Comunicação em saúde e agroecologia: a experiência do projeto Ará

Communication in health and agroecology: the experience of the Ará Project

ALMEIDA, Angélica Patrícia de[1]; SOUZA, Marina Duarte de[2]; PEREIRA, Isis Breves Rodrigues[3]; MILITÃO, Valdirene de Oliveira[4]

[1] VPAAPS/Fiocruz, angelica.almeida@fiocruz.br ; [2] OTSS, marina.rara@gmail.com, [3] Fiocruz Mata Atlântica, isis.breves@fiocruz.br, [4] Fiocruz Mata Atlântica, valdirene.militao@fiocruz.br

RELATO DE EXPERIÊNCIA TÉCNICA

Eixo Temático: Arte, Cultura, Comunicação Popular e Agroecologia

Resumo: Experiência de comunicação construída no contexto de mobilização social de agricultoras e agricultores familiares, indígenas, quilombolas e caiçaras envolvidos no Projeto Ará, iniciativa da Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz) visa fortalecer a promoção da saúde e da agroecologia em diferentes territórios do Rio de Janeiro e São Paulo. Coordenado pela Vice-Presidência de Ambiente, Atenção e Promoção da Saúde (VPAAPS), por meio da Agenda de Saúde e Agroecologia, o Ará envolve três programas institucionais: o Fórum Itaboraí: Política, Ciência e Cultura na Saúde, o Observatório de Territórios Sustentáveis e Saudáveis da Bocaina e o Programa de Desenvolvimento do Campus Fiocruz Mata Atlântica.
Palavras-Chave: mobilização social; comunicação popular; comunicação comunitária; comunicação pública.

Contexto

O projeto Ará é uma iniciativa da Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz) que visa fortalecer a promoção da saúde e da agroecologia em diferentes territórios do Rio de Janeiro e São Paulo. Coordenado pela Vice-Presidência de Ambiente, Atenção e Promoção da Saúde (VPAAPS), por meio da Agenda de Saúde e Agroecologia, o Ará envolve três programas institucionais: o Fórum Itaboraí: Política, Ciência e Cultura na Saúde, o Observatório de Territórios Sustentáveis e Saudáveis da Bocaina, fruto de uma parceria entre a Fiocruz e o Fórum de Comunidades Tradicionais (FCT), e o Programa de Desenvolvimento do Campus Fiocruz Mata Atlântica.

São 38 comunidades participantes, abrangendo diretamente um público de 700 pessoas, entre as quais agricultoras e agricultores familiares urbanos, (periurbanos) e rurais, quilombolas, indígenas e caiçaras de Petrópolis, de Areal, das vertentes do Parque Estadual da Pedra Branca, na Zona Oeste do Rio de Janeiro, de Angra dos Reis, Paraty e Ubatuba, litoral norte de São Paulo.

A iniciativa busca promover ações que articulem a incorporação de tecnologias sociais com geração de trabalho e renda, organização comunitária, segurança alimentar e nutricional e fortalecimento da atuação coletiva em rede. Para isto,

ancora-se nos trabalhos desenvolvidos pelos programas da Fiocruz, em diálogo com as comunidades e parcerias locais, e em um esforço de integração que engloba e potencializa a atuação do conjunto de atores dos diferentes territórios.
Neste contexto de mobilização social[1], a comunicação ultrapassa a dimensão instrumental a qual costuma ser reduzida, com vistas à transmissão de informações e à eficácia de resultados (KUNSCH, 2012), e desempenha o importante papel de coordenação e coesão de ações, a fim de gerar e manter vínculos com os públicos envolvidos e projetar publicamente o projeto, visando ao reconhecimento e à visibilidade ampliada (HENRIQUES et al., 2007).

Compreendida enquanto um eixo estruturador do Ará, a comunicação compõe todo o processo de planejamento, execução e avaliação que tem sido construído coletivamente com os diferentes públicos da Fiocruz e das demais organizações e comunidades parceiras.

Busca-se produzir processos colaborativos, em linguagens e formatos diversos, que considerem e valorizem o protagonismo dos sujeitos sociais e suas práticas nos territórios, bem como respeitem as diferentes naturezas e formas de agir das organizações e movimentos envolvidos, em um diálogo horizontal de saberes. O presente trabalho contextualiza um pouco deste fazer em curso.

Descrição da Experiência

> *"Seguimos tecendo encontros de ideias e caminhos*
> *É preciso sistematizar para inspirar*
> *É preciso sistematizar para impulsionar*
> *Convergir para olhar a saúde*
> *Convergir para que mudanças possam ser compartilhadas*
> *Agricultura tradicional e pesca artesanal que existem, resistem,*
> *cuidam e alimentam!*
> *Fazer pontes*
> *Ser corredor*
> *E o que é comunicar?"*
> *(FIOCRUZ, 2021, pág. 13).*

"E o que é comunicar?". A pergunta que encerra o relato poético "Aprendizados em Rede", construído por Natália Almeida e Aline Tavares no primeiro encontro

[1] Conforme expresso por Toro & Werneck (1996, p. 20), a mobilização social é um processo de "convocação de vontades", de explicitação e chamamento para determinado propósito, que provoque a participação de pessoas com a finalidade de modificar objetivamente a realidade. Constitui-se como uma "reunião de sujeitos que definem objetivos e compartilham sentimentos, conhecimentos e responsabilidades para a transformação de uma dada realidade, movidos por um acordo em relação a determinada causa de interesse público" (HENRIQUES et al., 2007, p. 36).

presencial ampliado do projeto, no Quilombo da Fazenda, em Ubatuba (SP), continua a ser feita por nós no cotidiano do Ará. Mais do que uma resposta pronta, um conceito fechado, é uma provocação que nos move reflexivamente nas nossas práticas.

O esquema cognitivo que nos conduz considera a comunicação como “um processo de troca, ação partilhada, prática concreta, interação”, entre interlocutores que desempenham papéis sociais e estão envolvidos em processos de produção e interpretação de sentidos e cujos discursos têm lastro em um contexto social, cultural e histórico que os afeta e por eles são afetados. Como enuncia a professora Vera França, o processo comunicativo se trata: “de algo vivo, dinâmico, instituidor – instituidor de sentidos e de relações; lugar não apenas onde os sujeitos dizem, mas também assumem papéis e se constroem socialmente; espaço de realização e renovação da cultura” (FRANÇA, 2001, pág.16).

Mais do que “o que” comunicar, nos interessa “o como e o porquê”[2]. Em se tratando de um projeto comprometido com as realidades com as quais se dispõe a trabalhar e a transformar[3], a comunicação é ética e politicamente orientada. Compreendemos que o protagonismo na construção da agroecologia e da saúde é dos sujeitos sociais enraizados em suas comunidades, que possuem um repertório próprio de ação e, portanto, devem ser profunda e constantemente ouvidos em suas experiências de comunicação, o que requer uma presença curiosa e crítica constante, como ensina Paulo Freire (1983).

Tendo em vista isso, o planejamento das ações de comunicação partiu de uma construção colaborativa de diagnóstico do relacionamento da Agenda de Saúde e Agroecologia com os públicos envolvidos do Projeto Ará, com análise dos vínculos e propostas de ações estratégicas.

[2] A comunicação popular na agroecologia tem sido concebida como contraponto à “monocultura da mídia de massa” (ELAA, 2016, s/p.), à comunicação difusora marcada por “conteúdos unidirecionais, que manipulam e/ou silenciam saberes e vozes” (BARROS, 2017, p. 7). Bebe dos aprendizados da educação popular, em um exercício político-pedagógico de criação de novas formas de diálogo inspiradas nas lutas populares, que consideram não apenas os conteúdos, o “quê” comunicar, mas a metodologia do fazer comum, a forma e intenção colocadas, o “como” e “para quê” comunicar.

[3] A agroecologia é ação, reflexão e transformação. Suas bases epistemológicas vão de encontro com o que tem sido postulado como modelo viável de agricultura e como um modelo de negócio exitoso (destacando sempre os altos índices de produtividade do agronegócio e sua importância para exportação e balança comercial), que se sobrepõem aos reais e/ ou potenciais malogros socioambientais. Encontra em outros setores marginalizados pelo sistema capitalista o encorajamento necessário para constituir-se em um movimento social, que problematiza a necessidade de promover a soberania alimentar dos povos, a preservação do meio ambiente e o papel de minorias enquanto protagonistas de uma mudança radical (LIMA, JESUS, 2017, p. 75).

Com base em metodologias desenvolvidas para o contexto de mobilização social e ferramentas de diagnóstico participativo que partem de uma visão relacional, processual e interativa da comunicação (HENRIQUES et al., 2004), o processo foi constituído das etapas: mapeamento e análise de públicos; análise de estratégias possíveis; proposições de ações de comunicação dirigidas e estratégicas.

A reflexão sobre a qualidade dos vínculos foi feita com auxílio do diagrama de Venn, durante um encontro presencial da equipe da Agenda de Saúde e Agroecologia em outubro de 2021. Além do diagrama, uma série de encontros subsidiou a construção do plano de comunicação:

1) o diálogo *on-line* com comunicadoras/es do Campus Fiocruz Mata Atlântica e Fórum Itaboraí, durante seminário ampliado do projeto realizado em outubro de 2021, que refletiu sobre as perguntas geradoras: “Quais os sonhos [das comunicadoras institucionais] para o projeto?”; “Quais ações desenvolvidas nas e com as comunidades já têm dado certo e podemos potencializar?”; “Quais os principais desafios para a comunicação e como podemos superá-los?”.

2) o diálogo em um grupo específico da comunicação durante encontro Territórios da Saúde e Agroecologia realizado no Quilombo da Fazenda, que inaugurou as ações presenciais do projeto em novembro de 2021, e definiu, entre outras coisas, a criação de um coletivo de comunicação composto por quem executa a comunicação institucional e popular nos diferentes territórios de atuação do projeto;

3) diálogos específicos com comunicadoras/es de cada programa territorial, realizados de forma *on-line,* ao longo de 2021, com a finalidade de compreender como é estruturada a comunicação de cada unidade e como entendiam ser viável organizarmos a composição e fluxo de trabalho da comunicação, considerando as especificidades de cada programa. Além disso, em 2022, foram realizadas reuniões de apresentação da proposta de planejamento da comunicação para o ano.

Entre os eixos estratégicos para as ações de comunicação, foram definidas ações de fortalecimento de vínculos entre os programas territoriais da Fiocruz, entre as quais se destaca a já mencionada criação do coletivo de comunicação; de estreitamento do relacionamento com organizações e comunidades parceiras, de modo a fortalecer o diálogo interinstitucional e a construir julgamento positivo e engajamento efetivo das comunidades ao projeto; bem como o empreendimento de ações de visibilidade ampliada, envolvendo articulação com canais internos à Fiocruz, bem como de mídias parceiras.

Como frutos palpáveis deste processo, podemos mencionar o planejamento e execução de coberturas colaborativas durante vivências sociotécnicas do projeto,

intercâmbios temáticos e encontros ampliados, o que tem resultado em cards, textos e áudios de convocação para atividades; matérias para sites e posts em redes sociais; relatórios; produção fotográfica e audiovisual; e organização de uma biblioteca pública virtual a fim de consolidar a memória do projeto.

Além das coberturas colaborativas, a comunicação tem sido objeto de discussão durante os encontros ampliados presenciais, de modo a aprofundar os sentidos políticos que orientam nossa ação, a identificar desafios e propor caminhos de solução.

O encontro no Quilombo da Fazenda, por exemplo, destacou a importância de processos de comunicação que favoreçam a autonomia e o protagonismo dos territórios, por meio da escuta às comunidades envolvidas, reconhecimento das lideranças, formas de organização e estratégias de diálogo e comunicação que já funcionam nesses grupos. Entre outras questões, o encontro na Fiocruz Mata Atlântica indicou a necessidade de repactuação da dinâmica de atuação conjunta e a melhoria na circulação de agendas e informes sobre o projeto nos territórios.

Outro destaque foi o processo de nomeação coletiva do projeto, por meio de uma metodologia colaborativa aplicada durante o encontro no Quilombo da Fazenda e que resultou no batismo da iniciativa enquanto Ará[4] e na palavra de ordem: “Da serra ao mar, saúde e agroecologia não podem faltar”. Esta ação desaguou na construção posterior da identidade visual que, após referendada coletivamente, foi aplicada e distribuída para os diferentes programas e territórios por meio de kits contendo itens como folder, bottons, adesivos, chapéu, camisa e banner do Ará.

A comunicação também se expressa de muitos modos sensíveis. A arte e a cultura são dimensões fundamentais que se manifestam, de forma muito intencional, nas ações executadas, reconhecendo e valorizando as expressões culturais dos territórios: jongos, coral indígena, roda de samba, cine pipoca crioula, entre tantas outras, têm estado presentes nos encontros promovidos. Estas dimensões se manifestam também na mística que conduz os encontros, na relatoria gráfica, na exposição de fotos, nos poemas recitados, na valorização do lúdico, como a presença do Zé Gotinha no contexto da pandemia, e intervenções diversas, que reforçam que o lugar da arte e da cultura não se restringem à cultural.

Os diálogos em roda, as tarjetas, os painéis interativos, os murais de pintura, as instalações pedagógicas, as vivências protagonizadas pelos sujeitos das

[4] O nome formal da iniciativa é "Desenvolvimento Sustentável e Promoção da Saúde em populações vulnerabilizadas de agricultura familiar e de povos e comunidades tradicionais rurais e urbanos no contexto da Covid-19”.

comunidades são dispositivos que propõem a circularidade da fala, que questionam a hierarquia entre saberes e a assimetria de poder, e convidam à escuta e a fala de todas e todos, incluindo mulheres e juventudes tão silenciadas socialmente.

Resultados

Ao atuar em processos de mobilização sociais relacionados à saúde e à agroecologia, como é o caso do projeto Ará, temos sido impelidos a refletir sobre nossa prática comunicacional, não apenas visando aos resultados que se manifestam nos materiais que produzimos, mas sobretudo nos princípios que regem nosso fazer. O cuidado com a linguagem e com a produção de conteúdo de modo a reconhecer o protagonismo de mulheres e jovens, e a combater práticas discriminatórias como o racismo e a LGBTfobia; o respeito com a forma de registro nas comunidades e a escolha do que comunicar ou não; o respeito aos tempos e estruturas de cada programa territorial são alguns exercícios cotidianos, que nos recordam que não só os sistemas agroalimentares precisam ser democratizados, mas a própria comunicação.

Esta atuação está em coerência com a diretriz da agenda de futuro da Fiocruz de incentivar iniciativas em rede e transdisciplinares em agroecologia na interface entre conhecimento científico e saberes tradicionais, de modo a se manter alinhada aos *desafios da sociedade na redução das desigualdades e às novas formas de produção* da ciência (FIOCRUZ, 2022).

Os processos comunicativos no âmbito das lutas sociais potencialmente vocalizam os princípios das organizações de base popular, sindical, associativa e dos movimentos sociais, a partir da ação reflexiva dos próprios sujeitos, expressando necessidades, buscas e visões de mundo (PERUZZO, 2016), constituindo-se como parte inegável da transformação social.

Referências bibliográficas

BARROS, E. A. A. **Mulheres e agroecologia:** Estudos de Experiências e Estratégias de Apropriação e Divulgação na Internet. In: Mundos de mulheres, 13/Fazendo gênero, 11, 2017, Florianópolis. Anais..., Florianópolis: UFSC, 2017.

FIOCRUZ. **Tecendo Redes de Experiências em Saúde e Agroecologia: resultados e reflexões a partir da sistematização de iniciativas construídas pela Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz)**. Lorena Portela Soares, André Campos Burigo e Natália Almeida Souza (Org.). Rio de Janeiro: Fiocruz, 2022. 224 págs.

FRANÇA, Vera Veiga. **Paradigmas da comunicação:** conhecer o que? Ciberlegenda, nº5, 2001.

FREIRE, P. **Extensão ou comunicação?** Tradução de Rosisca Darcy de Oliveira/ Prefácio de Jacques Chonchol. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1983.

HENRIQUES, M. S. et al. **Comunicação e Estratégias de Mobilização Social.** 2 ed. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2004.

KUNSCH, M. M. K. **As dimensões humana, instrumental e estratégica da Comunicação Organizacional:** recorte de um estudo aplicado no segmento corporativo. Intercom, Rev Bras Ciênc Comun [Internet]. 2012Jul;35(2):267–89. Available from: https://doi.org/10.1590/S1809-58442012000200014

LIMA, M. M. T.; JESUS, V. B. **Questões sobre gênero e tecnologia na construção da agroecologia.** Scientiae Studia, São Paulo, v. 15, n. 1.

PERUZZO, C. M. K. **Comunicar para Transformar.** Revista Agriculturas: experiências em agroecologia, Rio de Janeiro, v. 13, n. 1, pp. 4-6, 2016.

TORO, A. J. B.; WERNECK, N. M. D. **Mobilização Social:** um modo de construir a democracia e a participação. Brasília MMA/Abeas/Unicef, 1996.