

OBJETIVOS DE
DESENVOLVIMENTO
SUSTENTÁVEL



Volume 4

Comunicação participativa e agregação de valor em paisagens alimentares

Embrapa



**Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária
Embrapa Alimentos e Territórios
Ministério da Agricultura e Pecuária**



Volume 4

Comunicação participativa e agregação de valor em paisagens alimentares

Renata Kelly da Silva
Fabiano Marçal Estanislau
Aluísio Goulart Silva

Embrapa
Brasília, DF
2025

Embrapa

Parque Estação Biológica
Av. W3 Norte (final)
70770-901 Brasília, DF
www.embrapa.br
www.embrapa.br/fale-conosco/sac

Responsável pelo conteúdo e editoração

Embrapa Alimentos e Territórios
Rua Cincinato Pinto, nº 348, Centro,
57.020-050 Maceió, AL
www.embrapa.br/alimentos-e-territorios

Comitê Local de Publicações

Presidente: *Ricardo Elesbão Alves*

Secretária-executiva: *Mara Angélica Petrocchi*

Membros: *Edy Sousa de Brito, Fernando Fleury Curado, Gustavo Porpino de Araujo, João Gomes da Costa, Moacir Haverroth, Renata Kelly da Silva e Semíramis Rabelo Ramalho Ramos*

Edição executiva: *Mara Angélica Petrocchi*

Revisão de texto: *Nadir Rodrigues*

Projeto gráfico: *Luciana Fernandes*

Diagramação: *Luciana Fernandes e Joel C. M. Júnior*

Foto Capa: *Fabiano Estanislau*

1ª edição

Publicação digital (2025): PDF

1ª edição (2025): impresso 500 exemplares

Todos os direitos reservados

A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação dos direitos autorais (Lei nº 9.610).

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

Comunicação participativa e agregação de valor em paisagens alimentares / Renata Kelly da Silva, Fabiano Marçal Estanislau, Aluísio Goulart Silva. – Brasília, DF : Embrapa, 2025.
PDF (38p.) : il. color. – (Paisagens Alimentares / Paisagens Alimentares como estratégia de desenvolvimento territorial , 4).

ISBN 978-65-5467-181-1 (online)

ISBN 978-65-5467-186-6 (impresso)

1. Comunicação participativa. 2. Ferramentas de comunicação. 3. Produtos agroalimentares. 4. Turismo de base comunitária. 5. Nordeste brasileiro. I. Estanislau, Fabiano Marçal. II. Silva, Aluísio Goulart. III. Embrapa Alimentos e Territórios. IV. Título. V. Coleção.

CDD (21. ed.) 302.2981



Autores

Renata Kelly da Silva

Jornalista, mestre em Administração de Organizações, analista da Embrapa Alimentos e Territórios, Maceió, AL.

Fabiano Marçal Estanislau

Jornalista e relações-públicas, mestre em Estudos Culturais, analista da Embrapa Alimentos e Territórios, Maceió, AL.

Alúcio Goulart Silva

Zootecnista e gastrólogo, doutor em Ciência e Tecnologia Agrária, Ambiental e Alimentar, analista da Embrapa Alimentos e Territórios, Maceió, AL.



Foto: Elias Rodrigues

Cânions Dourados, Olho d'Água do Casado, AL.



Apresentação

Esta publicação representa o esforço coletivo da Embrapa, parceiros e beneficiários do projeto Paisagens Alimentares, financiado pelo Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), com apoio da Fundação de Apoio à Pesquisa e ao Desenvolvimento (Faped), para estabelecer estratégias de valorização territorial a partir da abordagem da multifuncionalidade da agricultura. As funções paisagística e ambiental, aqui consideradas, somam-se à função produtiva para estimular a diversificação da economia rural e, conseqüentemente, promover o desenvolvimento territorial com inclusão socioprodutiva de comunidades rurais.

Trata-se de um projeto de pesquisa e desenvolvimento com foco no território e na inovação social, conduzido de forma participativa. A iniciativa proporcionou a criação de vínculos entre o meio rural e o urbano, contribuindo para o fortalecimento de modelos de organização social que valorizam sistemas alimentares diversos e sustentáveis. A comunicação participativa, ao articular saberes tradicionais, identidade territorial e tecnologias acessíveis, desempenha um papel fundamental na inclusão socioprodutiva das comunidades rurais e na diversificação da economia local. Por meio da apropriação de ferramentas digitais e da produção de conteúdos voltados para a divulgação das paisagens alimentares, os participantes do projeto podem contar suas histórias, promovendo não apenas seus produtos e serviços, mas também fortalecendo o sentimento de pertencimento e reconhecimento de seus territórios.

Este trabalho evidencia a interconexão entre comunicação, desenvolvimento sustentável e inovação social. Conduzido de forma participativa, o projeto possibilitou a criação de novas redes de cooperação entre o rural e o urbano, promovendo modelos organizativos que respeitam a diversidade cultural e ambiental dos territórios. A construção dessas narrativas contribui diretamente para a visibilidade de sistemas alimentares sustentáveis, impulsionando práticas como o turismo de base comunitária, a valorização da cultura alimentar e a defesa dos territórios tradicionais.

João Flávio Veloso Silva
Chefe-Geral da Embrapa Alimentos e Territórios



Foto: Fabiano Estanislau

Capacitação de jovens na Oficina de Comunicação Participativa.



Introdução

A comunicação é uma ferramenta essencial para o fortalecimento de territórios, especialmente de comunidades rurais que buscam desenvolver-se de maneira sustentável. Uma comunicação eficaz e inclusiva pode promover a coesão social e a participação ativa dos membros da comunidade e, conseqüentemente, contribuir para potencializar o desenvolvimento sustentável, compreendido em seu tripé econômico, social e ambiental. Ao incentivar a busca conjunta por soluções práticas e inovadoras, é possível construir territórios mais fortes, resilientes e integrados.

Este trabalho aborda como a comunicação realizada de maneira participativa, com foco nas pessoas (Figura 1), pode fortalecer a cidadania, agregar valor aos territórios e contribuir para a inovação social e transformações sociais significativas, especialmente no meio rural. Nessa perspectiva, a comunicação torna-se uma ferramenta valiosa e estratégica no âmbito das paisagens alimentares, conceito que, de

Uma comunicação eficaz e inclusiva pode promover a coesão social e a participação ativa dos membros da comunidade e, conseqüentemente, contribuir para potencializar o desenvolvimento sustentável, compreendido em seu tripé econômico, social e ambiental.

modo geral, se refere a lugares singulares que conectam pessoas a práticas e saberes tradicionais, a significados, à biodiversidade e que traz uma visão do alimento a partir da dinâmica social dos territórios, associada à multifuncionalidade da agricultura.

A aplicação desse conceito pode promover o desenvolvimento de territórios e fomentar a inovação social, aliando a pro-



Foto: Fabiano Estanislau



Figura 1. Gravação de depoimento de participante do projeto sobre o intercâmbio em Areia, PB, para conhecer experiências de turismo sustentável de base comunitária.



dução de alimentos ao turismo sustentável de base comunitária e à gastronomia. Nesse modelo de desenvolvimento, as comunidades desempenham um papel central, com participação ativa dos atores locais, que envolvem agricultores de base familiar, povos indígenas e comunidades tradicionais (Mancini et al., 2019).

A comunicação com foco nas pessoas é uma abordagem essencial para promover o desenvolvimento sustentável em paisagens alimentares. Ao colocar as necessidades, os conhecimentos e as experiências das pessoas no centro do processo comunicativo, a comunicação participativa facilita a inclusão, o protagonismo e a autonomia das comunidades, além de estimular mudanças sociais e comportamentais positivas. Esse tipo de comunicação tem demonstrado sua eficácia na promoção de práticas sustentáveis e na construção de um futuro mais justo e equitativo.

A adoção de estratégias eficientes de comunicação, por meio de um processo participativo, pode contribuir para a agrega-

ção de valor aos produtos agroalimentares e aos seus respectivos territórios. Nesse aspecto, a comunicação é crucial na construção do valor percebido pelos consumidores, fazendo com que estejam dispostos a pagar mais por um produto ou serviço. Com isso, alinha-se principalmente aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável 8 (Trabalho decente e crescimento econômico) e 12 (Consumo e produção responsáveis).

Nesse cenário, as ferramentas digitais podem ser utilizadas como estratégias eficazes para a promoção de experiências únicas e autênticas. Nesta publicação, apresentam-se as principais discussões teóricas, boas práticas e recomendações para a adoção de uma comunicação participativa aliada às tecnologias digitais na promoção de paisagens alimentares. Utilizamos, como exemplo, uma oficina de Comunicação Participativa realizada durante o projeto Paisagens Alimentares, com multiplicadores e porta-vozes de cinco territórios dos estados do Nordeste brasileiro: Alagoas, Pernambuco e Sergipe.



Foto: Renata Silva



Ações de capacitação em
Olho D'Água do Casado, AL.



Comunicação participativa e agregação de valor em paisagens alimentares

A comunicação com foco nas pessoas

A comunicação é uma ferramenta poderosa que pode contribuir para a transformação das sociedades e a promoção do desenvolvimento sustentável. Em ambientes sociais, que são complexos e dinâmicos, a comunicação com foco nas pessoas é essencial para criar um diálogo inclusivo e participativo, levando em consideração as necessidades e perspectivas da comunidade.

Essa vertente participativa da comunicação coloca as necessidades, preocupações e experiências das pessoas no centro do processo comunicativo. Segundo Pereira Filho (2023), esse tipo de comunicação visa promover a inclusão, a participação e a autonomia das comunidades, permitindo que suas vozes sejam ouvidas e suas necessidades atendidas. Esse conceito é particularmente relevante em territórios que produzem

alimentos, nos quais a interação humana é crucial para a produção, distribuição e consumo, assim como para a promoção de produtos agroalimentares e turísticos estruturados de forma participativa pelos atores do território.

Embora a comunicação com foco nas pessoas traga inúmeros benefícios, ela também enfrenta desafios significativos. Um dos principais é garantir a inclusão de vozes, especialmente aquelas que são tradicionalmente marginalizadas. No meio rural, isso pode incluir pequenos agricultores, povos e comunidades tradicionais que, muitas vezes, têm acesso limitado a recursos e oportunidades de participação.

Além disso, a comunicação participativa requer organização, tempo, recursos e um esforço contínuo para construir e manter a confiança entre os participantes. A falta de infraestrutura adequada, como acesso à in-



ternet e a dispositivos de comunicação, pode dificultar a implementação de práticas de comunicação participativa em áreas rurais. A resistência à mudança e as barreiras culturais também representam desafios para a comunicação com foco nas pessoas.

Para superar esses desafios, é importante adotar estratégias que promovam a inclusão e a participação ativa de todas as partes envolvidas. Uma abordagem eficaz é a comunicação popular ou comunitária, que integra a educação e a comunicação para promover a conscientização e o engajamento da comunidade. Segundo Peruzzo (2024), essas metodologias podem ser uma ferramenta poderosa para envolver as comunidades e fomentar a participação democrática em processos de comunicação. Como atividades, podem ser realizadas oficinas de capacitação, campanhas de conscientização e intercâmbio de conhecimentos, tanto dentro como entre territórios.

Outra estratégia é o uso de celulares e tecnologias de comunicação disponíveis, como plataformas digitais e redes sociais, para ampliar o alcance da comunicação participativa e facilitar a troca de informações entre os participantes. Essas tecnologias po-

dem ajudar a superar barreiras geográficas e aumentar a acessibilidade da comunicação. Além disso, o uso de ferramentas de comunicação visual, como vídeos e imagens, pode tornar a informação mais acessível e compreensível para diferentes públicos.

A comunicação com foco nas pessoas também pode melhorar a transparência e a responsabilidade nos processos de tomada de decisão, aumentando a confiança e a legitimidade das iniciativas de desenvolvimento sustentável. Ao envolver as comunidades na comunicação e na tomada de decisões, é possível criar um senso de pertencimento e responsabilidade compartilhada, essencial para a implementação bem-sucedida de práticas sustentáveis.

Comunicação participativa para a promoção da transformação social

Movimentos sociais e organizações comunitárias têm utilizado a comunicação participativa para promover o desenvolvimento sustentável em ações voltadas para sistemas agroalimentares. Um exemplo notável é o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST) no Brasil, que utiliza



essa abordagem para envolver os agricultores em processos de tomada de decisão e incentivar práticas agrícolas sustentáveis. O MST organiza assembleias comunitárias, encontros regionais e eventos culturais para facilitar a troca de conhecimentos e experiências entre os participantes.

Outro exemplo é o projeto nacional Agroecologia em Rede, que conecta agricultores, pesquisadores e comunidades para compartilhar conhecimentos e experiências sobre práticas agroecológicas. Nesse contexto, a comunicação participativa facilita a disseminação de técnicas sustentáveis e fortalece a coesão social entre os envolvidos. O projeto utiliza plataformas digitais, oficinas presenciais e encontros comunitários para promover a troca de informações e a construção coletiva de soluções.

A promoção do desenvolvimento sustentável demanda mais do que práticas ecológicas e economicamente viáveis; requer também uma participação social ativa e um modelo comunicacional que favoreça o diálogo e a colaboração entre diferentes atores. Assim, a comunicação participativa se apresenta como um vetor essencial para a conscientização da população, a disseminação

A comunicação participativa se diferencia da comunicação convencional por priorizar o diálogo e a construção coletiva do conhecimento. Ela está intrinsecamente ligada ao fortalecimento da cidadania, pois permite que pessoas e grupos sociais tenham voz ativa na formulação de políticas públicas, na gestão de recursos e na transformação de suas próprias realidades.

de informações e a mobilização de comunidades na busca por sistemas alimentares mais equitativos e resilientes. Ademais, a utilização de técnicas comunicacionais por pessoas dos territórios e agentes dos sistemas agroalimentares permite a cocriação do conhecimento, tornando os cidadãos protagonistas na construção de soluções para os desafios da sustentabilidade.

Segundo Peruzzo (2024), esses modelos de comunicação com foco nas pessoas são fundamentais para dar voz às comuni-



dades marginalizadas e incentivar práticas de mobilização social que podem levar a transformações.

Há diversas formas de envolvimento das pessoas na tomada de decisões sobre questões do seu território, no desenvolvimento do turismo local e na produção de alimentos que afetam seu cotidiano, como:

- Participação em instâncias turísticas do território para propor caminhos de desenvolvimento do turismo sustentável de base comunitária.
- Participação em conselhos de segurança alimentar para influenciar políticas públicas.
- Criação de canais de comunicação comunitária para debater desafios e soluções para a produção local.
- Educação alimentar e nutricional para conscientizar sobre hábitos mais saudáveis e sustentáveis.

A mobilização social impulsionada pela comunicação participativa permite a formação de redes de colaboração entre diferentes agentes, criando sinergias para o fortalecimento dos sistemas agroalimentares sustentáveis. As rádios comunitárias e a adoção

de tecnologias digitais podem fomentar a criação de grupos em redes sociais, mídias alternativas e produção de conteúdos educativos, ampliando o alcance das campanhas de sensibilização e conscientização e incentivando práticas mais sustentáveis.

A comunicação participativa pode ser classificada em diferentes níveis, dependendo do grau de envolvimento dos atores sociais no processo comunicativo. Peruzzo (2014) propôs uma escala de participação que pode ser adaptada ao contexto agroalimentar para o desenvolvimento sustentável:

- **Informação: distribuição de conteúdo sobre boas práticas e impactos ambientais da produção de alimentos.**
- **Consulta: envolvimento da população na formulação de estratégias para a segurança alimentar.**
- **Colaboração: participação ativa em fóruns e projetos comunitários.**
- **Cogestão: tomada de decisões compartilhadas entre governo, sociedade civil e produtores locais.**



A efetividade da comunicação participativa está diretamente relacionada à possibilidade de os cidadãos influenciarem políticas e práticas socioambientais.

A comunicação voltada para a mobilização social representa um importante instrumento na representação de territórios e na organização de comunidades. Os estudos de Henriques (2004; 2012) destacam a relevância das estratégias comunicativas no contexto dos movimentos sociais e sua influência sobre dinâmicas sociopolíticas e econômicas.

O autor enfatiza que a comunicação dentro dos movimentos sociais não se limita à mera difusão de informações, mas atua como um processo de construção de sentido e identidade coletiva. Uma comunicação bem estruturada permite que as organizações da sociedade civil consigam envolver a comunidade e ampliar a eficácia de suas ações. Assim, ele afirma que a comunicação é:

[...] um elemento-chave para a compreensão dos processos mobilizadores. Podemos considerar que o entendimento dos processos comunicacionais implicados se dá pelo menos em duas direções. A primeira tem a ver com o conjunto de interações entre os sujeitos que se mobilizam e a segunda com as estratégias de visibilidade que buscam tanto posicionar o grupo mobilizado e a questão que ele defende quanto conquistar o envolvimento de outros públicos em seu favor (Henriques, 2012, p. 5-6).

Os movimentos sociais que atuam na área alimentar dependem de narrativas que reforcem a conexão entre consumidores e produtores, entre o rural e o urbano, muitas vezes se apropriando de meios digitais para ampliar seu alcance. A territorialidade se expressa na valorização dos produtos locais, das identidades culturais e no fortalecimento de políticas que assegurem o direito à diversidade de sistemas agroalimentares.



Foto: Elias Rodrigues

Arqueológico

Olho D'Água do Casado, AL

O sítio arqueológico Patrimônio Cultural do Brasil
Arqueológico declarado há muito tempo pelo Brasil
e o mundo.

É o local de realização dos trabalhos de campo de
arqueologia e conservação.

Conservação e valorização do sítio, gestão
e uso do espaço do sítio de maneira sustentável.



Nova Esperança



GOV. AL. SECRETARIA DE CULTURA DO ESTADO DE ALAGOAS

Receptivo do Assentamento Nova
Esperança, Olho D'Água do Casado, AL.



Estratégias de comunicação em paisagens alimentares

A partir das discussões e dos conceitos apresentados, torna-se fundamental elaborar estratégias de comunicação eficazes e participativas para a promoção de sistemas agroalimentares mais sustentáveis, que valorizem as especificidades territoriais, bem como do turismo de base comunitária (Figuras 2 e 3).

Para isso, é necessário buscar soluções criativas para os desafios encontrados no território, tendo clareza sobre os objetivos pretendidos. Isso porque a comunicação pode ser uma ferramenta estratégica em contextos complexos, que envolvem diversidades socioculturais e desafios que exigem uma atuação dinâmica, sistêmica e transversal, como é o caso das paisagens alimentares.

A comunicação deve estar voltada para as pessoas e para a efetivação da cidadania. Segundo Silva (2024), essa co-

municação tem como princípios básicos o acesso ao conhecimento, a sensibilização, a inclusão dos atores sociais, o senso de pertencimento e o engajamento social para promover mudanças de comportamento e transformações sociais, refletindo diretamente no desenvolvimento dos territórios.

O que torna o território único e autêntico e como comunicar isso?

Uma visão holística e aprofundada do território permite identificar e caracterizar elementos que vão além da produção ou do extrativismo de alimentos, sendo essenciais para a valorização do local e para a demonstração de sua singularidade e autenticidade. Entre esses elementos, podem-se incluir os recursos naturais que compõem a paisagem e as pessoas como protagonistas locais, que, aliadas aos seus saberes e fazeres, conectam-se à história do território.



Figura 2. Participantes celebrando o final da atividade prática no Mirante Secular, em Piranhas, AL.



Foto: Renata Silva

Figura 3. Participantes da oficina de Comunicação Participativa em Paisagens Alimentares em atividade prática no centro histórico de Piranhas, AL.

Essa análise abrangente do território baseia-se na multifuncionalidade da agricultura, em que a produção ou o extrativismo de alimentos incorporam elementos que promovem a agregação de valor. Nesse contexto, a produção de alimentos é compreendida como parte de um todo que integra o território e se vincula a outras ações culturais, como o turismo, aproximando os espaços rural e urbano.

Esse olhar dinâmico, complexo e in-

tegrado sobre o território também traz uma nova percepção sobre o alimento, conectando os elementos do espaço geográfico aos atores sociais em uma narrativa que entrelaça a história das comunidades à cultura alimentar desses lugares. Essas são as bases do conceito de paisagens alimentares, no qual os sistemas agroalimentares são construídos a partir da dinâmica que envolve as relações sociais, culturais e os recursos naturais (Rocha, 2024).



A partir da identificação e caracterização dessas paisagens alimentares, torna-se possível reconhecer e agregar valor ao que há de único e autêntico no território. As pessoas passam a se integrar a essa paisagem, sentindo-se parte do todo e posicionando-se como guardiãs da sociobiodiversidade local.

Nesse cenário, a comunicação precisa atuar de maneira transversal, conectando os elementos dessa paisagem alimentar e revelando seus diferenciais — aquilo que há de único e genuíno no ambiente, na cultura local, nas pessoas e em suas histórias. É essencial construir narrativas que valorizem a paisagem alimentar, tendo como protagonistas agricultores familiares, povos indígenas e comunidades tradicionais.

Além disso, a comunicação participativa é fundamental para fortalecer o senso de pertencimento da comunidade, promovendo conhecimento, envolvimento e engajamento

das pessoas no processo de desenvolvimento territorial. A comunicação deve facilitar o fluxo e a troca de informações entre os atores da comunidade, sensibilizando e conscientizando sobre os principais temas do território e incentivando o engajamento coletivo em causas comuns.

Nesse sentido, as ações de comunicação precisam ser planejadas estrategicamente para promover as conexões necessárias e expressar os valores presentes na paisagem alimentar. Essa ideia está alinhada ao que Silva (2024) e Tufte (2013) propõem para a comunicação: levar em conta as complexidades e singularidades do ambiente, os interesses e as necessidades dos atores envolvidos, incentivando a interação social e o processo participativo na construção e multiplicação do conhecimento.

Esse trabalho interno da comunicação, entre os atores da comunidade, é fundamental para que as pessoas conheçam e reconheçam os valores da paisagem alimentar, percebendo-se como peças-chave do território, na construção e no fortalecimento de sua identidade. Ao internalizar esses valores, tornam-se multiplicadores mais eficazes para diferentes públicos. Para isso, podem se apropriar dos mais diversos meios de co-



municação disponíveis para informar e promover o território, além de se tornarem mais seguros para criar parcerias e atuar em rede.

Desafios da comunicação e alternativas para o fortalecimento dos territórios

O acesso facilitado aos meios de comunicação digitais, em especial às redes sociais, possibilita às pessoas uma participação mais ativa na sociedade, que pode ser voltada ou não para processos positivos e de mudanças sociais. Os resultados desse acesso vão depender de como esses meios são apropriados pelos cidadãos, que passam a ter papel mais ativo, autonomia e responsabilidade.

Ao tratarmos de construções dinâmicas e complexas como as paisagens alimentares, por exemplo, o primeiro passo é despertar os grupos de pessoas diretamente envolvidos com seus respectivos territórios para os potenciais disponíveis nas mídias digitais e como cada um pode colaborar.

Desenvolvimento não se transfere, assim como o conhecimento, mas se constrói com base em ampla e profunda participação popular. (Peruzzo, 2014).

Neste contexto, as ferramentas digitais podem ser peças-chave em estratégias de comunicação para a promoção dos territórios e de experiências únicas e autênticas como também na criação e potencialização de narrativas que promovam a agregação de valor aliando sistemas alimentares, práticas culturais, biodiversidade e os produtos turísticos dos territórios. Isso contribui para a geração de um impacto direto na sustentabilidade dos sistemas alimentares e no fortalecimento dos territórios e suas paisagens alimentares únicas.

Ademais, é relevante deixar claros os riscos e os cuidados que devem ser adotados por todos para uma comunicação mais eficiente, responsável, autônoma, construtiva, que promova engajamento e conquiste resultados.

É importante identificar na comunidade pessoas que tenham perfil para coordenar as ações de comunicação nos meios a serem utilizados e prepará-las para atuarem também como multiplicadoras. O estímulo à participação dos mais jovens neste contexto é fundamental. Este preparo envolve o estímulo para que utilizem as ferramentas de comunicação em seus celulares para a promoção



das paisagens alimentares de seus territórios; fomentar novas habilidades de narrativas e encorajá-los a se posicionarem sobre temas específicos, como defesa do território, manifestações socioculturais, território, identidade e produção de alimentos, a fim de aumentar o impacto e alcance de suas mensagens (Figura 4). No entanto, a eficácia da

comunicação enfrenta diversos desafios que podem limitar seu potencial. Superar esses obstáculos por meio de alternativas práticas e inovadoras possibilita a construção de territórios mais fortes, resilientes e integrados. A seguir, são apresentados na Tabela 1 alguns desafios comuns e possíveis alternativas para superá-los:

Foto: Lydayanne Nobre



Figura 4. Oficina de Comunicação Participativa em Paisagens Alimentares em Olho D'Água do Casado, AL.



Tabela 1. Desafios e alternativas para uma comunicação participativa e criação de vínculos nos territórios.

Diversidade cultural	
Desafios	Alternativas
<ul style="list-style-type: none">• Territórios abrigam uma rica diversidade social e cultural que pode dificultar uma comunicação eficaz entre diferentes grupos dentro de uma mesma comunidade.	<ul style="list-style-type: none">• Promover o senso de coletividade e pertencimento cultural com respeito às diferentes ideias e opiniões.
	<ul style="list-style-type: none">• Identificar pessoas (porta-vozes e lideranças) que possam facilitar a comunicação entre os grupos, para incentivar e facilitar o relacionamento entre as pessoas da comunidade.

Acesso à tecnologia	
Desafios	Alternativas
<ul style="list-style-type: none">• Em muitas áreas, especialmente nas rurais e periféricas, o acesso à internet e aos meios digitais de comunicação é limitado. Isso impede que os membros da comunidade participem plenamente dos processos comunicativos.	<ul style="list-style-type: none">• Buscar, por meio de parcerias e/ou com poder público a expansão da infraestrutura tecnológica, como internet de alta velocidade e equipamentos acessíveis.
	<ul style="list-style-type: none">• Oferecer ações de inclusão e alfabetização digital para garantir que as pessoas tenham a oportunidade de acessar as tecnologias disponíveis.

Tabela 1. Continua



Tabela 1. Continua

Informação de qualidade	
Desafios	Alternativas
<ul style="list-style-type: none">A disseminação de informações imprecisas ou falsas pode prejudicar a integração social e o desenvolvimento dos territórios.	<ul style="list-style-type: none">Sensibilizar e conscientizar as pessoas da comunidade sobre os riscos de disseminar informações falsas e orientar para que elas saibam identificar e evitar a disseminação dessas informações.
	<ul style="list-style-type: none">Informar sobre os meios de verificação de fontes de informação e incentivar o uso e a verificação de fontes de informação confiáveis antes de divulgar.

Participação comunitária	
Desafios	Alternativas
<ul style="list-style-type: none">A falta de participação ativa dos membros da comunidade nos processos de comunicação pode resultar em decisões que não refletem as necessidades e desejos da população.	<ul style="list-style-type: none">Criar e manter espaços de diálogo e consulta popular.
	<ul style="list-style-type: none">Implementar mecanismos que incentivem a participação ativa de todos, como reuniões abertas, grupos virtuais (WhatsApp), consultas públicas, entre outros disponíveis.

Tabela 1. Continua



Tabela 1. Continua

Barreiras econômicas	
Desafios	Alternativas
<ul style="list-style-type: none">As desigualdades econômicas podem criar barreiras para a comunicação, em que grupos menos favorecidos têm menos acesso a meios de comunicação e plataformas de participação.	<ul style="list-style-type: none">Desenvolver ações que promovam a inclusão econômica dos grupos mais vulneráveis.
	<ul style="list-style-type: none">Buscar e estabelecer fundos e programas de apoio que permitam a esses grupos o acesso às tecnologias e espaços de comunicação.



Ilustração: Luciana Fernandes



Dinâmica sobre territorialidade e identidade.



Comunicação participativa na prática

No contexto das paisagens alimentares, a comunicação participativa favorece o diálogo e permite que agricultores familiares, extrativistas, povos indígenas e comunidades tradicionais compartilhem suas experiências e práticas culturais, fortalecendo a identidade territorial e gerando valor aos diferentes elementos integrantes da paisagem alimentar.

A partir das premissas apresentadas sobre a comunicação participativa, será apresentado um exemplo prático. A equipe do projeto Paisagens Alimentares promoveu ações voltadas para Comunicação Participativa em Paisagens Alimentares, em julho de 2024, no sertão alagoano, em Olho D'Água do Casado, AL. Foram três dias de oficinas aliadas ao intercâmbio de experiências, conhecimentos e habilidades entre os participantes, aproveitando ao máximo as riquezas do território que se-

diou o evento.

O intercâmbio é uma estratégia que costuma gerar grande impacto positivo pela vivência e bons resultados para promover a geração de valor em territórios, o senso de pertencimento e a melhoria de governança, entre outros elementos fundamentais para a implementação de uma paisagem alimentar. Quando bem organizados e bem-sucedidos, esses elementos podem gerar avanços rápidos para a comunidade, além de parcerias e rede de apoio.

Promovida pela Embrapa Alimentos e Territórios, com financiamento do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), a iniciativa reuniu cerca de 30 multiplicadores de Alagoas, Pernambuco e Sergipe, incluindo agricultores familiares, extrativistas, quilombolas e produtores culturais. A capacitação teve como principal objetivo



ampliar o domínio de conhecimentos para o despertar de valores, a realização de dinâmicas sobre a identidade, apresentação de diretrizes e ferramentas de comunicação digital para que os grupos pudessem construir e divulgar suas narrativas, fortalecer a identidade de seus territórios e potencializar o alcance de suas iniciativas.

A capacitação integrou oficinas com ações teóricas e práticas com intercâmbios de conhecimento e experiências com a Associação Pegadas na Caatinga, organização que atua no turismo sustentável de base comunitária e agricultura agroecológica. Durante o evento, os participantes tiveram contato com temas como territórios e identidades (Figura 5), comunicação e direitos humanos, desafios da comunicação no fortalecimento dos territórios, além de aprenderem sobre ferramentas de comunicação digital, fotografia, narrativas para redes sociais e produção audiovisual com dispositivos móveis.

Essa abordagem reforça a ideia de que a comunicação participativa é essencial para a mobilização social. Movimentos e redes comunitárias que utilizam estraté-

gias comunicativas eficazes ampliam seu impacto e conseguem engajar diferentes atores sociais, promovendo a transformação social e territorial.

As paisagens alimentares são constituídas pelas interações entre pessoas, alimentos e territórios, refletindo os saberes tradicionais, os modos de produção e os circuitos de distribuição de cada região. No contexto da capacitação, a comunicação foi trabalhada como uma ferramenta para dar visibilidade a essas paisagens, fortalecendo a identidade local e criando narrativas que ampliam o reconhecimento e a valorização dos produtos e práticas alimentares regionais, a partir do turismo de base comunitária.



Ilustração: Luciana Fernandes



Figura 5. Atividades realizadas na Oficina de Comunicação Participativa em Paisagens Alimentares.



Para Rodney Batista, morador do Quilombo Engenho Siqueira, em Rio Formoso, PE, a capacitação foi um divisor de águas:

Agora é voltar para o nosso território com uma visão diferenciada de como podemos melhorar, ampliar toda aquela comunicação que a gente já fazia mas não com tanta informação, não com tanta perfeição, digamos assim. Com certeza vamos conseguir levar a nossa comunidade ao nosso País, de um lado a outro, ao mundo, mas com uma qualidade, com profissionalismo.¹

A fala de Batista demonstra o impacto direto da comunicação na resignificação do território. A apropriação das ferramentas digitais pelos próprios moradores e produtores permite que suas histórias sejam contadas sob suas perspectivas, sem a mediação de agentes externos que, muitas vezes, podem distorcer ou reduzir a complexidade de suas realidades.

O uso das tecnologias digitais foi um dos principais focos da capacitação, permitindo que os participantes aprendessem a utilizar ferramentas de edição de fotos e vídeos, aplicativos gratuitos e estratégias de engajamento para redes sociais. Essas habilidades são fundamentais para ampliar o alcance de suas mensagens e garantir que seus territórios sejam reconhecidos além dos limites locais.

Robson Santos, de São Cristóvão, SE, relatou que, antes da capacitação, já produziam registros audiovisuais, mas de forma intuitiva. Após o evento, passaram a compreender melhor o uso das redes sociais e a desenvolver narrativas mais elaboradas, facilitando a difusão das tradições e práticas alimentares de sua comunidade. Esse aprendizado fortalece a autonomia dos participantes, reduzindo a dependência de terceiros para a produção de conteúdos que promovam suas identidades territoriais.

¹ Rodney Batista é morador da comunidade Quilombo Engenho Siqueira, Rio Formoso, PE e participou do projeto. Fala tomada em 18 de julho de 2024, na capacitação em Comunicação Participativa em Paisagens Alimentares, ocorrido em Olho D'Água do Casado, AL.



Nós aprendemos a lidar com as ferramentas das redes sociais, aprendemos a fazer edições de fotos e vídeos para poder utilizar em nossos territórios. São aplicativos gratuitos e de fácil utilização e que vão ajudar bastante em nossos trabalhos. Depois dessa oficina com certeza já mudou o nosso ponto de vista, a nossa perspectiva de criação e edição com certeza mudou 100%.²

Maria Betânia Vieira, da Associação Pegadas da Caatinga, enfatizou o impacto da comunicação no turismo comunitário sustentável. Para ela, os três dias de capacitação foram essenciais para aprimorar o uso da tecnologia na promoção das atividades locais, demonstrando que a comunicação pode ser uma aliada tanto na comercialização de produtos quanto na valorização dos territórios (Figuras 6 e 7).

Esses três dias de oficina tiveram uma importância muito relevante para mim enquanto representante de uma comunidade que trabalha com turismo sustentável de base comunitária, no que diz respeito à tecnologia e comunicação.³

Além disso, a capacitação fomentou a criação de iniciativas de comunicação, como evidenciado por Anatalia Costa, do povoado Terra Caída, em Indiaroba, SE, que expressou o desejo de divulgar as histórias e potencialidades de seu povoado.

Então hoje eu vou fazer diferente, vou fazer um vídeo, um textinho antes explicando o que a gente vai fazer adiante. Vai promover bastante o meu território porque, assim, Terra Caída, como Indiaroba, que é a minha cidade, tem coisas maravilhosas!⁴

² Robson Santos é morador de São Cristóvão, SE e participou do projeto. Fala tomada em 18 de julho de 2024, na capacitação em Comunicação Participativa em Paisagens Alimentares, ocorrida em Olho D'Água do Casado, AL.

³ Betânia Vieira é associada da Associação Pegadas na Caatinga, em Olho d'Água do Casado, AL, e participou do projeto. Fala tomada em 18 de julho de 2024, na capacitação em Comunicação Participativa em Paisagens Alimentares, ocorrida em Olho D'Água do Casado, AL.

⁴ Anatalia Costa é moradora do povoado Terra Caída, em Indiaroba, SE, e participou do projeto. Fala tomada em 18 de julho de 2024, na capacitação em Comunicação Participativa em Paisagens Alimentares, ocorrida em Olho D'Água do Casado, AL.



Figura 6. Participantes da Oficina de Comunicação Participativa em Paisagens Alimentares em atividades práticas com o uso de celular, no Complexo Arqueológico Nova Esperança, em Olho D'Água do Casado, AL: em passeio nos Cânions do Rio São Francisco (A); trilha do Complexo (B).

Esse exemplo reforça a importância de se criar canais próprios de comunicação que potencializam a voz das comunidades e promovem a difusão de suas narrativas de maneira autêntica e os tornem encorajados para seguirem em frente após o término do projeto.

A capacitação em Comunicação Participativa em Paisagens Alimentares demonstra como o fortalecimento das habilidades comunicacionais pode contribuir significativamente para a mobilização so-

cial e o reconhecimento dos territórios. Ao se apropriarem das tecnologias e desenvolverem narrativas próprias, agricultores familiares, quilombolas e extrativistas ampliam sua capacidade de influenciar políticas públicas, fortalecer circuitos curtos de comercialização e valorizar suas culturas alimentares.

A experiência vivenciada pelos participantes do evento destaca o papel transformador da comunicação na construção de paisagens alimentares mais sustentáveis e resilientes. Conforme Bartoli et al. (2022),

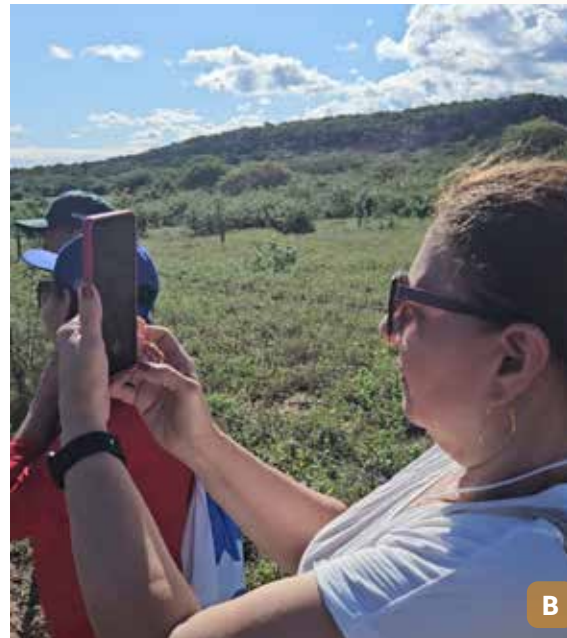


Figura 7. Participantes da Oficina de Comunicação Participativa em atividades práticas com o uso de celular, no Complexo Arqueológico Nova Esperança, em Olho D'Água do Casado, AL: em pinturas rupestres (A); trilha do Complexo (B).

ao utilizar as redes sociais, a fotografia e os vídeos como ferramentas de mobilização, essas comunidades constroem novos caminhos para a autonomia e a valorização de seus territórios, reafirmando a comunicação como um direito fundamental e um instrumento de transformação social.

Dessa forma, observa-se que a comunicação participativa não apenas amplia a visibilidade das paisagens alimentares, mas

também fortalece a identidade territorial e promove uma maior articulação entre os diversos agentes envolvidos no desenvolvimento sustentável. A iniciativa da Embrapa Alimentos e Territórios reforça a importância de capacitações voltadas para a comunicação comunitária, garantindo que as narrativas dos territórios sejam contadas por aqueles que vivem e constroem essas paisagens todos os dias.



Considerações finais

A comunicação participativa tem se consolidado como uma ferramenta essencial para o fortalecimento dos territórios e a valorização das paisagens alimentares. A capacitação promovida pela Embrapa Alimentos e Territórios, ao reunir multiplicadores de Alagoas, Pernambuco e Sergipe, demonstrou como a apropriação de ferramentas comunicacionais pode transformar a maneira como comunidades tradicionais narram suas próprias histórias, promovem seus produtos e reivindicam seus direitos.

A partir das oficinas, os participantes não apenas adquiriram habilidades técnicas, mas também passaram a enxergar a comunicação como um meio de ampliar o reconhecimento de seus territórios e culturas. Iniciativas como a criação de perfis dos territórios nas redes sociais, a construção de narrativas e a produção de conteúdos digitais de qualidade demonstram que a capacitação gerou impactos concretos, estimulando novas formas de engajamento e visibilidade para essas comunidades para além de seus territórios. O uso das tecnologias digitais, quando apropriado pelas comunidades locais, confere autonomia e permite o protagonismo de agricultores familiares,

quilombolas e extrativistas em contar suas próprias histórias, sem intermediações. Esse protagonismo é fundamental para evitar a imposição de discursos externos que possam distorcer ou minimizar a complexidade das paisagens alimentares.

Além disso, o fortalecimento da comunicação participativa contribui para a preservação da cultura alimentar e para a sustentabilidade dos territórios. A possibilidade de registrar, divulgar e compartilhar práticas tradicionais amplia as conexões entre os diversos agentes envolvidos na produção e comercialização de alimentos, promovendo cadeias curtas de abastecimento, consumo consciente e o turismo sustentável de base comunitária.

Ao se apropriarem das tecnologias e ferramentas comunicacionais, os participantes não apenas transformam suas realidades locais, mas também ampliam seu alcance, conectando-se com redes de inovação, valorização cultural e fortalecimento da cidadania. Essa proposta de comunicação participativa pode ser uma ferramenta estratégica que, adaptada às especificidades socioculturais, contribua e potencialize o desenvolvimento sustentável territorial e a inovação social em demais regiões brasileiras.



Referências

BARTOLI, Chiara; BONETTI, Enrico; MATTIACCI, Alberto. Marketing geographical indication products in the digital age: a holistic perspective. **British Food Journal**, v. 124, n. 9, p. 2857-2876, nov. 2022. DOI: 10.1108/BFJ-03-2021-0241.

HENRIQUES, Márcio S. A comunicação e a condição pública dos processos de mobilização social. **Revista Ação Midiática**, v. 2, n. 1, 2012. DOI: 10.5380/am.v1i3.29000.

HENRIQUES, Márcio S. (Org.). **Comunicação e estratégias de mobilização social**. 2.ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.

MANCINI, Maria C.; ARFINI, Filippo; GUARESCHI, Marianna. Innovation and typicality in localised agri-food systems: the case of PDO Parmigiano Reggiano. **British Food Journal**, v. 121, n. 12, p. 3043-3061, jul. 2019. DOI: 10.1108/BFJ-10-2018-0662.

PEREIRA FILHO, Marco Aurélio M. V. Comunicação para o Desenvolvimento Susten-

tável: uma proposta de abordagem pelas dimensões transdisciplinar e comunitária. **Cadernos da Escola de Comunicação**, v. 19, p. 32-47, jan./dez. 2023.

PERUZZO, Cicilia M. K. Comunicação para o desenvolvimento, comunicação para a transformação social. In: MONTEIRO NETO, Aristides (Ed.) **Sociedade, política e desenvolvimento**. Brasília: Ipea, 2014. p. 161-195.

PERUZZO, Cicilia M. K. **Fundamentos teóricos da comunicação popular, comunitária e alternativa**. Vitória, ES: Edufes, 2024. (Coleção Pesquisa Ufes, 58).

ROCHA, Mónica F. M. G. da. Paisagens alimentares urbanas: uma possibilidade de leitura das urbanidades contemporâneas. **Contribuciones a Las Ciencias Sociales**, v. 17, n. 8, p. 1-23, 2024. DOI: 10.55905/revconv.17n.8-116.

SILVA, R. K. da. Comunicação estratégica como potencializadora de transformação



social na cafeicultura da Amazônia. In: MARCHIORI, M. **Comunicação e agronegócio: propósitos e impactos**. Londrina: M. Marchiori, 2024. (Comunicação e Agronegócio). p. 449-471.

TUFTE, Thomas. O renascimento da Comunicação para a transformação social: redefinindo a disciplina e a prática depois da 'Primavera Árabe'. **Intercom**, v. 36, n. 2, p. 61-90, dez. 2013. DOI: 10.1590/S1809-58442013000200004.

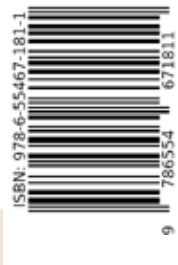


Rede Gráfica
Papel reciclato 120 g
Lombada canoa
Impressão: Offset policromia

Foto: Elias Rodrigues



Patrocínio:



CGPE: 19615