

A COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL E A PERCEPÇÃO SOBRE A SUSTENTABILIDADE NO PANTANAL

Organizational communication and the perception on sustainability in Pantanal

La comunicación organizacional y la percepción acerca de la sostenibilidad en el Pantanal

Ana Maria Dantas de Maio

Doutoranda em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo; Mestre em comunicação pela Unesp; Jornalista da Embrapa Pantanal, Corumbá (MS)
anamaio@cpap.embrapa.br

Marcelo Vicente Cancio Soares

Doutor em comunicação pela ECA/USP; Docente do Departamento de Jornalismo da UFMS (Universidade Federal de Mato Grosso do Sul), em Campo Grande (MS)
marcelo.cancio@ufms.br

Resumo

Na tentativa de estabelecer relacionamentos com determinados públicos de interesse, a Embrapa Pantanal, em Corumbá-MS, desenvolveu, entre 2010 e 2012, um projeto de comunicação organizacional que aproximou a instituição dos cursos de jornalismo de Mato Grosso do Sul e do Mato Grosso. Este artigo revela os resultados finais de sondagens com 89 estudantes de comunicação sobre a percepção que eles têm a respeito do Pantanal brasileiro e de práticas econômicas sustentáveis no bioma.

Palavras-chave: comunicação organizacional; Pantanal; jornalismo; educação; sustentabilidade

Abstract

In an attempt to establish relationships with certain stakeholders, Embrapa Pantanal, in Corumba, Mato Grosso do Sul, Brazil, carried out, between 2010 and 2012, a project of organizational communication which brought the institution closer to journalism courses in Mato Grosso do Sul and Mato Grosso. This paper reveals the final results of surveys with 89 communication students on the perception they have with regard to the Brazilian Pantanal and sustainable economic activities in the biome.

Key words: organizational communication; Pantanal; journalism; education; sustainability

Resumen

Con el intento de establecer relaciones con determinados públicos de interés, Embrapa Pantanal, en Corumbá, Mato Grosso do Sul, Brasil, desarrolló, entre 2010 y 2012, un proyecto de comunicación organizacional que aproximó la institución de los cursos de periodismo en Mato Grosso do Sul y Mato Grosso. Este artículo revela los resultados finales de las encuestas con 89 estudiantes de comunicación acerca de la percepción que tienen con respecto al Pantanal brasileño y a las actividades económicas sostenibles en el bioma.

Palabras-clave: comunicación organizacional; Pantanal; periodismo; educación; sostenibilidad

I. Introdução

Estabelecer relacionamentos simétricos com seus públicos de interesse é condição básica para a prática da comunicação organizacional e para o exercício de relações públicas em qualquer corporação. A Embrapa Pantanal, empresa pública localizada em Corumbá, extremo oeste de Mato Grosso do Sul, está finalizando um projeto de comunicação¹ que buscou a aproximação com alguns *stakeholders* (ou públicos de interesse) na tentativa de conhecer a percepção destes em relação à sustentabilidade do bioma. A estratégia adotada foi a comunicação face a face, pois a equipe do Núcleo de Comunicação Organizacional da empresa entendia que o contato presencial seria mais efetivo para a construção de relacionamentos.

A ação relatada neste artigo envolveu a parceria com duas universidades públicas localizadas nos dois Estados que abrangem o Pantanal brasileiro: a Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS) e a Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT). Outro parceiro desta atividade foi a Associação de Criadores de Mato Grosso, a Acrimat, representante dos pecuaristas do Mato Grosso. A Embrapa selecionou como um dos públicos de interesse estudantes dos últimos anos do curso de jornalismo, que no futuro poderão trabalhar na cobertura de áreas próximas ao Pantanal, ou atuar como formadores de opinião e potenciais multiplicadores do conhecimento gerado pelos pesquisadores sobre o Pantanal e seu entorno. Em determinado momento, alguns alunos do curso de publicidade da UFMT se incorporaram ao projeto. A organização buscou conhecer o entendimento que esse grupo tinha a respeito do Pantanal, do conceito de sustentabilidade e o interesse dos acadêmicos pelo assunto.

Para contextualizar, é importante relatar que o Pantanal é o bioma mais conservado do Brasil, mantendo quase 87% de sua vegetação nativa². Depois de anos de pesquisas, cientistas

da Embrapa concluíram que a pecuária é uma atividade econômica compatível com a região, desde que praticada de forma extensiva e tradicional. Pecuaristas atuam na planície pantaneira há 275 anos e, como proprietários de 95% da área do Pantanal, são considerados atores importantes para a conservação do bioma.

O Pantanal é uma das maiores áreas alagáveis do planeta e concentra a atenção da mídia pela riqueza de sua biodiversidade e abundância de recursos hídricos. Com 140 km², a planície se localiza na região central da América do Sul e ocupa parte do Brasil, Bolívia e Paraguai. No Brasil, 65% de sua área ficam no Estado de Mato Grosso do Sul e 35% no Mato Grosso.

Acompanhamento empírico realizado desde 2007 pela Embrapa Pantanal indica que a cobertura jornalística envolvendo o bioma tem sido realizada de duas formas bastante distintas: veículos de comunicação com equipes locais dedicam mais espaço e ouvem com certa frequência fontes que têm algo a acrescentar sobre o bioma. Mas a maioria das reportagens é produzida nas cidades próximas. Viagens ao Pantanal propriamente dito – a planície pantaneira – são pouco comuns. Veículos de comunicação maiores, de circulação nacional, dedicam-se à cobertura em momentos excepcionais, quando fenômenos (naturais ou não) colocam em risco o equilíbrio ecológico da região. Neste caso, repórteres de outras regiões do país buscam apoio de instituições locais para ter acesso físico à região. Aviões, barcos ou caminhonetes traçadas são as únicas formas de chegar à planície.

2. Atividades desenvolvidas

A intervenção da Embrapa Pantanal junto aos estudantes de jornalismo buscou contribuir para a formação dos futuros comunicadores, aproximando-os da realidade local. A organização encontrou apoio nas universidades, que procuram inserir seus cursos no ambiente regional, equilibrar o conteúdo teórico e prático, formar profissionais capacitados para o mercado de trabalho e cidadãos comprometidos com a ética, a justiça e o desenvolvimento social. Os produtores rurais se interessaram porque tentam atrair um novo olhar da mídia sobre o trabalho que desenvolvem em um ambiente inóspito, como o

1. Resultados parciais deste trabalho foram apresentados no XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, em 2011, em Recife (PE)

2. Os dados são de uma pesquisa sobre desmatamento publicada em 2010 por cinco ONGs (Organizações não Governamentais – WWF-Brasil, Ecoa, Avina, SOS Pantanal e Conservação Internacional).

Pantanal. Embora a pecuária pantaneira seja considerada uma atividade sustentável, sua manutenção é bastante complicada, especialmente em função do chamado pulso de inundação do Pantanal. Durante a cheia, o pantaneiro é obrigado a movimentar milhares de cabeças de gado em direção a áreas mais altas; na estação de seca, é preciso manter o controle de queimadas e providenciar alimento extra para o rebanho. O projeto de comunicação também considerou os interesses da sociedade em geral, que valoriza o acesso à informação de qualidade e repudia, cada vez mais, a manipulação da notícia.

Informações sobre o fazer jornalístico no Pantanal foram repassadas aos estudantes do terceiro e do último ano dos cursos de comunicação das duas universidades federais. Em 2010 e 2011 foram aplicadas sondagens em quatro turmas, duas de cada instituição, para diagnosticar o conhecimento deles sobre a sustentabilidade do bioma, o interesse pelo assunto e as perspectivas profissionais dos futuros comunicadores. As sondagens iniciais atingiram 89 estudantes. Antes das viagens, eles tiveram aulas e receberam informações a respeito do Pantanal, da fazenda que iriam visitar, das condições ambientais a serem conhecidas e das pesquisas desenvolvidas no local.

A estratégia de intervenção escolhida pela empresa de pesquisa e apoiada pelos parceiros para apresentar essa realidade aos alunos foi a vivência (ou imersão). Eles foram levados até fazendas localizadas no meio do Pantanal de Mato Grosso do Sul e de Mato Grosso, para ampliar suas percepções sobre o ambiente. Após as visitas, preencheram um novo questionário de avaliação. Participaram da imersão 56 alunos.

O projeto vai ao encontro da flexibilização da estrutura curricular razoavelmente recente nos cursos de comunicação brasileiros.

O antigo “currículo mínimo obrigatório” —que na prática se transformava em máximo, porque, prevendo um grande número de disciplinas obrigatórias, restava pouca margem de manobra por parte das instituições— apesar de ter sido válido por um certo tempo, não permitia a adequação dos cursos às diferentes realidades e regiões do Brasil, entre outras distorções. Assim, o currículo de um curso de Comunicação Social em Manaus (AM), uma cidade da Amazônia banhada por águas

e florestas, era praticamente o mesmo de outro de uma cidade como São Paulo, uma metrópole urbana de vocação industrial. (PERUZZO, 2003, p. 134)

No Mato Grosso do Sul e no Mato Grosso, as faculdades públicas de comunicação mais próximas do Pantanal são aquelas localizadas em suas capitais: Campo Grande e Cuiabá, respectivamente. A UFMS oferece a disciplina de jornalismo rural, que todos os anos coloca estudantes em contato com o ambiente rural, mas sempre em propriedades próximas à área urbana. A UFMT não optou pela comunicação rural em sua grade curricular, mas oferece a disciplina comunicação global, regional e local, que contempla a realidade próxima. A formação diferenciada desses estudantes para atuarem na cobertura jornalística do Pantanal insere-se, assim, na proposta curricular das duas instituições.

3. Metodologia

O projeto “Construção da Imagem da Pecuária Sustentável do Pantanal” foi submetido a Embrapa em 2009 e aprovado para começar em abril de 2010, com duração de dois anos. O trabalho com os estudantes faz parte do plano de ação “Comunicação para públicos estratégicos” e a atividade específica leva o nome de “Formação de futuros comunicadores”. A intenção da equipe de comunicação organizacional era, desde o início, trabalhar com estudantes de universidades públicas dos Estados onde está localizado o Pantanal. A escolha da UFMS e da UFMT foi um processo bastante simples, considerando que as duas universidades oferecem o curso de jornalismo e estão razoavelmente próximas do bioma.

Definido este público estratégico, a Embrapa Pantanal iniciou a fase burocrática de buscar os interlocutores nas duas instituições para firmar os convênios de cooperação técnica, um processo que durou aproximadamente seis meses. Formalizadas as parcerias, ficou definido que a metodologia utilizada seria a da elaboração e aplicação de questionários. As sondagens seriam realizadas antes e depois da imersão, com aplicação de questionários de forma presencial. A equipe de comunicação iniciou a elaboração dessas ferramentas, processo que foi participativo. Além dos comunicadores da Embrapa, pesquisadores da instituição

e professores das duas universidades contribuíram com as perguntas.

O primeiro questionário, que precedeu a visita tem duas perguntas, sendo quatro abertas e sete fechadas. Na sondagem feita no segundo questionário, depois da vivência, houve uma inversão, com sete perguntas abertas e quatro fechadas. A tabulação dos dados dos alunos foi concluída em fevereiro de 2012 e permitiu um melhor entendimento de suas percepções a respeito da pecuária sustentável do Pantanal.

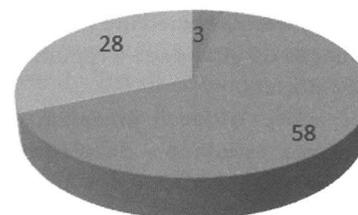
A organização das viagens contou com o envolvimento dos parceiros, especialmente da Acrimat, de Mato Grosso, que custeou o transporte e a alimentação de 35 estudantes da UFMT às fazendas Campo Largo e São José da Beira, em Poconé, em agosto de 2010 e agosto de 2011, respectivamente. Os 21 alunos da UFMS visitaram a fazenda Nhumirim, da Embrapa Pantanal, localizada no município de Corumbá, em maio de 2010 e agosto de 2011. Os custos com o transporte foram divididos entre a Embrapa e a UFMS.

4. O antes e o depois – a importância de mensurar resultados

O procedimento metodológico permitiu a obtenção de resultados bastante significativos. Consultados antes e depois das visitas a fazendas do Pantanal, estudantes dos cursos de comunicação manifestaram o pouco conhecimento sobre o bioma que tinham antes das viagens realizadas. Alguns resultados das sondagens podem ser facilmente comparados nos dois momentos, conforme demonstram os gráficos I

Gráfico I. Consulta aos 89 estudantes antes das viagens, sobre a preparação deles para produzir uma reportagem sobre pecuária (em números absolutos).

Você se sente preparado (a) para produzir uma matéria sobre pecuária em seu Estado?



■ Sim, totalmente ■ Sim, parcialmente ■ Não

Fonte: Embrapa Pantanal

Gráfico 2. Consulta aos 56 estudantes depois das viagens, sobre a preparação deles para produzir uma reportagem sobre pecuária sustentável (em números absolutos).



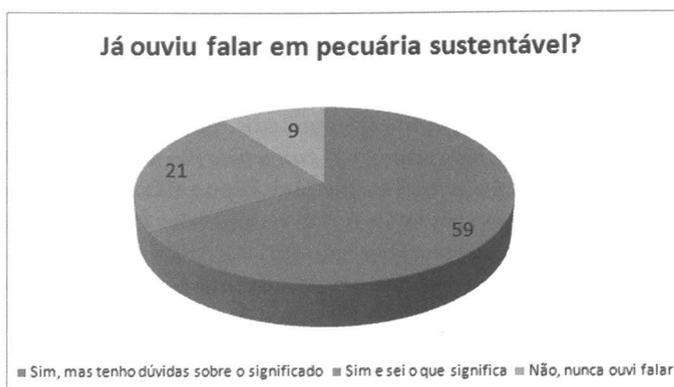
Fonte: Embrapa Pantanal

Aparentemente, a presença no ambiente estudado proporcionou segurança aos alunos. O total de estudantes que não se sentia preparado para produzir uma reportagem sobre o tema caiu de 28 para 2. O número de universitários que se sentia totalmente preparado para essa tarefa passou de 3 para 18, um aumento significativo. Esse público adquiriu

um conhecimento que modificou suas percepções.

Antes do acesso às fazendas, o projeto quis saber se os alunos conheciam o conceito de pecuária sustentável. As respostas estão no Gráfico 3.

Gráfico 3. Consulta aos 89 estudantes antes das viagens ao Pantanal, sobre o conceito de pecuária sustentável (em números absolutos).

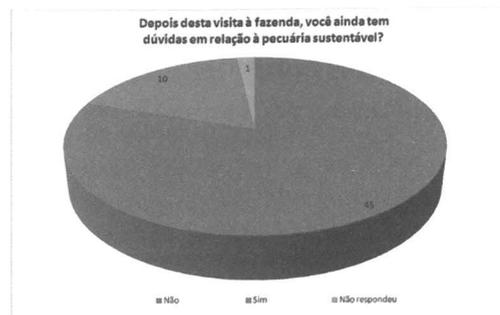


Fonte: Embrapa Pantanal

A grande maioria manifestou ter uma noção sobre o tema, mas expressou dúvidas sobre o significado. Nove estudantes afirmaram nunca ter ouvido falar sobre a pecuária sustentável e 21 disseram que conheciam o conceito. Depois da visita ao bioma, os resultados se alteraram, como mostra o Gráfico 4.

Dos 56 alunos que visitaram as duas fazendas, 45 informaram não ter mais incertezas sobre o conceito de pecuária sustentável. Os 10 que permaneceram em dúvida explicitaram suas indagações. Quatro deles afirmaram que as noções foram pouco profundas no período e que ainda têm muito a aprender. Outros mantiveram dúvidas sobre a pecuária sustentável, o conceito de sustentabilidade, mercado e outros temas.

Gráfico 4. Consulta aos 56 estudantes depois da viagem ao Pantanal, sobre o conceito de pecuária sustentável (em números absolutos).



Fonte: Embrapa Pantanal

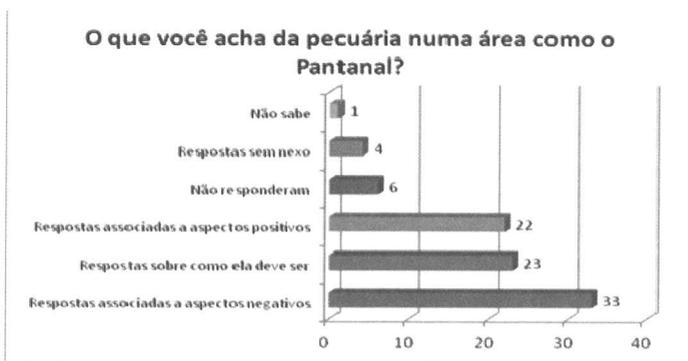
Uma das respostas mais significativas para o projeto foi obtida a partir de perguntas abertas sobre o conhecimento que os alunos tinham da prática da pecuária no Pantanal. Antes da viagem, o projeto perguntou “Baseado(a) em seu conhecimento sobre desmatamento, mudanças climáticas e aquecimento global, o que você acha da pecuária numa área como o Pantanal?”

Dos 89 acadêmicos entrevistados, 33 associaram a prática a aspectos negativos, como danosa, drástica, indevida, prejudicial, degradante, inadequada e de grande impacto, conforme demonstra o Gráfico 5. Outros 23 alunos responderam como a pecuária deveria ser e mostraram forte preocupação ambiental. Um grupo de 22 estudantes associou a prática econômica a aspectos positivos, como aceitável, boa, convive bem, sustentável e possível. Onze entrevistados não souberam responder, não responderam ou apresentaram respostas sem nexo com a pergunta.

Após a visita, 53 estudantes, dos 56 que participaram da ação, admitiram que houve mudança na percepção que tinham da prática da pecuária na planície pantaneira. Algumas das respostas obtidas: “Antes eu pensava que tudo se resumia a desmatamento; pude vivenciar essa mudança de pensamento”; “Antes da visita pensava que a pecuária praticada no Pantanal era a mesma praticada nas outras regiões, que visa somente a exploração e não a conservação do bioma”; “Ao contrário do que pensava, verifiquei que a pecuária beneficia o Pantanal, ajudando a manter o

ecossistema”; “Percebi que, apesar de complexa a aplicação, a pecuária sustentável é possível. Essa ideia foi difícil de compreender no início, mas conhecendo o Pantanal, é possível acreditar”; “Percebo que ela pode ser sustentável e necessária à manutenção do Pantanal. Antes achava que prejudicava mais do que beneficiava”.

Gráfico 5. Consulta aos 89 estudantes antes das viagens ao Pantanal, sobre a percepção da prática da pecuária no Pantanal (em números absolutos).



Fonte: Embrapa Pantanal

Entre as dificuldades que esperavam encontrar no ambiente rural, caso decidissem um dia trabalhar na área, os estudantes manifestaram antes da viagem o pouco conhecimento técnico, a dificuldade de locomoção e o desconhecimento da linguagem utilizada pelos peões e pelos cientistas. Em relação à linguagem, a sondagem perguntou se eventuais dificuldades depois da experiência haviam persistido. Dos 56 alunos que participaram da vivência, 50 informaram que não tiveram dúvidas em relação ao vocabulário e 51 afirmaram não ter se sentido inibidos para fazer perguntas aos pesquisadores e/ou peões.

Os seis alunos que manifestaram dúvidas em relação ao vocabulário regional apontaram as expressões limpeza de pasto, corixo e as siglas como fontes de dificuldade. Realmente, a cultura interna da Embrapa privilegia o uso de siglas para expressar processos, procedimentos, rotinas e tecnologias. Uma delas, descrita por um estudante, foi a IATF (Inseminação Artificial em Tempo Fixo), que

provavelmente foi citada e não explicada ao grupo. A palavra corixo, relatada pelo acadêmico como “curiço”, no questionário, é um termo regional que caracteriza um canal por onde as águas das lagoas, dos brejos ou dos campos baixos se escoam para os rios vizinhos. Limpeza de pasto é uma expressão usada para eliminar espécies invasoras. Os outros não informaram os termos que ficaram sem esclarecimento.

Ainda sobre a inibição para perguntar, cinco estudantes relataram as dúvidas que levaram para casa: eles não se sentiram à vontade para perguntar sobre o canto das aves, histórias de assombração, desmatamento e Código Florestal. O quinto aluno afirmou não se lembrar.

Outra preocupação evidenciada pelos alunos, caso decidissem um dia atuar na comunicação rural, foi em relação a possíveis pressões que poderiam sofrer. A pergunta foi feita antes da visita e as possíveis pressões citadas por 13 estudantes seriam de ordem econômica, ideológica e política. A questão se torna relevante pois sustenta a necessidade que os próprios pecuaristas do Pantanal sentem de modificar a imagem histórica que a mídia expressa.

O que incomoda os pecuaristas brasileiros é a imagem que o mundo faz deles — cada vez pior à medida que os negócios prosperam. Não se conformam com as críticas pesadas de ambientalistas, autoridades da saúde, procuradores de Justiça, grupos vegetarianos e até mesmo de outros produtores rurais, que os consideram a parte mais retrógrada do agronegócio. São acusados de desmatar a Amazônia e o Cerrado, contribuindo decisivamente para as mudanças climáticas globais, consumir água em excesso, poluir os rios, contaminar as áreas de pastagens, lavagem de dinheiro e de fazerem mal à saúde. Procuram um meio de serem vistos como empreendedores responsáveis, capazes de gerar quase 10% da riqueza nacional, dólares para a balança comercial e empregos nos confins do território brasileiro. (CINTRA, 2010)

Durante as visitas às fazendas, a equipe do projeto pode observar o interesse dos estudantes pelo tema. Individualmente ou em grupos, todos fizeram perguntas em diversos momentos. Os grupos de Mato Grosso do Sul, que pernoitaram na fazenda da Embrapa, aproveitaram o período da noite para aprofundar os conhecimentos, convidando pesquisadores para conversas informais. Em

2010, os 12 alunos da UFMS produziram cinco reportagens, com temas livres, sobre a vivência que tiveram no Pantanal. Todas estão publicadas no site da Embrapa Pantanal e foram reproduzidas por veículos de comunicação regionais. Os estudantes da UFMT também produziram textos para uma revista, que foi diagramada e aguarda recursos para a impressão.

5. Construção de relacionamentos de influência recíproca

Brum e Fernandez (2005) publicaram um estudo intitulado “Os caminhos do ensino da comunicação nas instituições da região Centro Oeste”, no qual fica evidente a diferença de estratégias adotadas pelos projetos pedagógicos das universidades públicas e privadas, especialmente quando o assunto é a inserção dos egressos no mercado de trabalho regional. A prioridade de formação sintonizada com o mercado de trabalho e a busca permanente de inserção no mercado regional foram elencadas como tipologias dos cursos de instituições privadas da região Centro Oeste.

O projeto de comunicação considerou que estudantes formados nos Estados de Mato Grosso e Mato Grosso do Sul podem ser absorvidos pelo mercado de trabalho regional. As universidades públicas têm buscado, dentro de suas possibilidades, prover o ensino de disciplinas regionalizadas. A ação de comunicação organizacional buscou ampliar as iniciativas já consolidadas.

A escolha da imersão dos estudantes no complexo ambiente do Pantanal é fundamentada por diversas linhas de pensamento. Não bastaria o uso de um recurso tecnológico ou de uma comunicação mediada para se obter os resultados previstos.

O uso de um vídeo e de outros recursos tecnológicos em sala de aula somente se concretiza de forma adequada se forem usados de tal forma que possam ajudar na compreensão de um fenômeno, contribuir na complementação de informações, possibilitar o desencadeamento do interesse pelo tema, se forem instrumentos passíveis de serem modificados e recriados.
(PERUZZO, 2003, p. 123)

A expectativa do projeto era interferir de forma contundente na formação dos futuros comunicadores. Para

isso, o deslocamento dos alunos até a planície, a dedicação exclusiva à atividade durante um determinado período e o convívio do grupo com sujeitos da comunicação rural (e científica) foram estrategicamente planejados na tentativa de estabelecer um vínculo entre a Embrapa Pantanal e este público de interesse, bem como entre os acadêmicos e o ambiente visitado. Estar no Pantanal era condição sine qua non para a obtenção dos resultados esperados.

O sociólogo polonês Zygmunt Bauman tem estudado a fragilidade das conexões humanas estabelecidas por meio do uso de tecnologias. De acordo com o autor (2004, p. 82), “os contatos [virtuais] exigem menos tempo e esforço para serem estabelecidos, e também para serem rompidos”. As ferramentas de mediação são imprescindíveis para facilitar e incrementar os contatos com os públicos estratégicos, mas não devem ser supervalorizadas, sob pena de se comprometer a construção de relacionamentos. Ainda de acordo com Bauman (2004, p. 138),

Se a comunicação pudesse ser reduzida à transferência de informação, sem necessidade da “fusão de horizontes”, então, em nossa era da internet e da rede mundial, o contato físico e o compartilhamento (mesmo que temporário e intermitente) de espaço e experiências teriam se tornado redundantes. Mas não se tornaram, e até agora nada indica que isso ocorrerá.

Convém, aqui, antes de dar continuidade à discussão, avaliarmos o conceito de interação. Para Primo (2008, p. 71-72), “interação é um processo no qual o sujeito se engaja”. Para interagir, não basta compartilhar o mesmo espaço ao mesmo tempo. É preciso que ocorra uma influência mútua, durante a qual os participantes constroem e negociam o relacionamento de forma cooperada, afetando-se uns aos outros. Esse relacionamento construído influencia o comportamento dos interagentes.

Assim como a interação, a comunicação só se concretiza quando ocorre essa abertura entre os componentes do relacionamento. Esse pensamento é defendido pelo pesquisador Marcondes Filho (2008, p. 60-61), que vê

...outra forma de se relacionar com o outro, quando eu o vejo como uma pessoa, como alguém que me diz algo, mesmo que

esse alguém seja um filme, um livro, uma obra de arte, uma cidade. Eu entro em diálogo com esse outro, eu me abro para ele, eu o recebo, eu crio um espaço em meu interior para que ele possa ocupar, eu me esvaio de mim mesmo, eu cedo minha própria identidade para que ele possa expandir-se dentro de mim. A relação é totalmente diferente.

Esse é o processo de comunicação proposto pelo projeto: a construção conjunta de relacionamento e a busca de permissão para que haja um espaço de influência recíproca entre todos os envolvidos. A ação resultou em uma troca de experiências que modificou o repertório cognitivo dos estudantes e o conhecimento da Embrapa Pantanal sobre um de seus públicos de interesse. As relações entre a empresa de pesquisa e os alunos não finalizaram com o retorno às cidades e a divulgação das matérias produzidas. Alguns estudantes mantêm contato com o Núcleo de Comunicação Organizacional da Embrapa Pantanal, seja para facilitar a busca do primeiro emprego, para conseguir entrevistas com pesquisadores e até mesmo convidar para novos encontros presenciais.

Dominique Wolton afirma que a tecnologia disponível não substitui a necessidade de contato humano. “Se, em um primeiro momento, pode-se crer que racionalizando a comunicação seriam reduzidos os deslocamentos, os custos, o tempo, a fadiga, percebe-se hoje que os homens têm sobretudo necessidade de se encontrar diretamente” (WOLTON, 2007, p. 196). Os contatos presenciais têm um custo elevado, mas existem alternativas para aprimorar a comunicação face a face. Uma delas é buscar financiamentos por meio de projetos. Outra, é procurar a interação com públicos de interesse geograficamente próximos. A comunicação organizacional não deve depreciar, em momento algum, oportunidades de interação face a face com quaisquer públicos estratégicos.

6. Conclusões

Os resultados apresentados indicam que, com a experiência vivida, os acadêmicos se sentem mais preparados para produzir matérias sobre a pecuária sustentável no Pantanal. O receio que tinham em relação à linguagem do meio rural se dissipou depois das viagens: em caso de

dúvidas, não se sentiram inibidos para fazer perguntas aos peões e aos cientistas.

A conclusão mais expressiva, em termos qualitativos, foi a mudança de percepção que a quase totalidade dos alunos manifestou após a intervenção. A presença física dos acadêmicos no ambiente e o contato face a face com diferentes sujeitos (peões, cientistas, produtor rural, assessores de comunicação, estagiários) foram fatores diferenciais. É bastante provável que os mesmos resultados não tivessem sido alcançados se a realidade fosse projetada por um vídeo ou slides, e se as entrevistas fossem mediadas por telefone ou e-mail. Isso porque, nas três fazendas, os estudantes vivenciaram cheiros, temperaturas, sons, paisagens, cores, gestos e expressões faciais que funcionam como deixas simbólicas características da interação face a face. Uma das características fortes do jornalismo continua sendo a experiência de presenciar, de conviver com o fato, de falar com a fonte, de ver de perto e conhecer melhor o que será relatado ao público em uma reportagem. Como diz Thompson (2008, p. 78),

As palavras podem vir acompanhadas de piscadelas e gestos, franzimento de sobrancelhas e sorrisos, mudanças na entonação e assim por diante. Os participantes de uma interação face a face são constantemente e rotineiramente instados a comparar as várias deixas simbólicas e a usá-las para reduzir a ambiguidade e clarificar a compreensão da mensagem. Se os participantes detectam inconsistências, ou deixas que não se encaixam umas com as outras, isto pode tornar-se uma fonte de confusão, ameaçar a continuidade da interação ou lançar dúvidas sobre a sinceridade do interlocutor.

Outra vantagem da interação face a face é a existência de um fluxo de comunicação de mão dupla, ampliando a possibilidade de esclarecer dúvidas e acrescentar conteúdos no momento do contato presencial.

A experiência revelou também a importância de mensurar os resultados. A comunicação nas organizações deve fundamentar-se em diagnósticos e monitoramento das ações. Além dos questionários aplicados antes e depois, a observação atenta durante toda a atividade, a leitura e edição de matérias produzidas pelos alunos e o acompanhamento pós-intervenção complementaram o processo de avaliação.

Referências

- BAUMAN, Zygmunt. **Amor líquido: sobre a fragilidade dos laços humanos**. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.
- BRUM, Eron; FERNANDEZ, Andréa Ferraz. **Os caminhos do ensino da comunicação nas instituições da região Centro Oeste**. Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, São Paulo, v. 28, n. 2, p. 85-101, 2005. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/ojs-2.3.1-2/index.php/revistaintercom/article/viewFile/384/376>>. Acesso em: 2 jul. 2011.
- CINTRA, Luiz Antonio. **O pecado da carne**. Carta Capital, São Paulo, 10 set. 2010. Disponível em: <<http://www.cartacapital.com.br/carta-na-escola/o-pecado-da-carne>>. Acesso em: 17 jul. 2011.
- MARCONDES FILHO, Ciro. **Para entender a comunicação: contatos antecipados com a nova teoria**. São Paulo: Paulus, 2008
- PERUZZO, Círcia M. Krohling. **Tópicos sobre o ensino de comunicação no Brasil**. In: ____ e SILVA, Robson Bastos da (Orgs.). Retrato do ensino em comunicação no Brasil. São Paulo: Intercom, Taubaté: Unitau, 2003. p. 119-135.
- PRIMO, Alex. **Interação mediada por computador: comunicação, cibercultura, cognição**. 2. ed. Porto Alegre: Sulina, 2008.
- THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. 9. ed. Petrópolis: Vozes, 2008.
- WOLTON, Dominique. **Internet, e depois? Uma teoria crítica das novas mídias**. 2. ed. Porto Alegre: Sulina, 2007.

Outras publicações dos autores

- MAIO, Ana Maria Dantas de. **Construção de relacionamentos com públicos de interesse no Pantanal brasileiro: diagnóstico em estudantes de jornalismo de MT e MS**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 34., 2011, Recife. [anais...]. Recife: Unicap, 2011. CD-ROM
- MAIO, Ana Maria Dantas de. **A busca por relações humanizadas no trabalho de assessoria de imprensa da Embrapa Pantanal**. In: SIMPÓSIO SOBRE RECURSOS NATURAIS E SOCIOECONÔMICOS DO PANTANAL, 5., 2010, Corumbá. [anais...]. Corumbá: Embrapa Pantanal, 2010. CD-ROM
- MAIO, Ana Maria Dantas de; SOARES, Marcelo Vicente Cancio. **Da sala de aula para o Pantanal**. In: CONGRESSO ALAIC, 10;

2010, Bogotá. **Comunicación en tiempos de crisis: diálogos entre lo global y lo local: [anais...]**. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana, 2010. 16 p.

MAIO, Ana Maria Dantas de. **Comunicação e representações sociais: o Pantanal que os brasileiros (des) conhecem**. Estudos em comunicação, Covilhã, n.5, p. 217-226, maio 2009.

MAIO, Ana Maria Dantas de. **Agroecologia e comunicação: matérias publicadas a partir do clipping da Embrapa Pantanal**. Revista Brasileira de Agroecologia, Cruz Alta, v. 3, p. 6-9, 2008.

Outras publicações de Marcelo Vicente Cancio Soares

MAIO, Ana Maria Dantas de; SOARES, Marcelo Vicente Cancio. **Da sala de aula para o Pantanal**. In: CONGRESSO ALAIC, 10; 2010, Bogotá. **Comunicación en tiempos de crisis: diálogos entre lo global y lo local: [anais...]**. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana, 2010. 16 p.

MULLER, Karla ; GERZSON, Vera Regina S; RADDATZ, Vera Lucia Spaccil; SOARES, Marcelo. V. C. . **Comunicação e Integração Latino-Americana: a participação da mídia local na construção da(s) cultura(s) e da(s) identidade(s) fronteiriças**. Revista Fronteira (Cessou em 2008. Cont. ISSN 1984-8226 Revista Fronteiras (Online)), 2010.

NUÑES, Angel; OLIVEIRA, T.C.M.; Padoin, Maria Medianeira; SOARES, Marcelo. V. C. . **A Televisão na Fronteira**. In: Angel Nuñez, Maria Medianeira e Tito Carlos Machado de Oliveira. (Org.). **Dilemas e Diálogos Plantinos Fronteiras**. Dourados - MS: Ed. UFGD, 2010, v. Vol. 1, p. 01-422.

COSTA, Sebastião Guilherme Albano da; Lima, Maria Érica de Oliveira; SOARES, Marcelo. V. C.; Gobbi, Maria Cristina; Membrez, Nancy J.; Berg, Charles Ramirez; Reyes, Aurelio de los; Ruvalcaba, Hector Dominguez. **Notícias da Fronteira: televisão e telejornalismo na fronteira do Brasil com o Paraguai**. In: Sebastião Guilherme Albano da Costa e Maria Érica de Oliveira Lima. (Org.). **Sociedade, Teorias da Mídia e Audiovisual na América Latina**. Jaboticabal - SP: Funep, 2010, p. 01-220.

SOARES, Marcelo. V. C. . **Televisão e Telejornalismo Fronteiriço**. In: Segundo Seminário Internacional América Platina, 2008, Campo Grande. Segundo Seminário Internacional América Platina II - Diálogo Regionale Dilemas Contemporâneos, 2008.