



A Eficácia da Comunicação Institucional no Desenvolvimento da Cadeia de Valor do Caju: Uma Análise às Mensagens Transmitidas pelo Instituto de Amêndoas de Moçambique

The Effectiveness of Institutional Communication in the Development of the Cashew Value Chain: An Analysis of the Messages Conveyed by the Cashew Institute of Mozambique

Hélio Lourenço Fogo

Universidade Católica de Moçambique, Faculdade de Educação e Comunicação.

Vanusa Patrícia Bruno de Morais Freitas

Profª Doutora. Universidade Católica de Moçambique, Faculdade de Educação e Comunicação.

Resumo: Este estudo analisa a eficácia da comunicação institucional do Instituto de Amêndoas de Moçambique (IAM,IP) no desenvolvimento da cadeia de valor do caju, examinando as mensagens transmitidas aos produtores no distrito de Mogovolas, província de Nampula (2023-2024). Adaptando abordagem qualitativa e paradigma construtivista, recorreu-se a entrevistas semi-estruturadas com produtores, técnicos de extensão e gestores, complementadas por análise documental. Os resultados revelam que as mensagens incidem sobre práticas agrícolas essenciais (poda, controlo fitossanitário, colheita e armazenamento), sendo transmitidas predominantemente por canais interpessoais (visitas técnicas, capacitações presenciais), considerados os mais eficazes. A confiança institucional emerge como fator determinante para a apropriação das práticas recomendadas. Conclui-se que a comunicação do IAM desempenha papel estruturante, mas seu impacto pleno depende da integração de estratégias mais participativas, diversificação de canais e regularização do acompanhamento técnico.

Palavras-chave: comunicação institucional; cadeia de valor do caju; extensão rural; Moçambique.

Abstract: This study analyzes the effectiveness of the institutional communication of the Cashew Institute of Mozambique (IAM) in the development of the cashew value chain, examining the messages conveyed to producers in the district of Mogovolas, Nampula Province (2023–2024). Adopting a qualitative approach and a constructivist paradigm, the study used semi-structured interviews with producers, extension technicians, and managers, complemented by document analysis. The results reveal that the messages focus on essential agricultural practices (pruning, phytosanitary control, harvesting, and storage), and are mainly transmitted through interpersonal channels (technical visits and face-to-face training), which are considered the most effective. Institutional trust emerges as a determining factor for the adoption of the recommended practices. It is concluded that IAM's communication plays a structuring role; however, its full impact depends on the integration of more participatory strategies, diversification of communication channels, and the regularization of technical follow-up.

Keywords: institutional communication; cashew value chain; rural extension; Mozambique.

INTRODUÇÃO

A cultura do caju representa uma das mais importantes cadeias de valor agrícolas em Moçambique, com impacto direto na economia rural e no rendimento de milhares de famílias camponesas. O Instituto de Amêndoas de Moçambique (IAM), enquanto órgão público sob tutela do Ministério da Agricultura e Desenvolvimento Rural, tem como missão impulsionar o crescimento do sector através da implementação de políticas integradas de produção, transformação e comercialização. Entre as suas principais atribuições destacam-se a produção e distribuição de mudas, o controlo fitossanitário do cajueiro, a assistência técnica aos produtores e o apoio à comercialização.

O sucesso dessas ações depende fortemente da eficácia das estratégias de comunicação utilizadas para mobilizar e capacitar os diversos intervenientes. O IAM tem investido em programas de comunicação institucional voltados à divulgação de boas práticas agrícolas, à promoção de campanhas de sensibilização e à emissão de mensagens educativas através dos meios de comunicação, especialmente a rádio comunitária. Esta abordagem busca aproximar o conhecimento técnico das realidades locais, permitindo que os produtores compreendam e apliquem as orientações transmitidas.

Todavia, persiste o desafio de avaliar até que ponto as mensagens comunicadas são realmente compreendidas, valorizadas e aplicadas pelos beneficiários. Questões como o nível de escolaridade, a diversidade linguística e as limitações no acesso à informação interferem na recepção das mensagens. Nesse sentido, a análise da eficácia da comunicação institucional torna-se crucial para identificar lacunas, corrigir estratégias e potencializar o impacto das políticas públicas voltadas ao sector.

O presente estudo tem como objetivo analisar a eficácia da comunicação institucional do IAM na produção da castanha de caju, especificamente: (i) identificar os conteúdos das mensagens transmitidas; (ii) avaliar os canais utilizados; (iii) analisar as estratégias de consolidação das mensagens; e (iv) examinar a percepção dos agricultores sobre as mensagens recebidas.

REFERENCIAL TEÓRICO

Comunicação Institucional e Desenvolvimento

A comunicação institucional constitui um domínio estratégico da gestão organizacional, entendida como o conjunto sistemático de práticas comunicacionais orientadas para a construção, manutenção e gestão da identidade, imagem e reputação de uma organização junto dos seus públicos estratégicos (Xifra, 2020). Nas organizações públicas, a comunicação assume relevância acrescida por estar vinculada ao interesse coletivo, operando sob escrutínio constante da sociedade (Matos, 2020).

No contexto do desenvolvimento rural, a comunicação para o desenvolvimento transcende o paradigma difusionista tradicional caracterizado pela transferência vertical de conhecimentos técnicos para abraçar abordagens participativas que privilegiam o diálogo ativo, a escuta e a construção colectiva de soluções (Servaes, 2008; Mefalopulos, 2008). Esta evolução teórica implica reconhecer os agricultores como sujeitos ativos no processo de inovação, e não meros receptores passivos de informação.

Processo Comunicacional e Eficácia

O modelo de Shannon e Weaver, embora concebido para processos técnicos, oferece uma grelha analítica útil para compreender o percurso da mensagem institucional: emissor, codificação, mensagem, canal, decodificação, receptor e ruído (Correia, 2020). Em contextos rurais, os ruídos assumem formas múltiplas semânticas (desfasamento linguístico), físicos (limitações de acesso) e sociopsicológicos (desconfiança institucional) que condicionam a eficácia comunicacional.

Importa distinguir eficácia comunicacional (capacidade da mensagem chegar ao público-alvo de forma compreensível) de efetividade organizacional (impacto final na realidade social). A percepção dos públicos constitui o principal critério de avaliação da comunicação institucional, pois é nela que se materializam os efeitos simbólicos da mensagem, independentemente das intenções originais da organização (Cunha, 2020).

Consolidação de Mensagens e Adoção de Inovações

A consolidação das mensagens requer estratégias que assegurem a compreensão, retenção cognitiva e transformação da informação em ação concreta. A reiteração (repetição estratégica do núcleo semântico), o acompanhamento técnico e as demonstrações práticas constituem mecanismos fundamentais para a internalização do conhecimento (Ruão, 2018). A Teoria da Difusão de Inovações (Rogers, 2003) enfatiza que a adoção de novas práticas depende da percepção de vantagem relativa, compatibilidade com valores existentes, complexidade percebida, experimentação e observabilidade dos resultados.

METODOLOGIA

A pesquisa adotou abordagem qualitativa de cariz exploratório-descritivo, fundamentada no paradigma construtivista, privilegiando a compreensão aprofundada das percepções, experiências e interpretações dos atores envolvidos no processo comunicacional.

O estudo foi realizado no distrito de Mogovolas, província de Nampula, região de relevância estratégica na produção nacional de castanha de caju e com presença consolidada de programas de capacitação do IAM. A seleção dos participantes seguiu critérios intencionais: seis produtores de caju que participaram em pelo

menos uma capacitação do IAM nos últimos dois anos e aplicavam ativamente as práticas recomendadas; cinco técnicos de extensão agrícola diretamente envolvidos na difusão das mensagens; e três gestores do IAM responsáveis pelo planejamento e coordenação das estratégias comunicacionais.

A recolha de dados foi realizada através de entrevistas semiestruturadas, complementadas por análise documental de materiais institucionais (programas de rádio, manuais técnicos e apostilas de capacitação). As entrevistas, com duração média de 20 a 30 minutos, foram transcritas integralmente e submetidas a análise de conteúdo temática (Bardin, 2021), organizada em categorias previamente definidas: conteúdos das mensagens, canais de comunicação, estratégias de consolidação e percepção dos agricultores. A triangulação entre diferentes fontes e técnicas de recolha assegurou a validade e consistência dos resultados.

APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Conteúdos das Mensagens Institucionais

Os resultados indicam que as mensagens do IAM se concentram predominantemente em orientações práticas sobre manejo de pomares, incluindo poda, controlo de pragas e doenças, técnicas de colheita e armazenamento, bem como aspectos de comercialização. Os produtores confirmaram a utilidade dessas informações: “Os técnicos ensinam como limpar o cajueiro, cortar os ramos secos e como tratar quando aparece doença” (Produtor 2); “Aprendemos também como apanhar a castanha sem estragar e guardar bem para vender” (Produtor 5).

Os técnicos explicaram que os conteúdos são estruturados com base nas necessidades identificadas em campo, seguindo o calendário agrícola: “As mensagens seguem o calendário agrícola e os problemas que encontramos nas comunidades” (Técnico 3). O gestor institucional destacou que o objetivo central é “aumentar a produção e melhorar a qualidade da castanha através de boas práticas agrícolas” (Gestor).

A convergência entre os relatos indica coerência entre planejamento institucional, execução no terreno e recepção das mensagens. Esta constatação alinha-se com a teoria da difusão de inovações (Rogers, 2003), segundo a qual a adoção de tecnologias agrícolas depende da transmissão de informações técnicas relevantes e adaptadas às necessidades dos produtores. No entanto, observa-se que o modelo comunicacional adaptado mantém características predominantemente transmissivas, centradas na transferência de conhecimento dos especialistas para os produtores, com menor ênfase na construção participativa do saber.

No que concerne à clareza e pertinência, os produtores consideram as orientações compreensíveis, sobretudo quando acompanhadas de demonstrações práticas no campo: “Quando mostram no campo fica fácil perceber, mas só falar às vezes é difícil” (Produtor 1). Os técnicos reconhecem que o nível de escolaridade influencia a capacidade de compreensão, sendo necessária simplificação da

linguagem: “Temos que simplificar muito a linguagem porque muitos produtores não têm formação” (Técnico 1).

A adequação cultural e linguística revelou-se um ponto forte da comunicação do IAM. Os produtores valorizam positivamente a utilização de línguas locais durante as interações: “Quando falam na nossa língua fica mais fácil entender” (Produtor 3); “Se fosse só português seria difícil para muitos aqui” (Produtor 6). Os técnicos confirmaram que esta é uma estratégia deliberada: “Usamos a língua local porque ajuda muito na compreensão e aproxima-nos dos produtores” (Técnico 4). Esta prática encontra respaldo em Servaes (2008), que defende que a comunicação para o desenvolvimento deve considerar o contexto sociocultural dos beneficiários, integrando elementos culturais e linguísticos na transmissão das mensagens.

Canais de Comunicação Utilizados

Os canais interpessoais constituem os principais meios de transmissão das mensagens institucionais do IAM, com destaque para capacitações presenciais, visitas técnicas às machambas e encontros comunitários. Estes canais permitem contacto direto entre técnicos e produtores, facilitando a compreensão e aplicação prática das técnicas. Um produtor descreveu: “Quando os técnicos vêm até à nossa machamba, eles não apenas explicam, mas caminham connosco entre os cajueiros, mostram passo a passo como podar corretamente” (Produtor 2).

Os técnicos percebem as visitas de campo como instrumentos pedagógicos fundamentais: “A melhor forma de ensinar é no terreno, porque o produtor vê a técnica sendo aplicada e executada com orientação. Isso gera aprendizado mais profundo do que apenas falar” (Técnico 1). O gestor institucional reforçou: “O contacto direto entre técnico e produtor é a base do nosso trabalho de extensão” (Gestor).

Estes resultados estão em consonância com Rogers (2003), que aponta a comunicação interpessoal como um dos fatores mais influentes na adoção de novas práticas, especialmente em contextos rurais. A interação direta permite aprendizagem ativa, esclarecimento imediato de dúvidas e construção de confiança fatores determinantes para a internalização das práticas recomendadas.

Relativamente aos canais mediáticos, o rádio constitui o meio mais utilizado, seguido por materiais impressos (panfletos, cartazes). Estes meios são percebidos como complementares aos canais interpessoais: “Às vezes ouvimos na rádio falar sobre o cajueiro... ouvir na rádio ajuda a lembrar o que aprendemos” (Produtor 1). Contudo, alguns produtores apontaram limitações: “Os papéis nem sempre chegam para todos” (Produtor 5). O gestor reconheceu: “Os meios de comunicação social servem para reforçar as mensagens transmitidas no campo” (Gestor).

Apesar do potencial, a utilização dos canais mediáticos ainda é limitada em comparação com os interpessoais, restringindo o alcance da disseminação massiva. Mefalopulos (2008) argumenta que o uso integrado de múltiplos canais aumenta significativamente a eficácia da comunicação para o desenvolvimento, ampliando o alcance e reforçando a retenção do conhecimento.

A frequência das atividades comunicacionais constitui um desafio crítico. Os produtores destacaram que as visitas técnicas não ocorrem de forma sistemática: “Às vezes passam semanas sem aparecer aqui... essa irregularidade faz com que a gente acabe esquecendo algumas recomendações” (Produtor 3). Os técnicos atribuem esta limitação a constrangimentos logísticos e escassez de recursos: “Temos muitas comunidades para visitar e apenas uma equipe de técnicos disponíveis” (Técnico 2). O gestor reconheceu: “A cobertura ainda é um desafio. Os recursos disponíveis não permitem que todas as comunidades sejam atendidas com a regularidade desejada” (Gestor).

Estratégias de Consolidação das Mensagens

O IAM adota a repetição sistemática das orientações técnicas como estratégia central para consolidação do conhecimento. Um produtor detalhou: “Os técnicos repetem várias vezes como devemos podar os cajueiros... Isso ajuda porque mesmo que a primeira vez não entendamos completamente, a repetição faz com que a prática vá ficando na memória” (Produtor 1). Os técnicos salientam a necessidade deste reforço: “Temos que repetir constantemente as orientações, porque nem todos assimilam as informações na primeira vez” (Técnico 2).

Esta estratégia alinha-se com a teoria da aprendizagem social (Bandura, 1986), que enfatiza a importância da exposição repetida à informação para a assimilação de novos conhecimentos. Em contextos rurais, onde a oralidade predomina, a repetição constitui mecanismo pedagógico particularmente eficaz (Silva & Oliveira, 2019).

O acompanhamento técnico no campo revela-se central para consolidação das orientações. As visitas regulares permitem correção de práticas inadequadas e esclarecimento de dúvidas: “Quando o técnico vem à nossa machamba, ele observa cada detalhe do trabalho que fizemos, identifica onde estamos a errar e nos mostra como corrigir” (Produtor 3). Os técnicos consideram este acompanhamento estratégico para garantir adoção sustentável: “Sem acompanhamento, muitos produtores acabam voltando aos métodos antigos” (Técnico 1).

As demonstrações práticas emergem como a estratégia mais valorizada pelos participantes. Um produtor afirmou: “Quando vemos o técnico executar as tarefas na machamba, conseguimos aprender muito mais rápido. Não é só ouvir, mas ver cada passo, repetir junto com ele” (Produtor 2). Os técnicos corroboram: “A demonstração prática permite que o produtor participe, toque, observe e aplique a técnica imediatamente” (Técnico 4). Esta abordagem transforma informação em experiência concreta, aumentando a confiança e motivação dos produtores (Gestor).

As demonstrações práticas funcionam como ponte entre teoria e prática, permitindo que os produtores não apenas assimilem o conteúdo, mas o incorporem consistentemente no manejo dos pomares. Esta estratégia potencializa a aprendizagem experiencial e mitiga falhas na aplicação das técnicas (Mefalopulos, 2008).

Percepção dos Agricultores e Confiança Institucional

A maioria dos produtores compreende as orientações técnicas, embora a assimilação plena esteja condicionada à clareza da comunicação, contextualização das informações e recurso a exemplos práticos. “Quando o técnico explica devagar, mostra como fazer e acompanha a nossa execução, conseguimos entender melhor” (Produtor 2). Os técnicos observam que produtores experientes assimilam rapidamente, enquanto iniciantes necessitam de mais explicações e acompanhamento (Técnico 1).

A confiança institucional emerge como elemento central para a adoção das práticas agrícolas. Os produtores confiam nas orientações devido à presença contínua dos técnicos e demonstração prática das técnicas: “Confiamos porque os técnicos sabem do que falam, explicam detalhadamente cada passo e vêm acompanhar nosso trabalho no campo” (Produtor 1). “Mesmo sendo práticas novas para nós, sentimos confiança porque o técnico está presente, corrige nossos erros e reforça o que foi ensinado” (Produtor 4).

Os técnicos percebem que “a confiança cresce quando o produtor percebe que existe acompanhamento real. Cada visita, cada demonstração reforçam a credibilidade do IAM” (Técnico 3). Os gestores reconhecem que a credibilidade institucional é essencial para a sustentabilidade das intervenções: “Investimos em capacitação de técnicos e visitas regulares porque sabemos que confiança não se impõe, conquista-se” (Gestor 1). “A manutenção da credibilidade é essencial. Se houver inconsistência na comunicação ou ausência prolongada no acompanhamento, a confiança diminui” (Gestor 3).

A confiança institucional opera como facilitador central, influenciando diretamente a motivação, engajamento e adesão dos produtores às práticas recomendadas. Este achado corrobora Rogers (2003), para quem a confiança reduz a incerteza e facilita a decisão de adotar inovações. Contudo, revela-se particularmente sensível a rupturas no acompanhamento e inconsistências comunicacionais, exigindo gestão contínua e sistemática.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A investigação permitiu concluir que a comunicação institucional do IAM apresenta conteúdos tecnicamente relevantes e coerentes com os objetivos de melhoria da produção da castanha de caju. Os produtores compreendem a maioria das orientações, especialmente quando transmitidas com clareza, linguagem adaptada, repetição e demonstrações práticas no campo. A confiança institucional, construída através da presença contínua dos técnicos e da validação prática das técnicas, revela-se fator determinante para a apropriação das práticas recomendadas.

Os canais interpessoais (visitas técnicas, capacitações presenciais, encontros comunitários) são percebidos como os mais eficazes, enquanto os

canais mediáticos (rádio, materiais impressos) desempenham papel complementar, embora subutilizados face ao seu potencial de alcance massivo. As estratégias de consolidação, repetição, acompanhamento técnico e demonstrações práticas, revelam-se críticas para transformar conhecimento em ação produtiva.

Contudo, a eficácia plena da comunicação é limitada pela frequência irregular das visitas técnicas, restrições logísticas, escassez de recursos humanos e subutilização dos canais mediáticos. Estes constrangimentos comprometem a continuidade da aprendizagem e a consolidação das práticas, evidenciando a necessidade de intervenções estruturantes.

Com base nos achados, recomenda-se: (i) fortalecer a regularidade das visitas técnicas e acompanhamento contínuo; (ii) diversificar e ampliar os canais mediáticos, incluindo rádio comunitária e materiais impressos simplificados; (iii) intensificar demonstrações práticas e exemplos contextualizados; (iv) aprimorar a adaptação cultural e linguística das mensagens; (v) implementar mecanismos de feedback e participação ativa dos produtores. Para futuras pesquisas poderão adaptar métodos mistos, estudos longitudinais para avaliar impacto contínuo da comunicação, análise comparativa de canais e investigação da relação entre eficácia comunicacional e indicadores de produtividade e renda.

REFERÊNCIAS

- Bardin, L. (2021). *Análise de conteúdo* (6ª ed.). Lisboa, Portugal: Edições 70.
- Correia, J. C. (2020). *Comunicação e desenvolvimento: Teorias e práticas*. Coimbra, Portugal: Almedina.
- Cunha, A. S. (2020). *Extensão rural e desenvolvimento agrário em Moçambique* (2ª ed.). Maputo, Moçambique: Imprensa Universitária.
- Matos, P. R. (2020). *Comunicação institucional em organizações públicas*. São Paulo, Brasil: Editora UNESP.
- Mefalopulos, P. (2008). *Development communication sourcebook: Broadening the boundaries of communication*. Washington, DC, Estados Unidos: World Bank.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). New York, NY, Estados Unidos: Free Press.
- Ruão, T. (2018). *Comunicação organizacional e relações públicas*. Braga, Portugal: Universidade do Minho.
- Servaes, J. (2008). *Communication for development and social change*. Los Angeles, CA, Estados Unidos: Sage.
- Silva, J. M., & Oliveira, R. (2019). *Comunicação rural e extensão agrícola*. Recife, Brasil: Editora UFPE.
- Xifra, J. (2020). *Manual de relaciones públicas institucionales*. Barcelona, Espanha: Universitat Oberta de Catalunya (UOC).