

PROGRAMA DE
**INTERAÇÃO E
COMUNICAÇÃO
SOCIAL INDÍGENA**





O Cenário



A Central Hidrelétrica Teles Pires - CHTP está situada no Rio Teles Pires, na divisa entre o Pará e o Mato Grosso. Sua primeira unidade de geração entrou em funcionamento em 2015. Com potência instalada de 1.820 megawatts, gera energia suficiente para abastecer uma população de 5 milhões de habitantes.

Dentre os públicos de interesse contemplados pelo empreendimento desde a fase de construção, estão os indígenas das etnias Apiaká, Munduruku e Kayabi. São 14 aldeias localizadas às margens do rio, onde só é possível chegar via fluvial, em um percurso com muitas corredeiras e cachoeiras.

O Cenário



Em cumprimento às condicionantes estabelecidas pelo Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis - Ibama e pela Fundação Nacional do Índio - Funai, a usina desenvolve 18 programas socioambientais de compensação, que integram seu Plano Básico Ambiental Indígena – PBAI, direcionado às três etnias indígenas. Estas iniciativas incluem ações voltadas à melhoria da saúde indígena e de apoio às roças tradicionais; capacitação em diversas áreas; geração de renda a partir de produtos não madeireiros, tais como a otimização da coleta e escoamento da Castanha do Pará, dentre outras.

Os meios de comunicação com as aldeias sempre foram um fator complicador. Desta forma, em contrapartida, a usina implantou um sistema de rádio e de acesso à internet via satélite nas “Aldeias Polos” (aldeias principais, onde estão localizadas as infraestruturas de atendimento básico, como escola, posto de saúde e associações).

Desde o início das obras e durante a fase de operação, até novembro de 2016, o Programa de Interação e Comunicação Social Indígena utilizou os canais disponíveis, especialmente boletins impressos afixados nas aldeias polo e o sistema de rádio para realizar a comunicação cotidiana entre os indígenas e o empreendimento.





O Desafio



No final de 2016, diversos fatores começaram a estressar o relacionamento entre a usina e a comunidade indígena. A insatisfação com uma empresa terceirizada, responsável por obras civis, resultou em um conflito. O embate levou os índios a prenderem dois funcionários da usina, por dois dias, nas aldeias Kayabi e Munduruku. Após negociações conduzidas pela Funai, os reféns foram liberados. Porém, este cenário levou à paralização das ações do Programa de Comunicação Social, por um ano.

Esta interrupção, no entanto, criou um ambiente de crise onde a falta de comunicação causou graves problemas, não apenas com a relação com os indígenas, como também com a Funai, o Ibama e a opinião pública em geral. Com a imagem e a reputação da usina prejudicadas, foi necessário rever todo o processo de relacionamento para retomada de um diálogo que promovesse confiança e credibilidade.

O Desafio



Foi nesse contexto, que a Print Comunicação começou a atuar, a partir de agosto de 2017, na implementação de um Programa de Comunicação Social para, em um primeiro momento, gerenciar a crise instalada e, em paralelo, criar um Plano de Ação contínuo.

O primeiro grande desafio foram as condições logísticas para chegar às aldeias: quatro horas de carro por estradas, em sua maioria, não pavimentadas, seguidas de mais 12 horas de barco até a última aldeia (Mayrowi), em um barco de alumínio de pequeno porte pelo rio Teles Pires, onde só índios conseguem pilotar. Ultrapassada a barreira logística para alcançar o público alvo, foi criada uma nova estratégia de abordagem, que resultou em um programa de relacionamento inovador e sensível à realidade local.





Uma nova Estratégia de Comunicação



O primeiro passo foi a elaboração de um diagnóstico de comunicação nas 14 aldeias contempladas. Foram realizadas mais de 60 entrevistas presenciais, individuais e coletivas, com lideranças, mulheres, jovens e idosos. A partir da análise dos resultados dessa pesquisa, a Print construiu um Plano de Ação que foi aprovado pela Funai, sem ressalvas, em fevereiro de 2018.

Uma nova Estratégia de Comunicação



O grande diferencial deste plano, que fez com que a Funai o aprovasse na totalidade, foi a estratégia de incluir em nossa equipe a contratação de três indígenas (um de cada etnia) como agentes de comunicação. Sabíamos que não seria fácil capacitá-los e treiná-los para a função, tendo em vista a baixa escolaridade e a visão própria do mundo das etnias. Por outro lado, tínhamos a certeza de que se não ultrapassássemos este desafio, nossa chance de sucesso seria muito pequena. O caminho escolhido vem apresentando resultados extremamente positivos.

O Programa de Comunicação Social é conduzido por uma equipe multidisciplinar, composta por uma diretora de atendimento, um coordenador, um comunicador social na cidade de Alta Floresta – MT, com disponibilidade integral para o programa, uma socióloga, um antropólogo e os três agentes de comunicação indígenas.

Vale ressaltar que a escolha dos comunicadores indígenas foi feita pelo Conselho das Etnias, e entre eles, uma jovem índia se destaca, a Deangele Munduruku. Para a Print, esta indicação foi uma satisfação, pois reforça a presença feminina em nossas atividades.



Ferramentas e Estratégias



Em todo o processo, foram realizadas adaptações na estratégia e nas ferramentas utilizadas:

- O trabalho de comunicação diário é realizado pelos comunicadores indígenas que estão com contato permanente com a equipe em Alta Floresta, por meio de rádio amador.
- O uso do Whatsapp e do Facebook também faz parte da estratégia, tendo em vista que a usina instalou equipamentos de satélite para este fim. No entanto, o seu uso é restrito a algumas horas do dia e também direcionada aos mais jovens, pois a maioria da população não possui celular e muitos só falam a língua nativa.
- O comunicador com base em Alta Floresta viaja para as aldeias durante 10 dias de cada mês, acampando nas aldeias polos e percorrendo as aldeias menores de barco, sempre acompanhado pelo agente de comunicação indígena.
- Voltamos ao “antigo” conceito de comunicação porta a porta para esclarecimentos sobre os vários programas realizados pela usina e também esclarecendo dúvidas e intermediando as demandas.
- Produzimos um boletim mensal com as notícias mais relevantes. O material é fixado nos murais das aldeias, cujo formato também foi modificado para dar melhor visibilidade na leitura.
- Além desta estratégia de fixação no mural, o diferencial desta ação é que a leitura deste boletim é realizada por nosso comunicador e traduzida pelos agentes de comunicação indígenas na língua nativa para grupos e ou individualmente no porta a porta.

Ferramentas e Estratégias



- O formato visual e de conteúdo dos informativos também foram modificados, dando lugar a uma linguagem mais simples, fontes mais limpas. O uso de fotos e infográficos foi intensificado.
- Os atendentes do rádio amador que ficam baseados na sede da usina passaram por um processo de capacitação intensivo já que este equipamento funciona todos os dias, incluindo finais de semana. Como estava paralisado há mais de um ano, foi necessário rever toda a operação do processo de comunicação para melhorar a eficiência deste sistema.

Neste momento, trabalhamos na preparação do seminário que acontecerá no final de novembro, quando reuniremos representantes indígenas de cada etnia, da Funai, do Ibama e de outros órgãos, incluindo o Ministério Público. O Seminário ocorrerá em Alta Floresta e será dividido em três etapas, com fóruns de dois dias para cada etnia. O objetivo é dar transparência ao processo de relacionamento com o povo indígena e fazer uma prestação de contas sobre as atividades realizadas em um ambiente democrático e de debate. Esta é uma estratégia de comunicação que reforça a importância do diálogo.

Também se encontra em curso uma pesquisa que medirá a eficiência da nova metodologia de comunicação. Na prática, já é perceptível uma forte mudança positiva na receptividade e compreensão das atividades.



Conclusão



O novo Programa de Interação e Comunicação Social Indígena da Central Hidrelétrica Teles Pires, demonstra que a retomada do relacionamento com base em uma comunicação participativa, com mais assertividade, linguagem clara e, sobretudo, com a escuta, representa uma melhoria significativa nas relações entre a usina e as etnias.

Conclusão



Destacam-se os seguintes resultados positivos:

- O sistema de radiocomunicação com o fluxo otimizado é considerado um grande avanço pelas lideranças indígenas e, de janeiro a agosto de 2018, já atendeu 82 demandas provenientes das 14 aldeias das etnias Kayabi, Munduruku e Apiaká;
- O prazo de resposta às demandas via rádio não ultrapassaram 24 horas;
- A compreensão dos indígenas sobre atividades socioambientais de caráter técnico que, anteriormente, criavam mal-estar pelo desconhecimento, principalmente por conta das terminologias técnicas, tais como os Programas de Monitoramento da Água e da Ictiofauna (conjunto de espécies de peixes existentes em um ambiente), passaram a ser mais bem compreendidos pelas comunidades. Estes dois programas são fundamentais para a sobrevivência dos povos indígenas.
- A via de diálogo permanentemente aberta, por meio da ponte formada pelos comunicadores indígenas e não-indígenas, auxilia na prevenção dos conflitos e dá suporte à criação de soluções coletivas eficazes, negociadas, para assuntos de interesse comum entre os indígenas e o empreendimento.

Conclusão



Ainda que entendamos que o relacionamento com comunidades tradicionais é progressivo e variável, já que determinado por aspectos que nem sempre são previsíveis, o desenvolvimento das atividades de comunicação em caráter contínuo, em um ambiente de total respeito à cultura e ao dia a dia das famílias, tem criado uma resposta positiva, de receptividade e negociação paritária, que agrega valor à marca, à imagem e à reputação da Central Hidrelétrica de Teles Pires.

Por fim, cabe destacar que, para a equipe que realiza o programa em meio à Floresta Amazônica, em campanhas que exigem deslocamentos de até 12 horas por dia, em barco, no rio Teles Pires, com permanência média de 10 dias por mês nas aldeias, as condições em que o trabalho é realizado se configura em um desafio adicional.

Trata-se de uma atividade em que o planejamento logístico - incluindo transporte por terra e água, cálculo de combustível, alimentação, normas de segurança e programação das visitas e dos pontos de acampamento noturno, dentre outros aspectos - é tão essencial para o cumprimento das metas estabelecidas quanto à atividade de comunicação e relacionamento em si.

Por todas as condições diferenciadas que este trabalho é realizado, pela primeira vez, em 18 anos, a Print Comunicação decidiu inscrever um case em uma premiação. O Prêmio Jatobá, por suas características, também inovadoras, do olhar da “nova comunicação”, mostra-se uma oportunidade de evidenciarmos que o processo de comunicação deve ser dinâmico, totalmente adaptável, pois nem sempre existe receita de bolo, tão pouco fórmula conceitual e acadêmica para sua aplicação.

Conclusão



Importante registrar que a diretora da agência, a jornalista Janice Caetano, com 35 anos na área e que nos últimos 15 anos se dedica ao tema da comunicação socioambiental e mediação de conflitos, faz parte ativamente desta equipe, subindo e descendo o rio.

Esta experiência reforça sua fala sobre a importância que se apresenta, cada vez mais, da criação de equipes multidisciplinares formada não só por comunicadores oficiais mas também por “comunicadores natos”, como é o caso de nossos funcionários indígenas.

A Print tem orgulho de estar realizando este trabalho que, embora utilize ferramentas simples e recursos limitados, muitas vezes, pela própria realidade local, vai além de, simplesmente, “comunicar”. Ele constrói soluções reais aos desafios cotidianos de comunicação no meio da floresta, respeitando sempre a cultura, a organização social, o dia a dia das aldeias e as tradições indígenas.

Todo este trabalho só é possível com a concordância do empreendedor, nosso cliente, que acredita em nossas práticas e também compartilha com os princípios fundamentais da diversidade dos povos.