelas produções das professoras e Relações Públicas Cicilia Peruzzo e Margarida Kunsch, que até os dias atuais voltam suas pesquisas para o campo da comunicação organizacional no Brasil.

A professora Margarida Kunsch ressalta que as organizações vivem em um sistema de relações, que influenciam e são influenciadas tanto pelos meios econômicos quanto pelos meios político e sociocultural. Fala-se ainda que não há como não acarear a realidade e as demandas sociais; que para fazer uma comunicação assertiva é necessário ter um entendimento integral sobre os fenômenos existentes a sociedade, as “novas abordagens diante de violências, guerras, terrorismo, crises financeiras mundiais, desigualdades sociais, direitos humanos, alfabetização digital, multiculturalismo, novas competências, etc.” (Kunsch, 2016, p.39).

A autora defende também que não se pode mais admitir que as empresas se voltem apenas para seus negócios; uma vez que não tem mais como não se preocupar com a pobreza e as desigualdades sociais, os problemas ambientais, entre outras questões que afligem a sociedade. Um comprometimento conjunto entre o Estado, o setor empresarial e o terceiro setor, em que alerta Kunsch (2016, p.43): “Ou elas assumem uma nova mentalidade para valer ou vão perder terreno e até mesmo correr o risco de não sobreviver”.

Vale ressaltar que todas as contribuições para a área da comunicação organizacional defendidas hoje por Margarida Kunsch são frutos de uma longa trajetória de pesquisa e de história vivida. E, quando se fala em construir um programa de comunicação comunitária como política da comunicação organizacional (objeto desta pesquisa), faz-se necessário entender como a história da comunicação do passado correlaciona-se com a história do presente, afinal “pensar a correlação mídia e história não é necessariamente pensar o passado isolado nele mesmo”, conforme notabilizam Barbosa e Ribeiro (2011, p.24).

Já faz algum tempo que Kunsch (1997) apresentou um novo paradigma para trabalhar a comunicação nas organizações; o que ela batizou de comunicação organizacional integrada; uma proposta de junção (mesmo reconhecendo as especificidades



e diferenças de cada setor) das diversas subáreas da comunicação atuando de forma sinérgica, dividindo dessa forma: a comunicação administrativa, interna, institucional e mercadológica.

Mais recentemente, Kunsch (2016) sugeriu quatro novas dimensões a serem trabalhadas na comunicação organizacional integrada: instrumental, humana, cultural e estratégica. Conforme a autora, a dimensão instrumental, a que se direciona às tarefas técnicas e cotidianas, baseadas no método funcional, é a que ainda é predominante nas organizações. Já a dimensão humana, aquela que deveria ser pensada como primordial, pela própria natureza, não é. A professora traz inúmeras ponderações das razões da relevância de ser uma prioridade pensar nas pessoas. Consoante ela, a partir do momento que a comunicação começa a fazer parte do planejamento estratégico das organizações, o fator humano, relacional, de produção de sentidos e a visão do contexto histórico deverá ser priorizado, caso se queira que a comunicação seja efetiva, eficaz e atenda ao que realmente for a sua intenção dentro de cada organização.

A dimensão cultural e todos os preceitos é um campo de profundas reflexões e implicações, ademais quando se pensa na comunicação organizacional nessa nova perspectiva, voltando-se o olhar subjetivo ao ser humano. E a última dimensão, a estratégica, deve ser repensada, conforme Kunsch (2016), a cada local, realidade e experiência. Ela pontua que é preciso pensar em uma nova estratégia de gestão para verdadeiramente se efetivar uma nova dimensão estratégica de comunicação. E é sobre essa nova estratégia das organizações que se objetivou colaborar com esta pesquisa.

Falar de uma dimensão estratégica na comunicação organizacional é rever diversas práticas das suas áreas. Uma delas é a comunicação comunitária. Falar de assumir o lugar de pensar e contribuir com as transformações sociais, além de não ser uma prática, não é interesse de muitos ou de competência de alguns profissionais.

O que se torna um grande desafio, pois o profissional que assume essa área deverá estar sempre cauteloso em atender: de um lado o interesse da sua empresa, e de outro respeitar, ouvir e atender aos interesses das comunidades, que reivindicam em participar dos processos de desenvolvimento.

Diante as tendências de reestruturação da comunicação organizacional, apresenta-se aqui um modelo conceitual de gestão da comunicação comunitária organizacional, com base em conceitos necessários para sua efetiva prática de ação.

Pontua-se que o delineamento desse modelo ilustrado na Figura 1, registra uma representação de elementos teóricos e conceituais necessários para se iniciar qualquer trabalho com comunicação comunitária. A ilustração faz alusão ao conceito de um átomo: um elemento composto por diversas combinações em uma única célula ou organismo, mas que tornará uma vida possível através desse jogo de relações.

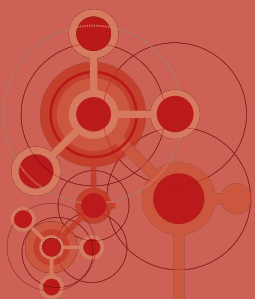
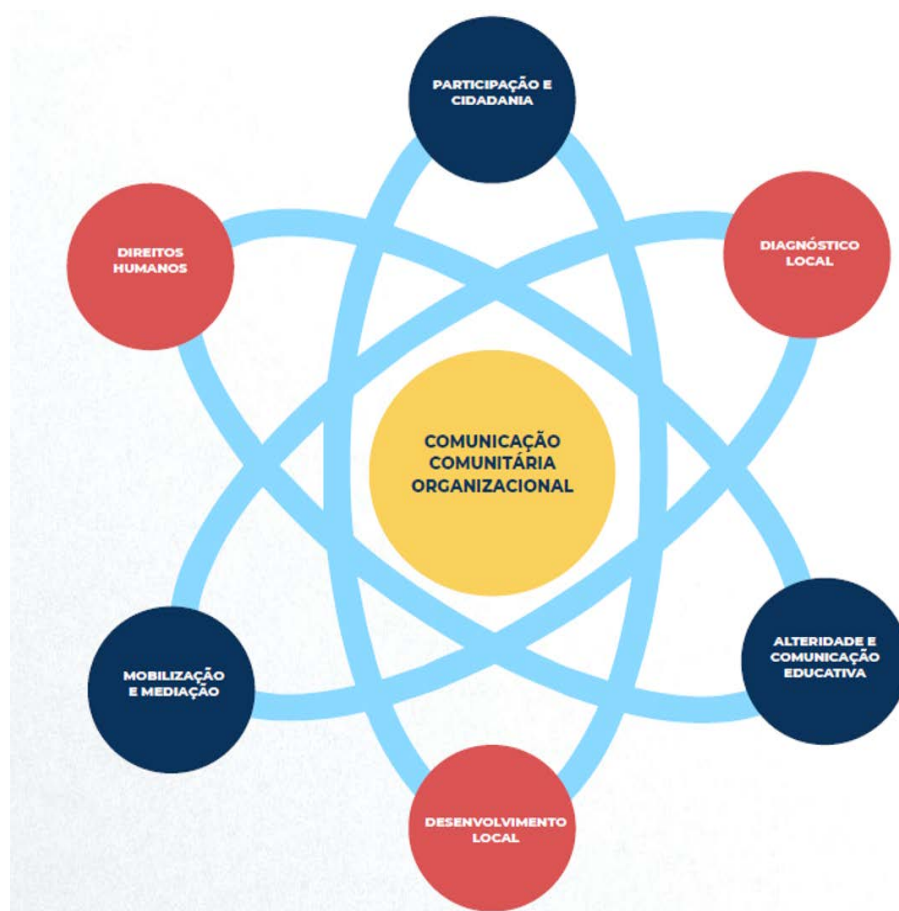


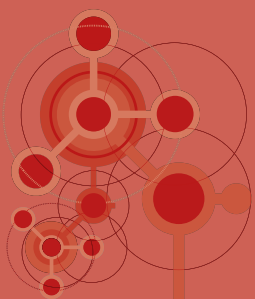
Figura 1 – Mapa conceitual de gestão da comunicação comunitária organizacional



Fonte: elaborado pelas autoras (2021)

Cada um desses elementos está baseado em experiência prática vivida pela autora, nas relações entre empresas e comunidades no Maranhão e estão descritas a seguir:

- **Direitos humanos:** De acordo com o artigo 19 da Declaração dos Direitos Humanos, da Organização das Nações Unidas (ONU), de 1948: "todo indivíduo tem direito à liberdade de opinião e de expressão; este direito inclui a liberdade de, sem interferência, ter opiniões e de procurar, receber e transmitir informações e ideias por quaisquer meios, independentemente de fronteiras" (ONU, 1948). Acredita-se ser impossível pensar em uma sociedade democrática sem uma comunicação democrática e, assim, perpassa a pertinência em se defender a comunicação como um direito humano. "Uma das múltiplas instâncias pelos quais o homem pode exercer esse direito e esse dever é a comunicação social" (Peruzzo, 1998, p.275).
- **Diagnóstico local:** entende-se que para desenvolver qualquer programa voltado às demandas comunitárias, é imprescindível conhecer a realidade local, identificando as em que é possível se somar para colaborar com o desenvolvimento humano, social, econômico, político e ambiental, mapeando todos os programas e projetos que são desenvolvidos, tanto pela iniciativa governamental, quanto pelas organizações não-governamentais ou dos movimentos sociais, que normalmente têm um acúmulo significativo e nem sempre sistematizado sobre os territórios.
- **Participação e cidadania:** A realização plena da cidadania é a participação por meio da liberdade, criação de espaço de democráticos, em que seja possível o estabelecimento da igualdade e do bom relacionamento, bem como o respeito às realidades locais. São as reflexões que nos traz Peruzzo (2007, p.46), pela própria natureza, pelos instrumentos que possibilitam a relação e troca de informações e saberes, a comunicação desempenha papel central na construção da cidadania.
- **Mobilização e mediação:** trata-se de um processo legítimo e essencialmente político, uma prática historicamente constituída, dotando os indivíduos de liberdade e autonomia na configuração de suas redes de relações. O recorte específico da mediação aqui é a tentativa de entender como se correlacionam a identidade, os saberes e a história, além dos processos



comunicacionais, levando em consideração que “não podemos estudar processos históricos desconectados do mundo social no qual estamos inseridos. Não podemos estudar processos comunicacionais sem a necessária correlação com o tempo social de sua produção e o espaço social de sua relação” (Barbosa; Ribeiro, 2011, p.25). A comunicação adequada à mobilização social é aquela que assume uma característica dialógica, libertadora e educativa.

- **Desenvolvimento local:** A prática de desenvolvimento de programas sociais se tornou uma política de gestão das grandes empresas no mundo inteiro, seja visando à construção do bom relacionamento comunitário ou em atendimento às exigências da Legislação Ambiental Brasileira, ou ainda, atender aos interesses de seus públicos, que hoje compreendem seu lugar na sociedade, como sujeito. Dessa forma, Peruzzo (*apud* Kunsch, 2016, p.51) defende que “um modelo de comunicação que pressupõe um desenvolvimento sustentável e participativo é o único aceitável na atual conjuntura brasileira”.
- **Alteridade e comunicação educativa:** “Na comunicação, eu acolho a alteridade do Outro, abro espaço para ela, vivencio o que ela pode produzir e mim. Eu não a aprisiono nem a repugno” (Marcondes Filho, 2018, p.80). Entender e viver alteridade deverá ser a escolha do profissional que busque trabalhar a comunicação comunitária. Fala-se aqui de escolha, pois se crê que não é técnica, não existe um manual de normas e procedimentos para se ter alteridade ou empatia. Porém, se defende que o profissional que optar em trabalhar a comunicação comunitária deverá ter, por princípio, o respeito ao Outro, o reconhecimento das diversidades e atender aos valores e os direitos de uma sociedade.

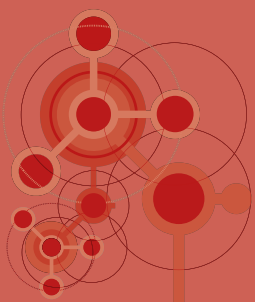
A escolha dessas áreas, descritas no Mapa, para além da definição conceitual, vem estabelecer uma dinâmica em que é possível acontecer o enlace entre esses conceitos e as práticas sociais, bem como a aplicabilidade na realidade e particularidade do Maranhão.

O LUGAR DA MEDIAÇÃO NO PROTOCOLO DE COMUNICAÇÃO COMUNITÁRIA: O MAPA DA ALTERIDADE

Nunca foi tão urgente se (re)pensar as relações provenientes das mediações resultantes dos fenômenos da comunicação, identificar o lugar do receptor e reconhecer que hoje somos todos receptores e emissores no processo comunicacional.

Assim, se propôs neste trabalho uma reflexão e quebra de paradigmas na forma com que são realizados os diagnósticos e a identificação das comunidades, no momento do planejamento e elaboração de um projeto de atuação na área de comunicação comunitária de uma organização, ou seja, a proposta é inserir a ótica da percepção da alteridade nesse processo, “a possibilidade de possuir, isto é, de suspender a própria alteridade daquilo que só é outro à primeira vista e outro em relação a mim – é a maneira do Mesmo” (Lévinas, 1980, p.25). O autor nos remete a refletir que o exercício da alteridade é também se dispor a percepção do mundo e do outro, possibilita, sobretudo, a oportunidade de (re)conhecer a si mesmo, afinal “a alteridade só é possível a partir de mim” (Lévinas, 1980, p.26).

Seguindo esta premissa, criou-se um modelo que se chamou aqui de Mapa da Alteridade para a comunicação comunitária organizacional. Este modelo poderá dar suporte ao trabalho da comunicação por sua simples aplicabilidade. Pensado a partir do um diálogo entre essas três hipóteses propostas por Martín-Barbero (1997) e correlacioná-las com prática efetiva da comunicação comunitária organizacional, tendo como referência e como sujeitos, a fala daqueles também produzem a comunicação e que muitas vezes são ignorados: os denominados de receptores.



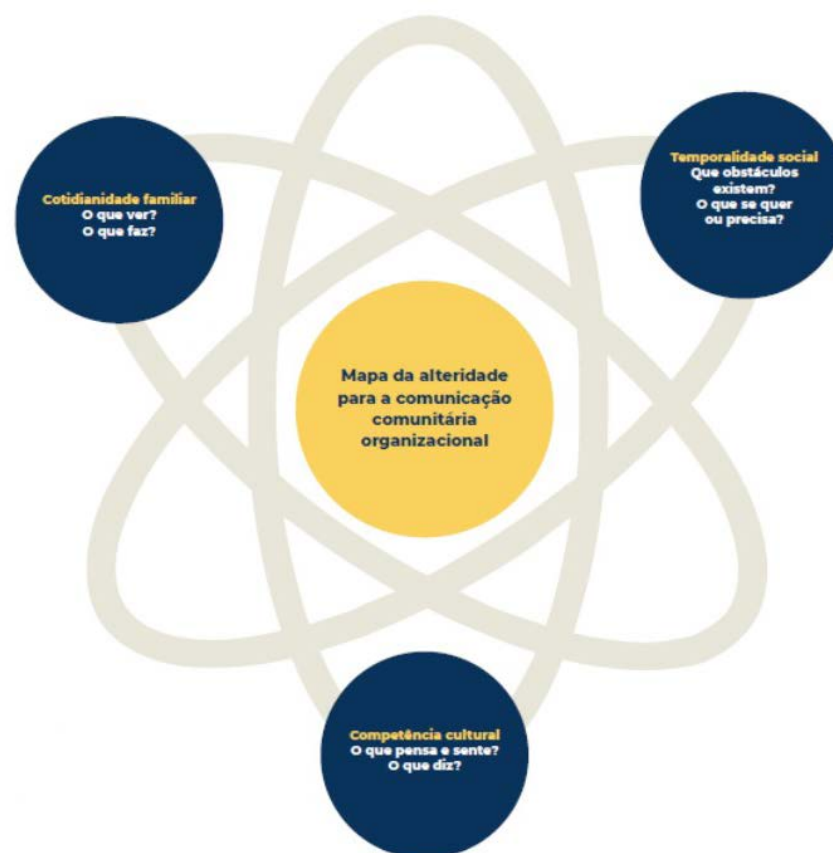
Quadro 1 – Correlação entre o Mapa conceitual de gestão da comunicação comunitária organizacional e o Mapa da Alteridade para a comunicação comunitária organizacional

LUGAR DE MEDIAÇÃO	MAPA CONCEITUAL	MAPA DA ALTERIDADE
Cotidianidade familiar	Direitos humanos	O que vê?
	Participação e cidadania	O que faz?
Temporalidade social	Diagnóstico local	Que obstáculos existem?
	Desenvolvimento local	O que se quer ou precisa?
Competência cultural	Mobilização e mediação	O que pensa e sente?
	Alteridade e comunicação educativa	O que diz?

Fonte: elaborado pelas autoras (2021)

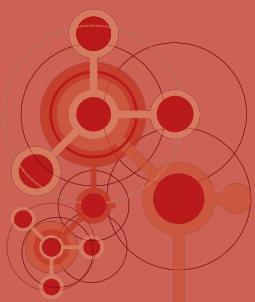
Para isso apresenta-se um mapa da alteridade para a comunicação comunitária organizacional (Figura 2). Inspirado e construído utilizando como referencial teórico os conceitos expostos anteriormente no mapa conceitual de gestão da comunicação comunitária organizacional, modelo que apresentou: direitos humanos; participação e cidadania; diagnóstico local; mobilização e mediação; desenvolvimento local; alteridade e comunicação educativa.

Figura 2 - Mapa da alteridade para comunicação comunitária organizacional



Fonte: elaborado pelas autoras (2021)

A ilustração faz alusão ao conceito de criação de arte baseado em um átomo, um elemento composto pelas combinações e relações do campo conceitual junto à percepção prática da alteridade nos processos comunicacionais. Para entender melhor cada passo, segue a costura que deu origem ao mapa:



- **Cotidianidade familiar:** O que vê? O que diz?

Contudo, a mediação que a cotidianidade familiar cumpre na configuração da televisão não se limita ao que pode ser examinado do âmbito da recepção, pois inscreve suas marcas no próprio discurso televisivo. Da família como espaço das *relações estreitas* e da *proximidade*, a televisão assume e forja os dispositivos fundamentais: a simulação do contato e a retórica do direto. (Martín-Barbero, 1997, p.293)

O lugar da segurança da família, o ambiente das relações afetivas e do sentimento de amor, na óptica da mediação e da comunicação comunitária, pode se tornar um lugar de conflito, da negação da intromissão do estranho, naquele lugar em que há uma orientação, lei e ordem estabelecida. Para conseguir acessar esse lugar, é preciso construir uma relação de confiança e até mesmo de afeto.

- **Temporalidade social:** Que obstáculos existem? O que se quer ou precisa?

Cada programa, ou melhor, cada texto televisivo remete seu sentido ao cruzamento de gêneros e tempos. Enquanto *gênero*, pertence a uma família de textos que se replicam e reenviam uns aos outros nos diferentes horários do dia e da semana. Enquanto *tempo* "ocupado", cada texto remete à sequência horária daquilo que o antecede e daquilo que o segue, ou àquilo que aparece no palimpsesto nos outros dias, no mesmo horário. (Martín-Barbero, 1997, p.296)

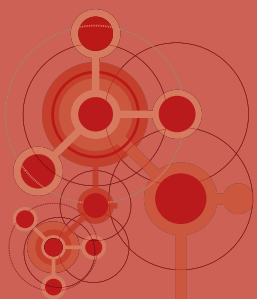
Cada território, cada comunidade possui a sua temporalidade social estabelecida. Daí a necessidade de se conhecer os territórios por meio do diagnóstico local, a fim de entender desde aspectos de desenvolvimento local, econômico, social e cultural.

- **Competência cultural:** O que pensa e sente? O que diz?

De um lado, os *críticos* que encaram a televisão a partir do paradigma da arte – que para eles seria a única coisa que valeria a pena chamar de cultura – e que denunciam dia após dia, com os mesmos fatigados argumentos, a *decadência cultural* que a televisão representa e acarreta intrinsecamente. a quase sempre num insuportável didatismo. De outro lado, os folclóricos, que situam a verdadeira cultura no povo, mas no povo-povo, ou seja, naquele que conserva a verdade sem contaminações ou mestiçagens, quer dizer, sem história. (Martín-Barbero, 1997, p.297)

Todas as comunidades têm suas próprias culturas, saberes, identidades e sentidos. Isso é inegável! O desafio aqui é reconhecer isso. Exatamente, em muitas abordagens da comunicação comunitária há uma tentativa de imposição de discursos, de valores e até de culturas, ainda usando das práticas de uma classe que se considera dominante. A Teoria da Mediação trava esse debate do começo ao fim: a redescoberta da cultura como hegemônico, "o conceito de hegemonia elaborado por Gramsci, possibilitando pensar o processo de dominação social já não como imposição a partir de um exterior e sem sujeitos" (Martín-Barbero, 1997, p.104).

O mapa da alteridade para a comunicação comunitária vem reconhecer na percepção da mediação, da comunicação educativa e da alteridade, na produção de sentidos, uma quebra de paradigmas às antigas práticas da comunicação organizacional.



TRAJETÓRIA METODOLÓGICA: POR ONDE SE PERCORREU

Este trabalho nasceu de um sentimento de responsabilidade de deixar para a academia, para as organizações e as comunidades uma metodologia batizada de Protocolo de Comunicação Comunitária Organizacional, um modelo sistematizado das experiências de uma vida dedicada a pensar, a trabalhar e a ensinar comunicação comunitária, na perspectiva dos sujeitos, dos direitos humanos, do desenvolvimento e do afeto.

Ele foi construído baseado em leituras das produções teóricas, bem como, conforme mencionado anteriormente, a partir de experiência e vivência profissional da pesquisadora e autora deste trabalho, que ao longo de mais de 20 anos desenvolve atividade e pesquisa de comunicação comunitária no território maranhense. E posteriormente validada por um grupo participante deste trabalho, formado por representantes de três comunidades da Zona Rural de São Luís (MA).

A principal estratégia metodológica utilizada para a realização desta pesquisa está centrada no grupo de discussão e diálogo realizado em três comunidades escolhidas estrategicamente, por esta pesquisa para dar representatividade e validar aquilo que pretendia-se consolidar no Protocolo. Utilizou-se de três critérios para escolher as comunidades, a saber: o primeiro critério para escolha foi enumerar as comunidades impactadas e que historicamente são consideradas públicos das ações comunitárias das maiores indústrias instaladas no Maranhão, a Alumar³ e a Vale⁴, são sete comunidades: Coqueiro, Inhaúma, Maruaí, Pedrinhas, Vila Cabral Miranda, Vila Samara e Estiva.

O segundo critério foi elencar, destas setes comunidades, aquelas que tinham associações comunitárias atuantes, com projetos que um dia haviam recebido financiamento das empresas. E o terceiro critério era a disponibilidade, mesmo em meio a uma pandemia, para colaborar com esta pesquisa. Dessa forma, chegamos às três comunidades e seus projetos: Inhaúma, Maruaí e Coqueiro.

Destarte, segue a linha do tempo metodológica deste trabalho:

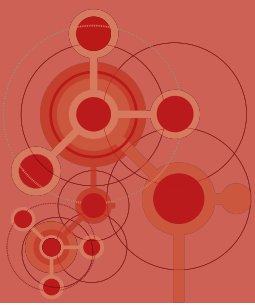
Revisão bibliográfica: Foi o primeiro caminho a seguir e continuou sendo até o final do trabalho, com base em material já elaborado, afinal “em primeiro lugar é preciso ler para se informar; ninguém sofre de excesso de saber”, pontua Deslauriers e Kérisit (2008, p.134).

Pesquisa qualitativa: Este trabalho está fundamentado a partir dos estudos da pesquisa qualitativa de Deslauriers e Kérisit (2008, p.132), diz que “para além dos argumentos de ordem metodológica, parece que a pesquisa qualitativa se aplica melhor a certos tipos de pesquisa”, e apresentando os argumentos, descritos abaixo, orienta a aplicabilidade da pesquisa qualitativa:

- a. **Estudo do cotidiano e do ordinário:** “O objetivo de uma pesquisa qualitativa pode ser o de dar conta das preocupações dos atores sociais, tais quais elas são vividas no cotidiano” (Deslauriers; Kérisit, 2008, p.130). Delimitou-se como sujeitos da pesquisa três comunidades, mais especificamente as Associações Comunitárias de Moradores de três comunidades – bairros da zona rural de São Luís (MA), localizado na BR 135 (acesso à capital):

3 De acordo com seu site, “no Brasil, a Alcoa possui três unidades produtivas, em Poços de Caldas (MG), São Luís (MA) e Juruti (PA)”. No Maranhão, a Alumar – Consórcio de Alumínio do Maranhão, das empresas Alcoa, Rio Tinto e South32 – foi fundada 31 de julho de 1980 (Alcoa, 2021).

4 A história da Vale no Maranhão começa com a atuação da “Estrada de Ferro Carajás (EFC) começou a operar junto com a mina em 1985 para transportar minério de ferro e manganês de Carajás até o Terminal Marítimo de Ponta da Madeira (TPMD), em São Luís” (Vale, 2021).



- Maruaí – BR 135, à 13,9 km do Portal da Cidade de São Luís;
- Inhaúma – BR 135, à 20,7 km do Portal da Cidade de São Luís;
- Coqueiro – BR 135, à 25,7 km do Portal da Cidade de São Luís.

- b. O estudo do sentido da ação: como a pesquisa que enaltece a vida dos atores sociais não os restringindo a um mero objeto descritivo, “um dos objetos privilegiados da pesquisa qualitativa é, portanto, o sentido que adquirem a ação da sociedade na vida e os comportamentos dos indivíduos, assim como o sentido da ação individual quando ela se traduz em ação coletiva” (Deslauriers; Kérisit, 2008, p.131). Esta etapa foi realizada por meio de grupo de discussão e diálogos.
- c. A avaliação das políticas: Após as experiências de campo, dados sistematizados e validação, apresenta-se esta metodologia de forma criativa, ilustrada e acessível, utilizando um projeto de *design* desenvolvido especialmente para este produto final, a fim de que seja possível apresentar o Protocolo proposto para este trabalho com alta fidelidade, interfaces e interação do produto com o usuário.

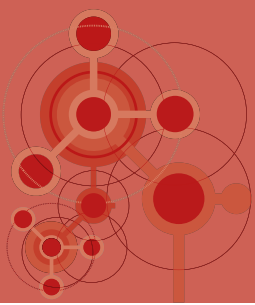
Criação do Protocolo experimental de atuação de comunicação comunitária: Tendo como base o paradigma epistemológico, foi utilizada para construção do produto dessa pesquisa o *design science* (DS), que o professor Márcio Carneiro dos Santos, do mestrado em comunicação da Universidade Federal do Maranhão (UFMA), atesta como um caminho possível para a pesquisa aplicada à comunicação, voltada a desenvolver soluções para responder a problemas. “Caracteriza-se pelo desenvolvimento de pesquisas orientadas para o enfrentamento de problemas reais e a proposição e/ou prescrição de soluções, denominadas de artefatos, que representam melhorias em relação ao que já existe, ou ainda, respostas totalmente inéditas” (Santos, 2018, p.22).

Entre as categorias e classificações dos artefatos apontadas pelo *design science* (DS), esta pesquisa adotará métodos na perspectiva de Santos (2018, p.26), definidos como:

conjuntos de procedimentos e ações orientados para o desempenho de determinada tarefa ou solução de um dado problema. Os métodos podem estar relacionados a modelos previamente estabelecidos, sendo um passo a mais na escala entre abstração e tangibilidade da solução.

Seguem as proposições de implementação de um método para a construção do protocolo de comunicação comunitária organizacional voltado aos territórios, às comunidades e aos modos de vida no Maranhão. Propõem-se que o protocolo tenha cinco eixos norteadores:

- **Apresentação:** Contar a história! A história do mestrado, da natureza desta pesquisa, seus objetivos e, por fim, a trajetória e motivação em se construir este protocolo, bem como a importância de ver a comunicação como um direito humano e de olhar para esse direito, do ponto de vista do local.
- **Comunicação Comunitária Organizacional e Base Conceitual:** Falar do conceito que deverá nortear um programa de comunicação comunitária nas organizações e de como ela deverá contribuir para as transformações sociais, que alinhará os interesses de uma instituição aos interesses das pessoas e das organizações comunitárias.
- A apresentação do Mapa conceitual de gestão da comunicação comunitária organizacional, inspirado, sobretudo; nas teorias da comunicação comunitária e de participação de Cicilia Peruzzo. Com apresentação dos conceitos: direitos humanos; participação e cidadania; diagnóstico local; mobilização e mediação; desenvolvimento local; e alteridade e comunicação educativa.



- **Diagnóstico local e articulação social:** A apresentação do Mapa da alteridade para comunicação comunitária, conexões conceituais com a alteridade, que teve como referências a Teoria da Recepção e da Mediação, a partir da obra de Jesús Martín-Barbeiro, e seus estudos dos fenômenos das mediações: a cotidianidade familiar, a temporalidade social e a competência cultural.
- **Programa de comunicação comunitária:** um modelo de gestão e organização de um projeto, que vá ao encontro das peculiaridades do Maranhão, isto é, que dialogue com as seguintes áreas: desenvolvimento local, direitos humanos, cultura e comunicação.
- **Legislação:** Apresentar algumas leis ambientais brasileiras, que são condicionantes ambientais legais, uma série de métodos exigida às empresas para garantir que sua atuação seja executada conforme a legislação ambiental do Brasil. Possibilitando, de tal modo, que sujeitos envolvidos nos programas de comunicação comunitária organizacional (especialmente a comunidade) possam embasar e qualificar a sua participação social e se tornar um protagonista consciente das ações.

Assim, após uma pesquisa experimental, este estudo se voltou à realização e orientações da pesquisa aplicada “utilizado para caracterizar iniciativas de cunho científico orientadas à solução de problemas reais ou de ordem prática” (Santos, 2018, p.20); um estudo aplicado à coleta de dados voltados à solução válida e eficaz para o enfrentamento de um problema real.

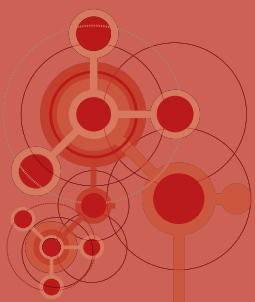
O protocolo de comunicação comunitária organizacional apresenta uma identidade visual que remete ao povo e à cultura do Maranhão, usando design e texto leves, com utilização de fotografias que retratam a realidade do Estado. Ressalta-se que o designer que construiu o trabalho, o publicitário Marliton Santos Santana, bem como a fotógrafa que cedeu sua obra, a publicitária Mary Áurea de Almeida Costa Ewerton, são profissionais sensíveis, com experiência em comunicação comunitária e que abraçam no exercício de suas atividades todos os conceitos e princípios defendidos por este trabalho. E, para melhor se entender o sentido e a força simbólica que tomou este protocolo, ele ainda é orientado pela professora Flávia de Almeida Moura, que entre tantas atribuições dedica-se a pesquisar a temática da Comunicação, Direitos Humanos e Trabalho Escravo Contemporâneo. Profissionais e inspirações que em suas práticas profissionais colaboram para a construção de um mundo melhor.

PROTOCOLO DE COMUNICAÇÃO COMUNITÁRIA E A INOVAÇÃO NAS REGRAS DO JOGO

Falar de inovação e comunicação remete imediatamente às tecnologias da informação, ou seja, nas tantas possibilidades que a internet trouxe, dos milhares de aplicativos e facilidades que o desenvolvimento da comunicação e formato com o qual os dispositivos se apresentam. Mas, para este trabalho, inovação é a reflexão que o protocolo de comunicação comunitária trará para uma efetiva mudança de prática.

O processo de inovação é associado à existência do novo, do moderno e atual, do que surgiu no tempo presente, concomitantemente remete ao pensamento e exclusão de tudo aquilo que foi construído no passado. E é essa reflexão que faz Callon (2004, p.64) explicar que “a inovação não destrói a tradição; ela se nutre dela e se enriquece com ela”. Para o autor, tradição e inovação caminham juntas em um processo gradual, no qual uma não exclui a outra, mas sim enriquece.

Pretende-se assim pensar na área da comunicação nos processos e intervenção comunitária das organizações, associando aquilo que se investe em inovação dentro de uma organização (tecnológicas, políticas processuais, evolução de produtos e de modelos de negócios), às práticas de empatia, respeito às tradições, às peculiaridades locais e ao diálogo. Não se fala aqui de



investimento financeiro, mas de uma mudança de mentalidade da forma como os programas de comunicação comunitária deverão se centrar em relação ao indivíduo.

Esse novo paradigma não exclui as ações que tradicionalmente já são realizadas, até porque existem legados, processos construídos ao longo da história que merecem ser lembrados e até mesmo ser referência para o que se construirá no futuro.

O protocolo reconhece que a academia e o mercado de trabalho andam juntos e que é possível pensar e propor uma ferramenta embasada de pressupostos teóricos em comunhão com as práticas do mercado. Uma vez que acredita ser o mercado um lugar de aprendizagem e ressignificação, e vê os consumidores como sujeitos nos processos, "o mercado é uma construção e uma reconstrução permanente, é uma construção coletiva que supõe negociações, interações e aprendizados" (Callon, 2004, p.75).

Pistas para a consolidação do Protocolo de Comunicação Comunitária Organizacional: o caso das comunidades Inhaúma, Maruaí e Coqueiro, da Zona Rural de São Luís (MA)

Apesar do marco histórico de que a capital maranhense foi fundada em 1612, sabe-se que estas terras já eram habitadas por população indígena muito antes disso. Ao longo do tempo, a Ilha de São Luís foi ocupada por uma miscigenação de culturas e raças: povos indígenas, homens e mulheres negros que foram escravizados no Brasil, vindos de diferentes regiões do continente africano, e os brancos.

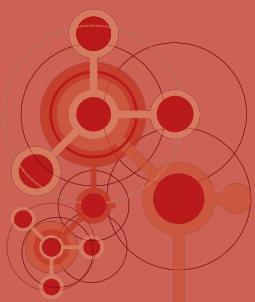
Até a segunda metade do século XX, São Luís não tinha rodovias e a região da Zona Rural era isolada. Alves, Sant'Ana Júnior e Pereira situam a implantação dos grandes projetos desenvolvimentistas que surgiram durante o regime militar (1964-1985) nesta região e os impactos sofridos pela grande Ilha de São Luís e sua população tradicional:

No Maranhão, os desdobramentos deste projeto e de outras iniciativas desenvolvimentistas levou à implantação da infraestrutura necessária para a exploração e/ou escoamento da produção mineral, florestal, agrícola, pecuária e industrial do próprio Maranhão e de estados vizinhos. Desde o final da década de 1970, foram implantados: extensa rede de estradas de rodagem cortando todo o território estadual e ligando-o ao restante do país; a Estrada de Ferro Carajás, ligando as grandes minas do sudeste do Pará ao litoral maranhense (administrada pela Cia. Vale do Rio Doce, conhecida atualmente apenas como Vale); o Complexo Portuário de São Luís, formado pelos Portos do Itaqui, Grande (estes dois administrados pela estatal estadual Empresa Maranhense de Administração Portuária – EMAP), da Ponta da Madeira (pertencente à Vale) e da Alumar (pertencente ao Consórcio Alumínio do Maranhão, subsidiária da multinacional do alumínio Alcoa); a hidrelétrica de Estreito e a Termelétrica do Porto do Itaqui (estes últimos em fase de construção). (Alves; Sant'ana Júnior; Pereira, 2010, p.97)

Juntamente com essas grandes obras na Zona Rural de São Luís aconteceu uma grande revolução geográfica, demográfica e histórica. Novos bairros, vilas e povoados foram nascendo, outros crescendo e pessoas de diferentes partes do Maranhão e do restante do país imigrando. Movimentos sociais também começaram a se articular, especialmente a partir de 1980 com a chegada da Alumar e a construção da Estrada de Ferro da Ferrovia Carajás da Vale, que causaram destruição ambiental, realocação de comunidade e ocupação de áreas rurais.

Entre essas comunidades estão as três adotadas mencionadas nesta pesquisa, estrategicamente para dar representatividade e validar o Protocolo de Comunicação Comunitária Organizacional: Inhaúma, Maruaí e Coqueiro.

Seguindo as orientações de Paulo Freire, este trabalho buscou ouvir três entre as comunidades impactadas tanto pela empresa Vale quanto pela Alumar, que ficam localizadas na Zona Rural de São Luís (MA), a fim de que não seja pensado e construído



o protocolo sozinho. Além disso, estas regiões seriam divididas em três momentos: (re) conhecimento da Comunidade e seus relacionamentos com as empresas; o protagonismo dos projetos que tiveram continuidade após financiamento; e apresentação do protocolo de comunicação comunitária organizacional para as três comunidades.

Assim o objetivo deste encontro foi identificar a história, as percepções, os sentimentos e ideias dos participantes sobre como construir um programa de comunicação comunitária, sem explicitamente arguir sobre, mas levantando subsídios para essa constatação. Não foi intenção desta pesquisa analisar as estratégias e resultados dos programas de comunicação comunitária desenvolvidos ao longo destes anos nestas comunidades. O que se tem ciência foi resultado de muitos conflitos, muitas perdas de mobilização social, de articulação política e interesses envolvidos, mas também é resultado de amor e sentimento de pertencimento dessas pessoas por estes territórios.

Para construir o protocolo, buscou-se conhecer três comunidades protagonistas, que são reconhecidas localmente por lutarem por seus direitos, que conquistaram seu lugar de fala, que brigam quando precisam brigar, porque os problemas, a exploração e impactos sócios e ambientais continuam.

Quando perguntado para os moradores destas comunidades sobre exemplos de projetos que deixaram legados positivos, eles citaram algumas experiências, mas destacaram aqueles que nas três comunidades ainda hoje estão tendo resultados, os projetos foram financiados pela Vale, na linha de geração de trabalho e renda, com o objetivo de consolidar negócios criativos. E essas experiências serviram como inspiração para a construção do protocolo.

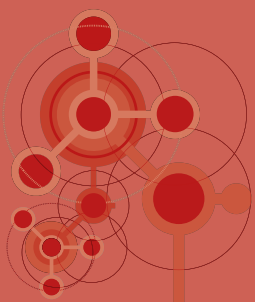
Na comunidade de Coqueiro existe a "Cooperativa Coquemel", fruto de um projeto desenvolvido na área de extração e venda de mel. Hoje, a Coquemel funciona em sua sede própria, tem equipamentos, logomarca e um plano de comunicação e divulgação, construído em parceria com a União de Moradores, o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) e a empresa Vale.

Na Comunidade de Maruaí, o desejo inicial de se tornar uma comunidade produtiva por meio de um ateliê de costura não vingou. No começo tinham 36 pessoas, e o projeto terminou com 13 mulheres. Porém, em 2021 nove dessas pessoas foram contratadas para costurar mais de nove mil máscaras de proteção contra o coronavírus, encomendas pela Fundação Vale para o Projeto Máscara+Renda. O Ateliê ainda está em atividade.

Na Comunidade de Inhaúma, foi desenvolvido um Projeto da Fábrica de Vassouras artesanais, a partir de garrafas pet, chamado Inhaúma Sustentável, hoje é um núcleo produtivo em pleno funcionamento, que gera trabalho e renda para as mulheres da comunidade.

Parece ser algo simples acreditar que hoje no contexto de uma sociedade mais ciente de seus direitos garantidos, com uma legislação específica voltada à fiscalização dos impactos sociais e ambientais, as empresas e organizações teriam mais atenção ao assumir e reparar os problemas causados por seus impactos, de modo particular aqueles que relacionados ao ser humano, às comunidades vizinhas.

Mas, a realidade é outra! A comunicação comunitária organizacional e tudo que se defende nesta pesquisa não é prática de todas as organizações. Muito já se avançou, especialmente por termos uma sociedade mais consciente e participativa, que ao longo do tempo foi colaborando também para a formatação de um novo modelo de economia e de organização.



CONSIDERAÇÕES FINAIS

Transformaram-se modelos de gestão e de negócio ao longo da história, mas as pessoas também mudaram. Em todas as análises de conjuntura, diagnósticos e planejamentos estratégicos, nunca esteve tão presente o reconhecimento das pessoas, membro de uma comunidade, nas gestões corporativas e de como se estabelece e se matem estes relacionamentos.

Este artigo pretendeu entregar ao mercado e à academia um protocolo de comunicação comunitária organizacional voltado às particularidades do povo maranhense. Adotar este trabalho como modelo é uma opção para o leitor, pois se crê que ele não é exclusivamente técnico, ou seja, não existe um manual de normas e procedimentos para se construir alteridade e sentimento de comunidade. Trocando em miúdos, este artigo é um processo de consciência, liberdade e sensibilização. Propõe-se que sejam levantados subsídios sobre o outro e o sobre mundo, a fim de construir um programa de comunicação que promova a relação e a compreensão horizontal entre organizações e comunidades.

Para aqueles que comungarem dos mesmos princípios norteadores deste documento, o protocolo tem a finalidade de se tornar uma referência prática para a constituição de programas de comunicação comunitária, integrados aos programas de comunicação organizacionais, sistematizando e apresentando ferramentas acessíveis e (re)aplicáveis para a prática nas organizações (de qualquer natureza) a partir da percepção e do olhar sobre a existência do outro e, sobretudo, do respeito à vida destes.

Com a compreensão de que não está se propondo um método para os movimentos populares e muito menos se apropriando de sua história, prática política, de mobilização, de participação e de comunicação comunitária, para às organizações privadas, mas, sim buscando apresentar um modelo a se adequar às políticas de comunicação organizacional, entendendo e reconhecendo a trajetória da comunicação popular e comunitária e seu legado na construção da cidadania no Brasil. Assim, propõe-se que:

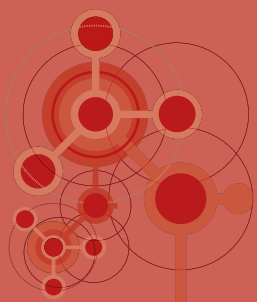
Independentemente da especialização profissional ou da tradição acadêmica a que se vinculam as metodologias de desenvolvimento comunitário e a comunicação para o desenvolvimento/mudança social, os entendimentos sobre desenvolvimento e participação, mais do que subjacentes, organizam e catalisam as instâncias e as orientações derivadas, agindo diretamente na maneira que uma iniciativa de melhoramento das condições de vida comunitária é idealizada e gerida. Necessariamente um leva ao outro e vice-versa. (Conteçote, 2015, p.97)

Com essa reflexão do pesquisador Marcelo Conteçote (2015) acerca das metodologias de desenvolvimento comunitário, se apresenta esta ferramenta de comunicação organizacional, que se crê, deseja e espera poder colaborar tanto com a academia, quanto com o mercado e com profissionais que atuam com comunicação comunitária no Estado do Maranhão.

REFERÊNCIAS

ALVES, Elio de Jesus Pantoja; SANT'ANA JÚNIOR, Horácio Antunes; PEREIRA, Carla Assunção. Projetos de desenvolvimento e conflitos socioambientais no Maranhão. *Revista dos Departamentos de Ciência Política e de Sociologia e Antropologia*, Belo Horizonte, v.18, n.1, p.97, 2010.

BARBOSA, Marialva Carlos; RIBEIRO, Ana Paula Goulart. *Comunicação e história*. Florianópolis: Isular, 2011.



CALLON, Michel. Por uma nova abordagem da ciência, inovação e do mercado, o papel das redes sócio-técnicas. *In*: PARENTE, André. *Tramasn da rede: novas dimensões filosóficas, estéticas e políticas da comunicação*. Porto Alegre: Silina, 2004.

CONTEÇOTE, Marcelo Luís. Metodologias de desenvolvimento comunitário: um olhar interdisciplinar. *In*: PERUZZO, Cicilia Maria Krohling; OTRE, Maria Alice Campagnoli (org.). *Comunicação popular, comunitária e alternativa no Brasil: sinais de resistência e de construção da cidadania*. São Bernardo do Campo: Umesp, 2015.

DESLAURIERS, Jean-Pierre; KÉRISIT, Michele. O delineamento da pesquisa qualitativa. *In*: POUPART, Jean; DESLAURIERS, Jean-Pierre; GROULX, Lionei-H.; LAPERRIERE, Anne; MAYER, Robert; PIRES, Álvaro. *A pesquisa qualitativa: enfoques epistemológicos*. Rio de Janeiro: Vozes, 2008.

KUNSCH, Margarida M. Krohling (org.). *Relações públicas e modernidade: novos paradigmas na comunicação organizacional*. São Paulo: Summus, 1997.

KUNSCH, Margarida M. Krohling. *Comunicação organizacional estratégica: aportes conceituais e aplicados*. São Paulo: Summus, 2016.

LÉVINAS, Emmanuel. *Totalidade e infinito*. Tradução de José Pinto Ribeiro. Lisboa: Editora 70, 1980.

MARCONDES FILHO, Ciro. *Comunicação ou metodologia? A fundação de um campo da comunicação*. São Paulo: Paulus, 2018.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Teoria das mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Tradução de Ronald Polito e Sérgio Alcides. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

ONU – ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. Declaração Universal dos Direitos Humanos da ONU. Geneve: ONU, 1948. Disponível em: <http://www.onu-brasil.org.br/documentos/direitos-humanos.php>. Acesso em :16 nov.2023.

PERUZZO, Cicilia Maria Krohling. Cidadania, comunicação e desenvolvimento social. *In*: KUNSCH, Margarida M. Krohling; KUNSCH, Waldemar Luiz (org.). *Relações públicas comunitárias: a comunicação em uma perspectiva dialógica e transformadora*. São Paulo: Summus, 2007.

PERUZZO, Cicilia Maria Krohling. *Comunicação nos movimentos populares: a participação da construção da cidadania*. São Paulo: Vozes, 1998.

SANTOS, Márcio Carneiro. Pesquisa aplicada em comunicação: o estranhamento da interdisciplinaridade que nos assombra. *Comunicação & Inovação*, São Caetano do Sul, v.19, n.41, p.18-33, 2018.

TORQUATO, Francisco Gaudêncio. Da gênese do jornalismo empresarial e das relações públicas à comunicação organizacional no Brasil. *In*: KUNSCH, Margarida M. Krohling (org.). *Comunicação organizacional: histórico, fundamentos e processos*. São Paulo: Saraiva, 2009.

Artigo recebido em 25.07.2023 e aprovado em 16.10.2023