

**Rede de Comunicadores Populares para o Convívio com a Seca no Semi-Árido
do Nordeste Brasileiro: Radiodifusão e mobilização social na Embrapa¹**

Dalmo Oliveira DA SILVA²
Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa)
Universidade Federal de Pernambuco (UFPE)

¹ Trabalho apresentado ao Núcleo de Pesquisa 09 – Comunicação Científica e Ambiental, do IV Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom.

² Jornalista, Técnico de Nível Superior da Embrapa, especialista em Gestão da Informação no Agronegócio, pela Universidade Federal de Juiz de Fora.
Correio eletrônico: dalmo@cnpa.embrapa.br

Resumo

O presente artigo sintetiza projeto submetido ao Edital 04/2003 do Macroprograma 4 - Transferência de Tecnologia e Comunicação Empresarial. da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa), que visa dar condições à empresa de se capacitar, no curto prazo, como referencial em ações estratégicas de comunicação rural, através da radiofonia, com destaque para os seguintes pontos: 1) Mobilização social de comunicadores populares e agricultores familiares; 2) Divulgação de ações de transferência de tecnologia; 3) Divulgação de resultados de sucesso da pesquisa agropecuária para o Semi-Árido; 4) Incremento da visibilidade institucional da Embrapa junto à sociedade civil organizada, notadamente às comunidades rurais do Semi-Árido brasileiro.

Palavras-Chave

Radiodifusão; Comunicação rural; Semi-Árido; Agricultura familiar; Fome Zero

Introdução

A Embrapa entra numa nova etapa de sua atuação como empresa pública a partir das mudanças institucionais ocorridas com a nova configuração político-ideológica no cenário federal. Dentre as mudanças ocasionadas pelo novo paradigma político-institucional destaca-se a clara indicação ao fomento de um relacionamento mais intensivo com setores da Agricultura Familiar. A empresa iniciou uma ação estratégica de suporte ao Programa “Fome Zero”, com foco especial para os agricultores familiares da região semi-árida no Nordeste brasileiro.

Para dar visibilidade a essa ação, os comunicadores das Unidades da Embrapa que atuam na região foram chamados recentemente para desenvolver ações imediatas de divulgação da atuação da empresa neste contexto. A primeira ação efetiva foi a criação de um programa radiofônico que está sendo veiculado atualmente em emissoras comunitárias principalmente e em algumas rádios comerciais daquela região. Produzido por sete unidades da empresa estatal e editado pela Embrapa Informação Tecnológica (SCT) em Brasília, o “Prosa Rural” visa popularizar os resultados de pesquisa alcançados pela empresa e que possam ser adotados imediatamente pelos agricultores.

O projeto em questão visa criar e fortalecer fluxos e canais de comunicação e de interação entre a Embrapa, seus públicos de interesse e a sociedade em geral, através de ações em radiofonia comunitária rural, ampliando a percepção dos formadores de opinião da região semi-árida sobre o papel, a importância e o valor estratégico da Embrapa para a sociedade brasileira.

Historicamente o rádio tem sido a mídia onde a atuação da Comunicação da empresa tem investido menor esforço. Dessa forma, tornam-se urgentes ações de capacitação da equipe de comunicadores para a atuação eficaz e eficiente nessa mídia.

O rádio é considerado o veículo de comunicação de maior inserção no meio rural brasileiro. Características como instantaneidade, mobilidade e o custo reduzido para a aquisição dos receptores favoreceram historicamente a expansão da radiofonia nas zonas rurais brasileiras, notadamente no semi-árido nordestino, onde a cultura radiofônica é largamente adotada pelos agricultores. O rádio cobre 96% do território nacional e alcança 38 milhões de residências no Brasil. Estima-se ainda que cerca de 10 milhões de automóveis possuam aparelho de rádio instalado. O padrão médio de contato com o rádio no Brasil é de quase 18 horas por dia.

O projeto se justifica pela premente necessidade de a Embrapa desenvolver uma rede organizada de comunicadores diretamente comprometidos com a divulgação de assuntos relacionados ao esforço do Poder Público para a superação de problemas postos pelo convívio do agricultor nordestino com as condições edafo-climáticas da região em questão. A idéia básica é envolver mobilizadores/comunicadores sociais, trabalhadores e trabalhadoras rurais, extensionistas e lideranças rurais, em um processo de Comunicação e Formação, para contribuir com o êxito da comunicação comunitária de Agricultores(as) Familiares, clientes potenciais da empresa.

Através de oficinas de rádio a Embrapa poderá auxiliar trabalhadores e trabalhadoras rurais, de sua clientela preferencial, no domínio e acompanhamento dos avanços tecnológicos e nas inovações das relações com o rádio.

Referencial teórico

Um estudo mais detalhado sobre a radiodifusão comunitária brasileira pode revelar nuances importantes de como essa mídia se transformou numa ferramenta poderosa da mobilização social também no desenvolvimento rural do país. Entretanto, é inevitável destacar o caráter “educativo” a que o rádio sempre esteve vinculado, desde seu surgimento no Brasil, em setembro de 1922, com as primeiras transmissões realizadas por Roquette Pinto, no Rio de Janeiro (Ortriwano, 1985).

Uma diferenciação inicial precisa ser fundamentada para separarmos, nesta proposta de formação de uma rede de comunicadores, as vertentes educativas,

difusionistas e informacionais inerentes à radiodifusão e que, eventualmente, possam ser imbricadas pela metodologia pretendida.

Alguns teóricos da comunicação indicariam o rádio como “saída extra-escolar” na educação prática e em “planos de conscientização”, que poderiam funcionar como “conscientizador” de questões mais gerais e mais perenes da sociedade (Motta, 1979). Esse pensamento é herdeiro direto da concepção pedagógica instaurada com a fundação da radiodifusão nacional.

Mas, rapidamente a radiodifusão descobre sua vocação difusionista e sob essa lógica torna-se inseparável o paralelismo existente entre sua utilização e as estratégias de desenvolvimento sócio-econômico do país. Segundo Santos (1985), “(...) O rádio ainda muito jovem foi requisitado no sentido de trabalhar em função da meta prioritária que se estabeleceu na vida nacional a partir de 1930, que consistia em concentrar os interesses da sociedade global em torno dos processos econômicos urbanos”.

Para a autora, a partir daí o rádio assume uma posição estratégica numa conjuntura onde “(...) prioritariamente emergiam os interesses ligados à constituição, manutenção e ampliação do mercado interno, e de cuja mecânica participavam como básicos componentes, a criação de novas necessidades e a transformação dessas em desejo coletivo, ingrediente fundamentais para a conjunção dos verbos vender e comprar” (Santos, 1985).

A crítica ao difusionismo originou-se inicialmente dentro do campo específico da Comunicação Rural, notadamente nas abordagens metodológicas de comunicação adotada nas práticas da chamada “Extensão Rural”. Para Freire (1977), o trabalho dos agrônomos dedicados à Extensão Rural merece censura, uma vez que “(...) Não lhe cabe portanto, de uma perspectiva realmente humanista, estender suas técnicas, entregá-las, prescrevê-las; não lhe cabe persuadir nem fazer dos camponeses o papel em branco para sua propaganda” (Freire, 1977, p. 24).

Na concepção freireana, os profissionais da agronomia vinculados ao trabalho de Extensão Rural, assumindo nessa *práxis* também o papel de educadores, deveriam negar-se à tarefa de “domesticação” dos camponeses. “(...) Sua tarefa corresponde ao conceito de *comunicação*, não ao de *extensão*”. (Freire, 1977, p. 24).

Sob essa concepção teórica é que nos propomos à construção de uma rede para comunicadores (radialistas, jornalistas, agrônomos, agricultores etc), cujo laço social tenha como amarra a ajuda mútua em ações de divulgação radiofônica de questões afeitas à problemática do convívio do sertanejo com as condições adversas da seca no Semi-Árido nordestino.

Temos clareza das vantagens que o rádio possui na mediação popular também no meio rural, tendo em vista, como aponta Martín-Barbero (2001, p.263), os “traços tecnodiscursivos”, que possibilitam a essa mídia uma qualidade de mediação como a nenhuma outra, contribuindo para a renovação das relações “(...) a partir de um entrelaçamento privilegiado da modernizadora da racionalidade informativo-instrumental com a mentalidade expressivo-simbólica do mundo popular”.

Isso ocorre porque, segundo Martín-Barbero, “O projeto modernizador se converte, no rádio, em *projeto educativo*, dirigido especialmente para a adequação técnica dos modos de trabalho rural aos requerimentos e objetivos do desenvolvimento, e à readequação ideológica: superação das superstições religiosas que levantam obstáculos aos avanços tecnológicos e aos benefícios do consumo”.

No caso do referido projeto, o uso da radiofonia pretende potencializar o fomento à troca dos saberes envolvidos na questão do convívio com a seca. Ao contrário do modelo educativo-difusionista, o que se pretende é a construção participativa de um espaço de base comunitária para o exercício experimental de uma comunicação construída coletivamente.

Aqui se pode recorrer à conceituação de *mediadores culturais*, ao se vislumbrar os componentes da rede como comunicadores atuando como edificadores de sentido, pesquisando a materialidade social e a expressão da cultura via relacionamentos com o conteúdo presente nas intervenções radiofônicas a serem fomentadas (Martín-Barbero, 1997).

Nessa perspectiva, a formação de uma rede de comunicadores para atuação no ambiente radiofônico das comunidades rurais do Semi-Árido nordestino, poderá se configurar numa ferramenta social estratégica para viabilizar o “empoderamento” das comunidades envolvidas no projeto. Aqui utilizamos a mesma compreensão de empoderamento” de Callou e Santos (2002), que o traduz “(...) como elemento básico

que possibilita às associações melhorarem a capacidade individual e coletiva para que atuem no cenário público com vistas à construção do desenvolvimento local (...).”

O projeto

O objetivo geral do projeto “Rede de Comunicadores Populares para o Convívio com a Seca no Semi-Árido do Nordeste Brasileiro: Radiodifusão e mobilização social na Embrapa” é fomentar a criação de uma rede de comunicadores populares para o convívio com a seca no Semi-árido do Nordeste Brasileiro. Nesse sentido, o projeto também objetiva: Motivar lideranças do meio rural para o “manuseio” dos instrumentos do rádio, na execução ou na convivência do dia-a-dia da comunicação de comunidades rurais assistidas pela Embrapa; Promover oficinas de capacitação para agricultores, extensionistas e lideranças rurais para a atuação em ações de comunicação popular em radiodifusão, como suporte à transferência de tecnologia, à mobilização social e ao empoderamento das comunidades rurais abrangidas pelo projeto; Fomentar, monitorar, produzir e apoiar programas radiofônicos, em parceria com os agricultores de base familiar, técnicos em assistência técnica e extensão rural e sindicalistas rurais, em áreas estratégicas de atuação da Embrapa na Região; Promover encontros com os profissionais que já atuam nas rádios comunitárias e nas rádios convencionais visando a troca de experiências e formação de parcerias; Produzir cartilha do radialista para a convivência com a seca no Semi-Árido, com conteúdo técnico e dicas de cidadania para o trabalho na emissora.

A metodologia

Para atingir tais objetivos, serão promovidas oficinas de capacitação para jornalistas, relações públicas, técnicos em marketing, técnicos agrícolas e pesquisadores para a atuação em mídia radiofônica, para constituição de um “Grupo de Formação” de servidores da Embrapa aptos a se tornarem multiplicadores de metodologias de mobilização social através da radiofonia.

O projeto está dividido em três grandes metas:

a) Oficina de capacitação para o Grupo de Formação permanente de comunicadores da Embrapa;

b) Oficinas regionais de capacitação para o público-alvo do projeto nos estados da Paraíba, Rio Grande do Norte, Pernambuco, Sergipe, Bahia, Piauí, Maranhão, Ceará;

c) Elaboração e distribuição de uma cartilha técnica com instruções básicas sobre tecnologias disponíveis para otimização do convívio com a seca, bem como indicação das instituições públicas e organizações não-governamentais vinculadas à questão agrícola da Região e dicas de cidadania e da prática radiofônica.

Estratégias de ação

A criação de uma rede de comunicadores populares para o convívio com a seca no Semi-árido do Nordeste Brasileiro poderá ser alcançada a partir da identificação e mobilização dos atores sociais efetivamente comprometidos com a proposta, dentro e fora da Embrapa. As oficinas de mobilização/capacitação são os pilares para o sucesso da proposta. O Grupo de Formação Permanente será composto por profissionais de Comunicação das Unidades participantes do projeto, já previamente comprometidos com a formação da Rede. As oficinas regionais são de responsabilidade dos profissionais de comunicação das Unidades envolvidas. O público-alvo das oficinas regionais será identificado e mobilizado pelas Unidades responsáveis por cada uma das oficinas planejadas. O público-alvo selecionado deve se tornar parceiro da Embrapa na formação e manutenção da Rede. As oficinas gerarão conteúdos para a composição da Cartilha do Radialista. A cartilha trará informações sobre tecnologias geradas pela Embrapa e seus parceiros para soluções de convívio com a seca e será distribuída a posteriori como instrumento multiplicador.

Considerações Finais

O projeto envolve sete unidades de pesquisa da estatal com sedes no Nordeste: Embrapa Algodão (Paraíba); Embrapa Semi-árido (Pernambuco); Embrapa Meio-Norte (Piauí); Embrapa Mandioca e Fruticultura (Bahia); Embrapa Agroindústria Tropical (Ceará); Embrapa Tabuleiros Costeiros (Sergipe); Embrapa Caprinos (Ceará). A proposta está baseada em duas linhas temáticas orientadoras do Edital: Criação e fortalecimento de fluxos e canais de comunicação e de interação entre a Embrapa, seus públicos de interesse e a sociedade em geral; Ampliação da percepção

dos formadores de opinião (imprensa, lideranças da sociedade civil, parlamentares, estudantes etc.) sobre o papel, a importância e o valor estratégico da Embrapa para a sociedade brasileira. Com duração prevista de 12 meses, o projeto foi orçado em R\$ 77.050,00.

Espera-se, com este trabalho, atingir pelo menos um servidor ligado ao processo Comunicação das Unidades envolvidas mobilizado e integrando o Grupo Permanente; Pelo menos dez (10) comunicadores/multiplicadores integrantes da Rede em Cada Estado da Região; Criação da Cartilha do Radialista com informação técnica e dicas de cidadania e radiodifusão. Com a implementação do projeto, também espera-se melhorar os fluxos de comunicação existentes entre as comunidades e público-alvo selecionado e as Unidades da Embrapa integrantes da projeto, bem como aumentar, em pelo menos 30%, o nível de conhecimento, pelos agricultores da região, das tecnologias, serviços e produtos geradas ou adaptadas pela Empresa.

Bibliografia consultada

DIAZ BORDENAVE, Juan E. Além dos Meios e Mensagens. Juan E. Diaz Bordenave. Petrópolis (RJ): Ed. Vozes, 1983.

CALLOU, A. B. F.; SANTOS, M. S. T. Estratégias Governamentais de Comunicação Para o Desenvolvimento Local. Salvador (BA): 2002.

FREIRE, Paulo. Extensão ou comunicação?. Rio de Janeiro (RJ): Ed. Paz e Terra, 1977.

JÚNIOR, Wilson C. da Fonseca. “Comunicação Rural: Em busca de Novos Paradigmas”. In: “Comunicação para Ciência, ciência pra comunicação”/ Jorge Duarte , Antonio Teixeira de Barros, editores técnicos. – Brasília, DF: Embrapa Informação Tecnológica, 2003.

LIMA, Zita de Andrade. “Princípios e técnicas de radiojornalismo”. Revista do Instituto de Ciências da Informação (ICIMFORM). Vol.5 – Nº 1 – Ano VI – Nº 13. Brasília: Comunicações & Problemas, 1970.

MARTÍM-BARBERO, J. M. Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: UFRJ, 2001.

MOTTA, Luís Gonzaga. Rádio no Brasil: alienação ou consciência crítica. In: Cadernos de Comunicação ADEPEC, nº 02. João Pessoa (PB): Editora Universitária/UFPB, 1979.

ORTRIWANO, Gisele Swetlana. A Informação no Rádio (Os grupos de poder e a determinação do conteúdo). São Paulo (SP), Editora Summus, 1985.

SANTOS, Maria Salett Tauk. “Rádio no Brasil: O Discurso da Modernização sem Mudança”. In: Cadernos Intercom, (Rádio e Cultura no Brasil) nº 08, dezembro de 1985, p. 57-58.

SANTOS, M. S. T; PEREIRA, A. E.; AMORIM, C. E.; DUARTE, E.; GOMES, R. D. Políticas de Comunicação e as Novas Ruralidades: Estudo de Recepção das Propostas de Turismo Rural pelos Canavieiros do Engenho Santa Fé, Pernambuco. Campo Grande (MS): 2001.