

## MÍDIA E DESENVOLVIMENTO LOCAL:

### Globo Rural enquanto proposta de Comunicação Rural

Marta Rocha do Nascimento

Este texto tem como proposta apresentar uma análise do programa Globo Rural considerando enquanto proposta de Comunicação Rural partindo do pressuposto de que esse programa desenvolve uma preocupação pedagógica no sentido de informar para promover mudanças voltadas para a modernização da agricultura através da incorporação de novas tecnologias.

A análise que promovemos do programa Globo Rural no nosso estudo de recepção de televisão, não se configura numa análise de conteúdo dentro do modelo tradicional, uma vez que não contempla uma abordagem ideológica que busca revelar a ideologia ou outras questões análogas, mas apreender o sentido geral da proposta do programa. O Globo Rural foi percebido na nossa investigação enquanto proposta de Comunicação Rural, porque observamos que na sua proposta está embutida a preocupação pedagógica no sentido de promover mudanças voltadas para a "modernização" da agricultura através da incorporação de novas tecnologias. O que nos fez desenvolver a hipótese de que o programa Globo Rural possui uma proposta jornalística combinada a uma proposta de Comunicação Rural desenvolvida na perspectiva difusionista-modernizadora.

Para a análise do programa Globo Rural enquanto proposta de Comunicação Rural utilizamos como referencial os modelos de Comunicação Rural adotados no Brasil nas quatro últimas décadas. Nesse sentido, traçamos uma breve trajetória dos modelos desde o difusionismo até a perspectiva das mediações culturais. Conforme síntese apresentada a seguir.

Comunicação Rural: modelo difusionista-modernizador

O modelo difusionista-modernizador, implantado na década de 40 com o objetivo de viabilizar a política modernizadora no meio rural, se institucionalizou no Brasil com a criação da Associação de Crédito e Assistência Rural-ACAR, pelo governo de Minas Geria que posteriormente foi transformada em sistema nacional, através da Associação Brasileira de Crédito e Assistência Rural-ABCAR que na sua última versão, chamou-se de Empresa Brasileira de Assistência Técnica e Extensão Rural-EMBRATER. Esse modelo para ser implantado no Brasil, teve que se utilizar de uma ampla rede de comunicação que compreendia desde a geração de informação através das organizações governamentais pela pesquisa agropecuária, até a prestação de serviços de assistência técnica e extensão rural que foi desenvolvido exemplarmente pela EMBRATER. O modelo de Comunicação Rural oriundo da sistema ABCAR/EMBRATER teve como proposta difundir a modernização no campo. Segundo Angelo Brás Callou e Maria Salett Tauk Santos, essa comunicação teve como característica a difusão de informação tecnológica atrelada à política agrícola do Estado. Segundo Juan Díaz Bordenave, o modelo difusionista-modernizador da agricultura, coloca "forte ênfase na comunicação, tanto das informações necessárias para avaliar e aplicar inovações, quanto das mensagens motivadoras e persuasivas que promovem uma atitude favorável a considerar mudanças no sistema de produção. A noção de que o modelo de Comunicação Rural centrado na difusão de tecnologia e concebido em gabinetes de organizações governamentais ou centros de pesquisa, não foi capaz de contribuir para a superação da pobreza na maioria da população camponesa levou este modelo a sofrer muitas críticas, a principal foi a desenvolvida por Paulo Freire, no que diz respeito ao caráter invasor e domesticador das mensagens difusionistas, que ele apresenta no seu livro "Extensão ou Comunicação?" (1969).

O impasse criado pelo modelo difusionista-modernizador e as condições sociopolíticas do final da década de 70 dão a tônica para o surgimento do modelo participativo de comunicação preocupado com efeito da exclusão provocada pelo difusionismo.

Comunicação Rural: a participação como saída para exclusão

No que diz respeito a Comunicação para o desenvolvimento - "Comunicação Rural" - observa-se na década de 70 o surgimento de uma nova proposta, contrapondo-se ao modelo de difusão de informações - a comunicação participativa/dialógica/horizontal que passa a ser a tônica dos discursos das políticas de desenvolvimento.

A comunicação participativa libertadora, que é adotada na década de 70 na América Latina, desenvolve experiências de Comunicação Rural a partir da proposta da dialogicidade objetivando estimular a participação política dos camponeses.

No final da década de 70 as mudanças ocorridas na economia global vão contribuir decisivamente para o aparecimento de novas formas de relacionamento entre os diversos setores da sociedade, o que levará os trabalhos de Comunicação Rural a sofrer uma série de transformações.

No caso específico do Brasil podemos citar o recuo do Estado como sendo um dos fatores que possibilitou o aparecimento dessas novas formas de relacionamento entre os vários setores da sociedade. À medida em que o poderoso Estado, que a todos cobria com seu imenso guarda-chuva, recua de determinadas obrigações, deixa a sociedade civil mais livre para que ela mesma administre os seus conflitos internos. Na concepção de Callou e Santos, o discurso da participação na Comunicação Rural apesar de ter representado "um avanço significativo em relação aos discursos anteriores, não se materializou na prática". A falta de sintonia entre o discurso e a prática está, segundo Callou e Santos ligada a algumas questões fundamentais: "de um lado a dificuldade em mudar uma prática de 40 anos de Comunicação Rural voltada à persuasão das populações rurais. (...) De outro lado, o desafio de trabalhar com contextos populares rurais sem levar em consideração que esses contextos, historicamente, encontram-se submetidos a um tratamento paternalista do Estado." A compreensão da participação popular adquire uma nova concepção a partir da década de 80, principalmente na América Latina, onde os Estudos de Comunicação apontam para o fato de se passar a compreender os problemas de comunicação indissociados da cultura, promovendo-se uma reatualização dos conceitos de popular e de cultura. Iniciando-se, dessa forma, a construção de uma nova perspectiva da Comunicação Rural.

Comunicação Rural na perspectiva do Desenvolvimento Local

O conceito de Comunicação Rural que contempla a construção do desenvolvimento local tem como base a idéia de se trabalhar a comunicação em contextos populares no sentido de se mobilizar pequenos grupos no município, na comunidade, como esclarecem Callou e Santos:

"A idéia de trabalhar a Comunicação Rural em contextos locais é algo que se desenvolveu independente de paradigmas, tanto pela via da extensão rural do governo, quanto através dos movimentos alternativos capitaneados pela Igreja católica. (...) a compreensão de desenvolvimento local passa agora por um esforço de mobilização de pequenos grupos no município, na comunidade, (...) a fim de resolver problemas imediatos ligados às questões de sobrevivência econômica, (...)". A perspectiva do desenvolvimento local se apresenta, então, como um mecanismo relevante para se alcançar uma maior equidade na qualidade de vida das pessoas. É visto como uma proposta de luta em nível local, permitindo dessa forma encontrar saídas para problemas imediatos como o da fome, do desemprego, da migração, enfim, do problema de exclusão no Brasil.

No processo de desenvolvimento local, segundo Santos, "a construção das velhas identidades nacionais cede lugar à organização popular na comunidade, no município, como ponto de partida à participação dos municípios na construção da nova cidadania, entendida como via para o desenvolvimento local". O modelo de Comunicação Rural construído a partir da perspectiva do desenvolvimento local, segundo Callou e Santos: "sai do patamar genérico das interações entre organizações governamentais e não governamentais, para legitimação de políticas agrícolas ou transformações estruturais, torna-se um instrumento prioritariamente viabilizador de um 'fórum' local com capacidade de definir e gerar localmente políticas de desenvolvimento". Nesse sentido, cabe a Comunicação Rural contemplar aspectos fundamentais das populações rurais, como,

o uso do espaço e do tempo, as formas de organizações para o trabalho, o consumo de bens materiais e simbólicos, as formas e os meios de comunicação adotados por essas populações em sua realidade cotidiana, enfim, contemplar essas e outras mediações culturais, que são importantes para a compreensão das culturas populares.

A partir da compreensão dos modelos de Comunicação Rural, citados acima, realizamos, então, a análise da proposta do programa Globo Rural, conforme apresentaremos a seguir.

Globo Rural: "a imagem do campo"

O Globo Rural é um programa jornalístico de televisão, criado há 19 anos pela Rede Globo de Televisão que conserva até hoje a sua proposta original, acompanhando, no entanto, segundo o seu editor-chefe, Humberto Pereira, todas as mudanças tecnológicas que o gênero jornalístico sofreu ao longo desses anos. A proposta do Globo Rural está especificamente voltada para o segmento rural, no que diz respeito à atividade agropecuária, estando direcionado de maneira predominante para o universo de trabalho dos produtores rurais brasileiros, contemplando, no entanto, outros domínios do universo de suas vidas cotidianas, como: a culinária, a música, as edificações, a organização popular, entre outros.

Na concepção de José Benedito Pinho, o Globo Rural é produzido "sob a ótica do agribusiness, com o produtor rural como protagonista. A esse respeito, Gaudêncio Torquato afirma, a partir da visão dos responsáveis pelo Globo Rural, que esse programa, apoia-se no princípio de que o agricultor tem o direito de ser informado sobre tudo que diga respeito a seu trabalho no campo. Segundo ele esse direito " inclui a necessidade de informação correta e adequada. Informação que possa, de alguma forma, ajudar-lhe a melhorar a sua vida" . Na concepção de Humberto Pereira o objetivo do Globo Rural é: "levar informações, sobre as atividades agropecuárias no Brasil, que venham a "facilitar" a vida dos produtores rurais". Globo Rural enquanto proposta de Comunicação Rural Tendo como objetivo principal, segundo o seu editor-chefe - Humberto Pereira, levar informações que venham a "facilitar" a vida dos produtores rurais brasileiros, no sentido de melhorar as suas condições gerais de vida, o Globo Rural adota características típicas da Extensão Rural - tal perspectiva se materializa no uso da linguagem didática - dentro do modelo difusionista-modernizador, (didática deve ser compreendida nesse estudo no sentido, que foi utilizado pela Extensão Rural para ensinar, demonstrar, comparar, objetivando mudança de hábito, de comportamento dos produtores rurais. deixando transparecer na sua proposta uma nítida preocupação com a mudança de hábitos e comportamentos dos produtores, visando o desenvolvimento rural.

Na definição da proposta do Globo Rural, Humberto Pereira afirma, que o programa tem como objetivo principal levar informações, sobre as atividades agropecuárias no Brasil, que venham a "facilitar a vida dos produtores rurais aumentando a sua produção via aumento da produtividade,(...). Grifamos essa frase, em particular, porque ela nos remete a proposta de modernização no campo desenvolvida pela Extensão Rural - dentro do modelo difusionista-modernizador, que estabeleceu como objetivo a necessidade da transformação tecnológica.

Encontramos em outro depoimento de Humberto Pereira mais alguns elementos que demonstram semelhanças existentes entre a proposta do Globo Rural e a proposta do modelo difusionista-modernizador adotado pela Extensão Rural: "Não somos agrônomos, não fazemos difusão de tecnologia, no sentido estrito do termo, fazemos jornalismo. Mas temos certeza que nossas informações estão acarretando sensíveis transformações no modo de operar determinados sistemas e formas de cultura". Ao fazer essa afirmação Humberto Pereira deixa transparecer a consciência que existe por parte da produção do programa de que o Globo Rural exerce um papel de "facilitador" no processo de adoção de novas maneiras de se desenvolver as atividades no campo. Essa consciência, nos remete à questão da modernização dentro do modelo difusionista-modernizador, no qual, ela é percebida segundo Rogers e Shoemaker, conforme foi citado, anteriormente, como o "processo pelo qual os indivíduos modificam um estilo tradicional de viver

inclinando-se para os avanços da tecnologia e das mudanças rápidas". Quando o editor-chefe do programa diz que: "não fazemos difusão de tecnologia, no sentido estrito da palavra", ou seja, com todos as técnicas utilizados pela Extensão Rural, tais como, visitas individuais, conferências, palestras, discussões de grupos, campanhas etc., uma vez que ele demonstra ter consciência das possibilidades do próprio veículo - televisão deixa-nos entender que de alguma forma, o Globo Rural faz difusão de novas tecnologias, pois como ele mesmo conclui, "(...) temos certeza que nossas informações estão acarretando sensíveis transformações no modo de operar determinados sistemas e formas de cultura".

A palavra transformações poderia ser substituída, nesse caso, por mudanças, que no modelo difusionista-modernizador, é um termo que está restrito à transformação das relações técnicas, ou seja, uma mudança tecnológica.

Humberto Pereira ao ser questionado por Torquato se o papel do "Sistema Globo Rural" é difundir novas tecnologias ou dar assistência técnica, responde que, o "Sistema Globo Rural" quer fazer apenas informação, mas se a informação está educando, é preciso, na concepção dele, que se investigue, pois para ele, o mais importante é apontar os benefícios que estão por trás dessa informação, que é capaz de fazer "pequenos milagres". Como diz Pereira:

"O "Sistema Globo Rural" quer fazer apenas informação. Se a informação educa (...) essa é uma questão que precisa ser avaliada, medida, analisada, discutida. O que importa é apontar os benefícios que estão, por trás de um vasto repertório informativo, exibido por meio de um discurso plástico e atraente, capaz de fazer 'pequenos milagres'". A direção do Globo Rural tem vários exemplos de bons resultados alcançados, a partir das informações dadas pelo programa, como abordamos anteriormente, o caso dos programas que trataram do capim cameron, capim andropogon, a acerola (...), a leucena. Poderíamos acrescentar, a esses exemplos, o caso da graviola de cinco quilos, cuja a semente foi distribuída através de cartas, para diversos produtores rurais, até mesmo para aqueles que não trabalham com a fruticultura, como os produtores de Sapucaia, população estudada, que solicitaram e receberam as sementes dessa graviola, há cerca de dez anos atrás.

Outro exemplo que deve ser destacado e que reforça nossa concepção de que a proposta do Globo Rural pode ser considerada como proposta de Comunicação Rural, dentro do modelo difusionista-modernizador, é o da EMBRAPA, contado por Humberto Pereira, na década de 80:

" A EMBRAPA queria desenvolver sistema de combate às pragas de algodão, usando o sistema de difusão tradicional, para integrar cerca de 150 mil hectares. Nós montamos um esquema de divulgação, no Globo Rural, e pudemos comprovadamente, ampliar a área de cultivo para cerca de 750 mil hectares. Esse é o poder da TV". O depoimento de Humberto Pereira mostra que o Globo Rural estabelece um compromisso com a difusão de tecnologia, quando afirma, que através do sistema tradicional de difusão a EMBRAPA buscava integrar cerca de 150 mil hectares, ou seja, através de técnicas e métodos de trabalhos utilizados pela Extensão Rural, tais como, conferências, palestras, visitas, entre outros. Deixa transparecer que o programa, ao utilizar um método "moderno" de comunicação massiva, através da televisão, cumpre a função de difusor ampliando o número de hectares para 750 mil.

É importante salientar que os meios de comunicação sempre foram utilizados pela Extensão Rural, justamente com esse objetivo, alcançar a curto prazo certas metas concretas.

Torquato ao fazer a análise desse exemplo dado por Humberto Pereira é enfático ao afirmar que "o depoimento de Humberto Pereira mostra como a mídia massiva está contribuindo para o processo de modernização da agricultura brasileira. (...)". É nesse sentido que ele desenvolve a concepção, com a qual comungamos, de que o "Sistema Globo Rural" pode representar a vertente da mídia massiva voltada para a questão das novas tecnologias. O Globo Rural através da informação ou em nome dessa informação divulga o uso diversificado de insumos e produtos, que são na visão de Torquato "objeto freqüente de preocupação do programa". Como

exemplo, podemos citar, o segundo programa do mês de março, que tratou do caso da praga na maçã delta pie. Nessa matéria foi explorado o uso de defensivos, inclusive se utilizando um avião bimotor para a pulverização, contra o tipo de praga que estava acabando com as plantações de maçã. A divulgação do uso diversificado de insumos e produtos também foi amplamente utilizada pela Extensão Rural no Brasil, desde o seu princípio, uma vez que o nosso modelo de extensão foi orientado para a produção especializada - altamente dependente de recursos energéticos, dependente das indústrias de insumos agrícolas etc.

Outro fator que reforça a nossa concepção de que a proposta do Globo Rural pode ser considerado enquanto proposta de Comunicação Rural é o "tom" didático que o programa adota para levar a sua informação até a sua audiência. Questão que será tratada a seguir.

Globo Rural: o "tom" didático da informação

O objetivo da Extensão Rural, desde o princípios, estabeleceu a necessidade da transformação tecnológica, visando obter uma modernização da atividade agrícola. Nesse sentido, para atingir os seus objetivos a Extensão Rural desenvolveu uma série de técnicas e métodos de trabalho, tais como: dinâmicas de grupo; organização de grupos de adultos e jovens; e outras técnicas de persuasão como: visitas individuais, conferências, palestras, discussões de grupos, demonstrações, campanhas de documentação, nas quais, se utilizam os meios de "comunicação de massa".

Observamos, na análise que fizemos do Globo Rural - março/98, que esse programa adota algumas estratégias de comunicação utilizadas pela Extensão Rural. O exemplo, mais forte, está no "tom didático" adotado no discurso do programa bem ao molde da Extensão Rural (educativo/pedagógico). Como exemplo podemos citar a matéria sobre a plantação consorciada de seringueira e palmito a "palmingueira" onde se estabeleceu o seguinte diálogo:

Repórter: "O consorcio de seringueira com palmitos serve para aproveitar o espaçamento que é deixado pela plantação das seringueiras.

Produtor/proprietário: "Estou otimista por isso plantei duas mil mudas".

Agrônomo: "(...) na hora do corte será comparado o melhor sistema do plantio, o sombreamento dado pela seringueira é fundamental para o desenvolvimento do palmito, outra vantagem é aproveitar a estrutura já existente".

Imagem/câmera: o agrônomo ensina como fazer as mudas de palmito em saquinhos plásticos, a câmera vai se aproximando numa sucessão de planos médios e closes, mostrando passo a passo, como fazer as mudas.

Podemos perceber nessa matéria o uso da demonstração, ou seja, "do como fazer"; o uso do depoimento do produtor que funciona como um testemunho; e a preocupação de se captar, através dos planos utilizados pela TV, uma seqüência lógica de imagens onde mostra-se passo a passo como proceder para fazer a produção consorciada de seringueira com palmitos.

É nesse sentido, que acreditamos Globo Rural não se limita a falar, a contar, através da sua informação uma experiência que pode ser adotada, ele mostra através das imagens como fazer, ou seja, ensina como adotar tal experiência, e para reforçar essa adoção se utiliza de depoimentos dados por especialistas ( agrônomos, médicos veterinários, técnicos das empresas governamentais), ou do parecer dos próprios produtores rurais. É através, principalmente da sessão de cartas que a informação do Globo Rural adquire o "tom" didático/pedagógico, como mostraremos nos exemplos a seguir.

No programa do dia 08 de março, foi respondida, uma carta sobre a produção de animais em miniatura. A equipe de reportagem do Globo Rural foi até uma fazenda no interior de São Paulo e mostrou como era feita a produção desses animais. O proprietário de fazenda foi entrevistado, e deu o seguinte depoimento: "(...) chegamos a produção dessas miniaturas graças a seleção genética. (...) essas vacas são boas de leite, dão dois baldes e meio de leite por dia. Cada vaca come dois quilos de rações por dia, chega a pesar 70 quilos".

Em seguida foi dado o parecer do médico veterinário: "(...)essas vacas são mais rústicas que as de tamanho normal, por isso, contraem menos doenças". A repórter questiona quais são as desvantagens de se criar um animal em miniatura, a resposta dada foi a seguinte: "a primeira desvantagem aparece na hora da ordenha, pois como o animal é muito pequeno dificulta o trabalho".

A matéria foi encerrada pela apresentadora do programa, no estúdio de gravação, onde ela ressaltou, que a maior desvantagem, de se criar um animal em miniatura, estava no preço, cada animal custava cerca de R\$: 2.500 (dois mil e quinhentos reais): "o Sr. viu que esses animais são como bicho de estimação e não dá para ganhar de dinheiro".

Nesse exemplo, das mini-vacas, percebe-se nitidamente a presença do aspecto educativo, o programa mostra os animais em miniatura, faz a comparação das vantagens e desvantagens desse animal com o de tamanho normal, e resalta na conclusão da matéria que economicamente não é um bom negócio, na medida em que "não dá para ganhar dinheiro" com esse tipo de animal.

O programa não perde de vista o seu objetivo principal que é fazer com que as atividades produtivas do meio rural sejam desenvolvidas dentro da visão econômica. Portanto a ênfase de que a mini-vaca, custa cerca de dois mil e quinhentos reais, não serve para o abate/corte, o que torna a sua produção, economicamente inviável para os pequenos produtores rurais

Na sessão de cartas do programa, desse mesmo dia, foi respondida uma carta de um produtor Rural de Minas Gerais que queria explicações sobre a cobertura de porcas, como resposta o apresentador do Globo Rural, dá o endereço da Universidade Federal de Lavras - UFLA, para que o produtor possa pedir o impresso intitulado "Boletim Técnico de Lavras/UFLA - série Extensão Rural - cobertura de suínos, no valor de três reais.

A sessão de cartas se configura num exemplo interessante se a considerarmos como o "feed-back" do programa, ou seja, é o espaço que programa tem para verificar, testar, controlar e ajustar a sua informação, aderindo-se dessa forma a uma visão positivista do processo de comunicação, visão essa que foi também adotada pela Extensão Rural moldada pelo modelo difusionista-modernizador.

Nesse processo todas as decisões se centralizam na fonte, no emissor, pois cabe a ela selecionar os conteúdos, ou seja, quais as cartas que serão respondidas pela TV (no "ar"); os meios, se através de alguma reportagem, através dos apresentadores, ou das instituições de assistência técnica etc.; e transmitir as mensagens. Conforme explicitamos, anteriormente. Nesse sentido, a sessão de cartas que é tida pela produção do programa como um "espaço de participação" dos produtores rurais, estabelece a participação do tipo "concedida/constrangida", citada por Horácio Martins de Carvalho, na qual a audiência se limita passivamente, por contingências sócio-econômicas e políticas a receber a informação que o programa julga necessária ser dada a qual será abordada do ponto de vista da produção. Ou seja, a sessão de cartas possibilita o feed-back da mensagem e possibilita a realimentação da proposta do programa. No entanto, acreditamos que a sessão de cartas pode ser considerada como uma "prestação de serviço" aos produtores rurais, ou seja, ela apesar de privilegiar o emissor, não descarta por inteiro as demandas de sua audiência. Na medida em que, o programa sabe que precisa atender a algumas das demandas do seu público receptor, é assim que ele conserva e mantém a hegemonia das suas mensagens, pois como já tivemos a oportunidade de discutir, anteriormente, a mídia não é monolítica, e para se legitimar junto às culturas populares deve incorporar algumas das suas demandas.

Tendo como objetivo "facilitar" a vida do produtor rural, Globo Rural deixa transparecer a preocupação que tem com a expansão do mercado capitalista no qual encontra-se inserido, onde estimula-se o consumo de bens e serviços "modernos" sob o argumento de se "facilitar" a vida dos produtores rurais, na medida em que esses bens e serviços servem para melhorar os índices de produtividade, aumentando a produção agrícola. No entanto, o consumo de bens e serviços modernos só pode ser concretizado por aqueles produtores que têm um maior poder aquisitivo.

Acreditamos que o destino da proposta do Globo Rural parece se assemelhar com o destino da proposta da Extensão Rural, na medida em que tende a "contemplar" apenas os produtores que têm capacidade de absorver as tecnologias modernas apresentadas pelo programa.

Dessa forma, a proposta do programa não consegue contemplar os pequenos produtores rurais de contextos populares, como os do Sítio Sapucaia, que nesse sentido, revivem a sina do pequeno produtor rural brasileiro que desde os primórdios da Extensão Rural, no Brasil, ficaram ao largo das políticas econômicas de desenvolvimento rural, que estiveram voltadas para as necessidades das elites.

Na análise que promovemos dos programas veiculados do mês de março/98, não conseguimos vislumbrar na proposta do Globo Rural um comprometimento com o modelo de Comunicação Rural que vem sendo construído a partir da perspectiva do desenvolvimento local no qual a proposta de comunicação deve contemplar os seguintes passos: promover uma ação econômico-produtiva imediata; garantir a oportunidade para que os projetos de desenvolvimentos sejam resultado das aspirações das pessoas envolvidas e que o apoio governamental em seus diferentes níveis, sirvam como reforço à lógica local.

Portanto, podemos afirmar que o modelo de comunicação adotado pelo programa Globo Rural não está, diretamente, sintonizado com esse desenvolvimento local que busca contribuir para resolver o problema da exclusão social no Brasil. Não estando dessa forma inserido na perspectiva atual dos estudos de comunicação que contempla as mediações culturais.

O Globo Rural não está voltado para uma perspectiva de trabalho próxima às populações de contextos populares rurais levando em consideração os seus problemas mais emergentes. Isso se deve ao fato do Globo Rural está, na nossa concepção, comprometido com um modelo de desenvolvimento que privilegia ações centralizadoras e macro-estruturais.

É nesse sentido acreditamos que o Globo Rural possui uma proposta jornalística combinada a uma proposta de Comunicação Rural voltada para a questão da modernização a partir da perspectiva difusionista-modernizadora.

#### Referências Bibliográficas

- CALLOU, Angelo Brás. ; SANTOS, Maria Salett Tauk. Desafios da comunicação rural em tempo de desenvolvimento local. SIGNO - Revista de Comunicação Integrada. João Pessoa, 1995, anoII, n.03.
- CARVALHO, Horácio Martins. Uma estratégia de desenvolvimento sustentável para o nordeste. PROJETO ÁRIDAS. GT VII - Integração com a Sociedade VII.2 - Participação e Cidadania. Secretaria de Planejamento, Orçamento e Coordenação da presidência da República. Dez./94.
- DÍAZ BORDENAVE, Juan E. O que é comunicação Rural. São Paulo: Editora Brasiliense, 1988.
- IICA/UFRPE/FUNDAJ/FADURPE. Relatório de avaliação do segmento organização/participação comunitária do programa PAC/FUMAC. (pesquisadores responsáveis: Angelo Brás F. Callou e Maria Salett Tauk Santos.). (mimeo.).
- NASCIMENTO, Marta Rocha ; SILVA, Norberta Melo. Políticas de comunicação rural nas organizações não governamentais. In: SANTOS, Maria Salett Tauk.(Org.). Políticas de comunicação rural nos anos 90. Recife: Imprensa Universitária. 1997.
- PEREIRA, Humberto. Entrevista. São Paulo, 1997.
- PINHO, José Benedito. Mídia rural: contornos do mercado de comunicação especializada no Brasil. Anais... Santos, 1997, set. 7-8. INTERCOM - GT/Comunicação Rural.
- SANTOS, Maria Salett Tauk. Globalização e práticas culturais: o local enquanto espaço de (re) construção da cidadania. In: COLLOQUE FRANCO BRÉSILIEEN SFCIC/INTERCOM, 4, 1996. Grenoble, Fr.: Université Stendhal. p. 2. (mimeo.).
- ROGERS, Everett M. ; SHOEMAKER, F. Diffusion of innovations. Califórnia: Sage, 1952.

TORQUATO, Gaudêncio. Mídia massiva e modernização no campo: o caso do sistema Globo Rural. INTERCOM/COMMUNITECH/87. Recife, 1987. (mimeo.).  
( Mestre em Administração Rural e Comunicação Rural pela Universidade Federal Rural de Pernambuco.

Estudo desenvolvido no Mestrado de Administração Rural e Comunicação Rural CMARCR/UFRPE, a partir da linha teórico-metodológica dos estudos mais recentes de Comunicação Rural - os estudos de recepção a partir da perspectiva das mediações culturais - que contempla a comunicação relacionada aos fenômenos da cultura em contextos populares. O resultado desse estudo está na dissertação - Globo Rural e cotidiano em Sapucaia: estudo de recepção do programa Globo Rural pelos pequenos produtores rurais de Sapucaia, Pernambuco. 1999.

Segundo Maria Salett Tauk Santos, a característica fundamental da Comunicação Rural é "se constituir em processo comunicativo na perspectiva de construir mudanças. Construir mudanças é portanto o cerne da Comunicação Rural.(...)". SANTOS, Maria Salett Tauk. Comunicação Rural: velho objeto, nova abordagem - mediação, reconversão cultural, desenvolvimento local. V COLÓQUIO BRASIL-FRANÇA DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. Recife, 1998. p. 2. (mimeo.).

LOPES, Renato Simplício ; e FIGUEIREDO, Romeu Padilha. Apud IICA/UFRPE/FUNDAJ/FADURPE. Relatório de avaliação do segmento organização/participação comunitária do programa PAC/FUMAC. (pesquisadores responsáveis: Angelo Brás F. Callou e Maria Salett Tauk Santos.). (mimeo.). p. 7.

CALLOU. Angelo Brás. ; SANTOS, Maria Salett Tauk. Desafios da comunicação rural em tempo de desenvolvimento local. SIGNO - Revista de Comunicação Integrada. João Pessoa, 1995, anoII, n.03, p. 42-47. IICA/UFRPE/FUNDAJ/ ... p.7. DÍAZ BORDENAVE, Juan E. O que é comunicação rural. São Paulo: Editor Brasiliense, 1988, p. 32. A esse respeito ver: NASCIMENTO, Marta Rocha ; SILVA Norberta Melo. Políticas de comunicação rural nas organizações não governamentais. In: SANTOS, Maria Salett Tauk.(Org.). Políticas de comunicação rural nos anos 90. Recife: Imprensa Universitária. 1997. p.29-51.

Como exemplo desses teóricos Callou e Santos citam, Juan Dias Bordenave através do trabalho - Aspectos y implicaciones políticas de la comunicación participat6ria, 1., 1978, Quito, CIESPAL. (mimeo.) ; Luiz Ramiro Beltrán, através do estudo - Adeus a Arist6teles : comunicação horizontal. Comunicação e sociedade. São Paulo: Cortez Editora, n.6, set. 1981, p.19-32; e João Bosco Pinto. La comunicaci6n participat6ria como pedagogia del cambio : fundamentos epistemol6gicos. In: SEMINÁRIO LATINO-AMERICANO DE COMUNICACIÓN PARTICIPATÓRIA. 1., 1978, Quito, CIESPAL, 1978. (mimeo.). Ver: CALLOU, Angelo Brás. ; SANTOS, Maria Salett Tauk . IICA/UFRPE/FUNDAJ/ ...p.8.

Ibidem, p.9 CALLOU, Angelo Brás. ; SANTOS, Maria Salett Tauk . Desafios d comunicação rural ... p.45. O desenvolvimento local é uma perspectiva qu começa em meados dos anos 80, como uma resposta as crises e a insuficiência das respostas macro para aportar uma maior compreensão ao potencial latino-americano. Como argumentam Carlos A, Antmann e Liliana Larrañaga: "El hecho de aceptar lo específico de cada región, de cada localidad, de cada área rural, lleva a terminar com la concepción centralista para reconocer la importancia de cada actor en la definición de las características y de las metas de los procesos de desarrollo". O processo de desenvolvimento local traz em seu bojo a participação como condição imprescindível para que possa se efetivar. A participação dos atores locais, se configura, no elemento articulador do processo.

Santos desenvolve a concepção de que os diversos atores sociais desenvolver u trabalho de concertação, o que significa, uma forma de cooperação entre os diversos setores sociais em busca de um mesmo fim. O que não significa desaparecimento dos conflitos sociais, das discordâncias ou a neutralização mútua, mas, o êxito do processo de desenvolvimento local depende da possibilidade que os atores sociais têm de objetivar os seus conflitos. Na verdade, cada ator deve subordinar seus interesses individuais a um interesse coletivo, mas, sem necessariamente negar aqueles interesses. Para Santos, o

local se constitui hoje no espaço privilegiado para o desenvolvimento das relações das culturas locais, "de assimilação, rejeição e refuncionalização da cultura global hegemônica, constituindo aquilo que o sociólogo inglês Roland Robertson chama de "glocalização", uma mistura de globalização com característica locais." Ver: SANTOS, Maria Salett Tauk. Globalização e práticas culturais: o local enquanto espaço de (re) construção da cidadania. In: COLLOQUE FRANCO BRÉSILIEEN SFCIC/INTERCOM, 4, 1996. Grenoble, Fr.: Université Stendhal. p. 2. (mimeo.).

SANTOS, Maria Salett Tauk ; CALLOU Angelo Brás. IICA/UFRPE/FUNDAJ/ .... p 13. O Globo Rural é apresentado semanalmente nas manhãs de domingo, atingindo no ano de 1997, a marca de 900 programas. PEREIRA, Humberto. Entrevista. São Paulo, 1997.

PINHO, José Benedito. PINHO. Mídia rural: contornos do mercado de comunicação especializada no Brasil. Anais... Santos, 1997, set. 7-8. INTERCOM - GT/Comunicação Rural. p. 1. TORQUATO, Gaudêncio. Mídia massiva e modernização no campo: o caso do sistema Globo Rural. INTERCOM/COMMUNITECH/87. Recife, 1987. (mimeo.). p.3. PEREIRA, Humberto. Entrevista... PEREIRA, Humberto Entrevista... Dessa forma, o modelo difusionista-modernizador visava obter um modernização do setor agrícola, mediante a incorporação de técnicas avançadas que permitissem elevar a produção através do aumento da produtividade, o que significa a nível ideológico um aumento de renda familiar e conseqüentemente uma melhoria na qualidade de vida da população rural. Ou seja, a incorporação de tecnologias "modernas" se apresentam como uma alternativa para o desenvolvimento rural.

PEREIRA, Humberto. Apud. TORQUATO, Gaudêncio. Mídia massiva desenvolvimento...p.5. ROGERS, Everett M. ; SHOEMAKER, F. Diffusion o innovations. Califórnia: Sage, 1952. p . 40.

A esse respeito ver: PEREIRA, Humberto. Apud. TORQUATO, Gaudêncio. Mídia massiva e desenvolvimento .... p. 6. Idem, Ibidem Ibidem, p. 8. O feed-back tem como função realimentar o processo de comunicação, que na verdade deixa de ser comunicação, na medida em que se estabelece uma espécie de monólogo no qual se privilegia o emissor ou o iniciador do processo. O feed-back, dessa forma, não abre espaço para o diálogo. O receptor é tido, então, como passivo submetendo-se apenas a escutar e obedecer.

CARVALHO, Horácio Martins. CARVALHO, Horácio Martins. Uma estratégia d desenvolvimento sustentável para o nordeste. PROJETO ÁRIDAS. GT VII - Integração com a Sociedade VII.2 - Participação e Cidadania. Secretaria de Planejamento, Orçamento e Coordenação da presidência da República. Dez./94. Ou seja, a culturas hegemônicas/massivas para serem eficazes não podem se limitar a impor. Por isso desde o momento de sua produção elas incluem nos objetos, nos desenhos, na função e no sentido, não apenas os seus interesses setoriais, mas também, as demandas das culturas populares o que faz com que esses produtos sejam úteis e significativos para a maioria. Nesse sentido, podemos acreditar que mesmo os pequenos produtores rurais das regiões menos contempladas pelo Globo Rural, como os de Sapucaia, em parte, encontram na ação da cultura massiva/hegemônica algo útil para as suas necessidades. Sendo assim o serviço prestado não é inteiramente ilusório, por isso as culturas populares, onde estão inseridos os pequenos produtores emprestam seu consenso, concedendo a cultura massiva/hegemônica uma certa legitimidade.

Æ

„ö „ü „7 dh

0 0

0 1

a5

<

F H

I

YüYÖYüouYüYüouYüYüYÄYüYüYÄYüYüçüYüYüYüYäYüYüYüYüYü

5 •B\*

B\* CJ

5 •B\* CJ

5 •6 •B\* CJ



