

A identidade amazônida para o mundo: Um estudo das produções do Intercom Norte 2015 - 2019

Lara Cristhine Rodrigues de Souza¹
Maria Emília de Oliveira Pereira Abbud²

RESUMO

O presente artigo apresenta os resultados da pesquisa de Iniciação Científica do Programa Institucional de Bolsa de Iniciação Científica (PIBIC) da Universidade Federal do Amazonas (UFAM), conduzida no período de 2020 a 2021. O estudo teve como objetivo conhecer a produção científica sobre a pesquisa em comunicação na Amazônia, a partir da construção do estado da arte, produzido mediante as publicações científicas divulgadas nos Anais Congressos de Ciências da Comunicação na Região Norte (Intercom/Norte), realizados no período de 2015 a 2019. Realizou-se uma pesquisa exploratória, descritiva e explicativa, com abordagem quantitativa e qualitativa. Para identificar as publicações científicas foram definidos critérios como: ano de publicação, autores, instituição dos pesquisadores, divisão temática da pesquisa, palavras-chave, abordagem teórica referenciada, metodologia utilizada pelos autores e as discussões dos resultados. A partir da análise realizada, fica claro que os artigos publicados destacam os aspectos específicos das regiões ao abordar a Amazônia. As publicações conseguem incorporar elementos culturais únicos e examinam como essa região se conecta com o cenário global, fornecendo uma base sólida para discutir como a identidade amazônida é percebida pelo mundo. A pesquisa aponta que a imagem da Amazônia é complexa devido à influência das diferentes culturas locais, da mídia global e da ciência na forma como é vista e descrita, e a sua percepção é moldada tanto pela autodescrição da região quanto pela representação global através da comunicação.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação. Amazônia. Pesquisa. Relações Públicas. Intercom.

Introdução

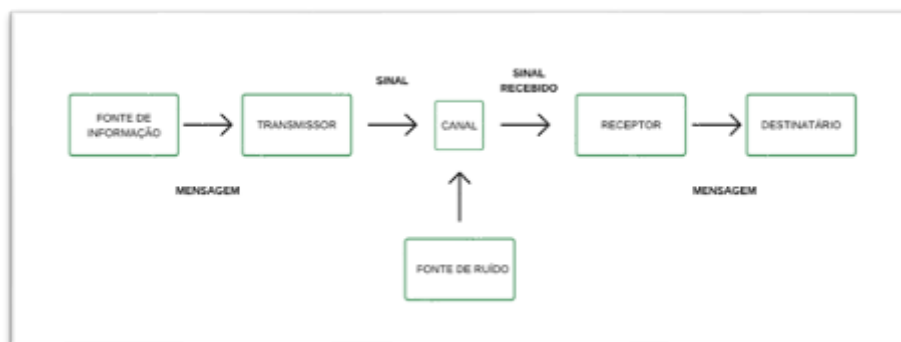
O processo da comunicação

Os estudiosos da área assinalam que a comunicação é um processo importante na sociedade, com o papel de transmitir significados em uma relação social e possibilitar o entendimento entre homens. Berlo (2003) entende a comunicação "como o processo através do qual um indivíduo provoca uma resposta num outro indivíduo, ou seja, dirige um estímulo que visa favorecer uma alteração no receptor pelo fato de estimular este a

causar uma resposta”. Nesse sentido encontra-se a Teoria da Matemática da Comunicação, desenvolvida por Claude Shannon (1948) e Warren Weaver (1949), que resume a comunicação em um processo simples e lógico, em que a transmissão da informação ocorre com a participação de elementos determinantes, que podem ser calculados, desconsiderando-se os aspectos semânticos do processo.

O problema fundamental da comunicação é o de reproduzir em um ponto ou exatamente ou aproximadamente uma mensagem selecionada em outro ponto. Frequentemente as mensagens têm significado, isto é, elas se referem a ou são correlacionadas com algum sistema com certas entidades físicas ou conceituais. (SHANNON, 1948, p. 1)

Figura 1: Processo da transmissão da informação



Fonte: Shannon e Weaver (1999, como citado Redfield, 1967, p.6)

Contudo, é necessário ultrapassar o conceito básico de comunicação que observa a relação entre *emissor* e *receptor*, é preciso falar de forma atenciosa sobre esses processos, que, para Berlo (2003, p.), consistem na inter-relação dos ingredientes da comunicação. Segundo o autor, “a comunicação é tida como um processo que, além de flexibilizar, gera interação entre os elementos do ambiente, é responsável pela transição da informação”.

Miller (2006) corrobora tal afirmação ao enfatizar em seus textos que um dos pontos mais complexos na definição de comunicação é a noção de que comunicação é um processo. Daft (2008, p. 108) assinala que processo se refere a um grupo organizado de tarefas e atividades relacionadas, que trabalham juntas. A ótica aqui proposta caracteriza

a comunicação como um processo comunicacional, o processo dinamizado à ideia de movimento (uma parte atuando com outra e integrando um todo). Com base no exposto, destaca-se que, para realização da análise proposta neste estudo a comunicação, efetivamente, será interpretada a partir dessa compreensão.

Torna-se essencial esclarecer que a compreensão da comunicação na Amazônia partirá do pensamento ecossistêmico. Tal perspectiva destaca que Amazônia compreende um ecossistema comunicacional, que Soares (2011, p. 37) classifica como uma teia de relações entre indivíduos que coexistem em espaços onde há implementação de conjuntos de ações de conjugação educativa e comunicacional.

Para as autoras desta pesquisa a análise da comunicação na Amazônia deve pôr em evidência não só as particularidades geoculturais, mas também deve relacionar a unidade “comunicação amazônida” aos demais contextos, dialogando com o global.

Conceituando a identidade

Para prosseguir com a análise da identidade da Amazônia, é necessário inicialmente entender a conceituação da identidade, considerando que existem múltiplas teorias e abordagens que trazem diversas formas de identidade. Nesse sentido, buscamos determinar qual conceito de identidade é o mais adequado para a perspectiva adotada neste estudo.

Sob a ótica das relações públicas, a identidade se refere à imagem, personalidade e caráter de uma organização, marca ou entidade. Wilcox, Cameron, Reber e Shin (2014) afirmam que "a identidade é como o indivíduo vê a si mesmo, o que deseja ser e como quer ser percebido". Para os autores, a identidade é um conceito profundamente ligado à autopercepção do indivíduo, representando a forma como ele se enxerga, seus objetivos pessoais e a maneira como deseja ser reconhecido pelos outros. É como um quebra-cabeça de características, valores, crenças e aspirações que moldam a sua individualidade.

Dentre os conceitos da identidade nas relações públicas, percebemos a existência de algumas distinções. A identidade organizacional, por exemplo, engloba os valores, a missão, a visão, a cultura e os princípios que uma empresa ou instituição representa. Todos esses pontos contribuem para a forma como a organização se apresenta ao público e como ela é percebida por seus *stakeholders*. Segundo Freitas (2000), assim como as pessoas, as entidades parecem possuir não uma única identidade, mas sim múltiplas facetas que se manifestam de acordo com a percepção que desejam transmitir a diferentes públicos e em variadas circunstâncias.

A identidade é um resultado, um estado psicossocial [...] um sujeito tem diversas identidades, e o conjunto delas lhe permite experimentar um sentimento de identidade, visto que não existe identidade sem esse sentimento (Freitas, 2000, p.40)

Outro conceito que observamos ser pertinente à abordagem foi o de identidade cultural. Segundo Stuart Hall (1998), a análise da identidade deve ser construída com base nas interações entre o indivíduo e a sociedade. Assim, o autor introduz o conceito de identidade cultural, que se fundamenta nas questões culturais que surgem de nossa afiliação a diferentes culturas étnicas, raciais, linguísticas, religiosas e nacionais (Hall, 1998). Para Hall, a identidade cultural é um fenômeno complexo e multifacetado que desempenha um papel fundamental na vida das pessoas e das comunidades. Ela se refere à maneira como indivíduos e grupos se identificam com uma cultura específica, que pode ser baseada em características étnicas, raciais, linguísticas, religiosas, nacionais, entre outras.

Isso significa que a identidade cultural não é apenas uma questão de escolha individual, mas também é moldada pelo contexto social em que vivemos. Quando nos identificamos com uma cultura específica, estamos estabelecendo conexões com um grupo maior, compartilhando uma história comum e aderindo normas e valores compartilhados.

Partindo destas percepções, podemos começar a entender como a comunicação na Amazônia trabalha para construir e difundir a identidade da Amazônia, em todas as esferas.

Nosso olhar sobre a comunicação na Amazônia

Estudiosos da região têm destacado que pensar a comunicação na Amazônia requer parâmetros de análise e abordagem próprios. Toda a associação natural do homem com a natureza na região é resultante de processos comunicacionais inéditos que se impõem sobre os âmbitos da sociedade, afetando a cultura social da área. Observa-se a territorialidade e suas características extremamente particulares e complexas; com aproximadamente cinco milhões de km², a Floresta Amazônica ocupa 60% do território do Brasil, abrangendo os Estados do Acre, do Amapá, do Amazonas, do Mato Grosso, do Maranhão, do Pará, de Roraima, de Rondônia e do Tocantins.

Com toda sua grandiosidade territorial, concebe-se a complexidade da diversidade cultural dessa região, uma vez que sua identidade regional não se concentra em um só estado brasileiro. Maués (1999) assinala em seus textos que a identidade regional amazônica é constituída por negros, índios, caboclos, mulatos, tapuios, mestiços, portugueses, paraoaras, amazônidas, brasileiros, católicos, protestantes, umbandistas, mineiros e uma infinidade de outras culturas. Contudo, é inegável que a Amazônia tem sua cultura inerentemente ligada às raízes indígenas, onde tudo começou, há aproximadamente 20 a 30 mil anos antes da chegada do europeu.

Cada povo tinha seus costumes individuais, que foram intrinsecamente se cruzando, à medida que a região crescia e permitia a convivência entre os grupos. Ainda assim, não se pode relacionar totalmente o regionalismo nortista à cultura amazônica, tendo em vista que a Amazônia abrange também estados de outras regiões, como o estado do Maranhão, localizado na região Nordeste com suas individualidades culturais, e o estado do Mato Grosso, que por sua vez fica na região Centro-Oeste do Brasil, e também agrega com suas particularidades. Portanto, percebe-se que essa cultura tem fortes influências de costumes internos e externos, sendo constantemente transformada pelo misto de línguas, crenças, lendas, ritmos, comidas, danças e vivências, abrangendo não uma só cultura, mas várias.

Sobre a cultura na Amazônia, Loureiro (2001) afirma que “ela é dinâmica, original e criativa, haja vista que revela, interpreta e cria sua própria realidade”. Robertson (2000) discute que o paradoxo do espectro cultural e midiático ganha status, em dimensão local, opondo-se às dinâmicas de globalização presentes na economia cultural e midiática. Essa realidade reforça o movimento de ingredientes comunicativos presentes nos processos comunicacionais, ressaltando a importância dessa imposição e alteração cultural causada aos indivíduos pelos elementos rurais presentes no dia a dia.

Porém, a pluralidade cultural em pauta discute também a realidade de “Amazônia” partindo da nomenclatura em si e suas associações atribuídas, que vão se diferenciar de pessoa para pessoa, tendo em vista exclusivamente o tipo de relação e histórico que cada um tem com o ambiente. Para Coelho (2012), o que um brasileiro do nordeste do país tem em mente sobre a Amazônia tende a se assemelhar ao que um indivíduo do mesmo contexto social pensa e diferente do que um japonês considera ser sua definição do lugar; tudo está relacionado às associações, às imagens, aos conceitos e depende das intenções contextuais tidas ao pensar na região. Seguindo esse raciocínio, pode-se propor então que a Amazônia nunca será uma só, uma vez que diferentes indivíduos exibem diferentes pensamentos, que não deixam de ser realidade, sobre a mesma.

Ainda de acordo com o autor, resgatando os aspectos de integração comunicacional, todas as ideias concebidas por diferentes populações a respeito do mesmo ambiente podem ser somadas. A Amazônia, nesse sentido, seria formada a partir de “pequenas Amazônias”, ramificadas dependendo do ponto de vista. A Amazônia seria exibida com seus valores e características próprias; a Amazônia cultural seria a imposta a partir dos mitos que embalam movimentos folclóricos e danças regionais; a Amazônia popular, e aqui adotamos uma categorização apenas exemplificativa, seria a influência na moda cultural (roupas, comunicação midiática e costumes funcionais). Ao analisar o pensamento de Coelho (2012), é possível interpretar que uma Amazônia máxima não depende dessas “microamazônias” para existir (pois sua existência geográfica implicará em mudanças culturais automaticamente), mas precisamos levar em conta (e aqui abrimos

um parêntese como sendo o que nós pensamos a respeito das palavras do autor) a diversidade de conceitos para chegar à conclusão de qual realidade estamos observando.

Diante do exposto, acredita-se que as publicações científicas regionais resultam das reflexões apresentadas pelos pesquisadores da área comunicacional, que observaram e discutiram as manifestações culturais, costumes, estilos, linguagens e narrativas contextualizadas.

Compartilhar o olhar regional com o mundo

Em concordância pensamento de Miranda e Colferai (2016) sabe-se que pensar a região a partir da região resulta em fomentar respostas locais para questões globais. Não se trata de uma regionalização de ideias, mas manter o pensamento universal, dando vazão às conexões do local e do global. Em outras palavras, é necessário não somente identificar as ramificações que desencadeiam na definição de comunicação na Amazônia, espelhando-se na realidade local para viabilizar essa concepção, mas também expandir do local para o mundo. A comunicação na Amazônia precisa ser percebida a partir de sua aplicação funcional, refletida diariamente, e compartilhada com o mundo; precisa ser vista. Os autores salientam que a ideia de uma comunicação regional é realidade no sentido conceitual, no sentido de se configurar algo próprio; porém, não há intenção de exclusão nesse sentido, daí a ideia de compartilhamento.

Monteiro e Colfeirai (2011) nos apresentam a perspectiva dos Ecossistemas Comunicacionais. De acordo com os autores, o ecossistema consiste em um conjunto de elementos próprios que se relacionam de alguma forma, o que indica uma comunicação entre esse sistema.

Os estudiosos destacam que o conceito de Ecossistemas Comunicacionais surgiu como um dever político de demarcação de uma área onde se fala sobre determinado assunto. A indissociabilidade entre natureza, sociedade e as sensibilidades amplificadas pelos suportes tecnológicos da comunicação e informação fazem com que a Amazônia se torne um ecossistema comunicacional, uma parte (geográfica) que integra o contexto

(cultural). Toda a realidade social onde são aplicadas alterações sociais, educacionais e tecnológicas que resultem em realidades pós essa aplicação cultural, pode ser chamada de um ecossistema comunicacional. Para Soares (2011, p. 37) “ecossistema comunicacional é a teia de relações dos indivíduos que convivem nos espaços onde são implementados conjuntos de ações em que estão conjugadas educação e comunicação”.

Desta forma, falar de ecossistema comunicacional é falar de todas as ações tomadas pela sociedade com poder influenciador sobre e das decisões da mesma, segundo Soares (2012) e Monteiro e Colferai (2011). A partir do momento em que homem e natureza tornam-se um só, sob a influência da região amazônica, a proximidade com a vida rural e o acesso geográfico a uma vida com forte presença regional, a Amazônia vira ao mesmo tempo natureza e cidade (com reflexos em toda a cultura popular, organizacional, mercadológica e acadêmica). Corroborando o pensamento de Soares (2011), podemos exemplificar tal presença a partir do que acomete o pensamento da população em geral, que começa a adotar discursos sustentáveis, valorizar a fauna e flora, além de exaltá-las socialmente (principalmente por meio das redes sociais), cobrar das marcas e empresas um discurso alinhado com a preservação ambiental, entre outras.

Sobre os ecossistemas comunicacionais, para Monteiro e Colferai (2011, p. 43), as relações se formam e desvanecem ininterruptamente, com o todo sempre em evidência de interesse, e não as partes, ou a soma destas. Essa ideia se alinha às percepções já levantadas a respeito da fusão entre o homem e a natureza, em que se transpõem como uma só unidade, não tendo uma dicotomia; ambos os pensamentos reconhecem a comunicação com uma perspectiva participativa, dependente da interação livre e inédita de todos os envolvidos, um processo mutuamente construtivo.

Estudiosos destacam que ao analisarmos o contexto social da região amazônica, é perceptível que há condições que colocam a região à margem e em condições históricas-políticas-econômicas-culturais que a distanciam do poder central nacional, ressaltando desigualdades e assimetrias. Portanto, superar a condição de periferia para a produção de conhecimento passa, necessariamente, pela superação de concepções segregadoras que resultam no que Colferai (2011) determina como “periferias do conhecimento”. Em

detrimento da ótica mercadológica mundial, que fomenta ainda mais essa realidade de subestimação da Amazônia, há uma questão importante a ser levantada neste trabalho, que está presente em toda investigação científica como esta: o que de inovador e relevante a Amazônia tem para oferecer à área de comunicação no Brasil e o que ela já oferece?

Colferai (2011) salienta que, apesar de suas particularidades, que devem ser levadas em conta em uma aplicação de abordagem científica para resultados que espelhem a realidade, todo o modo de estudar a comunicação na Amazônia não deve se distanciar de forma severa do global, uma vez que a comunicação continua comunicação. O pensamento de Colferai traz o questionamento de como fazer uma comunicação que respeite as raízes regionais, sem perder o vínculo com os conceitos e com a comunicação global. Por mais que a ideia de uma realidade comunicacional própria possa parecer enriquecedora, cientificamente falando, limites e freios conceituais são necessários para evitar uma ruptura entre ideias e paradigmas da área. Enganchado à ideia de diversos processos comunicacionais, todos com suas especificidades e correlacionados a um ecossistema específico, este artigo levanta outra questão: com diversos processos e dando margem à uma pluralidade de ecossistemas comunicacionais, a Amazônia a ser analisada está sob uma visão geográfica ou cultural? E aqui convém a nós, enquanto pesquisadores, questionar ainda se falamos da Amazônia ou o correto seriam das Amazônias.

Para corroborar tal pensamento, reporta-se a Gutiérrez Rey (2004), ao tecer suas considerações sobre a Amazônia:

De acordo com o autor, as expressões Amazônia, Pan-Amazônia, Amazônia Sul-Americana, Região Amazônica ou Grande Amazônia, compreendem diferentes enfoques, discernimentos e representações espaciais. A Amazônia como unidade é composta e dependente de um conglomerado de regiões. Sendo assim, existem várias Amazônias, às quais conformam uma grande região, onde cada uma tem uma distribuição regional diferente e afeta diretamente o modo cultural de relacionamento homem-natureza. (GUTIÉRREZ REY 2004, P. 21)

Construção do estado da arte

Conhecer o contexto regional descrito pelos pesquisadores e, posteriormente, discuti-los, é o desafio que será apresentado a partir da construção do estado da arte proposto. Estado da arte, ou estado do conhecimento, é uma conclusão a respeito da situação de um campo de estudo em um período e um local delimitado. Ferreira (2002, p.258) destaca que as pesquisas científicas denominadas “estado da arte” se caracterizam como bibliográficas e abordam o desafio de “mapear e de discutir a produção acadêmica em diferentes campos do conhecimento, tentando responder que aspectos e dimensões vêm sendo destacados e privilegiados em diferentes épocas e lugares”. Para Marconi e Lakatos (1991) o estado da arte é uma junção das produções principais existentes, estas que fornecem dados atuais e relevantes relacionados a um tema específico. Não estando limitada, apenas, a uma organização de obras, esse mapeamento deve possibilitar dar luz a diferentes pontos de vista, críticas, identificação de características díspares ou semelhantes entre temas e, principalmente, servir como referência para a sociedade sobre o que foi/é tendência no ramo científico de um tema específico; cumprindo um papel de base para consultas e exibindo essas produções para além da academia.

Metodologia

Os Anais Congressos de Ciências da Comunicação na Região Norte (Intercom/Norte), no período de 2015-2019, foram a base da pesquisa. A palavra-chave utilizada para a identificação dos artigos científicos foi: Amazônia. O levantamento foi realizado no período de fevereiro a agosto de 2021.

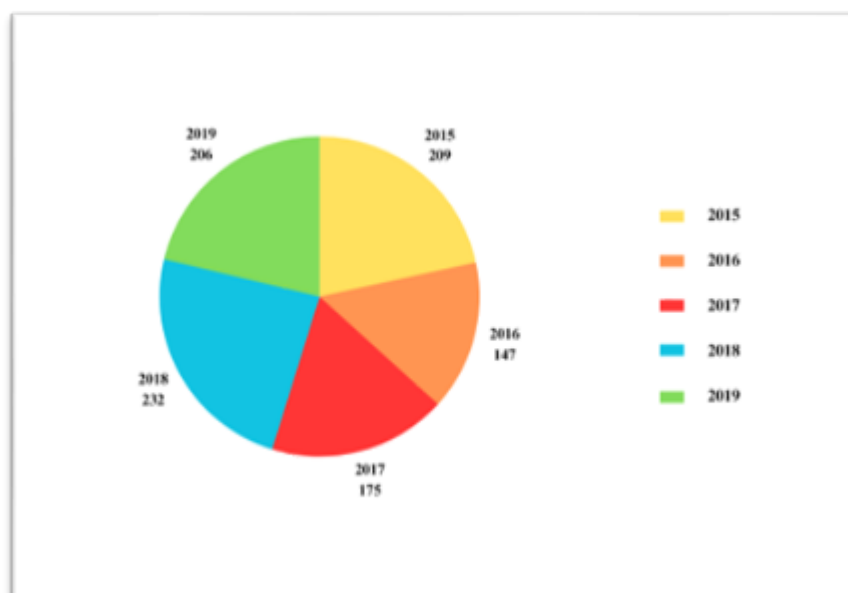
Em um primeiro momento, identificaram-se os artigos científicos sobre Amazônia e Comunicação que foram publicados nos Anais do Intercom/Norte no período determinado. Para isso, realizou-se o levantamento dos textos publicados no *site* desta instituição, levando em consideração critérios como: o ano de publicação, autores, instituição dos pesquisadores, divisão temática da pesquisa, palavras-chave, abordagem teórica referenciada, metodologia utilizada pelos autores e as discussões dos resultados. Foram escolhidos os artigos que atendiam aos critérios de inclusão da pesquisa.

Em seguida, de posse das produções coletadas, apurou-se o estado da arte sobre a pesquisa em comunicação na Amazônia, verificando a construção da identidade da Amazônia para o mundo a partir de publicações científicas regionais. Em resumo, a análise da identidade da Amazônia a partir de publicações científicas oferece um exame detalhado das narrativas, representações e discursos que moldam a percepção internacional dessa região. Essa abordagem científica proporciona uma visão crítica das múltiplas dimensões envolvidas, contribuindo para um entendimento mais profundo de como a Amazônia é posicionada e compreendida na percepção global e regional.

Resultados / Discussão

Durante o período de 2015 a 2019, verificou-se que novecentos e sessenta e nove (969) artigos foram publicados nos Anais dos Congressos de Ciências da Comunicação da Região Norte (Intercom/Norte), dentre esses, apenas dezesseis (16) artigos publicados apresentam o termo “Amazônia” no seu rol de palavras-chave.

Gráfico 01: Artigos publicados nos Anais do Intercom/Norte, período de 2015 a 2019



Fonte: autoria própria

No ano de 2015, o Intercom/Norte foi realizado em Manaus - AM, no período de 28 a 30 de maio, o tema do Congresso foi “Comunicação e Cidade Espetáculo”, foram identificadas três (3) publicações científicas com a palavra-chave “Amazônia”.

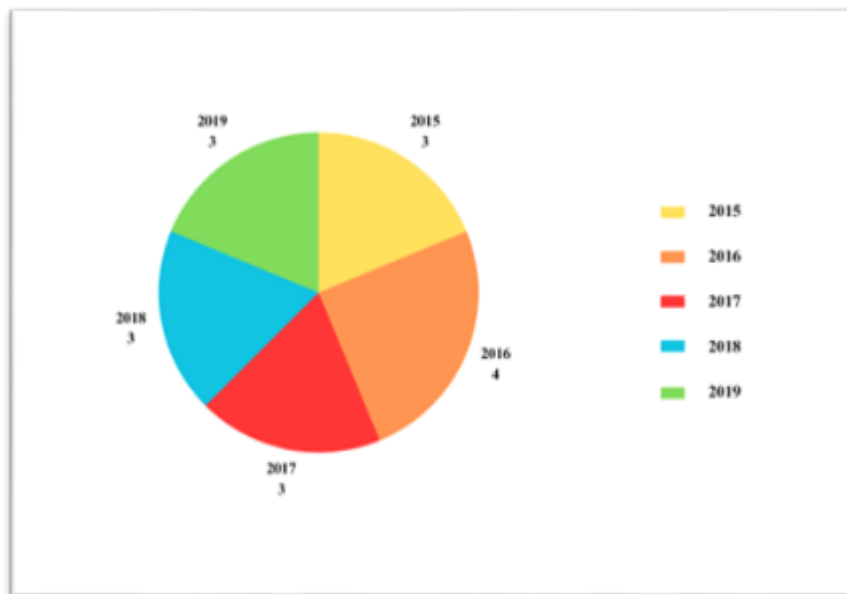
Em 2016, o Intercom/Norte foi realizado em Boa Vista – RR, no período de 06 a 08 de julho, o tema do Congresso foi “Comunicação e Educação: caminhos integrados para um mundo em transformação” e foram identificadas quatro (4) publicações científicas com a palavra-chave “Amazônia”. Esse foi o ano com o maior número de publicações identificadas.

No ano de 2017, o Intercom/Norte foi realizado em Manaus – AM, no período de 24 a 26 de maio, o tema do Congresso foi “40 anos de memórias e histórias” e foram identificadas três (3) publicações científicas com a palavra-chave “Amazônia”.

No ano de 2018, o Intercom/Norte foi realizado em Vilhena – RO, no período de 21 a 22 de maio, o tema do Congresso foi “Desigualdades, gêneros e comunicação” e foram identificadas três (3) publicações científicas com a palavra-chave “Amazônia”.

No ano de 2019, o Intercom/Norte foi realizado em Parintins – AM, no período de 24 a 26 de junho, o tema do Congresso foi “Fluxos comunicacionais e crise da democracia” e foram identificadas três (3) publicações científicas com a palavra-chave “Amazônia”.

Gráfico 3: Artigos publicados nos Anais do Intercom/Norte, período de 2015 a 2019 com a palavra-chave “Amazônia”



Fonte: autoria própria

O olhar sobre a Amazônia, tendo como referência esses artigos filtrados, revelam uma discussão com base nos critérios indicados inicialmente, na fase da coleta de dados: instituição dos pesquisadores, divisão temática da pesquisa, palavras-chave, abordagem teórica referenciada e metodologia utilizada pelos autores.

Figura 02: Estado da Arte 2015 a 2019 Intercom/Norte



Fonte: autoria própria

Instituição de origem dos pesquisadores e divisões temáticas

A partir da identificação das publicações que possuem “Amazônia” entre as palavras-chave, constatou-se que as instituições com o número mais expressivo de trabalhos publicados nos Anais foram a Universidade Federal do Amazonas (UFAM), com oito (8) publicações no período e a Universidade Federal de Roraima (UFRR), com cinco (5) artigos publicados. Destaca-se que a presença das universidades federais se converte em sementes de outras pesquisas, como este estudo. A assertiva que enfatiza a presença das universidades federais como um gerador primordial para o florescimento de futuras investigações científicas na região da Amazônia aponta para o caráter impulsor dessas instituições no panorama da pesquisa acadêmica. Essa concepção reflete uma dinâmica intrínseca na qual as universidades federais não apenas contribuem para a ampliação do conhecimento científico atual, mas também são substratos fundamentais para a identificação da Amazônia, a partir de olhares acadêmicos.

Analisando o número de publicações nas Divisões Temáticas, verificou-se que o DT Jornalismo e o DT Interfaces Comunicacionais com o maior número, cinco (5) publicações respectivamente. Foi possível verificar que os pesquisadores destacam a necessidade de compreender e (re)interpretar as transversalidades socioculturais e comunicacionais da Amazônia, em diferentes contextos.

Olhando para a DT Jornalismo, percebe-se a importância quanto à disseminação de informações na Amazônia sobre uma ampla gama de tópicos, incluindo questões socioambientais, culturais, econômicas e políticas. O papel dos meios de comunicação, como jornais, rádio, televisão e, mais recentemente, plataformas digitais, é analisado tanto em termos de seu impacto na construção da percepção pública quanto em relação ao seu papel no engajamento cívico e na promoção do debate informado.

Referente a DT Interfaces Comunicacionais, verificamos as interações complexas entre diferentes agentes e contextos comunicativos na região. Isso inclui tanto as trocas entre comunidades locais e seus ambientes naturais quanto as interações sociais, culturais e tecnológicas que permeiam as dinâmicas comunicacionais na região amazônica.

Abordagem teórica e metodologia aplicada

Ao analisar as principais abordagens teóricas, e, conseqüentemente, as temáticas recorrentes no Intercom/Norte, notou-se frequência de discussões relacionadas aos “Ecossistemas Comunicacionais”, seguida por “Comunicação Local” e “Jornalismo Ambiental”. Observou-se que o conceito sobre os Ecossistemas Comunicacionais emerge da pluralidade de interpretações sobre a Amazônia. Essa tendência reflete um interesse crescente e proeminente nas investigações científicas que exploram as complexas interações entre os sistemas naturais, sociais e tecnológicos, enfocando como esses elementos se entrelaçam e influenciam mutuamente nos ambientes da Amazônia.

A “Comunicação Local” presente nas publicações científicas considera as particularidades da Amazônia para o desenvolvimento da comunicação, a partir do método de pensar a comunicação local sob ótica global. Reflete uma atenção significativa

na pesquisa científica em relação à interação e disseminação de informações em contextos geograficamente delimitados, especificamente dentro do cenário da Amazônia. Tal enfoque abrange uma variedade de facetas da comunicação, incluindo aspectos culturais, sociais e tecnológicos que moldam as dinâmicas comunicativas nas comunidades locais.

Na análise das publicações científicas em questão, emergiu de maneira notória a tendência relativa à temática do "Jornalismo Ambiental". Tal observação aponta para uma concentração acentuada de estudos e investigações que se dedicam a abordar a intersecção entre a comunicação jornalística e as questões ambientais. Essa tendência revela-se como uma resposta às crescentes preocupações globais relacionadas à sustentabilidade, ao ecossistema e aos desafios ambientais contemporâneos, refletindo um interesse significativo na disseminação de informações precisas e contextualizadas acerca desses temas.

Ao analisar as metodologias apresentadas nos Anais do Intercom/Norte, de 2015 a 2019, foi notado que um maior número de publicações utilizara a metodologia do “Estudo de Caso”, “Estudo bibliográfico” e “Análise Documental” para apresentação das pesquisas realizadas.

Conclusão

A partir dos Anais dos Congressos de Ciências da Comunicação na Região Norte (Intercom/Norte), notou-se a presença de temas atuais e correlatos nas publicações científicas. Durante os cinco (5) anos observados, o Congresso Regional em Ciências da Comunicação promoveu discussões atuais, que expressam o processo da comunicação na Amazônia regional.

As abordagens temáticas, propostas nas publicações científicas, evidenciam a dimensão e a complexidade da comunicação na Amazônia, que para Colferai (2011) é um processo consciente e de autovalorização. É analisar a comunicação local como uma parte importante a ser integrada no global. Verificou-se que as publicações científicas

analisadas levam em conta os contextos regionais, sem fechar as portas para a inserção cultural da região norte e sua comunicação com o mundo.

A identidade amazônida para o mundo

No cenário observado, as publicações científicas examinadas demonstram um compromisso em considerar a complexidade da comunicação na Amazônia, contextualizando-a dentro das nuances regionais e, ao mesmo tempo, abrindo espaço para a integração cultural da região norte em seus intercâmbios comunicativos globais.

Pensar na comunicação como algo consciente e valorizado destaca o papel ativo dos indivíduos e das comunidades amazônidas. É mais do que apenas transmitir informações; inclui também refletir sobre elas. A comunicação ajuda a fortalecer as identidades culturais, compartilhar conhecimentos locais e fortalecer os laços sociais na região.

Quando analisamos os estudos científicos sobre a Amazônia, é importante levar em conta as características únicas de cada parte da região. Isso engloba os elementos que definem a paisagem cultural e social, tais como geografia, etnicidade e tradições locais. Ao fazer uma análise que considera esses detalhes, podemos entender melhor como a comunicação funciona na Amazônia, evitando generalizações e reconhecendo a diversidade que faz parte dessa região.

A relevância da comunicação da região norte com o âmbito global também é destacada. Esta interação atesta a interconexão da Amazônia com as redes internacionais de troca de informações, conhecimento e perspectivas. A abordagem inclusiva das publicações científicas, ao não restringir a comunicação ao nível regional, reconhece a interdependência da Amazônia com o mundo.

Quando a gente observa como as informações são compartilhadas, a imagem da Amazônia que as pessoas no mundo todo têm é complexa. Isso acontece porque é resultado de como as diferentes culturas, a ciência e a mídia veem e falam sobre ela. A ideia que as pessoas têm da Amazônia é influenciada tanto pela forma como os locais se

veem e se apresentam, quanto pela maneira como ela é mostrada na mídia global e pela ciência. Ou seja, é uma mistura de como a região se descreve e como o resto do mundo a percebe através da comunicação.

Em resumo, ao examinar os estudos científicos sobre a comunicação na Amazônia com base no conceito de autovalorização comunicativa, fica evidente a relevância de adotar uma abordagem ampla e sensível ao contexto. Essa perspectiva enriquece o entendimento das complexas redes de comunicação na região amazônica, lançando luz sobre como essa comunicação molda a percepção global da identidade amazônica.

Referências

BERLO, David. **O processo de comunicação: introdução à teoria e à prática**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração nos novos tempos**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

COELHO, Davi de Barros. **Amazônia Animada: a representação da região amazônica no cinema de animação brasileiro'** 01/04/2012 212 f. Mestrado em Design Instituição de Ensino: PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO DE JANEIRO, Rio de Janeiro Biblioteca Depositária: Biblioteca da PUC.

COLFERAI, Sandro Adalberto. **Um jeito amazônica de ser mundo.** A Amazônia como metáfora do ecossistema comunicacional: *uma leitura do conceito a partir da região.* 2014. 228 f. Tese (Doutorado em Sociedade e Cultura na Amazônia) - Universidade Federal do Amazonas, Manaus, 2014.

COLFERAI, S. A. **Pesquisa Na Amazônia: notas históricas para a produção de conhecimento comunicacional.** Revista Observatório, v. 5, n. 2, p. 153-173, 1 abr. 2019.

COLFERAI, S. A., Monteiro, G. V. (2015). **Inquietações amazônicas: considerações para uma abordagem enativa da comunicação.** Revista FAMECOS, 23(1), ID20430. <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2016.1.20430>.

COLFERAI, S.A.; MIRANDA, F.C. **Errâncias cartográficas: mapeamentos subjetivos de caminhos movediços para a pesquisa em comunicação na Amazônia.** Comunicação & Sociedade, [S.L.], v. 38, n. 1, p. 25-50, 30 abr. 2016. Instituto Metodista de Ensino Superior. <http://dx.doi.org/10.15603/2175-7755/cs.v38n1p25-50>.

DAFT, Richard L. **Organizações: teoria e projetos.** 2. Ed. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

DENNIS L. Wilcox, GLEN T. Cameron, BRYAN H. Reber, JAE-HWA Shin. **THINK Public Relations: Pearson New International Edition.** 2nd edition. Published by Pearson © 2014.

DRUCKER, Debora. **Amazônia: natureza e sociedade em transformação.** Universidade Estadual de Campinas, NEPAM, São Paulo, Brazil

FERREIRA, Norma Sandra de Almeida. **As pesquisas denominadas “Estado da Arte”.** In: Educação e Sociedade. São Paulo: Ano XXIII, no. 79, agosto, 2002.

FREITAS, Maria Ester de. **Cultura organizacional: identidade sedução e carisma.** Rio de Janeiro: Editora FGV, 2000.

GUTIÉRREZ REY, Franz; ACOSTA MUÑOZ, Luis Eduardo; SALAZAR CARDONA, Carlos Ariel. **Perfiles urbanos en la Amazonia colombiana: un enfoque para el desarrollo sostenible**. Bogotá; Instituto Sinchi, 2004.

LOUREIRO, J. de J. P. **Cultura amazônica: uma poética do imaginário**. São Paulo: Escrituras, 2001. 437 p. (originalmente tese de doutorado defendida na Universidade de Sorbonne, Paris, França).

LOUREIRO, Violeta R. **Amazônia no século XXI: novas formas de desenvolvimento**. São Paulo: Empório do Livro, 2009.

MAUÉS, R. H. **Uma outra “invenção” da Amazônia: religiões, histórias, identidades**. Belém: Cejup, 1999. 283 p.

MONTEIRO, Gilson Vieira; COLFERAI, Sandro Adalberto. **Por uma pesquisa amazônica: provocações para novos olhares**. In: MALCHER, Maria Ataíde et al. (Orgs.). *Comunicação Mídia-tizada na e da Amazônia*. Belém: FADESP, v.2, 2011.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica**. 3.ed. São Paulo: Atlas, 1991.

MILLER, Katherine. **Organizational Communication: approaches and processes**. 4. Ed. Belmont: Thomson Wadsworth, 2006.

PEREIRA, Mirna Feitoza. **Fundamentos de uma visão ecossistêmica da comunicação: uma compreensão semiótica**. In: MONTEIRO, Gilson Vieira; ABBUD, Maria Emília de Oliveira; Mirna Feitoza (Org.). *Estudos e Perspectivas dos ecossistemas da comunicação*. Manaus: Ufam, 2012.

ROBERTSON, Roland. 2000. **Glocalização: tempo-espaço e homogeneidade-heterogeneidade**. In: R, ROBERTSON. *Globalização: teoria social e cultura global*. Petrópolis, Vozes, p. 246-268.

SOARES, Ismar de Oliveira. **Educomunicação: O conceito, o profissional, a aplicação**. São Paulo: Paulinas. 2011.

SOUZA, Lara Cristhine Rodrigues de; ABBUD, Maria Emília de O Pereira; MOREIRA, Brendo Henrique da Silva. **Pesquisa Em Comunicação Na Amazônia: As Publicações Científicas**. In: *Anais do Congresso de Iniciação Científica da UFAM*. Manaus (AM) 2021. Disponível em: <https://www.even3.com.br/anais/conicufam/445347-pesquisa-em-comunicacao-na-amazonia--as-publicacoes-cientificas>. Acesso em: 17/08/2023

SHANNON, C. E.; WAEVER, W. **A teoria matemática da comunicação**. Tradução de Orlando Agueda. São Paulo: DIFEL, 1975.

UOL. **Floresta Amazônica - A maior floresta tropical do mundo**. Disponível em: <https://educacao.uol.com.br/disciplinas/ciencias/floresta-amazonica-a-maior-floresta-tropical-do-mundo.htm>. Acesso em: 28 set. 2020.

WEAVER, Gary Rodger. **Culture, Communication and Conflict: Readings in Intercultural Relations**. Pearson Custom Publishing, 2000.