



Os desafios da Comunicação Rural no estado de São Paulo¹

Rafaela Rosa de MELO¹

Antonio Francisco MAGNONI²

Universidade Estadual Paulista Julio de Mesquita Filho, Bauru, SP

RESUMO

Este artigo deriva de uma pesquisa de mestrado com o objetivo de estudar os sistemas, o volume de produção, a qualidade e a pertinência dos produtos comunicativos e a abrangência da comunicação rural desenvolvida pela Secretaria de Agricultura e Abastecimento do Estado de São Paulo (SAA). A principal finalidade da pesquisa é mensurar o alcance social das ações comunicativas da SAA e os níveis de feedback do público-alvo heterogêneo formado pelos produtores rurais paulistas, desde a empresa agropecuária até a agricultura familiar.

PALAVRAS-CHAVE: SAA; comunicação rural; extensionismo agropecuário.

INTRODUÇÃO

Em São Paulo, a produção agropecuária familiar se destina basicamente ao abastecimento local das populações urbanas, em um estado com a maior densidade demográfica do Brasil. Em todo o país, a produção das pequenas e médias propriedades rurais garante um reforço estratégico para a segurança alimentar e nutricional, além de contribuir para a conservação de hábitos e de espécies vegetais e animais tradicionais, que são consumidas conforme a cultura alimentícia de diversas regiões brasileiras. Instituições públicas federais como a Embrapa consideram como um grande desafio brasileiro, a preservação, o aprimoramento e o desenvolvimento sustentável das abundantes atividades do setor rural familiar.

Técnicos e pesquisadores da Embrapa, das universidades públicas federais e estaduais, das secretarias estaduais de agricultura e pecuária trabalham com metodologias que

¹ Trabalho apresentado na X Conferência Brasileira de Mídia Cidadã e V Conferência Sul-Americana de Mídia Cidadã.

¹ Estudante de Pós-Graduação em Televisão Digital: Informação e Conhecimento da UNESP, email: rafaelarosademelo@gmail.com

² Orientador do trabalho. Professor do Programa de Pós-Graduação em Televisão Digital: Informação e Conhecimento da UNESP, email: dino@lecotec.org.br



buscam compreender as necessidades específicas e colaborar com o aprimoramento do manejo produtivo, com a seleção, melhoramento genético e tecnológico das espécies alimentares produzidas, sejam elas vegetais ou animais. O objetivo é assegurar o desenvolvimento produtivo e econômico dos grupos familiares, preservar a agricultura, pecuária familiar e o patrimônio cultural agropecuário brasileiro, diante da acelerada urbanização da população. O Censo 2010 do IBGE registrou que mais de 29 milhões de pessoas ainda vivem em áreas rurais no Brasil, cerca de 15% da população nacional, enquanto as cidades somam mais de 160 milhões de habitantes (84,35%).

No estado de São Paulo, durante o surto de desenvolvimento capitalista dos anos 1970 estimulou o governo estadual a criar a Secretaria de Agricultura e Abastecimento do Estado de São Paulo (SAA), que passou a desenvolver e a promover por meio de suas “Casas da Agricultura”, a assistência técnica, extensão, gestão rural, agroindustrial, a articular políticas de expansão da produção do setor rural e a realizar fiscalização de defesa sanitária e manejo ambiental, atividades voltadas para os produtores agropecuários.

Os instrumentos extensionistas e de comunicação passaram a divulgar e a estabelecer a interlocução entre pesquisadores técnicos, administradores e economistas de instituições universitárias e de órgãos públicos estaduais e federais junto aos diversos segmentos como os produtores agropecuários. Os setores transformadores agroindustriais, estabelecimentos creditícios, de distribuição comercial interna, externa, e as diversas categorias de trabalhadores rurais passaram a sentir na vida cotidiana, as ações mudancistas que foram promovidas por governos autoritários, mas que induziram projetos desenvolvimentistas e modernizadores, em vários setores produtivos nacionais.

As mudanças introduzidas no modelo de desenvolvimento agropecuário por ações do governo federal e dos estados, desde a década de 1970, demandaram meios eficazes de comunicação e de extensão, para alcançar transversalmente também as populações urbanas distribuídas pelos municípios brasileiros dependentes da economia rural, que abrigam enormes contingentes sociais cujas vidas estão extremamente vinculadas ao bom desempenho anual das atividades produtivas do setor.

Em São Paulo, o estado brasileiro com o maior desenvolvimento industrial e com uma economia agropecuária extremamente importante e avançada, houve investimentos em recursos e em profissionais capacitados para realizar o planejamento e a difusão de novos conhecimentos e de práticas produtivas para induzir melhoramentos rurais, a partir da aplicação dos resultados derivados das pesquisas realizadas pelas equipes de especialistas e de



técnicos financiados pelo governo estadual. Tais ações foram fundamentais para sustentar e ampliar rapidamente as atividades governamentais e também acadêmicas de extensão e de comunicação rural para atender todas as regiões paulistas.

A preocupação imediata dos governos militares era assegurar o abastecimento nacional de alimentos, para uma população que havia se urbanizado acentuadamente e registrava rápido crescimento demográfico. Por outro lado, era preciso sustentar a exportação agrícola e pecuária, uma fonte estratégica de comércio externo de *commodities* para gerar divisas e equilibrar a balança comercial brasileira.

OS DESAFIOS DIÁRIOS PARA COMUNICAR TEMAS DA VIDA E DA ECONOMIA AGROPECUÁRIA COM PÚBLICOS RURAIS E URBANOS

Desde o desenvolvimento da internet comercial em meados dos anos 1990, tornou-se mais fácil e rápido produzir e distribuir informações para diversos meios, muitos com difusão e recepção multilaterais de mensagens e dotados de interatividade imediata. Surgiu um contexto nacional e internacional de tecnologias, de ferramentas e de possibilidades para a comunicação midiática, empresarial ou da esfera pública, que desafia as estratégias comunicativas estabelecidas enquanto exige inovação constante das ações de difusão dos resultados de pesquisa e desenvolvimento obtidos por empresas privadas ou pelos setores públicos municipais, estaduais e federais.

As informações que eram antes divulgadas apenas pelos jornais, revistas, boletins, manuais e folhetos instrutivos ou pelos programas de emissoras de rádio e televisão, hoje podem circular também em listas de correio eletrônico, sites, redes sociais, em canais audiovisuais como o YouTube, com conteúdos e linguagens multimidiáticas que trafegam em diversas plataformas e dispositivos portáteis conectados ao ciberespaço.

Apesar dos meios utilizados e do trabalho que é realizado para expandir a comunicação agropecuária, as notícias correm o risco de não chegar aos diversos setores sociais que estão envolvidos com a cadeia produtiva da economia rural e que dependem disso para sobreviver. Seja nos meios comerciais ou nos meios públicos, ainda persiste a escassez de produção de conteúdo, tanto jornalístico quanto instrutivo, destinado aos vários setores sociais que participam da extensa cadeia de produção rural. Tal carência é agravada pelo fato de que muitas notícias são publicadas sem linguagem e formatos apropriados para ganhar a atenção e a confiança dessa população diferenciada, que possui conhecimentos, vivências,



rotinas de trabalho e hábitos culturais muito distintos daqueles adotados pela maioria da população urbana.

A Secretaria de Agricultura do Estado de São Paulo pode até dispor de uma estrutura técnica sofisticada, contar com profissionais qualificados trabalhando no setor da comunicação, mas será que consegue produzir conteúdo realmente relevante para o público vinculado ao universo rural, nos aspectos vivencial, cultural ou produtivo? O atual contexto global é o de multiplicação de meios e de dispositivos digitais que divulgam uma enorme variedade de conteúdos informativos. No entanto, para a maioria das pessoas, as informações que circulam em diversos suportes digitais de comunicação não tem utilidade objetiva nos sentidos social, cultural e profissional. Elas são produzidas para alimentar uma rede global de entretenimento e de consumo de bens materiais e simbólicos. Então, tais informações descontextualizadas chegam aos grandes produtores rurais, e também aos pequenos agricultores.

Se as atividades agropecuárias são a principal justificativa para a existência dos projetos desenvolvidos e realizados pela SAA, é necessário que os profissionais encarregados de produzir as informações institucionais que ela dissemina, tenham atenção especial com os conteúdos jornalísticos ou extensionistas e com objetivos de atender as demandas técnicas, de formação e de aperfeiçoamento dos diversos nichos da cadeia produtiva agropecuária, para que tais mensagens consigam alcançar todas as atuais vertentes de suas atividades, sejam elas rurais ou urbanas.

É necessário que os conteúdos jornalísticos ou instrutivos que são produzidos pela Secretaria ou pelo Ministério da Agricultura, sejam capazes de despertar a atenção e de influenciar todas as camadas sociais e as diversas especialidades profissionais que integram a complexa cadeia produtiva rural, cujos resultados econômicos têm conseguido sustentar uma grande parcela das populações urbanas interioranas, demonstrando que não é mais possível separar artificialmente o mundo do campo do mundo das cidades.

UMA CATEGORIA DE COMUNICAÇÃO POUCO ESTUDADA E POUCO UTILIZADA

No levantamento inicial realizado para a produção deste artigo não foram encontrados estudos recentes que trabalhem a mesma temática proposta pela pesquisa teórica para o desenvolvimento de uma dissertação de mestrado. A comunicação rural no Brasil, e no Estado de São Paulo precisa ser estudada com profundidade e de maneira sistemática, e com



instrumentos metodológicos específicos e atualizados. Os projetos, as ações de comunicação e de extensão rural não podem deixar de compreender o atual cenário interno do país e quais são as estratégias adotadas pelos governos federal e estadual e pelos setores privados interessados no amplo mercado da economia rural, para assegurar a inserção comercial da produção agropecuária brasileira nos diversos mercados consolidados nas diversas regiões brasileiras e vencer os concorrentes internacionais. Só assim será possível encontrar as maneiras mais adequadas de informar o público que é responsável pelo equilíbrio da balança comercial, além de assegurar o abastecimento interno e a boa qualidade dos alimentos da mesa dos brasileiros.

A informação cotidiana ou especializada que é produzida para o setor, deverá levar em conta o interesse do público e preocupar-se com a adequação de linguagens, de formatos e veículos para informar desde o grande produtor urbano que investe em agronegócios articulados com outras atividades econômicas urbanas, sem se esquecer de priorizar e atender os interesses informativos e instrutivos do médio e do pequeno agricultor familiar. Para Magela (1999), a comunicação rural é desconhecida em sua essência pela maioria dos comunicadores do país. O setor agropecuário brasileiro, como um dos maiores geradores de renda do país, ainda não ocupa na mídia um correspondente espaço, visto que as escolas de comunicação são totalmente alienadas às demandas comunicativas do universo rural e só o contextualizam de forma estereotipada ou caricatural 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. (MAGELA, 1999, p.3).

O mundo rural ainda é muitíssimo relevante para a sociedade brasileira em diversos aspectos, então seria essencial que merecesse a atenção de diversas formas de comunicação diferenciada e especializada, para conseguir retratar com clareza o que se passa nos muitos locais e comunidades que produzem uma imensa diversidade de componentes da cadeia agropecuária nacional. O público que vive no universo agropecuário merece receber um conteúdo claro e objetivo, notícias especializadas e de fácil compreensão, que irão agregar valor informativo e cultural ao setor.

A CONTRIBUIÇÃO DA AGRICULTURA E DA PECUÁRIA NA ECONOMIA

Gonçalves Neto (1997, p. 78) ressalta que na década de 1970 ocorreu uma profunda mudança de orientação do modelo de desenvolvimento agropecuário, que passou a ser



induzido principalmente pela política de créditos facilitados para os proprietários rurais, seguindo a esteira do notável desenvolvimento urbano-industrial daquela época. A produção rural brasileira passou a responder por demandas gerais da macroeconomia, enquanto seus diversos sistemas produtivos foram largamente ampliados em todo o território nacional, todas as atividades do setor foram modernizadas por profundas alterações das técnicas e dos modos de trabalho e de produção, inclusive com a introdução de insumos e de defensivos químicos, de novas formas de manejo de cultivares e das criações de gados, de melhoramento genético vegetal e animal, além da mecanização de diversas atividades rurais. A intensificação da ocupação agropecuária em áreas “virgens” do território brasileiro foi possível graças ao crescimento intensivo do uso da tecnologia mecânica, de adubos químicos, do desenvolvimento científico de formas de cultivos para solos com pouca fertilidade para diversas espécies alimentares, ou até em áreas consideradas inadequadas para o plantio de diversos tipos de grãos, de plantas frutíferas, madeireiras, forrageiras e de pastagens.

O aumento da pesquisa e da assistência técnicas públicas foi decisivo para mudar as configurações do mapa agropecuário brasileiro. Desde o início da colonização portuguesa, a população e as principais atividades produtivas haviam se concentrado ao longo das faixas territoriais litorâneas mais acessíveis e bastante férteis. Primeiro em territórios da zona da mata nordestina, depois nas porções de Mata Atlântica do sudeste e sul, ou em algumas poucas áreas de transição para o cerrado, no interior de São Paulo e de Minas Gerais.

Os anos 1970 foram marcados no Brasil pela intensificação conjugada de êxodo e de migração da população rural. A maior parte das famílias de sitiantes, de meeiros e arrendatários do interior paulista foi tangida pelas transformações bruscas do mundo roceiro que foi tentar a sorte nos polos industriais paulistas. A abertura das regiões de cerrado e da Amazônia também atraiu famílias de todas as regiões de colonização antiga e fez brotar novos povoados e cidades em frentes de atividades madeireiras, agropecuárias e até mineradoras.

O regime militar investiu na modernização e intensificação da produção agropecuária com volumosos financiamentos para compra de equipamentos para cultivo extensivo, como tratores, arados, grades, semeadoras, colhedoras de grande desempenho, pulverizadores e insumos químicos para diversas finalidades. A expansão da economia rural também passou a ser continuamente alimentada pela intervenção estratégica dos primeiros centros públicos nacionais e estaduais de pesquisa e assistência agropecuária, pela intensificação da mecanização e o uso de novos insumos químicos, e pelas vitais ofertas de crédito rural de longo prazo e subsidiado pelo Estado brasileiro.



Com a introdução de novas espécies importadas ou com o desenvolvimento de novas formas de melhoramento genético e de manejo de pastagens, praticamente em todas as regiões brasileiras houve acentuado aumento da atividade de pecuária de leite e de corte. A expansão “colonizadora” mais notável ocorreu nas áreas de cerrado do sudeste e do centro-oeste e em áreas de biomas de transição do cerrado para a região Amazônica e do cerrado para áreas de caatinga do nordeste, como nas áreas de colonização intensiva no Tocantins, Sul do Pará e no Maranhão, leste e norte da Bahia. A criação de “programas nacionais de desenvolvimento” com subsídios oficiais beneficiaram certas regiões e algumas atividades agroindustriais específicas. Além disso, favoreceram a concentração da propriedade da terra e transformaram grande parte dos trabalhadores rurais em assalariados precários, conhecidos como “bóias frias”, que ainda colhem as monoculturas da cana para açúcar e álcool, da laranja e dos cereais alimentícios na maior parte das lavouras brasileiras.

A nova política de desenvolvimento rural proporcionou um relativo apoio aos médios e pequenos produtores concedendo-lhes crédito para melhorar a infraestrutura produtiva e criou órgãos de pesquisa e de assistência rural. Martine e Garcia (1987, p.22) explicam que a decisão dos militares, de investir em agronegócio viabilizou o novo modelo agrícola baseado na tecnificação e utilização maciça de insumos agroindustriais, em grandes empresas rurais bastante produtivas, o que gerou o aumento gradual das exportações de produtos agrícolas e da importância do setor para a composição do PIB e o equilíbrio da balança comercial brasileira. Desde a década de 1970, a oferta de crédito rural se transformou no principal fator de alimentação dos movimentos mudancistas nas configurações das atividades produtivas e do modo de vida populações rurais das diversas regiões brasileiras.

Tão importante quanto à oferta governamental de crédito abundante e subsidiado, foi à criação pelo governo federal de estruturas públicas para o desenvolvimento de pesquisas especializadas e voltadas para o amplo aprimoramento produtivo que atendesse uma grande variedade de atividades rurais. Os modelos de produção agropecuários brasileiros passaram a ser cada vez mais tecnificados, especializados, financeirizados e globalizados. A “nova ordem rural” exigia intenso incremento das estratégias de capacitação tecnológica, profissional e estimulou a renovação cultural de uma extensa e diversificada cadeia produtiva, que passou a agregar cada vez mais atores sociais e a exigir complexidade estrutural, profissional econômica e técnico-científica. Com a expansão nacional da economia agropecuária, despontou durante a ditadura militar, a necessidade de se criar novas estratégias, meios, normas de extensão e de comunicação rural para dialogar com a população rural e



urbana abrangidas pela intensificação e diversificação do setor.

O estado de São Paulo, devido a sua grande população distribuída em mais de 500 municípios, sempre procurou conjugar atividades agropecuárias altamente produtivas, com polos industriais concentrados em regiões metropolitanas. Exatamente, pela grande infraestrutura industrial presentes em diversas regiões paulistas, que foi possível desenvolver no estado, uma grande cadeia de processamento de produtos agropecuários, que fortaleceu ainda mais a economia agroindustrial e o agronegócio paulista. O investimento em recursos e em profissionais capacitados para realizar o planejamento e a difusão de novos conhecimentos e de práticas produtivas para induzir melhoramentos rurais, a partir da aplicação dos resultados derivados das pesquisas realizadas pelas equipes de especialistas e de técnicos financiados pelo Estado, foi fundamental para sustentar as atividades governamentais e também acadêmicas de extensão e de comunicação rural.

SAA: UMA PROTAGONISTA IMPORTANTE

Atualmente a Secretaria de Agricultura e Abastecimento do Estado de São Paulo (SAA) é protagonista em diversas áreas da produção de alimentos e de matérias-primas de origem animal e vegetal, também é estratégica na definição de políticas de abastecimento e de segurança alimentar. A SAA também atua em prol da abertura de créditos agropecuários e na definição de políticas de geração de tecnologias e na elaboração de projetos de produção e difusão de informações dirigidas ao homem do campo. A Secretaria também atende os gestores dos parques agroindustriais e do agronegócio, que são hoje dois setores estratégicos para a composição anual dos índices positivos da economia paulista e brasileira.

Para que a conexão com os setores produtivos seja direta e bem-sucedida, a Secretaria possui além das Casas de Agricultura municipais, uma rede de 40 escritórios de desenvolvimento rural que trabalha em conjunto com 40 escritórios de defesa agropecuária, 6 institutos de pesquisas, 15 polos regionais de pesquisa e 12 centros avançados e especializados por cadeias produtivas. A finalidade dessa extensa estrutura de serviços de assistência técnica, fiscalização e pesquisa, é transferir conhecimento destinando informações especializadas e atualizadas, tanto para as cadeias produtivas agropecuárias urbanas e rurais, quanto para a população que ainda vive no campo.

É necessário que os conteúdos jornalísticos ou instrutivos que são produzidos pela Secretaria ou pelo Ministério da Agricultura, sejam capazes de despertar a atenção e ter



substância informativa para influenciar todas as camadas sociais e as diversas especialidades profissionais que participam da complexa cadeia produtiva rural, cujos resultados econômicos atualmente sustentam um grande número de populações interioranas, demonstrando que não é mais possível separar artificialmente o mundo do campo do mundo das cidades.

Na teoria o Brasil é considerado um país urbano, na prática a urbanidade brasileira é um tanto artificial, porque um incontável número de pequenas e médias cidades brasileiras dependem diretamente da renda gerada pela produção agropecuária de milhares de propriedades agropecuárias distribuídas seus extensos perímetros rurais. O professor e economista José Eli da Veiga realizou estudos para analisar este cenário que muitas vezes se torna de difícil compreensão para alguns e chegou a conclusões que podem revolucionar a estrutura considerada urbanista atualmente:

Podem ser considerados de pequeno porte os municípios que tem simultaneamente menos de 50 mil habitantes e menos de 80 hab/Km², mesmo que tenham menos de 50 mil habitantes. (...) conclui-se então que não pertencem ao Brasil indiscutivelmente urbano, nem ao Brasil essencialmente rural, 13% dos habitantes, que vivem em 10% dos municípios. E que o Brasil essencialmente rural é formado por 80% dos municípios, nos quais residem 30% dos habitantes. (Veiga, 2002, p.34).

Muitas cidades cresceram apenas no número de casas e habitantes, a qualidade de vida não acompanhou o desenvolvimento. O público roceiro perdeu suas características quando saiu da roça e foi para a cidade em busca de uma vida com mais conforto e de possibilidades de educação, de saúde, de convívio social etc. Sem condições de viver em lugares bons ou razoáveis, muitas dessas pessoas que antes viviam em colônias de grandes fazendas ou em bairros rurais com um grande número de famílias de pequenos sítiantes passaram a morar em favelas ou bairros precários, insalubres e sem acesso ao básico, água limpa e energia elétrica ainda eram para poucos.

As zonas urbanas, suburbanas e rurais são cada vez mais interdependentes e os problemas de uma delas também interferem nas outras. Por exemplo, os fenômenos de aglomeração e de congestão



urbana são inseparáveis da debilitação de certas regiões e do êxodo rural. Além disso, os efeitos de proximidade tornam ainda mais manifesta a necessidade de uma abordagem política coordenada, que possa integrar o conjunto dos aspectos do desenvolvimento. Assim, na escala local, os problemas de emprego, de harmonia social, de qualidade de vida- para tomar apenas alguns exemplos- são indissociáveis. (Veiga, 2004, p.27).

O Brasil tem se mostrado um país com muitas regiões sem características rurais ou urbanas mais fortemente demarcadas, pelo fato de não valorizar as diferentes culturas e modos de vida e tentar transformar seres com pensamentos e rotinas diferentes, em brasileiros com um único estilo de vida. Não adianta o país possuir um número mais elevado de cidades, se os pequenos municípios que não conseguem oferecer uma infraestrutura verdadeiramente urbana e autônoma e tem que recorrer aos centros regionais para suprir especialidades médicas, empregos, diversão e estudo superior.

Não existe país que conte mais cidades do que o Brasil. Eram 5.507 há quase três anos, quando houve o último Censo Demográfico. A menor, União da Serra, no nordeste gaúcho, tinha exatos 18 habitantes. (...). O Brasil se distingue mundialmente por considerar como cidades até vilarejos onde não há sequer três escolas. Onde nem existe cinema, teatro, centro cultural, ou transporte coletivo. Onde a urbe é reles ficção. (Veiga, 2004, p. 29).

O trabalho da SAA se torna ainda mais complicado, se de um lado temos um país que não valoriza e nem tenta preservar suas origens rurais, de outro temos um público que necessita de informação estratégica e objetiva, para que consiga seguir atualizado e produtivo. É preciso melhorar a vida no campo e valorizar do trabalho desenvolvido em cada propriedade rural, é necessário acabar com essa ilusão de que o desenvolvimento e o bem estar social estão apenas nas metrópoles. Os insumos alimentícios para sustentar todas as multidões urbanas ainda vêm das plantações rurais, do cultivo de cereais, de frutas e hortaliças,



um trabalho que muitas vezes é realizado em condições precárias e feito por brasileiros esquecidos e considerados atrasados para as populações urbanas embaladas pelos valores da globalização capitalista.

Apesar das tecnologias da atualidade, os ciclos da natureza ainda determinam a maior da produtividade das plantações e dos criatórios de animais e influem no preço dos produtos que vão para a mesa dos brasileiros. Preparar os produtores rurais e dar infraestrutura e informação adequadas para que eles possam desenvolver suas atividades produtivas com maior previsibilidade e segurança, é garantir que a cesta básica será vendida aos consumidores por preços acessíveis. Notícias com público-alvo definido possuem mais chance de levar informação de qualidade e costumam ser atuais porque trabalham com conteúdos verdadeiramente relevantes.

A Secretaria de Agricultura e Abastecimento de São Paulo possui os canais de comunicação considerados mais tradicionais atualmente, o mais utilizado é o site <http://www.agricultura.sp.gov.br/>. Além disso, divulga vídeos institucionais no canal do Youtube, com conteúdo relacionado com os acontecimentos registrados diariamente na sede da SAA e que são considerados relevantes e de interesse da população. Segundo informações divulgadas pela assessoria de imprensa responsável pela comunicação da SAA, os meios digitais são as únicas ferramentas disponíveis para o público-alvo ter acesso às informações produzidas.

Entretanto, o educador brasileiro Paulo Freire, explica que o conceito de “extensão” engloba ações que transformam o camponês em “coisa”, objeto de planos de desenvolvimento que o negam como ser da transformação do mundo rural.

“O mesmo conceito substitui sua educação pela propaganda que vem de um mundo cultural alheio, não lhe permitindo ser mais que isso e pretendendo fazer dele um depósito que receba mecanicamente aquilo que o homem “superior” (o técnico) acha que o camponês deve aceitar para ser “moderno”, da mesma forma que o homem “superior” é moderno”. (Freire, 1983, pg. 4).

Apesar da literatura de Paulo Freire ser considerada antiga por alguns estudiosos, é importante lembrar que o tema abordado ainda se faz atual. Sabemos que a comunicação rural não possui muitos estudos nas áreas e que trabalhos como o do educador continuam servindo



de referência para os pesquisadores da área. Freire defendia que o comunicador ou extensionista não pode e não deve apenas fazer com que sua informação seja aceita de forma passiva pelos agricultores, é preciso que exista uma interação, o feedback continua sendo a melhor resposta para os meios de comunicação, ainda mais em uma época que existem diversos sistemas digitais de comunicação, que permitem a interatividade plena entre emissores e receptores, embora nem sempre a internet de banda larga esteja acessível aos moradores do campo.

O fato da SAA limitar suas notícias apenas ao meio digital faz com que o público-alvo e de características definidas perca um pouco a sua identidade. Os meios digitais estão disponíveis para uma parte da população, mas outros ainda nem sequer possuem alfabetização suficiente para conseguir acessar as notícias de maneira bem sucedida e compreender o conteúdo. Comunicadores gostam de enfatizar a globalização e o acesso as tecnologias da informação, mas acabam deixando de lado um público que merece atenção e que ajuda a segurar a estabilidade do PIB nacional.

Kellner (2001) afirma que os estudos culturais consideram que cada receptor interpreta as mensagens de forma diferente, da mesma forma que cada jornalista, por exemplo, cria um novo significado, produzido a partir de sua interpretação, transmitido aos receptores. A SAA possui como público-alvo produtores rurais, entidades do setor de agronegócios, atende agricultores e associações e organizações públicas e privadas, nota-se que é um público amplo, mas com acesso limitado. Se os agricultores não tem acesso à internet, significa que eles não terão acesso ao conteúdo divulgado. Quando uma organização opta por um determinado tipo de veículo que não está disponível para toda à população, ela limita seu público e anula as chances de outras pessoas conseguirem acessar a informação.

Estudos afirmam que a importância que a mídia dá aos temas voltados para a agricultura é maior que na década anterior, mesmo assim, existe muito a ser feito por parte da imprensa.

“Quando os veículos de comunicação perceberam a importância e o significado da agricultura para o movimento econômico, passaram se voltar mais à comunicação rural, o que acarreta a divulgação de informações técnicas, políticas, econômicas e sociais que podem afetar a vida do homem do campo. Atualmente, os veículos de comunicação publicam diariamente notícias que



despertam o interesse do público que vive na zona rural. Algumas cooperativas utilizam jornais, revistas e programas de rádio e televisão que são destinados exclusivamente aos agricultores, por conter informações que são diretamente importantes em suas atividades agrícolas cotidianas”. (Santos; Camiloti, 2012, pg. 191).

A mídia comercial conseguiu identificar a importância de produzir o conteúdo especializado e voltado para o agronegócio. O sistema capitalista identificou lucro neste segmento e por isso existem canais e programas destinados exclusivamente a este público. Porém, a Secretaria de Agricultura e Abastecimento do estado de São Paulo é um órgão público e deveria prestar serviços para o bem estar e qualidade de vida da população que ainda vive na zona rural. Pessoas que muitas vezes se sujeitam a condições precárias, falta de estrutura, porque ainda acreditam que é possível sobreviver com aquilo que é produzido nas lavouras. Mas são essas mesmas pessoas que hoje exigem informação de qualidade e que agregue valor a sua rotina de trabalho.

“Gradualmente, o nível de consciência dos produtores foi crescendo, organizaram-se em sindicatos e cooperativas, e passaram a exigir mais diálogo e menos propaganda. A informação rural, baseada não mais na difusão unilateral de informações e instruções, mas no diálogo entre os diversos setores que compõe o setor agrícola”. (BORDENAVE, 2003, pg. 79).

Com o passar dos anos, não foi apenas o nível de exigência que aumentou em relação as notícias divulgadas, mas também o senso crítico da população que se tornou mais ativa e menos passiva em relação aos conteúdos produzidos. Hoje, as emissoras consideradas de grande porte no Brasil já não possuem o mesmo percentual de audiência e houve uma migração do público que era considerado “fiel”.



A essência do Brasil é rural, o estado de São Paulo se consolidou como referência através dos trabalhos que foram produzidos nas lavouras com o passar dos anos, tentar aniquilar a vida camponesa e transformar tudo em urbanização só trouxe problemas sociais e financeiros para as famílias. A ilusão de morar em uma cidade fez com que muitos abandonassem uma vida saudável e se sujeitassem a morar em aglomerados construídos em áreas insalubres e perigosas. Talvez, se não houvesse tanto investimento no êxodo rural, hoje não teriam tantas favelas espalhadas, moradores de rua, desemprego e violência em todos os lugares do país. A comunicação teve papel fundamental em toda essa transformação, pela ação da propaganda e das notícias que afirmavam que ser urbano era melhor do que ser “caipira”, muitos se aventuraram em mudar o rumo. E como em toda história, nem todos os personagens tiveram final feliz.

Século 21, ano de 2015, o cenário que temos é o que prioriza a mídia, as tecnologias, o acesso aos equipamentos de última geração, o ter ainda é mais importante que o ser. É fácil encontrar pessoas que não possuem muito estudo, mas que investem em computadores e celulares para se conectar a redes sociais, o mundo está mais conectado que antes. Porém, o que define ainda é o conteúdo procurado, acessado e não o fato de possuir a internet ou outros meios.

A educação continua sendo a base de tudo, saber ler e escrever é uma das coisas que asseguram a evolução social, cultural e econômica dos seres humanos. A mídia permanece comercial e continua focando naquilo que dá lucro, vendendo sonhos que são transformados em ilusão de consumo e também de alienação. A mídia pública não possui forças e realiza o trabalho que quase ninguém vê, viu ou ouviu falar, suas notícias são um pouco mais limitadas por causa do seu acesso restrito. A comunicação é pública, mas não é divulgada e não consegue ter a mesma voz ativa de um veículo comercial. Um dos principais motivos para isso acontecer é que o governo não investe em melhorias para os veículos públicos, que deveriam pela lógica de um serviço público possuir mais qualidade que os meios comerciais.

CONSIDERAÇÕES

Os jornalistas são profissionais preparados para pensar e desenvolver metodologias, organizar sistemas para informar utilizando diversas linguagens, suportes e veículos, para fornecer periodicamente, informações genéricas e especializadas para os diversos setores sociais. Para tanto, utilizam diversas ferramentas e recursos para a produção e



difusão de conteúdos, para tentar atender as necessidades informativas de cada público. Um organismo do estado com profissionais capacitados, estrutura, tecnologias de última geração, tem a responsabilidade de conseguir dialogar simultaneamente com o público rural e com os setores urbanos dependentes da abundante e diversificada produção da terra. Portanto, sua equipe profissional não pode falhar na hora de produzir notícias ou qualquer outro tipo de informação especializada. Consideramos que a comunicação é a base de todos os processos sociais e culturais, se ela for bem feita, conseguirá atingir seus objetivos e servirá como ferramenta essencial para agregar valores decisivos para os segmentos atendidos pela SAA.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABRAMOVAY, Ricardo. **Ruralidade e desenvolvimento territorial**. Gazeta Mercantil. PROCAM. USP, 2001.

BORDENAVE, J.E.D. **O que é Comunicação Rural**. São Paulo: Brasiliense, 1988.

CALLOU, Angelo. B. Fernandes. **Extensão Rural e desenvolvimento local: significados contemporâneos**. UFRPE, Pernambuco, 2005.

CALLOU, Ângelo B. – **Estratégias de comunicação em contextos populares: Implicações contemporâneas no desenvolvimento local sustentável**. In: TAVARES, J. R. e RAMOS, L. (Org) – *Assistência Técnica e Extensão Rural: Construindo o Conhecimento Agroecológico*. Manaus, AM: IDAM, 2006, 128 p.

FREIRE, P. **Extensão ou Comunicação?** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1983.

G. M., KUNSCH, M. M. K. **Comunicação rural-discurso e prática**. Viçosa: Imprensa GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4.ed. São Paulo: Atlas, 2008. II, n. 3, set.1995.

GONÇALVES NETO, Wenceslau. **Estado e Agricultura no Brasil**, São Paulo: Hucitec, 1997.

KUNSCH, M. M. K. Apresentação. In: BRAGA G. M., KUNSCH, M. M.K. **Comunicação rural: discurso e prática**. Viçosa: Imprensa Universitária, 1993.

MARTINE, George; GARCIA, Ronaldo C. **Os Impactos Sociais da Modernização Agrícola**. São Paulo: Caetés, 1987.

MELO, J. M. O Espaço da Comunicação Rural nas Escolas de Comunicação Social. In: BRAGA G.

MOREIRA, Roberto José. **Disputas paradigmáticas nos programas de pós-graduação em**



economia e desenvolvimento rural. Redcapa. UFRRJ. Rio de Janeiro, 1996.

NEVES, J.L. **Pesquisa Qualitativa:** Características, usos e possibilidades. FEA, USP. São Paulo, V.1, 1996.

PERUZZO, C. M. K. **Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania,** 3ª ed., Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2004.

QUEIROZ, A. C. F. A Pesquisa em Comunicação no Brasil - as contribuições da Intercom. In: **I Seminário de Comunicação Rural na UFV,** Viçosa: 1988.

ROSSI, C. **O que é Jornalismo.** São Paulo: Brasiliense, 1989.

SELLTIZ, Wristman Cook. **Métodos de Pesquisa nas relações sociais.** V.1/3. 2.ed. São Paulo: E.P.U, 1987.

SDT/MDA – **Plano Territorial de Desenvolvimento Rural Sustentável – Território do Sisal** – Bahia, 2006, Brasília: Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA).

SILVA, José Graziano da. **O Novo Rural Brasileiro.** Belo Horizonte: Nova Economia, 1997.

TEIXEIRA, E. C. Comunicação e Política Agrícola. In: **Seminário de Comunicação Rural na UFV,** Viçosa: 1988.

TEIXEIRA, J.C. **Modernização da Agricultura no Brasil: Impactos Econômicos, Sociais e Ambientais,** Minas Gerais: 2005.

VEIGA, José Eli da. **Cidades Imaginárias:** o Brasil é menos urbano do que se calcula. 2.ed. Campinas,SP: Autores Associados, 2003.

YIN, Roberto K. **Estudo de Caso:** planejamento e métodos. Porto Alegre: Bookman, 2001.