



Entre a Cidade e as Ilhas: Consumo e Preservação Ambiental na Amazônia¹

Neusa Pressler²

Resumo

Este trabalho é parte da pesquisa do Projeto Nova Cartografia Social da Amazônia (PNCSA) sob o ponto de vista da política de comunicação das instituições. A pesquisa tem como objetivo descrever a realidade dos povos tradicionais que vivem no entorno da cidade de Belém, onde dezenas de famílias organizam sua existência material e social em função das águas da Baía do Guajará e do Rio Guamá. São pescadores, extratores que ocupam ilhas ao sul de Belém: Maracujá, Papagaios e Combu, entre outras. Com a falta de consciência da preservação ambiental da população urbana da cidade de Belém e o descuido do poder público para o tratamento do lixo, as populações tradicionais ribeirinhas sofrem da destruição dos recursos (pesqueiros, vegetais e animais) e agravando a sustentabilidade e as formas de sobrevivência desses povos. A pesquisa foi realizada durante o ano de 2010 para a elaboração do 29º Fascículo do PNCSA.

Palavras-Chave: Consumo; Lixo; Preservação Ambiental; Política de Comunicação.

1 Introdução

A cidade de Belém localizada na região norte do Brasil é a capital do Estado do Pará. Com uma população de 1.392.031 habitantes é a maior densidade demográfica da região norte 1307,17 hab/km² (IBGE, 2010) é referida no Portal de Turismo do Estado do Pará como a "Metrópole da Amazônia" e os dados estatísticos apresentam Belém como o segundo maior destino de turistas na Amazônia Legal³. A cidade é internacionalmente conhecida e exerce influência nacional seja do ponto de vista cultural seja econômico seja político.

Apesar disso, a cidade não possui políticas públicas e tão pouco um planejamento urbano para gestão dos resíduos sólidos urbanos. Dados do Núcleo Paraense da Associação Brasileira de Engenharia Sanitária e Ambiental (ABEP-Pará) apresentados em 12 de agosto de 2010 no Seminário "Planejamento e gestão integrada

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática 6, no GP referente a Ciência, Comunicação e Sociedade DT 6, do evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Professora do Curso de Comunicação Social da Universidade da Amazônia (UNAMA), Doutora em Ciência socioambiental (NAEA – UFPA 2006), e-mail: neusapressler@yahoo.com.br.

³ "Amazônia é a região compreendida pela bacia do rio Amazonas, a mais extensa do planeta, formada por 25.000 km de rios navegáveis, em cerca de 6.900.000 km², dos quais aproximadamente 3.800.000 km² estão no Brasil. A Amazônia Legal, estabelecida no artigo 2 da lei nº 5.173, de outubro de 1966, abrange os estados do Acre, Amapá, Amazonas, Mato Grosso, Pará, Rondônia, Roraima, Tocantins, parte do Maranhão e cinco municípios de Goiás. Ela representa 59% do território brasileiro, distribuído por 775 municípios, onde viviam em 2000, segundo o Censo Demográfico, 20,3 milhões de pessoas (12,32% da população nacional), sendo que 68,9% desse contingente em zona urbana". Fonte: <<http://www.ibge.gov.br>> Acesso em 20 jun. 2011.



de resíduos sólidos urbanos no Estado do Pará", promovido pelo Instituto de Desenvolvimento Econômico, Social e Ambiental do Pará (IDESP), apresentaram números alarmantes sobre o recolhimento do lixo no Estado do Pará. Segundo a (ABEP-Pará), o Pará produz 10 mil toneladas de lixo por dia, porém, a coleta realizada pelos municípios só é capaz de recolher 6 mil toneladas, deixando no meio ambiente cerca de 4 mil toneladas, isso equivale a 40% do total. Portanto, diariamente o Estado do Pará deixa de recolher 40% do lixo. Do volume recolhido, 28% são jogados em lixões clandestinos, 10% são tratados adequadamente e apenas 1,5% é reciclado de forma independente. O restante é despejado em lixões clandestinos e aterros sanitários inadequados e nos rios.

No entorno da cidade de Belém, dezenas de famílias organizam sua existência material e social em função das águas da Baía do Guajará e do Rio Guamá. São pescadores, extratores que ocupam as ilhas ao sul de Belém: Amor, Maracujá, Papagaios e Combu, entre outras. Com a ausência de consciência ambiental da população urbana de Belém e o descuido das autoridades para o tratamento do lixo as populações tradicionais ribeirinhas experimentam a destruição dos recursos (pesqueiros, vegetais e animais) e, com isto, os problemas de sustentabilidade das unidades domésticas. A desestruturação dos modos de vida destes grupos avança sob o olhar indiferente do Estado e da sociedade urbana que os invisibiliza, produzindo os dejetos e a poluição, em escala incontrolável, que chega com cada maré. Trata-se de antigos ocupantes das ilhas que se dedicam à pesca, manejo e cultivo do açaí e de cacau.

A pesca é uma das atividades mais atingida pela poluição das águas da baía do Guajará e Rio Guamá. Diariamente, o fluxo das águas carrega o lixo da cidade. São toneladas de resíduos que se acumulam nas margens dos furos e chegam até os igarapés. Entre esses resíduos estão animais mortos (cavalos, cachorros, bois e peixes, que são despejados dos mercados, bares e restaurantes); plástico, pneus, resíduos de madeira de serrarias e óleos derramados nessas águas. Os pescadores acompanham a perda de cardumes.

De acordo com as pesquisas do 29º fascículo do Projeto Nova Cartografia Social da Amazônia (2010) com base nos depoimentos de pescadores atualmente é difícil obter as espécies que antigamente encontravam em abundância (Mapará, Pescada, Dourada). “Hoje, nas redes de malhar e nos pinhéis, em vez de peixes, ficam depositados plásticos, pneus e outros dejetos. Desta forma, a obtenção de alimentos e meios de vida com a pesca fica reduzida” (PNCSA, 2010). Assim é cada vez menor a pesca para o consumo



familiar e muito menos para a comercialização nos portos da cidade. O Projeto Nova Cartografia Social da Amazônia (PNCA) tem realizado várias reuniões e oficinas que registram as situações que afetam os pescadores e extrativistas. Nesse espaço de interlocução as lideranças da Associação dos Pescadores e Extrativistas das Ilhas ao Sul de Belém: Maracujá, Papagaio e Combu solicitou a colaboração de pesquisadores para busca de solução para a preservação ambiental dessas Ilhas.

A partir dessa solicitação, foram ampliadas as pesquisas para a identificação dos tipos de resíduos que chegavam por meio das marés na região. De posse das imagens e das entrevistas gravadas elaborou-se um planejamento de comunicação para buscar solução para o problema. Assim, foi necessário, não apenas relatar, mas também registrar os fatos para mostrar as imagens documentadas pelos pesquisadores. Então, com o objetivo de sensibilizar os diferentes atores sociais (organizações públicas e privadas) e o poder público foi elaborado um planejamento de comunicação específico, incluindo o documentário de 18 minutos “Entre a cidade e as ilhas” para apresentar o problema do lixo que atingem e prejudicam a vida social e econômica das populações das Ilhas localizadas ao Sul de Belém: Maracujá, Papagaio e Combu.

O documentário “Entre a cidade e as ilhas” juntamente com esse artigo apresentam parte dessa realidade enfrentada pelos povos tradicionais do entorno da Cidade de Belém. Esse artigo está estruturado em três partes respectivamente essa introdução, a segunda parte descreve as populações ou povos tradicionais da Amazônia, a terceira parte as práticas de consumo e preservação Ambiental e por fim as considerações finais.

2 Populações ou Povos Tradicionais da Amazônia

A palavra Amazônia é conhecida no mundo globalizado, transformou-se em um ícone e marca de uso comercial e político. Contudo, a realidade da região, ainda é bastante desconhecida pela sociedade brasileira. São povos e comunidades tradicionais que têm como desafio lutar contra um processo de invisibilidade social ao qual, historicamente, foram condenados. Os mapas elaborados por órgãos oficiais e os problemas ambientais divulgados pelas mídias de massa não retratavam a verdadeira realidade desses diferentes povos.

Em 2005, sob a coordenação do antropólogo Alfredo Wagner Berno de Almeida emerge o Projeto Nova Cartografia Social da Amazônia (PNCA) que juntamente com



esses diferentes povos passa a desenhar o verdadeiro mapa dos diferentes povos que habitam na maior floresta tropical do planeta. Esse desenho é realizado por meio de pesquisas, levantamento de dados e oficinas⁴.

No início, o projeto tinha o nome de Nova Cartografia Social dos Povos e Comunidades Tradicionais do Brasil e realizava trabalhos em todo território nacional. Após a renovação do contrato de financiamento com a Fundação Ford, o foco foi direcionado e constituiu conceitos e explicações que ampliaram e substituíram as palavras populações tradicionais, cujas palavras remetia e limitava apenas a dados estatísticos e geográfico.

O conceito e um debate atual sobre a categoria Povos Tradicionais encontram-se em: ACEVEDO MARIN; ALMEIDA, 2006. A definição operacional foi contemplada no decreto 6040 que institui a Política Nacional de Desenvolvimento Sustentável dos Povos e comunidades Tradicionais: “Povos e Comunidades Tradicionais são grupos culturalmente diferenciados e que se reconhecem como tais, possuem formas próprias de organização social, ocupam e usam territórios e recursos naturais como condição para a sua reprodução cultural, social, religiosa, ancestral e econômica, utilizando conhecimentos, inovações e práticas gerados e transmitidos pela tradição. (Art. 3^o do Decreto N^o 6.040, de 7 de fevereiro de 2007). A conceituação de Almeida (2006, p. 65) complementa esta definição:

“Tradicional não é a história, tradicional é a forma como o grupo está estabelecendo sua relação com os meios de produção. Pode ocupar um mês, mas a terra é terra tradicional. Que senão só trabalharíamos com a ideia de população tradicional como imemorial ou vinculada a terras imemoriais e pré-colombianas”

Com essa conceituação os dados dos povos da Amazônia contatados pelo PNCSA e o conhecimento tradicional passaram a ser divulgados por meio da elaboração de fascículos. Os fascículos são resultado de oficinas de mapeamento participativo no contato direto entre os pesquisadores os objetos de pesquisa. Assim, professores e alunos de graduação e de pós-graduação apóiam o processo no qual membros de um determinado grupo registram quem são, onde e como vivem suas realidades. Cabe ressaltar, portanto que os textos dessas publicações são construídos quase que exclusivamente com os depoimentos das pessoas que participam das oficinas.

⁴ Ver mais detalhes sobre as pesquisas e atividades do projeto Nova Cartografia Social da Amazônia (PNCSA): <<http://www.novacartografiasocial.com>> Acessado em 28 jun. 2011.

3 Práticas de Consumo e Preservação Ambiental

Para a promoção de consumo de produtos que contribuem para poluir o meio ambiente os enunciados são diversos e com grande investimento de verbas publicitárias. Fora isso, não há qualquer iniciativa ou comunicação⁵ de adoção de novas práticas para evitar o uso do plástico nas garrafas pet, nas embalagens de refrigerantes, sucos e bebidas comercializadas na Amazônia.

Com base nessa constatação, buscou-se identificar nas entrevistas e nas imagens coletadas os resíduos predominantes nas ilhas visitadas. De modo geral, observou que as garrafas pet e as “latinhas” de cervejas e de refrigerantes eram o que mais prejudicava o meio ambiente nas Ilhas.



Foto 1: Neusa Pressler Outubro 2010
Durante a filmagem do documentário Entre a cidade e as ilhas

Ao analisar as imagens e as entrevistas, observou-se que muitos dos resíduos encontrados nas visitas técnicas nas ilhas não eram produtos consumidos por seus moradores, mas por outro perfil de consumidores. Constatou-se ainda que vários produtos eram de custo elevado no mercado o que contradiz com o nível de renda dos moradores entrevistados.

As organizações com fabricas de refrigerantes e cervejas com distribuição no Estado do Pará⁶ como a Coca-Cola, fabricada e distribuída pela empresa Compar, Schincariol (Cervejas Skin e refrigerantes) e Cerpa (Cervejas Cerpinha e refrigerantes) não comercializam produtos com embalagens retornáveis. Na comunicação institucional dessas organizações não há nenhuma indicação clara de política de comunicação. Observou-se na comunicação externa somente as ações de propaganda e informações mercadológicas desprovidas da preocupação com a preservação ambiental.

⁵ Compuseram o *corpus* de análise deste artigo várias matérias jornalísticas e entrevistas com moradores das Ilhas. Entretanto, ressalta-se, que dada a grande quantidade de artigos, documentos e de entrevistas, não foi possível descrevê-los aqui em sua totalidade. As pesquisas foram realizadas na mídia impressa e online durante os anos de 2010 e 2011 nos principais jornais do Estado do Pará: Jornal Amazônia, Diário do Pará e O Liberal.

⁶ No Estado do Pará foi identificada apenas a Empresa Natura com atuação nacional nas práticas de reutilização das embalagens na venda de produtos de higiene pessoal e perfumaria.



Política de comunicação⁷ são regras determinadas pela organização que devem ser seguidas no trabalho de comunicação. Tem como objetivo contribuir para o cumprimento da missão institucional da Empresa. É o instrumento orientador e normativo concebido para sistematizar as ações de comunicação da Empresa, maximizando seu desempenho. Esta Política pressupõe a criação e manutenção de fluxos de comunicação que facilitem a interação entre a Organização e seus distintos públicos de interesse, num processo de influência recíproca.

Segundo Nassar (2003), a Política de Comunicação organizacional deve estar em sintonia com os objetivos estratégicos e com a cultura organizacional da Organização e deve ser assumida por todos indistintamente, em particular por quem exerce atividades de comunicação na Empresa ou participa do processo de tomada de decisões. Os preceitos estabelecidos na Política de Comunicação Empresarial dão suporte ao desenvolvimento de planos anuais ou plurianuais de comunicação e se desdobram em procedimentos que definem posturas das Unidades da Organização e dos seus profissionais. Esses preceitos auxiliam também a implementação de ações de comunicação e na criação de produtos ou programas que objetivem fortalecer a imagem da organização, contribuindo para a sustentabilidade institucional.

O documento básico da política de Comunicação é estruturado com base na necessidade, no tamanho e de acordo com o planejamento global da organização. Abrange os conceitos, os objetivos, os valores, as diretrizes e os pontos básicos da Comunicação Empresarial, bem como estabelece o conjunto dos públicos de interesse da organização. Nas práticas comerciais, as organizações na Amazônia não priorizam a sustentabilidade institucional para a preservação ambiental.

Na contemporaneidade, a comunicação organizacional, é a disciplina que estuda como se processa o fenômeno comunicacional dentro das organizações no âmbito da sociedade local, nacional e global. Na visão de Kunsch, (2002, p.149), também abarca as formas de comunicação empregadas pela organização para se relacionar e interagir com seu público. Torquato, Kunsch, Bueno, Nassar, as principais referências sobre

⁷ Política de comunicação defini-se como, “estratégia básica de comunicação de uma empresa ou marca. Regras que devem ser seguidas no trabalho de planejamento, criação, produção e mídia de todas as ferramentas de comunicação institucional”. (LUPETTI, 2000, p. 148). Sobre política de comunicação institucional ver conceito com mais abrangência: (BUENO, 2009, pp. 307-327); Política de Comunicação Corporativa, org. Laboratório Integrado de Marketing e Cultura. Escola de Comunicação e Artes – ECA Universidade de São Paulo. São Paulo: Com-Arte, 2005. Ver também: política de comunicação da Embrapa - Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA, 2002).



comunicação organizacional, no Brasil, defendem a comunicação organizacional como estratégica dentro das instituições.

Para Kunsch a comunicação organizacional compreende a comunicação institucional, a comunicação mercadológica, a comunicação interna e a comunicação administrativa, que devem ser entendidas dentro da perspectiva da comunicação integrada, uma filosofia que direciona a convergência dessas diversas áreas, permitindo uma atuação sinérgica e dialógica, (KUNSCH, 2002, p.150).

A comunicação externa, inserida na dimensão da comunicação social, “é responsável pelo posicionamento e pela imagem da organização na sociedade”, e tem como foco a opinião pública, para Kunsch (2002), está diretamente ligada aos corporativos institucionais que explicitam o lado público das organizações, constroem uma personalidade credível organizacional e influenciam a político-social na sociedade onde está inserida (KUNSCH, 2002, p.164).

Portanto, a comunicação é multidisciplinar, mediando os interesses dos participantes, os interesses de organizações, enquanto unidade econômica, social e os interesses da administração. Essa característica do fenômeno comunicacional - de mediação de objetivos - mostra sua magnitude e importância para o equilíbrio do micro clima interno. Na outra ponta do sistema, as vertentes comunicativas que ajustam a identidade organizacional ao meio social, processo que engloba as tarefas clássicas e as definidas estratégias de Relações Públicas, Publicidade, Jornalismo, Editoração, Identidade Visual e os modelos de sistemas de informação. A materialização da mensagem elaborada por essas áreas produz símbolos e discursos apresentados pela comunicação institucional por meio da propaganda, da publicidade e dos relacionamentos, portanto produzem capital simbólico.

Nesse contexto, a comunicação organizacional, semelhante a todo processo de doutrinação, de educação e até de propaganda, assume características essencialmente persuasórias. Este objetivo de produzir atitudes e comportamentos nas relações interpessoais e estruturais da empresa nos parece ser instrumentais. Assim, a comunicação empresarial atua como instrumento de persuasão. Desse ponto de vista, as mensagens, as imagens e signos contribuem para a formação do campo das relações de poder. Nesse campo a difusão de conhecimento e a informação passam a ser poder.

Desprovidas dos serviços públicos básicos esses agentes sociais (povos da Amazônia) não recebem informações da comunicação pública e institucional referente a educação ambiental. Assim, elaborar comunicação institucional com princípios



dialógicos para esse perfil de público requer mais estudos e análises que vão além das práticas de comunicação considerando apenas emissor e receptor. Em termos de difusão da informação, é preciso avaliar a questão do letramento e aspectos importantes para a consciência ambiental. Esses aspectos essenciais não são considerados nas práticas de comunicação institucional das organizações da cidade de Belém.

Sobre o letramento, estudos comprovam que uma pessoa pode ser alfabetizada e não ser letrada e vice-versa. O conceito letramento pode ser entendido na explicação de Magda Soares, “No Brasil as pessoas não lêem. São indivíduos que sabem ler e escrever, mas não praticam essa habilidade e alguns não sabem sequer preencher um requerimento”. (SOARES, 2007, p. 29). Para a autora, este é um exemplo de pessoas alfabetizadas não letradas. Essa explicação se configura com o fato das organizações que mantêm filiais em cidades com as características ambientais de Belém, não considerarem aspectos como o letramento na elaboração do planejamento de comunicação institucional e não adotarem práticas sustentáveis para comercialização dos produtos.

Dados do IBGE apresentam números que colaboram com essa problemática do letramento na região norte e em todo o Brasil.

Taxa de analfabetismo em cada estado

Estado	(%)	Estado	(%)	Estado	(%)	Estado	(%)
Distrito Federal	3,25	Santa Catarina	3,86	Rio de Janeiro	4,09	São Paulo	4,09
Rio Grande do Sul	4,24	Paraná	5,77	Mato Grosso do Sul	7,05	Goiás	7,32
Espírito Santo	7,52	Minas Gerais	7,66	Mato Grosso	7,82	Amapá	7,89
Rondônia	7,93	Amazonas	9,60	Roraima	9,69	Pará	11,23
Tocantins	11,88	Acre	15,19	Bahia	15,39	Pernambuco	16,73
Sergipe	16,98	Ceará	17,19	Rio Grande do Norte	17,38	Maranhão	19,31
Paraíba	20,20	Piauí	21,14	Alagoas	22,52	BRASIL	9,02

Quadro 1: Censo 2010 – IBGE (2010)

Na contemporaneidade, discute-se a importância da comunicação e da informação, e esses termos, no senso é comum, são postos com o mesmo significado, gerando muitas vezes dúvidas desnecessárias, já que comunicação e informação são diferentes. Em resumo, o termo comunicação, utilizada nessa pesquisa, tem em sua origem latina a significação de comunhão de partilhar algo, mas ela também identifica o ato de fornecer o conhecimento de alguma coisa para alguém, ou seja, informar. Desse modo a informação é o objeto a ser transmitido, enquanto comunicação significa



relação. Então, não basta transmitir os dados, pois as pessoas, ao receberem uma mensagem, pensam e a decodificam (MARTINO 2003, p. 16).

A informação trabalha com o novo, com a novidade, com a notícia. Para alguns autores “só é informação quando traz um elemento novo de forma nova, pois informação é algo novo que vai ser adicionado ao nosso conhecimento, ajudando a lidarmos e a aplicar a sociedade em que vivemos”. A informação é veiculada pelo processo da comunicação, mas nem tudo que é comunicado é necessariamente informação. Além disso, a comunicação e a informação só têm sentido para o receptor da mensagem se estiverem relacionadas com a vida prática e com o dia-a-dia das pessoas, como citado por (TÓTH, 2009). Esses critérios precisam ser considerados com a espera-se mudança de comportamento do receptor, em especial na preservação do meio ambiente.

Miège (2000, p. 30), amplia este conceito quando afirma,

Informação é um termo que designa o conteúdo do que é permutado com o mundo exterior á medida que nos adaptamos a ele e lhe aplicamos os resultados de nossa adaptação. O processo que consiste em receber e utilizar a informação é o processo que seguimos para nos adaptar às contingências do meio ambiente e, com eficácia, viver nesse meio. As necessidades e complexidade da vida moderna tornam mais exigente do que nunca tal processo de informação, e nossa imprensa, nossos museus, nossos laboratórios científicos, nossas universidades, nossas bibliotecas e nossos manuais são obrigados a satisfazer as necessidades de tal processo, ou, caso contrário não atingirão seu objetivo. Viver com eficácia é viver com uma informação adequada [...]

É com base nessa diferença que foram analisadas as imagens e a comunicação institucional das organizações na Amazônia, elaboradas pelas empresas que comercializam bebidas com embalagens de garrafas pet e latinhas descartáveis encontradas nas ilhas visitadas. Observou-se nas práticas dessas organizações (Coca-Cola, Schincariol e Cerpa) a prioridade em atingir os consumidores apenas por meio da decisão de compra. Em se tratando de Amazônia, a preservação ambiental é um termo que desperta interesse do ponto de vista da opinião, mas ficou evidenciado nessa pesquisa que nem sempre vem acompanhado de informação e tão pouco considera-se a questão do letramento para promover práticas sustentáveis dos agentes sociais na cidade de Belém.

É preciso considerar que o lixo que está nos rios e igarapés de Belém e em algumas cidades do Brasil não é somente aquele que é jogado próximo ou dentro de rios e praias, mas qualquer lixo que é jogado nas ruas. O grande problema são cães de rua que rasgam sacos e sacolas de lixo e espalha pela rua. Em Belém quando chove grande parte deste lixo desce para os rios e igarapés.

Além disso, o senso comum concorda com as críticas ao saco de plástico, mas na prática uma parcela muito pequena da população brasileira deixa de consumir produto industrializado vendido em embalagem plástica, refrigerantes, *shampoo*, sabonete, maionese, afinal quase tudo é embalado em embalagem plástica. Nesse campo emerge a necessidade de reformular as práticas de comercialização e distribuição dos produtos industrializados. Portanto, as organizações precisam rever valores para elaborar ações com políticas de comunicação que priorize a preservação ambiental e conscientize todos os agentes sociais da sociedade, em especial o consumidor.

O documentário “Entre a cidade e as Ilhas” foi apresentado no Simpósio Brasil Alemanha em Stuttgart - Alemanha de 18 a 22 de julho de 2011 na conferência *Wasser, Abwasser, Abfall-Management* (Água, esgoto, terra e gerenciamento de Resíduos)⁸. Nos debates foi discutido que na Alemanha quase todas as bebidas industrializadas comercializadas em embalagens plásticas são retornáveis e podem ser trocadas nos pontos de vendas (bares, restaurantes e quiosques). Essa foi uma das medidas encontradas para evitar que os agentes (consumidores) jogassem as garrafas pet nas ruas.



Foto 2: Neusa Pressler - Durante participação em Simpósio Brasil- Alemanha em julho de 2011. Cent Pfand: Garrafa vale 15 centavos, na moeda alemã (Euro), se for devolvida nos pontos de vendas.

⁸ Ver sobre o Simpósio Brasil- Alemanha: <<http://www.uni-tuebingen.de/deutsch-brasilianisches-symposium/html/program.html>> Acessado em jul. 2011.



4. Considerações Finais

O instrumental teórico da análise para a coleta de imagens, entrevistas e produção do documentário “Entre as ilhas e a cidade” assim como a teoria com base na comunicação e meio ambiente utilizadas para descrever os problemas dos povos da Amazônia no entorno das Ilhas de Belém possibilitou examinar como os valores e práticas de consumo urbano podem afetar a qualidade de vida e a preservação ambiental.

O contato com os agentes sociais (povos da Amazônia) com o mercado competitivo da cidade foi inevitável e tem aspectos positivos e negativos. O positivo está relacionado ao sustento e meio de obtenção de renda para a sobrevivência desses agentes e o desenvolvimento do saber local por meio da relação das diferentes experiências, em especial, pela possibilidade de vender o excedente da pesca, da plantação, entre outros.

Entretanto, a ausência de conscientização por parte da sociedade que vive no perímetro urbano foi evidenciada nas entrevistas e documentos, revelando que os cidadãos ainda desconhecem seus direitos, obrigações e carecem de políticas públicas mais abrangentes e de informações institucionais básicas para programar a educação ambiental para práticas mais sustentáveis de produtos industrializados.

Essa pesquisa identificou a falta generalizada de uma plataforma de informações institucionais entre as diferentes organizações empresariais, públicas e privadas na elaboração de políticas públicas para o planejamento e gestão dos resíduos sólidos. Assim, como uma proposta de práticas comerciais sustentáveis para as organizações empresariais que comercializam e distribuem produtos industrializados. Nesse campo há um verdadeiro vácuo de ausência de comunicação institucional, ou seja, o poder público não mostra interesse em discutir o assunto e as organizações que comercializam produtos industrializados não se vêem responsáveis pelo uso de embalagens hoje criticadas pelas políticas ambientais internacionais.

A percepção acerca do campo da consciência para a educação ambiental na Amazônia não há visibilidade e interesse seja por parte do cidadão que não se sente obrigado a mudanças e por parte das organizações empresariais que se relaciona apenas por meio da comunicação mercadológica de compra e venda com um perfil de consumidor não tão exigente para a preservação ambiental. Por fim, a comunicação como ciência multidisciplinar não resolve os problemas sociais, mas pode mostrar e dar visibilidade para discutir os problemas socioambientais.



Notas e Agradecimentos:

O documentário “Entre a cidades e as Ilhas” foi dirigido e editado por Geneviève Pressler, atualmente estudante do Studienkolleg em Hamburgo- Alemanha. A pesquisa de campo e entrevistas contou com a doutoranda Eliana Teles do Programa de Pós-Graduação em Antropologia da UFPA. Agradecemos a orientação da Profa. Dra. Rosa E. Acevedo Marin - Coordenadora da Associação das Universidades Amazônicas – UNAMAZ e do Projeto Nova Cartografia Social de Belém. Agradecimentos a todos os moradores das Ilhas do Amor, Maracujá, Papagaios e Combu, e em especial a Da. Edina Costa presidente da Associação dos Pescadores da Ilha do Maracujá.

REFERÊNCIAS

ACEVEDO MARIN, Rosa E. ; ALMEIDA, Alfredo Wagner Berno de. **Relatório Técnico Final do Seminário Internacional Populações Tradicionais** e questões de terra na Pan-Amazônia. 2005.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geográfico e de Estatística, **Censo 2010**, Disponível: <<http://www.ibge.gov.br>> Acessado em 20 jan. 2011.

BUENO, Wilson da Costa. **Comunicação Empresarial: Políticas e Estratégias**. São Paulo: Saraiva, 2009.

EMBRAPA, **Política de Comunicação Corporativa**, org. Laboratório Integrado de Marketing e Cultura. Escola de Comunicação e Artes – ECA Universidade de São Paulo. São Paulo: Com-Arte, 2005/2002.

LUPETTI, Marcélia. **Planejamento de Comunicação**. São Paulo: Futura, 2000.

MIEGE, Bernard. **O pensamento comunicacional**. Tradução de Guilherme João de Freitas Teixeira. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. São Paulo: Summus, 2002. (Novas buscas em comunicação; v. 17).

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Mídia e poder simbólico**. São Paulo: Paulus, 2003.

NASSAR, Paulo. **Tudo é Comunicação**. São Paulo: Lazuli, 2003.

PROJETO NOVA CARTOGRAFIA SOCIAL DA AMAZÔNIA. **Pescadores e extrativistas das Ilhas ao Sul de Belém**. 29º Fascículo, Belém: UNAMAZ/ UFPA, 2010.

SOARES, Magda. **Letramento: um tema em três gêneros**. 1a Edição, Belo Horizonte: Autêntica, 2007.

TÓTH, Mariann. **Campanhas Sociais Vs Comunicação Social Estratégica**. Disponível em: <http://www.socialtec.org.br/artigos/MT_Trabalho.htm> Acesso em: 25 nov. 2010.