

O FUTURO DA COMUNICAÇÃO RURAL

GERALDO MAGELA BRAGA
GERALDO BUENO DE CARVALHO

Departamento de Economia Rural
Universidade Federal de Viçosa

RESUMO

Este trabalho trata da Comunicação Rural dentro da Extensão Rural no Brasil, da necessidade de rever seus métodos e da ausência do jornalismo especializada na área.

PALAVRAS-CHAVE: extensão, comunicação rural, agronegócio.

ABSTRACT

This work consider rural communication inside rural extension in the Brazil, the need to review yours methods and specialized journalism absence in the area.

KEY-WORDS: Extension, rural communication, agribusiness

INTRODUÇÃO

Apesar da propalada vocação agrícola da nação e de o agronegócio brasileiro participar de quase metade do PIB nacional, a Comunicação Rural é desconhecida, na sua essência, pela maioria dos comunicadores do País. No Brasil, sempre esteve restrita aos técnicos em agricultura e foi orientada para ser empregada nos movimentos de difusão agropecuária. Fez parte de um pacote agrícola americano de tecnologia, exportado para o Brasil nos anos 50/60, conhecido como Revolução Verde, o qual veio carregado de ideologia e destinado à formação de hábitos de consumo no produtor rural, para aqui estabelecer um mercado de insumos agrícolas, que estavam em plena difusão nos países do primeiro mundo, sob um discurso oficial de ajuda internacional, apoio profissional e repasse de tecnologia.

A Comunicação Rural era a ferramenta maior ou a única de que dispunha o Ministério da Agricultura para, mediante a Extensão Rural Brasileira,¹ falar com o homem do campo. No entanto, a formação urbana dos técnicos, a forma autoritária de repasse da tecnologia e a diferença de cultura entre emissor e

receptor criavam fortes resistências e recusas em adotar as técnicas apresentadas. Essa forma de comunicação foi e continua sendo fonte de enormes ruídos entre os sujeitos do processo comunicacional. A EMATER (Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural), em todo o Brasil, e a CATI (Coordenadoria de Assistência Técnica Integral), em São Paulo, foram autênticos laboratórios de experimentos comunicacionais com o homem do campo em todo o território brasileiro. A partir dos anos 80, o sistema de Extensão/Comunicação Rural entrou em colapso político-ideológico e afastou-se de seus paradigmas. Após as sucessivas crises das últimas décadas e a globalização dos anos 90, corporifica, no cenário rural, uma nova forma de Extensão e Comunicação Rural, inovando a filosofia de ação, gerando novos conceitos paradigmáticos na abordagem do novo mundo rural e inserindo-o, como coadjuvante, na vida urbana brasileira, como parte essencial e viva do emergente agronegócio brasileiro.

DESENVOLVIMENTO

O setor agropecuário brasileiro, como um dos maiores geradores de renda no País, ainda não ocupa, na mídia, correspondente espaço, visto que as escolas de comunicação são totalmente alienadas do rural e só o contextualizam nas suas festas juninas, e os estudiosos da comunicação continuam ignotos e distantes daqueles cujo trabalho é colher, em alguma parte do País, a sua alimentação diária. Teixeira (1997)

¹ Corpo de Agrônomos e Técnicos Agrícolas vinculados às secretarias de agricultura estaduais, cuja função é levar conhecimento técnico ao homem do campo e apoiá-lo no seu cotidiano.

afirmou que, “ apesar de o setor agroindustrial gerar mais de 40% da renda nacional, o maior setor da economia, sua presença ainda é muito pequena nos veículos de comunicação. Acredita-se que isto se deva ao pequeno número de profissionais de comunicação especializados em agropecuária”. Segundo Kunsch (1993), “a comunicação rural é muito mais complexa do que se pensa. Infelizmente, no decorrer dos últimos anos, não mereceu por parte das escolas de comunicação social a atenção devida, tanto no que se refere ao ensino quanto a uma melhor definição das linhas de pesquisa, ficando muito impregnada do extensionismo, do funcionalismo e do difusionismo de inovações, sob forte influência dos paradigmas importados, distanciados, portanto, da realidade brasileira”.

A Comunicação Rural no futuro, como parte do extensionismo, deverá ser praticada por um técnico consciente de sua missão no meio, com simpatia pela atividade e noções claras das diferenças básicas entre o homem do campo e o homem urbano, conhecendo e respeitando as idiosincrasias rurais. Esse novo profissional irá compor uma extensão voltada para a pedagogia, com franca opção pela promoção humana. Nas pequenas comunidades agrárias, deverá estar imbuído da firme decisão de comprometimento com a causa social campesinata. “Quanto mais me capacito como profissional, quanto mais sistematizo minhas experiências, quanto mais me utilizo do patrimônio cultural que é patrimônio de todos e ao qual todos devem servir, mais aumenta minha responsabilidade com os homens. Não posso, por isso, burocratizar meu compromisso de profissional, servindo, servindo numa inversão dolorosa de valores, mais aos meios que ao fim do homem. Não posso me deixar seduzir pelas tentações míticas entre elas e da minha escravidão às técnicas, que, sendo elaboradas pelos homens, são suas escravas, e não suas senhoras” (Freire, 1983).

A nova Extensão Rural, na prática de comunicação com o ruralista, deverá abrigar equipes multi e interdisciplinares, consciente de que as angústias sociais no campo não se resumem ao desconhecimento técnico, nem são eliminadas com o simples repasse de conhecimentos científicos. O novo extensionista terá pela frente a difícil tarefa de amenizar a grande distância entre a comunidade rural e a vida urbana, aguçando naquela célula social a noção de cidadania, orientando seus anseios aos agentes instituídos e com poder de apoio e de decisão (Caporal, 1991). É aconselhável ao comunicador e ao extensionista do futuro não se vincular à ingênua idéia de que possui solução para todos as dificuldades rurais, já que muitas iniciativas falharam e outras fracassarão, até a obtenção de resultados satisfatórios em toda sua plenitude e que deponham, como conseqüências,

benefícios práticos nas comunidades rurais pobres. A futura Comunicação Rural deverá imbuir-se da premissa de que as soluções dos problemas sociais no Brasil dependem, na sua quase totalidade, de decisão política, de que os problemas rurais não fogem dessa malha, pois eles ocorrem nos municípios e ali devem ser resolvidos. Logo, cabe aos administradores municipais participar ativamente desse processo, e cabe ao comunicador incentivar essas autoridades a tomar consciência dessa realidade e traduzir, em linguagem campesina, as decisões institucionais que afetam o meio rural. O abandono das comunidades pobres, nas últimas décadas, teve efeitos desastrosos, tanto no meio rural como nas cidades, razão porque a sociedade continua pagando altos custos por esse erro de estratégia de desenvolvimento adotado no passado. Hoje, qualquer iniciativa para elevar os níveis de vida nas comunidades rurais pobres a um patamar aceitável passa, necessariamente, pela adoção de medidas de caráter educativo, com pedagogia própria para o meio, valorizando o ensino dos adultos e respeitando as experiências, o conhecimento e o universo imaginário desses indivíduos. Os extensionistas deverão assumir o papel de educadores e perseguir objetivos capazes de obter resultados educativos e redirecionar a ação educativa para a coletividade. “É necessário lembrar que as técnicas agrícolas não são estranhas aos camponeses. Seu trabalho diário não é outro senão enfrentar a terra, tratá-la, cultivá-la, dentro dos marcos de sua experiência, que, por sua vez, se dá nos marcos de sua cultura” (Freire, 1983).

O PAPEL DO COMUNICADOR RURAL

As escolas de comunicação social devem, ativamente e com toda a potencialidade inerente ao jornalismo, participar da diminuição do abismo comunicacional com o ruralista e da divulgação das coisas do campo. O Jornalismo, como guardião da liberdade e dos direitos da sociedade, deve lembrar que, mesmo nos “cafundós” de nossos sertões, vivem brasileiros com os mesmos direitos da população urbana. Desde os tempos sesmarias, o Brasil vem obtendo destaque no mercado internacional por meio dos produtos agrícolas, iniciando pelo açúcar do Nordeste, no período colonial, e, no período imperial, o café brasileiro correu o mundo. Hoje, o Brasil, dono da mais rica biodiversidade do planeta, desperta a cobiça internacional e assusta o mundo com o seu potencial de produção de bois, suínos, frangos, suco cítrico, frutas, flores, plantas medicinais, aromáticas e soja. No entanto, é notória a ausência do Jornalismo neste segmento da sociedade brasileira, que, preocupado em só registrar as transformações na sociedade urbana, não percebeu as intensas mudanças no meio rural brasileiro

e “perdeu o trem” que contou a história das mutações nas comunidades agrícolas do País.

Teorias marxistas afirmam que um problema social é resolvido com outro problema social e que nenhum problema social é posto à sociedade sem que ela mesma não possa resolver, ou, conforme a mesma teoria, toda mudança na sociedade gera custos sociais. Com base nessas axiomáticas perscrutações sociais, deve-se colocar um Comunicador Rural consciente de que, das iminentes transformações sociais subjacentes por muitos anos, eclodiu, em forma jamais imaginada pela sociologia rural, um movimento de desdobramentos ainda nebuloso, mas irreversível, pela sua abrangência nacional e pela carga ideológica hoje nele posto pelos políticos que se apossaram de parte da cúpula desse movimento. Essa chusma de excluídos é oriunda de camponeses expulsos do campo pelo desemprego rural, e, desajustados pelas diferenças de valores e de cultura no meio urbano, tentam voltar à origem, embora o aparelho do Estado Legal os ilegalize, colocando-os às margens do Direito. Por meio da luta de classe, no entanto, a lógica social e o próprio Estado cederam-lhes o lugar devido na conjuntura nacional e, hoje, o movimento já desponta como representação de uma parcela da população rural que deverá, a partir de inúmeros assentamentos já consolidados em todo o território nacional, ocupar largo espaço na produção de bens primários de consumo. Sua história, princípios e valores como comunidade, e a repercussão e a transformação que esse movimento já causou e irá causar na cultura do campesinato brasileiro não poderão ser desconhecidos nem ignorados pela futura Comunicação Rural.

Estamos vivendo em uma época privilegiada no calendário da Era Romana, cujo ponto é uma transição de milênios no infinito do Universo temporal, no encontro dos séculos XX e XXI, quando as antenas parabólicas são uma realidade nos mais distantes rincões da nação. Quando o agronegócio brasileiro gera um superávit de 12 bilhões de dólares à balança comercial brasileira, os meios de comunicação de massa percebem que o mundo rural existe e que, ao lado de toda essa onda de modernização selvagem e violenta da qual ela se ocupa diariamente, há uma nação “caipira” que se aperfeiçoa constantemente, para produzir cada vez mais alimentos para o abastecimento interno e para um excedente exportável. A futura Comunicação Rural deverá ser forjada dentro das mais modernas técnicas possíveis e adaptadas ao meio e à região onde ela circular. Ao comunicador dessa nova modalidade caberá decodificar as linguagens técnicas e urbanas, para uso dentro das porteiras pelo consumidor final.

A Comunicação Rural do terceiro milênio virá com amplo suporte tecnológico e cibernético,

distanciada da percepção da maioria do campesinato brasileiro. Caberá ao Comunicador Rural filtrar o útil e desprezar o inútil para o meio, o que, obviamente, exigirá desse profissional algum conhecimento técnico do meio. A expansão do agronegócio, decorrente da globalização dos mercados e da fusão dos países do Cone Sul da América Latina em um só mercado, gerando o MERCOSUL, criam uma urgente necessidade de adaptação da comunicação a um público rural diferente, exposto a canais de TV específicos, a uma enorme quantidade de recursos técnicos que o assedia diariamente, tais como fitas de vídeos com inúmeros títulos, larga oferta de programas de computadores relacionados com administração rural e a revolucionária possibilidade de consultas à internet via satélite, o que, certamente, deverá ocorrer em curto prazo, integrando até o distante ruralista à rede mundial já existente. Essa onda transformadora criará um campesinato carente de uma Comunicação Rural decodificadora dos novos valores, à altura dos tempos modernos, paralela à existente, inserindo-o nas metamorfoses tecnológicas do mundo atual, exigindo do comunicador do futuro o discernimento e o desafio de saber comunicar com esse público, saber o quê e com quem está falando.

A natureza reage à interferência do homem no meio, modificando o ambiente e fazendo o mesmo com o homem, o que resulta no desequilíbrio sistêmico e destrói ou ameaça a fauna e a flora. Quando dispõe de tempo, a natureza regenera; no entanto, o homem possui técnicas de agressão tão violentas e rápidas que ela não tem tempo para a sua recomposição orgânica, o que ocasiona profundos distúrbios ecológicos e, às vezes, reações naturais violentas. O novo Comunicador Rural deverá estar imbuído de clara noção ambiental, para alertar, discutir, condenar e denunciar abusos contra a natureza, patrimônio maior de uma nação, e estar claramente informado sobre o assunto que invadirá a mídia no próximo milênio, como propriedade intelectual, biodiversidade e transgênicos. Desse profissional será exigida clara noção da diferença entre melhoramento genético e mudança genética; deverá o profissional da comunicação, dirigido ao rural do futuro, estar alerta e preparado para não cair nas armadilhas internacionais, que têm o único objetivo do lucro e alteram o meio ambiente, sob o amparo de monumentais propagandas enganosas.

“Trata-se de um desafio a ser enfrentado pela comunidade universitária da comunicação social, na medida em que o Brasil permanece com um perfil econômico marcado pela produção agropecuária, fonte significativa da sua pauta de exportações. Estimulado por essa conjuntura favorável à economia rural, que moderniza intensamente, e que o mercado nacional de mass media ou de comunicação empresarial tem

aumentado sua participação em programas, veículos ou mensagens dirigidos ao campo. Necessita portanto, o mercado internacional de pessoal qualificado para exercer atividades profissionais nesse segmento da vida nacional e carece de conhecimento científico para obter um desempenho eficaz, contribuindo assim para transformar o sistema produtivo, aumentar a sua rentabilidade e lograr melhor eficiência operacional” (Melo, 1993). Marques Melo, quando emitiu essa opinião, já visualizava, além da comunicação com o homem do campo, a ampla abrangência que viria nas franjas da globalização, trazendo no bojo um mercado de produtos agrícolas em forma natural e manufaturados com significativo crescimento vertical e horizontal em todo o mundo, o agribusiness, nacionalmente, agronegócio. Essa cadeia de acontecimentos que envolve todo o rural brasileiro ainda não foi devidamente entendida pelas escolas de comunicação.

Conforme Bordenave (1982), “a comunicação Rural é processo maior do que uma informação rural ou a Extensão Rural, motivo pelo qual ela não é simples nem fácil, e requer cuidados na linguagem que deve ser apropriada para evitar a descomunicação com uma comunidade rural”. A mudança de foco no olhar o rural pelos comunicólogos é preconizada por Queiroz, em 1994, quando reflete sobre o assunto, afirmando: “Sair do discurso da comunicação participativa para e dirigida para o pequeno produtor à sua prática efetiva, não é tarefa fácil. Muitas mudanças terão que ocorrer, tanto em nível institucional como em níveis acadêmico e profissional”.

Todos os movimentos sociais de uma Nação devem ser conhecidos e interpretados à luz da cultura nacional por todos; no entanto, à maioria faltam recursos temporais ou de reflexão analítica para perceber a totalidade dos acontecimentos e sua figura final na realidade concreta de cada um. As especificidades de cada acontecimento levam os pensadores da área às explicações, assumindo posições dialéticas sintonizantes ou confrontantes, com linguagem próprias; todas, porém, distantes da linguagem popular. Segundo Rossi (1994), “os especialistas escrevem para especialistas e não para o público em geral. Seus artigos acabam sendo indecifráveis para quem não tenha uma razoável formação científica sobre o tema. E o trabalho jornalístico deve ser exatamente o oposto, ou seja, levar informações e análises aos não iniciados, sem, no entanto, cair em num primarismo que se torne maçante para os que detêm algum conhecimento no ramo”. Quando já estamos vivendo, na prática, o terceiro milênio, vamos brindá-lo com um Brasil mergulhado em profundas distorções sociais, provocadas pela selvageria do capitalismo de especulação internacional,

gerando internamente uma distribuição de rendas caótica. É no meio rural, entretanto, que o País vive sua maior catástrofe. As diferenças operacionalizadas na sociedade continuam expulsando populações inteiras para o meio urbano, onde vão viver abaixo do nível de pobreza. Imensas áreas agricultáveis ficam para trás e, abandonadas, vão sendo incorporadas a outras glebas, para compor imensos patrimônios especulativos e improdutivos. A Comunicação Rural, certamente, não será a panacéia dos problemas rurais, mas, pela proximidade com a área, poderá mediatizar soluções, denunciar excessos e tratar o assunto com a importância que ele representa para a nação. Os meios acadêmicos assistem, estarecidos e assustados, às investidas de interesses internacionais contra o maior patrimônio da Nação, a biodiversidade brasileira, que compõe o melhor sistema ambiental do planeta. Com a finalidade única do lucro, falseiam declarações, comprovando segurança em modificação de sementes, o que pode resultar em sérios riscos à saúde humana e, certamente, afetará, de modo desastroso e irreversível, a flora congênere e a sua fauna polinizadora. Os jornalistas, os únicos componentes da força com poder de abrangência no despertar da consciência da sociedade sobre o perigo dessa prática, timidamente arriscam alguns artigos, demonstrando um nítido distanciamento das coisas da natureza, desconhecimento de assuntos rurais e descomprometimento com as causas agrícolas brasileiras e com o efeito de tudo isso na vida nacional. A imprensa não pode esquecer nem desvalorizar artigos e idênticos discursos, hoje, de comprovadas contradições, sobre a segurança dos agrotóxicos e da energia nuclear, falácia anteriormente proferida pelos mesmos países desenvolvidos.

CONCLUSÃO

Ao abordar a necessidade da formação e da capacitação do Jornalista para atuar na Comunicação Rural, Benjamin, (1994) enfatizou que “o momento, portanto, é de perplexidade. Parece-me indispensável prosseguir com as alternativas atuais de formação e capacitação de recursos humanos, até que se tenham resultados de um trabalho de avaliação criteriosa do que tem sido realizado, de todas as experiências vivenciadas. Por outro lado, requer-se um estudo amplo e uma reflexão serena sobre o papel reservado ao profissional da comunicação rural, o seu perfil, suas tarefas e seus limites. E assim, poderemos contribuir com a luta para que as instituições em que trabalhamos possam fazer jus ao nome de universidade ainda em nossa geração”.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BENJAMIN, R. E. C. Comunicação Rural: Formação ou Capacitação? In: BRAGA G. M., KUNSCH, M. M. K. *Comunicação rural-discurso e prática*. Viçosa: Imprensa Universitária, 1993.
- BORDENAVE, J.E.D. *O que é Comunicação Rural*. São Paulo: Brasiliense, 1988.
- CAPORAL, F. R. A *Extensão Rural e os Limites à Prática dos Extensionistas do Serviço Público*. FSM, 1991.
- FREIRE, P. *Extensão ou Comunicação?* Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1983.
- KUNSCH, M. M. K. Apresentação. In: BRAGA G. M., KUNSCH, M. M. K. *Comunicação rural-discurso e prática*. Viçosa: Imprensa Universitária, 1993.
- MELO, J. M. O Espaço da Comunicação Rural nas Escolas de Comunicação Social. In: BRAGA G. M., KUNSCH, M. M. K. *Comunicação rural-discurso e prática*. Viçosa: Imprensa Universitária, 1993.

- ROSSI, C. *O que é Jornalismo*. São Paulo: Brasiliense, 1989.
- QUEIROZ, A. C. F. A Pesquisa em Comunicação no Brasil - as contribuições da Intercom. In: I Seminário de Comunicação Rural na UFV, Viçosa: 1988.
- TEIXEIRA, E. C. *Comunicação e Política Agrícola*. In: Seminário de Comunicação Rural na UFV, Viçosa: 1988.

Geraldo Magela Braga é Professor Titular no Departamento de Economia Rural da Universidade Federal de Viçosa.

Geraldo Bueno de Carvalho é Mestrando no Departamento de Economia Rural da Universidade Federal de Viçosa.