



A comunicação como fator para a sucessão e transformação na agricultura familiar¹

Leandro Ramires COMASSETTO²

Universidade Federal do Pampa – Unipampa – São Borja - RS

Resumo

O trabalho discute o papel da informação e da comunicação como recursos imprescindíveis à sucessão na propriedade rural. Ao mesmo tempo em que busca refletir sobre o futuro das pequenas propriedades, de característica familiar, propõe uma ferramenta de comunicação que possa tanto servir de referencial para a obtenção de informações atualizadas sobre o agronegócio e alternativas inovadoras no campo quanto como um portal interativo para o entretenimento e troca de experiências dos jovens produtores.

Palavras-chave

Informação, comunicação rural, agricultura familiar

Introdução

A sucessão na gestão das propriedades é preocupação eminente no contexto da agricultura familiar. Estudo desenvolvido por Abramovay e Camarano ainda em 1999 diagnosticou que, apesar de desfrutar dos recursos da modernidade, o meio rural brasileiro está envelhecendo e masculinizando, pondo em risco, sobretudo, o futuro das pequenas propriedades. Conforme os autores, já naquela ocasião a maioria dos agricultores tinha mais de 55 anos, baixa escolaridade, dificuldade de produzir renda regular e aderir às novas tecnologias, por conta de que os jovens, mais afetos às informações e às transformações advindas da globalização, são seduzidos pelos atrativos urbanos e, principalmente a partir do momento que deixam o campo para estudar, acabam trilhando caminhos diferentes do de seus pais. Raros são os que retornam para dar continuidade aos negócios da família.

O que era um processo natural, resultante da tradição e do fato de que a propriedade era o elemento estruturante e aglutinador da família, perdeu a razão de ser. Antes, as terras e o ofício eram repassados de pai para filho e, por vezes além do fator econômico, havia um

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e desenvolvimento regional e local, XI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutor em Comunicação Social, professor da Universidade Federal do Pampa – Unipampa – RS. E-mail: leandrocomas@hotmail.com



sentimento em torno desse processo. Atualmente, o campo está sendo esvaziado por vários motivos. O principal é que o jovem não mais vislumbra seu futuro nesse meio, por entendê-lo como demasiado desgastante e pouco lucrativo. A vida na cidade oferece mais possibilidades e, mesmo que a renda não seja elevada, permite trabalho com salário e horários definidos.

Esse entendimento de que a vida no campo é muito sofrida acentuou-se com a globalização e a falta de políticas públicas para o setor. Os próprios pais concluem que o futuro bem sucedido dos filhos está na cidade e não no meio rural. É possível perceber que há uma onda de desânimo em torno da agricultura familiar, e a solução apontada pelos agricultores está sendo deixar o campo.

A realidade descrita diz respeito aos países subdesenvolvidos ou em processo de desenvolvimento, onde a agricultura ainda não alcançou um estágio de maturidade, restringindo-se às culturas tradicionais e extrativistas de pouco ou sem nenhum valor agregado. Quando muito, os agricultores estão integrados a grandes agroindústrias, com o fim único de produzir e fornecer matéria-prima para a industrialização, mas sem retorno satisfatório para as famílias, o que tem acentuado a estagnação das propriedades, o êxodo rural e, sobretudo, a evasão da população jovem. Claro exemplo é o contexto do objeto deste estudo, o Oeste catarinense, região formada exclusivamente por pequenas propriedades de base familiar, que alavancaram a industrialização de carnes no Brasil em meados do século passado, mas que, nas últimas décadas, dão fortes sinais de abandono por conta da não permanência dos filhos no meio rural³.

A investigação, centrada em um município representativo da região, compreendendo um contingente de 1268 jovens ainda residentes com suas famílias no meio rural⁴, procurou primeiro saber os anseios dessa população, a forma como se comunicam e as ferramentas e canais mais utilizados na obtenção de informações, para, a partir daí, propor um instrumento de atualização que pudesse estimular a prospecção de práticas inovadoras, a revitalização da propriedade e, conseqüentemente, o resgate da identificação com a agricultura ou, mais que isso, com o agronegócio, na perspectiva do conceito do “Novo Rural”, proposto por Graziano da Silva e Del Grossi (1997; 2002), mais rentável e com melhores perspectivas de

³Entre 1985 e 2003, a mesorregião Oeste Catarinense perdeu cerca de 250 mil hectares e 19.370 estabelecimentos, equivalendo a 10% da área e a 17% do número total de estabelecimentos rurais existentes.

⁴ Investigação realizada pela jornalista Damara Savoldi, por ocasião do TCC de Jornalismo, no município de Concórdia – SC, um dos mais representativos no cenário da agropecuária do Oeste catarinense, e onde está instalada a matriz da empresa Sadia. Dados divulgados pelo LAC – Levantamento Agropecuário Catarinense, em 2003, registravam uma população jovem de 523 mulheres e 745 homens com idade entre 15 a 25 anos, que trabalham na agricultura familiar.



crescimento pessoal e familiar. O diagnóstico veio a corroborar o já identificado por estudos anteriores dando conta de que a manutenção das culturas tradicionais e do ritmo de produção antigo pode levar a agricultura familiar ao desaparecimento. Daí a importância de vislumbrar ideias e práticas que levem os agricultores, em especial os mais jovens, a acreditar outra vez no futuro da propriedade, lançando mão de alternativas diversificadas conciliando mão-de-obra familiar e tecnologias voltadas ao agronegócio. E, para isso, mecanismos eficientes de informação e comunicação mostram-se imprescindíveis.

A agricultura familiar no Oeste catarinense e o Novo Rural

O meio rural está se modificando rapidamente, tanto na perspectiva geográfico-espacial quanto de organização das atividades econômico-agrícolas. Esse processo é acelerado pela globalização econômica, pela troca de valores culturais e por meio de novas tecnologias desenvolvidas para o campo, constituindo um “Novo Rural”, definição utilizada por Graziano da Silva (1997) para caracterizar uma realidade agora não mais dicotômica em relação ao espaço urbano. As novas tecnologias de comunicação não só acabaram com o isolamento da área rural, como provocaram também grandes alterações no cotidiano e no imaginário de seus habitantes.

Graziano Da Silva e Del Grossi (2002) entendem que, além dos fatores simbólicos, no processo do Novo Rural, denominação inicialmente apropriada apenas à modernização das grandes propriedades, há significativa valorização das atividades rurais não-agrícolas derivadas da crescente urbanização do meio rural (moradia, turismo, lazer e prestação de serviços) e das atividades decorrentes da preservação do meio ambiente, além de outro conjunto de busca de "nichos de mercado" muito específicos para o incremento econômico. Os autores relacionam as três características principais que compreendem o Novo Rural:

01. Agropecuária moderna, baseada em *commodities* e intimamente ligada às agroindústrias; 02. Conjunto de atividades não-agrícolas, ligadas à moradia, ao lazer e a várias atividades industriais e de prestação de serviços; 03. Conjunto de "novas" atividades agropecuárias, localizadas em nichos especiais de mercados (2002, p. 170).

Assim, o Novo Rural consiste em novo modelo produtivo, que implica em mudanças tanto dos hábitos de produção quanto de organização da propriedade e de implementação de novas tecnologias. E saber enxergar este novo contexto e as oportunidades dele decorrentes passa a ser condição para a transformação da propriedade num ambiente rentável, com alternativas de agronegócio capazes de permitir estabilidade financeira.



A assimilação do novo conceito é uma realidade relativamente nova no Oeste catarinense, embora no âmbito da produção integrada às agroindústrias a atualização sempre foi uma constante, com a inclusão de genética avançada e moderna infra-estrutura, verificada principalmente na tecnologia de criação e industrialização de suínos e aves. Fora isso, o que se estabeleceu foi uma relação de subserviência e dependência das famílias ao setor produtivo, sujeitando-se essas às condições e preços estabelecidos e sem qualquer esboço de iniciativas autônomas e inovadoras, situação que acentuou o êxodo rural na medida em que a produção tornou-se mais concentrada por conta da competitividade provocada pela globalização.

Nesse cenário, a sucessão natural no contexto familiar antes evidenciada é interrompida. Os jovens rurais que antes, em caso de falecimento ou aposentadoria dos pais, naturalmente assumiam a gestão da propriedade, agora migram para as cidades, provocando o abandono da terra ou, numa perspectiva mais otimista, a incorporação desta por aqueles que ainda resistem no campo. Os autores até aqui citados fornecem dados precisos do êxodo vivenciado nas últimas décadas no Sul brasileiro⁵.

Inclusive no Oeste catarinense, onde o processo colonizador já se deu sob o regime de pequenas propriedades, com a venda das terras a colonos imigrantes após a chamada Guerra do Contestado, que definiu os limites territoriais entre Paraná e Santa Catarina⁶, o abandono do campo é notável.

Na região em questão, o modelo de produção agrícola estabelecido no período da colonização, após 1916, quando finda a Guerra, teve a família como unidade organizadora do processo produtivo e do trabalho, constituindo a consolidação de uma sociedade camponesa baseada na pequena propriedade policultora, trabalhada pela família do proprietário, realidade que se verifica até hoje e que foi responsável pela riqueza do Oeste catarinense.

A predominância da pequena propriedade era não apenas uma forma de sustentabilidade econômica, mas também um fator cultural. Os agricultores residentes na região, conforme retrata Abramovay (1998), trabalhavam sob a perspectiva de formar novas unidades de produção, a partir da propriedade, incentivando os filhos a seguirem com a profissão de agricultores. Havia uma “pressão moral” para que os jovens aderissem aos costumes dos pais e dessem continuidade à atividade, multiplicando o patrimônio e passando

⁵ Ver, especialmente, Abramovay e Camarano (1999).

⁶ Para melhor compreensão da Guerra do Contestado, ver VINHAS DE QUEIROZ, Maurício. *Messianismo e conflito social (A guerra sertaneja do Contestado: 1912-1916)*. São Paulo: Ática, 1981.



para a próxima geração. Constituíam-se a agricultura familiar do Sul, portanto, uma máquina para produzir novos agricultores familiares, correspondendo ao que Munton *et al* (*apud* ABRAMOVAY, 1998) chamam de “ética da continuidade”.

Nesse sentido, nos valores dos imigrantes italianos, segundo depoimentos dos descendentes, estava sempre presente a tríade “família, fé e trabalho” (AMADOR, *in* ZOTTI 2006), lema que em boa parte dessa região vale até hoje. Esses valores complementam o entendimento de Abramovay (1998) e explicam que a biografia dos camponeses da região do Oeste catarinense foi formada segundo o pressuposto de que há extrema valorização do trabalho e menos importância à escola, conforme denota a passagem a seguir:

...um pai com dois filhos em idade escolar, pretendendo enviá-los à escola, cada um em dias alternados, com economia da taxa escolar e evitando a perda da mão-de-obra na lavoura. É dessa geração o ditado: “Estudo ou escola não enche a barriga”, [...] na medida em que ganhar estudo é utilizado como estratégia para prover os filhos deserdados da terra (AMADOR, *in* ZOTTI 2006, p. 184).

A família estruturava-se, então, sob valores passados de geração para geração, que Melo (2006) entende como um ambiente fechado, sem interferência da cultura urbana, pois havia uma distância geográfica, econômica e cultural entre o campo e a cidade. Nesse ambiente, a família representava um importante papel de sucessão de atividades, fazendo com que os filhos aderissem aos valores coloniais. Assim, a atividade de agricultor era fortemente valorizada na educação dos filhos.

Essa identificação se dá, pelo lado da família, por meio da socialização para o trabalho, quando as crianças, desde muito cedo, são incentivadas a ajudar nos serviços mais leves, com o aumento das responsabilidades conforme avança a idade. Sob essas condições, a identidade social de agricultor e o hábito camponês, que estava impregnado na população rural e contaminava as novas gerações, pelo processo de socialização, são elementos que dão a lógica de funcionamento e reprodução da sociedade (MELO, 2006, p. 02).

Em suma, o processo sucessório e a nova geração de agricultores parece obedecer a uma espécie de automatismo; a agricultura familiar produz e gera novos agricultores familiares. As possibilidades de aquisição ou ocupação de novas terras oferece base objetiva para a força dos laços comunitários em que se valorizam a manutenção da casa paterna, mas, sobretudo, a reprodução do modo de vida ligado à atividade agrícola (ABRAMOVAY, 1998, p. 35).



Nessa perspectiva, os rapazes reproduziam o papel do pai agricultor e as moças, de donas de casa, esposas de agricultores, formando uma identidade social familiar colonial. Essa concepção de valores forma o *habitus* camponês, e, ciclicamente, cada grupo familiar repetia o processo. Segundo Renk (apud MELO, 2006), a condição de colono-proprietário era enaltecida, pois o colono, em oposição aos demais ofícios, principalmente ao assalariamento, tinha mais liberdades.

Tal ambiente explica a existência de uma juventude rural nesse período, que incorporou ainda na infância o trabalho agrícola, ou seja, há uma transição direta da infância para a vida adulta, que Abramovay (1998) entende coincidir com a forte ligação pela ordem social comunitária rural, o que já não pode ser verificado na juventude urbana.

Dessa maneira, o jovem rural sentia-se na obrigação, com a família e a comunidade, de continuar com a profissão dos pais, administrando a propriedade agrícola. Depois dos anos 1970, essa realidade foi adquirindo uma nova forma e há uma dupla ruptura: ficou mais difícil formar novas unidades produtivas a partir da propriedade rural dos pais, e a ideia de que os jovens deveriam reproduzir o papel dos pais agricultores é cada vez mais fraca dentro das próprias famílias.

[...] isso acontece quando a formação de uma nova geração de agricultores perde a naturalidade com que era vivida até então pelas famílias, pelos indivíduos envolvidos nos processos sucessórios e pela própria sociedade” (ABRAMOVAY, 1998, p.36).

Nota-se que, com o passar dos anos, a alfabetização dos jovens rurais na cidade leva à assimilação de uma cultura urbana. Associado a isso, as constantes crises agrícolas e a perda do poder econômico geram desânimo nos pais e provocam o desapego dos filhos pela agricultura, fazendo com que o meio rural assumira novas características. Os jovens, em contato mais direto com o meio urbano, passam a vislumbrar oportunidades nesse ambiente, rejeitando potenciais oportunidades que o campo possa oferecer, colocando em risco a própria sobrevivência da agricultura familiar, cada vez mais velha, pouco escolarizada e empobrecida, visto a dificuldade para assimilar as mudanças e prospectar novas alternativas de renda, sobretudo associadas a práticas agroecológicas, artesanais e de industrialização familiar.

A comunicação no meio rural

O sistema de produção familiar sobrevive, mas vem se modificando rapidamente. A expansão gradual da agricultura empresarial trabalha de forma a favorecer as propriedades



familiares maiores, que estão ampliando suas áreas de terras cultiváveis e a capacidade de produção, a partir de grandes investimentos de capital. Privilegia-se e incentiva-se quem tem capacidade de promover a modernização no campo e voltar-se para as necessidades do mercado.

Em sua análise do mundo agrário na era do globalismo, Ianni (1996) observa que “tudo que é agrário dissolve-se no mercado, no jogo das forças produtivas operando no âmbito da economia, na reprodução ampliada do capital, na dinâmica do capitalismo global” (p. 42).

A própria racionalidade da organização familiar não depende... da família em si mesma, mas, ao contrário, da capacidade que esta tem de se adaptar e montar um comportamento adequado ao meio social e econômico em que se desenvolve. (ABRAMOVAY, apud IANNI, 1996, p. 41).

Nesta nova realidade, a comunicação está mais presente que nunca. A televisão, o rádio, o telefone celular, o DDD, o computador, a internet tornam-se cotidianos e necessários em todos os lugares. As tecnologias informacionais são incorporadas na produção e comercialização, constituindo-se também como ferramentas imprescindíveis à introdução de práticas inovadoras no campo, seja pela infinidade de informações que fornecem, pela interação que possibilitam com as realidades mais distintas e pela cooperação de idéias que flui incessantemente nas redes interativas, concretizando o ideal preconizado por Lévy no conceito de “inteligência coletiva” (1999).

O acesso deixou de ser problema, visto que a crescente expansão da internet contempla também as regiões mais remotas, incluindo o meio rural, a um custo bastante acessível. A internet, como observa Castells (2001) revolucionou o processo de comunicação e por meio dele a cultura em geral, favorecendo a comunicação desinibida e estimulando a participação de classes antes alijadas dos meios tradicionais. O uso da comunicação mediada por computador alcança toda a esfera de atividades sociais e vem se tornando um fenômeno também na formação de comunidades virtuais, muitas das quais interessadas em compartilhar experiências e conhecimentos.

A nova vida no campo propõe valores sustentáveis que tendem a tornar o produtor rural um empreendedor que cuida de suas atividades com orientações e foco no crescimento sustentável, além de inserção no mundo globalizado, o que faz da comunicação instrumento imprescindível. E esta é uma realidade que, embora esteja intimamente relacionada aos interesses e ações dos grandes produtores, vale também para a agricultura familiar de pequeno



porte, até como forma de sobrevivência num contexto que ainda carece de inovações e organização para enfrentar a competitividade dos dias atuais.

O novo momento da agricultura favorece quem tem visão e capacidade de transformar o campo. A agregação de valor da produção rural e o necessário perfil empreendedor são fatores decisivos para o futuro da propriedade rural, onde o jovem pode reencontrar seu lugar. As tecnologias informacionais que lhe são colocadas à disposição são a porta de entrada das tecnologias inovadoras e, conseqüentemente, de um novo modelo de produção.

A produção somente para a subsistência já não basta. Não há como o agricultor resistir restringindo-se a ela. De acordo com Dupas (2007), é preciso ser evolutivo, de modo que se pense em alternativas e estratégias que garantam outra lógica produtiva, incluindo aí a inserção de técnicas e hábitos empreendedores rentáveis, mas que primem também pela preservação dos recursos naturais.

Ianni (2001) reitera, enfim, que, para o conjunto da vida socioeconômica do mundo agrário, a pequena produção continua sendo importante, mas precisa se modernizar e interagir de forma inteligente com o mundo urbano, utilizando dos recursos que este oferece.

As particularidades locais e regionais, que perpassam as gerações, não desaparecem, mas nem tudo o que era válido no passado, como o conceito de que “estudo ou escola não enche barriga”, continua verdadeiro nos dias atuais. O pequeno agricultor precisa hoje estar atualizado para não ser esmagado pela competitividade. A educação dos filhos é ferramenta que agrega valor na atividade rural, auxilia para o melhoramento da propriedade e é um dos fatores que pode colaborar para que o jovem permaneça no campo e modifique os processos de produção.

O agrário não é mais sinônimo de agrícola, e a comunicação rural passou a ser pensada como aliada imprescindível à entrada das tecnologias inovadoras. Nesse sentido, é possível crer que o produtor rural está mudando quanto à recepção das informações, visto que delas depende para a realização de suas atividades. A comunicação rural, antes restrita à comunicação face-a-face entre extensionistas e produtores, agora ganha versões modernas, com aulas à distância, dias de campo e interações via internet. No novo contexto, novas ferramentas de difusão do conhecimento são colocadas à disposição dos educadores, permitindo não apenas o alcance de número bem maior de agricultores e empreendedores rurais, como também a disponibilização de um volume muito maior de informações e técnicas a serviço do homem do campo.

A inserção da comunicação no meio rural não servirá somente para o aumento da produtividade, mas também para a mobilização em defesa dos direitos da classe e a difusão



do processo educativo. As novas mídias tendem a operar como instrumentos eficazes a serviço do aprendizado de jovens rurais, que aliam o conhecimento prático que estes possuem às novas teorias agrárias, reduzindo o distanciamento entre escola e cotidiano.

Daí a razão desta pesquisa estar centrada na comunicação. Na comunicação e no jovem, visto ser ele o sucessor natural na propriedade rural e que, desde que possa vislumbrar perspectivas alvissareiras no campo, poderá continuar apostando nesse meio, estancando o êxodo rural e dando continuidade à agricultura familiar.

A proposta da pesquisa

A pesquisa aqui empreendida procurou verificar como os jovens rurais de uma região com forte tradição na agricultura familiar, o Oeste catarinense, utilizam-se da comunicação para fins interativos e de atualização. A idéia era entender se os meios e canais utilizados servem, de alguma forma, para estimular atividades empreendedoras e inovadoras no campo, despertando aí o interesse ou não pela permanência e modernização da propriedade, de forma a dar continuidade ao negócio da família.

O estudo parte de uma preocupação acentuada com o futuro da propriedade rural e da própria agricultura familiar numa região que prosperou economicamente graças à força produtiva e organização de colonos, cujo trabalho desencadeado foi o responsável pelo surgimento e consolidação de um dos mais importantes complexos agroindustriais da América Latina⁷. A permanência dos jovens no campo e a implantação de mecanismos que possam contribuir para isso estão permanentemente na pauta de discussões das cooperativas que congregam os agricultores da região.

O diagnóstico da comunicação

O meio rural do Oeste catarinense, por tradição e facilidade de acesso, utiliza-se preferencialmente dos meios de comunicação convencionais como rádio e televisão. O rádio, até pelo fator histórico, está muito presente na vida dos agricultores, visto que, quando da implantação dos primeiros frigoríficos, em meados do século passado, este era o único canal de comunicação entre as indústrias e os produtores integrados⁸. Some-se a isso o fato de que

⁷ O Oeste catarinense é sede de algumas das mais importantes agroindústrias da América Latina, como Sadia, Perdigão, Seara e Aurora.

⁸ Para melhor compreensão da história e importância do rádio no Oeste catarinense, ver COMASSETTO, Leandro Ramires. *A voz da aldeia: o rádio local e o comportamento da informação na nova ordem global*: Florianópolis, Insular, 2007.



as emissoras da região praticam uma programação com foco no jornalismo e ênfase nas informações locais. E, tal como observa Castells (2001), mesmo que estejamos inseridos num mundo globalizado, o local e a informação gerada pela localidade não perderam sua importância. Continuam relevantes para a maioria das pessoas e requerem meios de informação que retratem a realidade próxima.

A televisão, presente em 95% das residências, apresenta realidade diversa, tendo em vista que apenas 13% tem TV com antena comum e acesso às redes regionais. O restante se utiliza de antena parabólica, cuja programação é a veiculada pelas cabeças-de-rede, sob a perspectiva dos grandes centros.

O telefone, que até início da década de 1990, ainda era uma ferramenta cara e inacessível a muitas localidades do interior, popularizou-se bastante nos últimos anos, hoje contemplando 74% das famílias, no caso do telefone fixo, e 68% com telefone celular.

Outro meio que se dissemina rapidamente no interior é o computador, presente em 69% das residências dos jovens entrevistados, sendo que mais da metade destes tem acesso à internet em casa.

A mídia impressa, por sua vez, está presente em 65% das residências, incluindo aí jornais institucionais (empresas, cooperativas, associações, etc.), enquanto que os jornais comerciais especificamente chegam a 21% das famílias. Esses periódicos, especialmente em se tratando dos jornais de cooperativas, trazem informações técnicas e empreendedoras, mas pouco despertam a atenção dos jovens, que mostram certo distanciamento da mídia impressa. O principal meio de acesso às informações relacionadas ao meio rural ainda é a televisão, citada por 70% dos entrevistados. O rádio aparece em segundo lugar, com 30% da preferência. No caso dos jornais, apenas 7% utilizam-se dele na busca de informações sobre o campo. A internet como pesquisa para este fim aparece com 13%. No caso da televisão, as principais referências são programas com informações específicas sobre o campo, como o Globo Rural.

A internet é uma ferramenta de uso exclusivo dos jovens, despertando pouco o interesse dos pais agricultores. Mesmo os que não tem computador ou internet em casa, acessam a rede em outros lugares, como a escola, de forma que, no geral, 73% dos entrevistados disseram acessar a internet regularmente. Desse total, entretanto, apenas 19% usam a web para obter novidade ou informações sobre práticas empreendedoras no campo. A maioria absoluta dos usuários a utiliza para fins de pesquisas escolares (68%) e relacionamento (56%), o que denota a falta de interesse pelos assuntos relacionados ao meio rural e, conseqüentemente, pelo futuro da propriedade.



Outro dado relevante, tendo em vista a preocupação com a formação de novas lideranças rurais pelas associações e cooperativas, diz respeito aos encontros, cursos e palestras promovidos por essas entidades. Do total de entrevistados, apenas 27% disseram ter participado de algum programa do gênero, despertando ou motivando para o meio rural, a organização e administração das propriedades. Mesmo as escolas, inclusive as situadas no interior, deixam a desejar nesse sentido, segundo os jovens.

Observe-se, todavia, que, ao serem questionados sobre o futuro da propriedade rural, 56% dos entrevistados disseram acreditar neste futuro se houver mais investimentos, com modernização e tecnologia para o setor, acenando para a revitalização da agricultura. Além disso, 18% revelaram o desejo de implantar conhecimentos adquiridos em escolas agrotécnicas e profissionalizantes ou mesmo em cursos de curta duração. Outros acreditam que há futuro para o meio rural pelo fato de este ser importante para a economia mundial. Dos 45% que não acreditam no futuro próspero da propriedade, metade aponta como principal problema a falta de recursos e incentivos, e 31% não veem alternativa alguma para o setor.

Parte significativa dos jovens, entretanto, esboça algum desejo de permanecer ou investir no campo. Do total, 40% manifestaram essa intenção, sendo muito mais alto o interesse manifestado pelo público masculino, o que reafirma o diagnóstico de Abromovay e Camarano (1999), assinalando a masculinização do campo. Enquanto 41% dos rapazes demonstram algum interesse pela continuação da propriedade, apenas 10% das moças manifestam a mesma intenção.

Proposta de uma ferramenta interativa

Partindo da realidade diagnosticada, este estudo propõe a criação e implantação de uma ferramenta interativa que sirva ao mesmo tempo de canal de informação e atualização e de mecanismo de interação entre os jovens rurais. O intuito é contribuir para despertar e fortalecer o interesse pelo empreendedorismo e práticas inovadoras no campo.

Conforme identificado pela pesquisa, raras e muito específicas são as ações voltadas ao jovem rural, com o intuito de deixá-lo informado e fazer com que volte suas atenções para a realidade do campo. Nesse sentido, a comunicação pode ser melhor utilizada, levando alternativas à propriedade e contribuindo para aumentar a renda familiar.

Tendo em vista que a nova geração de agricultores tem afinidade e contato direto com a internet, cada vez mais presente e útil para a disseminação de tecnologias e a troca de experiências inovadoras entre grupos com interesses afins, o que se propõe é um “portal do jovem rural”, em síntese, uma rede social que também agregue informações de interesse para



o futuro da propriedade. A idéia é conciliar os atuais interesses dos jovens, que continuariam a se relacionar com seus pares mesmo para atividades relacionadas ao namoro, entretenimento, etc, mas que, ao mesmo tempo e, no mesmo espaço, pudessem estar em contato com notícias, práticas e inovações relacionadas ao campo. Assim, seria facilitada a apresentação de novas técnicas e tecnologias para o meio rural, novas e inovadoras alternativas de renda, dicas de gestão e empreendedorismo e idéias para a diversificação da propriedade, de forma que contribuam para sua viabilização. Além disso, o portal também teria seções voltadas para o entretenimento e fórum entre os jovens rurais conectados, algo semelhante às ferramentas de interação (redes sociais) que tanto atraem seu interesse.

As páginas (figuras) em anexo dão uma idéia de como seria o funcionamento do portal, com suas várias seções, disponibilizando notícias, artigos, vídeos, áudios, práticas educativas e empreendedoras, informações de serviço, etc, dicas de links, chats, fóruns e rede social (relacionamento), dando a opção de o usuário apenas utilizá-lo para fins de consulta às informações de seu interesse imediato ou, ao passo que faz isso, estar online para o contato e interação com seus pares.

Considerações finais

Diante das perspectivas tecnológicas que se disseminam no campo e as lacunas existentes nas tradicionais formas de orientação ao produtor rural, além da dispersão de conteúdos na mídia, surge a necessidade de repensar o trabalho da comunicação no meio rural, bem como observar mais atentamente as escolhas do homem do campo, sua cultura e formas de atuação. Mais que comunicar, é preciso trabalhar com fatores ambientais e individuais para compreender o papel da comunicação na mudança de comportamento dos agricultores. Isso remete ao fato de que o comportamento pode influenciar nas condições sociais inseridas no contexto do Novo Rural, cenário que ainda não está totalmente claro para grande parte dos trabalhadores das pequenas propriedades e dos filhos destes.

O meio rural está vivendo uma nova fase, que pode vir a contemplar também a pequena agricultura, vista a facilidade de acesso às informações e a distância cada vez menor entre campo e cidade, o que pode vir a facilitar a permanência do jovem no campo.

A comunicação está relacionada ao futuro da propriedade, mas precisa esta mostrar-se mais eficaz no sentido de fornecer informações úteis ao campo e ao jovem agricultor, empreendedor rural e responsável pelo futuro da agricultura familiar. A disseminação de inovações tecnológicas ligadas à implementação e modernização agrícola, demasiado úteis para o desenvolvimento da propriedade, precisam inserir-se no imaginário dos jovens.



Daí que a discussão sobre o tema comunicação e jovem rural torna-se crucial para o desenvolvimento do campo. A primeira pode ser aliada no sentido de situar a nova geração de agricultores no contexto contemporâneo, da necessidade de estar “conectado” e de aderir às novas alternativas do agronegócio, caminho que está sendo percorrido pela agricultura nas últimas décadas. Isso comprova a necessidade de reciclar a agricultura familiar para que sobreviva e se imponha antes de ser esmagada pelo capital articulado no contexto da globalização.

A comunicação tem o dever de contribuir para o desenvolvimento local; no caso em questão, ajudar para a melhoria da produtividade e evitar o êxodo no campo. Acredita-se que é preciso trabalhar com uma forma de comunicação democrática e acessível, com participação ativa tanto do “receptor” quanto do “emissor”. Além disso, atuar sob novas propostas de inclusão, aperfeiçoando o conhecimento, desenvolvendo os potenciais existentes e trabalhando para melhorar as condições de vida no meio rural.

Referências bibliográficas

ABRAMOVAY, Ricardo (coord.). **Juventude e agricultura familiar**: desafio dos novos padrões sucessórios. Brasília: Unesco Brasil, 1998.

ABRAMOVAY, Ricardo; CAMARANO, Ana Amélia. **Êxodo Rural, envelhecimento e masculinização no Brasil**: panorama dos últimos 50 anos. Rio de Janeiro: IPEA, 1999.

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede**. São Paulo: Paz e Terra, 2001.

CARVALHO, Horácio Martins. **O Campesinato no século XXI: possibilidades e condicionantes do desenvolvimento do campesinato no Brasil**. Petrópolis: Vozes, 2005.

COMASSETTO, Leandro Ramires. Comunicação e Poder no Oeste catarinense: **O caso Atílio Fontana**. *Revista Digitalização e Sociedade – II Encontro da Ulepicc, Bauru, SP*, p. 310-325, ago. 2008.

COMASSETTO, Leandro Ramires. Mídia, comunicação e métodos participativos. **Concórdia: UnC, 2009**.

DUPAS, Gilberto. **A questão ambiental e o futuro da humanidade**. In. *Política Externa*. Vol. 16 n° 1, jun/jul/ago 2007. São Paulo: Paz e Terra/USP, 2007.

GRAZIANO DA SILVA, José. **O Novo Rural Brasileiro**. *Revista Nova Economia, Belo Horizonte/MG*, n° 7, p. 43-81, maio, 1997.

GRAZIANO DA SILVA, José; DEL GROSSI, Mauro Eduardo. **O Novo Rural Brasileiro**. In. *Projeto Rurbano*. São Paulo: UNICAMP, 2002. Disponível em: <http://www.iapar.br/arquivos/File/zip_pdf/novo_rural_br.pdf> Acesso em 1 de junho de 2010.

IANNI, Octavio. **A Era do Globalismo**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001.



LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Rio de Janeiro: Editora 34, 2001.

MELO, Márcio Antonio. **Transformações sociais recentes no espaço rural do Oeste de Santa Catarina**: migração, sucessão e celibato. Grupo de Pesquisa: Agricultura Familiar. Chapecó - SC, 2006.

ZOTTI, Solange Aparecida (*org*). **História faz história**: contribuições ao estudo da História Regional. Concórdia: UnC, 2006.

Anexo



Tela 01 - Conteúdo proposto para o HOME



Tela 02 - Conteúdo proposto para NOTÍCIAS



Tela 03 - Conteúdo proposto para VÍDEOS



Tela 04 - Conteúdo proposto para AGRONEGÓCIO



Tela 05 - Conteúdo proposto para PREVISÃO DO TEMPO



Tela 06 - Conteúdo USUÁRIO CONECTANDO



Tela 07 - Conteúdo USUÁRIO CONECTADO



Tela 08 - Conteúdo USUÁRIO CONECTADO VISITANDO PORTAL

