

Interação em processo de construção coletiva de produtos midiáticos: contribuições comunicacionais.

*Interaction in the collective construction process of media products:
communicational contributions.*

Vânia Beatriz Vasconcelos de Oliveira¹
Sílvia Moan da Silva²

Resumo

O artigo apresenta o relato da experiência de construção coletiva de narrativa textual e audiovisual para a elaboração de um livro e um vídeo sobre a vida e trabalho de um produtor rural estabelecido em Marabá - PA. A iniciativa faz parte do projeto Amazocom, coordenado pela Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa), com o objetivo de desenvolver ações de comunicação, transferência de tecnologia e construção de conhecimentos para o desenvolvimento territorial, visando contribuir para a redução do desmatamento e da degradação florestal no bioma Amazônia. Tião, o ator principal das narrativas, é um produtor rural empreendedor, aberto à inovação e concilia suas atividades produtivas com as demandas para a redução dos impactos ambientais. Foi analisado o processo interativo ocorrido na Oficina, realizada na propriedade rural, com o uso da metodologia de design-participativo. Os resultados contribuem para o debate sobre Difusão e Transferência de Tecnologias, cuja abordagem, inspirada na análise de contribuições comunicacionais, considera que, no processo de construção de conhecimento, existem novos e complexos circuitos interacionais entre instituições e atores sociais, como a interação entre o produtor rural e os profissionais da Embrapa.

Palavras-chave: Design-participativo, Interação, Transferência de Tecnologias.

Abstract

The article presents the report of the collective construction experience of textual and audiovisual narrative for the elaboration of a book and a video about the life and work of a rural producer established in Marabá - PA. The initiative is part of the Amazocom project, coordinated by the Brazilian Agricultural Research Corporation (Embrapa), to develop communication actions, transferring technology and building knowledge for territorial development, aiming to contribute to the reduction of deforestation in the Amazon biome. Tião, the main actor of the narrative, is an entrepreneurial rural producer, open to innovations. He reconciles his activities with the demand to reduce environmental impacts. The interactive process that took place at the Workshop, carried out on the rural property, was analyzed using the participatory design methodology. The results contribute to the debate on Diffusion and Transfer of Technologies. The approach was inspired by the analysis of communicational contributions, which considers that, in the process of knowledge construction, there are new and complex interactional between institutions and social actors, such as the interaction between the rural producer and Embrapa professionals.

Keywords: Participatory Design, Interaction, Technology Transfer.

¹ Comunicóloga, Mestre em Extensão Rural, Pesquisadora da Embrapa em Rondônia.
vania.beatriz@embrapa.br

² Artista Plástica, Especialista em Design Gráfico, siliamoan@gmail.com, Consultora Técnica Autônoma

Introdução

A difusão e transferência de tecnologias é parte importante e indispensável no processo de Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação. As instituições de Pesquisa, as de Assistência Técnica e Extensão Rural (ATER) e os produtores rurais há muito constituem um circuito interacional no qual se processam as trocas de informação que visam fazer chegar ao campo as soluções tecnológicas geradas pela pesquisa que, por sua vez, colaboram para o desenvolvimento da agricultura brasileira de forma sustentável

As estratégias de comunicação adotadas pela Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária - Embrapa buscam suplantar os problemas que limitam e restringem a apropriação dos conhecimentos e a adoção das tecnologias no meio rural. Não obstante os avanços neste sentido, sobretudo com a emergência do uso das novas tecnologias de informação e comunicação, que a primeira vista não estariam acessível às comunidades rurais - em razão das distâncias dos grandes centros e da inabilidade do produtor rural com os novos recursos tecnológicos- são estes meios que tem propiciado que a Embrapa leve aos produtores informações através de publicações, eventos de capacitação e programas de fácil veiculação nas mídias digitais como o Dia de Campo na TV.

Por outro lado, a intensificação da atividade agropecuária e agroflorestal na Amazônia, tem levado para as pautas de pesquisa as demandas por soluções tecnológicas que contribuam para a redução do desmatamento e da degradação florestal no bioma Amazônia. Neste sentido, a Embrapa coordena o Projeto Integrado da Amazônia (PIAmz), um conjunto de projetos financiados pelo Fundo Amazônia nos territórios da Amazônia Legal, dentre eles o Projeto Amazocom (Interação, intercâmbio, construção de conhecimento e comunicação nos projetos do Fundo Amazônia) que objetiva desenvolver, orientar e monitorar, por meio de indicadores, as ações de comunicação, transferência de tecnologia, intercâmbio e construção de conhecimentos voltadas para o desenvolvimento territorial.

O objetivo deste trabalho é relatar e discutir as contribuições comunicacionais resultantes do processo interativo ocorrido na Oficina de Produção de Recursos Multimídia, evento realizado em agosto de 2019, com o objetivo de capacitar membros do Projeto Amazocom, envolvidos com produção editorial. Por meio da aplicação da metodologia de design-participativo foram desenvolvidas atividades que resultaram na construção coletiva de um roteiro para a narrativa textual e audiovisual visando a elaboração de um livro e um vídeo sobre um produtor rural.

A iniciativa tem por finalidade promover a valorização do conhecimento tradicional do produtor e o intercâmbio de conhecimentos com a equipe técnica da Embrapa, participante do evento. Portanto, os atores sociais do processo de interação em análise são: a família de Sebastião Felizardo, que ficou conhecido pelo pseudônimo de Tião do Cupu³, em razão do seu destaque como produtor de cupuaçu (*Theobroma grandiflorum*), fruta típica da região norte brasileira, tendo alcançado a produção de até 80 tonelada/ano e na mídia regional ganhou o título de “Rei do Cupu” (POMPEU, 2017-2019). De outro lado, oito membros da equipe técnica do Amazocom, sendo seis mulheres e dois homens, com em média 21,5 anos de trabalho na Embrapa.

A programação da oficina foi desenvolvida em cinco dias, quatro deles, integralmente na propriedade denominada Fazenda Souza, localizada a 5 km da Vila Sororó, e a cerca de 40 km do município de Marabá, na região sudeste do estado do Pará. Estas distâncias foram percorridas via rodoviária, a maior parte por estrada com pavimentação asfáltica. A propriedade com cerca de 190 hectares, delimitou o espaço físico onde se processaram as interações dos participantes para a elaboração das narrativas. Sebastião Felizardo, nasceu no Maranhão e em 1989 migrou com a família para Marabá. Inicialmente trabalhou no garimpo de ouro, até quando teve acesso as terras onde, além da cultura básica, iniciou o plantio de cupuaçu, a espécie frutífera com a qual literalmente fez nome e fama.

Nos moldes em que foi planejada, a oficina apresenta as seguintes características:

- a) uma experiência de interação para produção textual, que envolveu Tião do Cupu e seus familiares: esposa, filha, genro e um neto de 4 anos de idade;
- b) enfoque multidisciplinar, com o envolvimento de profissionais de diversas formações e habilidades, que atuam na Embrapa, nas áreas de Comunicação Social (Jornalismo, Publicidade e Relações Públicas), Informação, Agronomia, Administração, Letras e Artes e Pedagogia.

Interação em estudos de linguagem - referencial teórico

A produção textual coletiva, nos moldes da oficina objeto desta análise, encontra suporte teórico nos estudos de linguagem, uma vez que a base da concepção de linguagem

³ Cupu é o diminutivo de cupuaçu e a forma usual como os paraenses se referem ao fruto.

em Bakhtin e seu Círculo (1895-1975) é a interação verbal, caracterizada pelo seu aspecto dialógico. O Círculo destaca essencialmente a individualidade [...] como a soma das relações sociais da vida do sujeito (SOBRAL, 2008:104). É a individualidade dos sujeitos em interação que vai se fazer presente no contrato de comunicação, termo empregado para designar a condição para que os parceiros de um ato de linguagem se compreendam minimamente e possam interagir, co-construindo o sentido. (CHARAUDEAU e MAINGUENEAU, 2008:130). Bem como no conceito adotado pelas ciências humanas para qualificar as interações comunicativas, que vão além das trocas conversacionais, isto é, “... toda ação conjunta, conflituosa ou cooperativa, que coloca em presença dois ou mais atores...” (Vion, 1992:17) apud Charaudeau e Maingueneau (2008:281).

O estudo também pertence ao campo da educomunicação uma vez que o conceito desta, anteriormente restrito aos estudos dos efeitos da mídia na educação, a partir de pesquisas lideradas por Soares (2009), foi redefinido como:

conjunto das ações inerentes ao planejamento, implementação e avaliação de processos e produtos destinados a criar e fortalecer ecossistemas comunicativos em espaços educativos, melhorar o coeficiente comunicativo das ações educativas, desenvolver o espírito crítico dos usuários dos meios massivos, usar adequadamente os recursos da informação nas práticas educativas, e ampliar capacidade de expressão das pessoas (SOARES, 2002, p.115).

Portanto, consideramos pertinente adotar o conceito de “ecossistemas comunicativos” em difusão e transferência de tecnologias, uma vez que as ações de extensão rural têm propósitos educativos e se processam em espaços não formais de educação. Debatendo a ausência de políticas culturais e comunicativas na educação, Martin-Barbeiro (2014:55) diz: “A nação se faz hoje nas ambíguas e complexas interações entre o ecossistema comunicacional e o sistema político, em sua indelegável responsabilidade de dinamizar a educação e a criatividade cultural, incluindo em ambas a invenção científica e a inovação tecnológica”. Ou seja, usar Ciência (da Comunicação) para divulgar Ciência, fazer chegar à sociedade, as soluções tecnológicas.

A inserção nesse ecossistema comunicativo requer dos profissionais de comunicação para a difusão e transferência de tecnologias, um novo olhar sobre as formas de fazer essa comunicação. Esta é, portanto, a proposta de produção coletiva de conteúdo para a difusão das tecnologias, ir além da função informativa, promover o diálogo entre o conhecimento tradicional e o científico, valorizar o produtor rural e inseri-lo como

protagonista das narrativas, que deverão exprimir as acepções verbalizadas e retextualizadas pelos participantes do processo interativo, como ocorrido na Oficina, na qual a metodologia de design- participativo foi aplicada.

Procedimentos metodológicos: *Design Thinking* e Design-Participativo

A elaboração da programação e execução da Oficina de Produção de Recursos Multimeios foi orientada por conceitos da Metodologia de Design-Participativo, que por sua vez é inspirada na metodologia *Design-Thinking*, idealizada por Tim Brown (2010), abrangente em aplicações (em negócios da indústria tecnológica à educação de jovens) e em conceitos, dentre os quais destacamos: é um processo não-linear, centrado no ser humano, processo de cocriação com o próprio público e atores, mergulho na necessidade do usuário. Aplicada como uma forma de estruturar o pensamento, com o objetivo de resolver problemas e interagir com eles, a partir da realidade dos atores envolvidos.

A aplicação do design-participativo tem por objetivo registrar os princípios norteadores para elaboração de materiais gráficos com sociedades tradicionais, por meio de metodologias participativas de construção gráfica e textual. Na Oficina o objetivo foi capacitar membros da equipe do Projeto Amazocom, para que se tornem multiplicadores e possam construir novos espaços de valorização cultural com ferramentas gráficas que valorizem o modo de pensar das comunidades rurais. Como objetivos secundários tem-se: a valorização das ideias propostas pelo produtor, suas referências visuais e o gráfico do universo de sua propriedade; bem como as atividades produtivas de Tião e familiares.



Figura 1 Participantes da Oficina em interação na propriedade rural. Imagem: Everaldo Almeida.

Na propriedade, os registros textuais, fotográficos, gravações em áudio e vídeo, foram feitos em contextos diversos: rodas de conversa, previamente planejadas, no entorno da mesa da varanda de fundos da residência da família (Fig1). e em ocasiões nas quais a equipe se dividiu no acompanhamento das atividades da família, sejam em visitas aos

principais sistemas de cultivos de frutíferas (açai e cupuaçu), psicultura, meliponicultura, pecuária de corte e os Sistemas Agroflorestais (SAFs); seja no processamento agroindustrial de polpas de frutas, atividade atribuída as mulheres.

Resultados e Discussão

Este relato está estruturado em três etapas, que correspondem a distintos momentos de interação, não lineares, como a própria metodologia preconiza. São elas: (1) interação da equipe entre si, reunindo os profissionais da Embrapa com a facilitadora da Oficina; (2) interação do produtor com a equipe e com a metodologia; e (3) interação da equipe na partilha de percepções sobre a metodologia.

Etapa I – Interação dos participantes da capacitação

Esta etapa ocorreu nas instalações do Núcleo de Apoio a Pesquisa e Transferência de Tecnologias do Sudeste Paraense (NAPT-Sudeste Paraense) da Embrapa, em Marabá, teve por objetivo familiarizar os participantes, oito profissionais da Embrapa, com a Metodologia de Design Participativo e promover as trocas que permitiriam a definição dos papéis que cada um deles desempenharia na atividade de campo, ou seja, na construção da narrativa textual e editorial do livro e do vídeo, que vem a ser o produto final da aplicação da metodologia design-participativo.

Neste caso trata-se da interação da equipe entre si. Os principais locutores dessa etapa foram a facilitadora da oficina, uma especialista na produção de conteúdos gráficos e audiovisuais, e dois membros da equipe Embrapa, que por desempenharem suas atividades no NAPT, em Marabá, foram responsáveis pela escolha do produtor, dentre aqueles que melhor representasse um “modelo” de produtor, aberto à experimentação, validação e adoção de soluções tecnológicas.

Os demais participantes, não tinham conhecimento prévio do produtor, nem da metodologia *design-participativo*, porém, os princípios do trabalho em colaboração, que resultaram em produção multimídia, eram conhecidos de modo prático pela maioria deles, por suas experiências de trabalho em comunidades extrativistas e assentamentos rurais no Acre, Amapá, Rondônia, Pará e Nordeste brasileiro. Uma experiência que tem alguns aspectos semelhantes à prática do design-participativo foi realizada por Oliveira (2011),

que em uma oficina de capacitação para produção coletiva de spots radiofônicos, colocou em interação pesquisadores científicos e acadêmicos de Comunicação Social, com a finalidade de divulgação científica de resultados de pesquisas sobre manejo florestal.

As trocas conversacionais dos participantes versaram sobre a percepção de que, o que diferencia a proposta de coprodução de suas experiências anteriores, seria a mudança no fluxo da comunicação, uma vez que esta, coloca o produtor rural e sua família, como protagonistas do processo de transferência de tecnologias, testemunhando a validação e adoção de tecnologias em suas propriedades e ao mesmo tempo sua relação com os pesquisadores.

Registrou-se também, nas falas resultantes das trocas conversacionais, a necessidade de enfrentamento e rompimento com as tradicionais práticas de produção editorial, reconhecendo entretanto, que já são conhecidas algumas produções (livros e vídeos) que fogem ao padrão estabelecido no Manual de Produção Editorial da empresa, seja em relação a produção visual, seja em relação ao protagonismo dos parceiros, produtores rurais e outros representantes da sociedade.

Por fim, importante registrar certa dificuldade de alguns participantes em decidir, dentre as opções de atividades apresentadas, qual o papel que desempenharia no grupo. Embora as atribuições tenham sido pré-estabelecidas, na prática de campo verificou-se que os profissionais puderam descobrir outras possibilidades de colaboração, muito bem vindas em uma equipe com múltiplas habilidades e experiências que colaboraram para a construção da narrativa textual e editorial do livro e do vídeo.

Em relação as atividades e papéis auto atribuídos, a equipe ficou assim organizada:

PRENOME	Atividade ou papel auto atribuído
Daniel	Vídeo
Everaldo	Entrevistas
Isabel	Entrevistas
Juliana	Revisão
Luiza	Pré e pós textuais
Mauricilia	Produtora
Milena	Vídeo
Silia	Facilitadora
Vânia	Roteiro

Etapa 2 - Interação do produtor com a equipe e com a metodologia

Na segunda etapa, o processo interativo ocorreu de forma ampla na propriedade, isto significa dizer que não se limitou a mesa em torno da qual os participantes teciam suas conversas e faziam suas alimentações, juntamente com os membros da família, intercalando momentos de exposição formal de conteúdos e de aplicação das técnicas próprias da metodologia, com uma livre conversação,

Neste caso trata-se do diálogo entre produtor e a equipe Embrapa, esta com suas práticas editoriais e de comunicação para transferência de tecnologias e aquele, com suas práticas cotidianas de condução da propriedade rural. Se exercitou a escuta do relato da trajetória de vida de Tião, pontuando momentos de emoção que levaram às lágrimas com outros de total descontração, em que todos explodiriam em risos, revelando assim, importantes traços da personalidade do entrevistado e que, ajudaram a definir o roteiro para os produtos multimídia.

Desta forma, nos quatro dias de atividades na propriedade ocorreram as interações dialógicas nas quais se obteve, substancialmente, mais resultados da aplicação da metodologia. O primeiro momento, teve o objetivo de apresentar formalmente a proposta e obter o aceite dela, pelo produtor e sua família.

Em síntese, as informações repassadas a Tião quanto ao objetivo do trabalho foi a proposição de se produzir conjuntamente, um livro e um filme sobre a vida dele, por ele representar um produtor que pode servir de exemplo e estímulo para outros produtores, pela forma como conduz sua propriedade. Em um processo criativo coletivo como esse, os protagonistas da história, neste caso Tião do Cupu e família, concebem, escolhem e definem os conteúdos de texto, áudio e imagem que melhor retratem suas histórias de vida, o seu modo de trabalho.

Após a apresentação da metodologia ao produtor, obtida a concordância de Tião (no primeiro momento a esposa e filha se mostraram reticentes à participação), a facilitadora iniciou a aplicação das técnicas para o levantamento das perspectivas de uso do *naming*⁴ e identidade visual. Uma série de perguntas feitas pela facilitadora, sobre os produtos da propriedade, associando-os ao sentimento do produtor, conduziram as reflexões sobre a criação da identidade visual, obtendo-se um mapeamento, chamado

⁴ Processo de criação de um título para compor uma identidade.

cartografia sentimental. A Fig. 2. Apresenta um resumo dos produtos e sentimentos apontados por Tião.



<i>ações</i>	<i>propriedades</i>	<i>sensações</i>
Plantar	Cupuaçu	Vital
Colher	Frutos	Satisfação
Vender	Açaí	Felicidade
Criar	Abelha	Prazer
Pescar	Peixe	Admiração
Preservar	Floresta	Responsabilidade
Proteger	Agrofloresta	Prazer
Multiplicar	Castanheira	Perpetuação

Figura 2 Cartografia sentimental descreve o mapeamento afetivo do produtor.
 Elaboração: Sílvia Moan, 2019

A liberdade de propor e interferir no estilo da narrativa, no projeto gráfico do livro, no roteiro do vídeo, foi bem assimilada por todos da família, que não tiveram constrangimentos em colocar objeções a alguns procedimentos e proposições, como exemplos: Alegando não ter habilidades adequadas, Tião recusou-se a se expressar por desenhos; a esposa discordou que se incluísse no roteiro do filme, a reprodução de uma cena do início de sua vida em Marabá, quando vendia tacacá na praça; e a filha se abriu para a discussão e defesa da marca e rótulo de produtos, que ela já tinha criado.

Identities of Tião

Para se ter claro quem é o Tião que estaria apresentado nas narrativas e representado nas imagens a serem construídas, se buscou, a partir de um contar e recontar de histórias e de reflexões diante do mapeamento afetivo, identificar Tião sobre todos os prismas, para além das informações preliminares, que haviam sido compartilhadas com a equipe, pelos companheiros do NAPT, na Etapa1: Tião o “gente boa”, o inovador, que alcançou o status de produtor diversificado.

- O que o identifica? (pergunta a facilitadora)

- “Apresentar o que a comunidade é! é isso que identifica a gente”, respondeu Tião no início da interação dirigida pela facilitadora.

- Como o senhor chegou aqui em Marabá? (pergunta um entrevistador)
- “Eu cheguei aqui “puxando a cachorrinha”⁵, sabe?” (respondeu Tião com expressões faciais mais para divertido do que para sofrido)

Assim a identidade de Tião do Cupu foi construída a partir de suas próprias definições, dos seus sentimentos e das percepções dos interlocutores e outras fontes acessadas. No Quadro 1. apresentamos uma coletânea de atributos, captados nas falas dos interlocutores, que contribuem para a compreensão de quem é o Tião e para estruturar a narrativa de tal forma que os personagens se sintam bem representados.

Quadro1. Atributos identificados que qualificam o Tião do Cupu

Atributos	Contexto da percepção
Experimentador	Faz seus próprios experimentos para comparar com as recomendações dos pesquisadores.
Educador didático	Na demonstração da enxertia para produção de mudas, ao explicar como funciona o processo de melhoramento da variedade de cupuaçu, resistente a “vassoura de bruxa”.
Carinhoso	Frequentes demonstrações de carinho com a esposa e o neto
Inovador	Receptivo as inovações tecnológicas, empenhando-se em estar atualizado com os lançamentos e eventos da Embrapa.
Empreendedor	A diversificação das atividades produtivas e constante investimento na propriedade (máquinas, equipamentos de irrigação)
Emotivo	Foi as lágrimas em diversos momentos de seus depoimentos
Paciente	Não demonstrou contrariedade em repetir cenas por ocasião das gravações em vídeo
Determinado/persistente	A família Felizardo está se especializando em gestão, técnicas e comercialização de alimentos produzidos e beneficiados em sua propriedade.
Humilde/Humano	“Ele deu provas de humildade e humanidade num ambiente bastante degradado para nós” (Benoit , 2019) ⁶
Difusor de Tecnologias	“... ele é um profundo disseminador de sua experiência com outros agricultores vizinhos, orientando alguns deles, inclusive nos arranjos que devem utilizar em suas propriedades.” (Everaldo 01/08/2019, no Grupo Multimidia Amazon
Ambientalmente consciente	As falas de Tião são frequentemente permeadas por discursos em favor da conservação ambiental. Ele diz que ao adotar os SAF, saldou uma dívida, compensando assim as áreas de mata derrubadas, quando iniciou as atividades na propriedade. A consciência ambiental já vem sendo transmitida ao neto.

⁵ Dito popular que, quando se refere a um migrante significa pessoa que chegou em situação ruim financeiramente, sem bens materiais, tendo apenas a cachorrinha puxada/arrastada.

⁶ Pesquisador francês que nos anos 90 atuou na Extensão Rural em Marabá e estudou sobre a vassoura de bruxa na propriedade de Tião. Depoimento por e-mail, em novembro de 2019.

Roteiros Elaborados e Soluções Propostas

O design-participativo é utilizado para criar materiais gráficos de forma colaborativa e com base no conhecimento tradicional. Neste processo todos os participantes refletem constantemente sobre sua identidade e modos de fazer.

As propostas dos pré-roteiros elaborados, foram construídas a partir de histórias da vida real que Tião do Cupu compartilhou com a equipe, que foram estruturadas nas seguintes abordagens, que serão desenvolvidas na próxima etapa de produção: (a) Trajetória Migratória, (b) Transição cidade-campo e subsistência da família com a venda de tacacá; (c) Início da atividade agrícola, com o plantio de cupuaçu; (d) Adoção dos SAFs; (e) Diversificação do sistema produtivo e (f) Perspectiva de futuro: formação de sucessores, não herdeiros.

Nelas estão expressas as referências simbólicas provenientes dos diversos sistemas de produção cultivados por Tião, mas sobre tudo a narrativa de sua reprodução social, a trajetória migratória de um indivíduo que, partindo do Nordeste brasileiro, chegou na Amazônia “puxando a cachorrinha” e galgou o alto posto de rei do cupu, por seu destaque na produção da frutífera e que no final da segunda década dos anos 2000 é reconhecido por ser um produtor diversificado, que demonstra satisfação em ter na sua propriedade, os mais recentes lançamentos da Embrapa: a variedade de açaí BR Pará e de cupuaçu BRS Carimbó (em SAFs com banana).

Além do esboço do roteiro para o livro e o vídeo, durante o levantamento surgiram ideias da elaboração de outros materiais nos quais essas identidades poderiam ser aplicadas, com fins de comunicação mercadológica dos produtos agrícolas produzidos na propriedade, assim fortalecendo a marca da Família Felizardo junto aos consumidores. As soluções apresentadas a seguir foram elaboradas visando valorizar o conhecimento trazido por Tião, respeitar seu modo de proteger a floresta, e solucionar a ausência de uma identidade gráfica e textual que os represente.

As preferências editoriais foram definidas por Tião e sua filha, que tem formação técnica em agroindústria e que já havia criado a identidade visual da geleia de cupuaçu carro-chefe dos produtos agro industrializados na propriedade. O roteiro audiovisual foi estruturado com a definição dos assuntos, cenas, locações, tipo de narrativa. Para o livro, eles participaram do delineamento do projeto gráfico, com a definição tamanho da

publicação, diagrama da capa, tipo de papel, estilo e corpo de letra, temas e sequência de capítulos. E o uso de fotografias em colagens, em substituição aos desenhos,

A criação do logotipo surgiu de um exercício proposto à equipe, para que ao percorrer a propriedade, as áreas de plantio, observassem e fizessem registro fotográficos de cores e texturas. Foi assim que a fotografia de uma flor do cupuaçuzeiro, registrada por Mauricilia, inspirou a elaboração do logotipo que se vê exemplificado na Fig. 3. Com a fotografia da flor, o logotipo criado e a aplicação do mesmo em camiseta.



Figura 3 Proposta de logotipo inspirada na flor do cupuaçu, e demonstração de aplicação em camiseta

Etapa 3 - Interação da equipe na partilha de percepções sobre a metodologia.

A coleta de informações sobre as partilhas desta etapa, tiveram origem na proposição de que fossem feitas, ao final de cada dia, uma espécie de “diário de campo” registrando e compartilhando reflexões, com o objetivo de obter elementos de avaliação da prática, na perspectiva de reaplicação da metodologia em outras produções editoriais da Embrapa. Estes compartilhamentos ocorreram de forma transversal durante os dias de atividades na propriedade, de forma oral e tiveram continuidade após o encerramento da Oficina, no grupo Multimidia Amazocom, criado no aplicativo *Whatsapp*, desde que se iniciou a etapa preparatória da Oficina.

Sendo assim, além das vantagens obtidas com o desenvolvimento de uma identidade visual forte, pertinente e atualizada, unem-se as obtidas através do processo participativo, tais como sugestão de impressão por serigrafia e produção artesanal de rótulos de embalagens, papéis de embrulho, bolsas e camisetas, que poderiam ser comercializadas e assim incrementar a renda familiar.

Não obstante a consciência de que poderiam ter dificuldades em transpor as barreiras da formalidade editorial da Embrapa, de um modo geral podemos dizer que foi unânime o acolhimento da proposta metodológica. As falas dos participantes refletem essa afirmação e corroboram a percepção de importantes contribuições comunicacionais, dentre elas, destacamos:

- “É algo raro e valioso, para profissionais da Comunicação, vivenciar esse tipo de imersão e interação, exercitar a escuta, dar amplitude a voz do personagem, mais do que ao próprio pensamento...” (Isabel)
- “Um desafio, um exercício delicado que, antes de tudo, requer a confiança dos nossos protagonistas” (Mauricilia)
- “Gosto da metodologia porque ela horizontaliza as opiniões” (Everaldo, argumentando a favor da inclusão do gênero de Tião nas entrevistas)
- “Gostei da orientação de observar as texturas. Pude perceber que as paisagens do sítio oferecem, a oportunidades de descobrir nas palhas, cascas e sementes, texturas belíssimas, que foram registradas em fotografias e vídeos” (Vânia Beatriz)
- “Para mim um dos pontos altos desse nosso trabalho foi a escuta sensível⁷. Foi muito legal nós colocarmos nesse lugar de escuta. Também acho que foi pedagógico porque saímos do protagonismo para o lugar de coadjuvante, observador...” (Juliana)

Considerações finais e recomendações

Foram objeto de análise neste trabalho o processo de interação na Oficina de Produção de Recursos Multimídias evento de capacitação de membros do Projeto Amazocom. Tendo como referencial metodologia o Design-Participativo, uma equipe multidisciplinar de profissionais da Embrapa e uma família de produtores rurais, se fizeram parceiros para conjuntamente estruturar roteiros para a publicação de um livro e um vídeo.

Em estudos de linguagem, esses parceiros em interação co-constroem sentidos, atuando ora como enunciadore, ora como enunciatários e ao mesmo tempo locutores/enunciadores /produtores de uma narrativa que visa apresentar e representar a história de vida se uma família rural, a linha de tempo de seus incrementos tecnológicos e a sua

⁷ A prática da escuta sensível é conceito difundido por Renné Barbier (2004) que preconiza uma escuta que se apoia na empatia, estratégia utilizadas por psicólogos e pedagogos.

inserção nos circuitos comunicacionais que fazem parte do processo de Difusão e Transferência de Tecnologias.

Ao discorrer sobre as múltiplas interações ocorridas neste que, em última instância, vem a ser um experimento em comunicação comunitária e organizacional, emergem duas linhas de interação uma da equipe entre si (entre seus pares) e outra da equipe com o produtor rural. Ambas convergem para um só objetivo: descobrir formas de se inserir nos novos e complexos circuitos interacionais entre instituições e atores sociais, nos quais as tecnologias de informação estão cada vez mais acessíveis, mas não permitem abrir mão das práticas de comunicação interpessoal.

Vem das falas dos participantes as percepções que a metodologia aplicada na primeira etapa do trabalho logrou alcançar: aos interlocutores permitiu atuar como coadjuvantes, exercitando a escuta e estimulando o produtor a exprimir seus pontos de vista sobre o estilo da narrativa, no projeto gráfico do livro e no roteiro do vídeo.

As reflexões suscitadas e as contribuições comunicativas elencadas, são apenas uma amostra da amplitude de possibilidades de se aprofundar estudos sobre os relatos e as estéticas audiovisuais elaboradas no processo interativo, captadas nas falas e nas imagens colhidas na propriedade; bem como sobre « aprender a transformar informação em conhecimento», que para Martin-Barbero (2014:p.56) significa descobrir o que há de sentido na incessante proliferação de signos que mobilizam a informação.

O processo interativo corrobora a abordagem temática deste Pentálogo X – VIII Colóquio Semiótica das Mídias, que ao trazer para o debate o conceito de Difusão e Transferência de Tecnologia com uma nova abordagem, inspirada na análise de contribuições comunicacionais, nos levou a refletir sobre as considerações relativas ao processo de construção de conhecimento e a existência de novos e complexos circuitos interacionais entre instituições e os atores sociais, como a interação processada na Oficina.

Entender esses circuitos interacionais passa pela compreensão do mundo midiático. A propriedade rural dispunha de acesso a rede internet, a equipe e o produtor estavam na mesma linha de acesso a produção. Multiplicar experiências adaptando a aplicação da metodologia de design- participativo as necessidades do cliente , para que se possa corrigir procedimentos no processo de interação/ criação, rompendo barreiras na concepção do modelo tradicional de produção de informação para a Transferência de tecnologias.

Por fim, destacamos a possibilidade de contribuição desse trabalho para ampliar a reflexão crítica e a capacidade de expressão das pessoas sobre o processo de produção de informação com fins de difusão de tecnologias, bem como estimular os Núcleos de Comunicação da Embrapa e Área de Transferência de Tecnologias a desenvolver atividades de produção textual, para além da técnica, orientando-se pelos conceitos da metodologia design – participativo, para que dentro dessa pluralidade de atividades interativas da linguagem, construam as bases para um novo fazer comunicativo na interação Empresa e produtores, assim como com a Extensão Rural.

Referencias

BAKHTIN, Mikhail. Estética da criação verbal. Trad. Maria E. G. G. Pereira. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1997. (Coleção Ensino Superior)

BARBIER, René. A pesquisa-ação. Tradução Lucie Didio. Série Pesquisa em Educação, v. 3, Brasília: Líber Livro Editora. 2004.

BROWN, Tim. Design Thinking: uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas ideias. Rio de Janeiro. Elsevier, 2010.

CHARAUDEAU, Patrick & MAINGUENEAU, Dominique . Dicionário de Análise do Discurso. Fabiana Komesu. (Coord. da Tradução). 1.ed., 1a. reimpressão. São Paulo: Contexto, 2009.

MARTIN-BARBERO, J. A comunicação na educação. São Paulo: Contexto, 2014.

POMPEU, Ulisses. Marabá: “Rei do Cupu” recorre à tecnologia para escapar da vassoura-de-bruxa. Disponível in: <https://www.zedudu.com.br/maraba-rei-do-cupu-recorre-tecnologia-para-escapar-da-vassoura-de-bruxa/> Publicado em: 02/02/2017. Acesso em : 31/março 2019.

SOARES, Ismar de Oliveira. Metodologias da Educação para Comunicação e Gestão Comunicativa no Brasil e na América Latina. In BACCEGA, M. A. (org.). **Gestão de Processos Comunicacionais**. São Paulo: Atlas, 2002

SOBRAL, Adail. Ético e estético: na vida, na arte e na pesquisa em Ciências Humanas. (p.103-121). In: Bakhtin: conceitos-chave (Beth Brait, Org.). 4.ed., 2ª. Reimpressão. São Paulo: Contexto, 2008.

OLIVEIRA. V.B.V. Produção coletiva de spots radiofônicos para popularização da ciência florestal. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 34., 2011, Recife. Anais... Recife: Intercom, 2011. 1 CD-ROM. Intercom 2011. Disponível in: <https://www.alice.cnptia.embrapa.br/alice/bitstream/doc/917559/1/R604301.pdf>