

MARIA INÊS GONÇALVES DA SILVA

**PROGRAMA *PROSA RURAL*: (DES) ENCONTROS ENTRE A COMUNICAÇÃO E
EXTENSÃO RURAL**

Dissertação apresentada à Universidade Federal de Viçosa, como parte das exigências do Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural, para obtenção do título de *Magister Scientiae*.

Orientadora: Ivonete da Silva Lopes

**VIÇOSA - MINAS GERAIS
2019**

**Ficha catalográfica preparada pela Biblioteca Central da Universidade
Federal de Viçosa - Câmpus Viçosa**

T

S586p
2019
Silva, Maria Inês Gonçalves da, 1992-
Programa Prosa Rural : (des)encontros entre a comunicação
e extensão rural / Maria Inês Gonçalves da Silva. – Viçosa, MG,
2019.
104 f. : il. (algumas color.) ; 29 cm.

Inclui anexo.

Orientador: Ivonete da Silva Lopes.

Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Viçosa.

Referências bibliográficas: f. 96-102.

1. Comunicação no desenvolvimento rural - Brasil.
 2. Extensão rural. 3. Prosa Rural (Programa de rádio).
- I. Universidade Federal de Viçosa. Departamento de Economia Rural. Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural.
II. Título.

CDD 22. ed. 630.7150981

MARIA INÊS GONÇALVES DA SILVA

**PROGRAMA *PROSA RURAL*: (DES) ENCONTROS ENTRE A
COMUNICAÇÃO E EXTENSÃO RURAL**

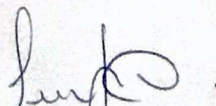
Dissertação apresentada à Universidade Federal de Viçosa, como parte das exigências do Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural, para obtenção do título de *Magister Scientiae*.

APROVADA: 24 de setembro de 2019.

Assentimento:

Maria Inês Gonçalves da Silva

Maria Inês Gonçalves da Silva
Autora



Ivonete da Silva Lopes
Orientadora

RESUMO

SILVA, Maria Inês Gonçalves, M.Sc., Universidade Federal de Viçosa, setembro de 2019. **Programa *Prosa Rural*: (des)encontros entre a comunicação e extensão rural**. Orientadora: Ivonete da Silva Lopes.

A partir das interrelações entre a comunicação e extensão rural, essa dissertação buscou refletir sobre as possibilidades de contribuição do programa radiofônico *Prosa Rural*, produzido pela Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa), para a Assistência Técnica e Extensão Rural (ATER). Esses serviços, atualmente guiados pela Política Nacional de Assistência Técnica e Extensão Rural (Pnater) contribuem ao desenvolvimento das famílias rurais, especialmente para a agricultura familiar. Tendo em vista que *Prosa Rural* atua na democratização do acesso à informação e conhecimento para essa categoria, a presente pesquisa objetivou analisar se o programa atua em consonância com a Pnater, estabelecendo uma comunicação rural em conformidade com seus próprios objetivos no que tange a priorização da agricultura familiar. O aporte teórico foi composto pelos estudos dos conceitos de comunicação e extensão rural, bem como da comunicação institucional. Utilizou-se ainda da análise documental e entrevista com o supervisor do *Prosa Rural* para compreensão das perspectivas da Embrapa. A análise dos dados, composta por 34 edições, foi realizada a partir da correspondência ou distanciamento com as perspectivas da Pnater. Como resultado, constatou-se que diversos aspectos sinalizam para coerência do programa com os serviços de ATER guiados pela política: predomínio de temas e conteúdo que contemplam a produção agrícola familiar, produção agroecológica ou orgânica, preservação ambiental e dos recursos naturais; baixo custo das tecnologias propostas; estímulo da autonomia dos agricultores; predomínio de linguagem simples e coloquial. Contudo, o *Prosa Rural* também apresenta algumas limitações: restrição ao debate de temas que sejam estritamente da Embrapa ou vinculados a ela, fato que sugere o uso desse canal com vistas a sua promoção institucional; centralidade para aspectos agrícolas refletindo um viés produtivista historicamente estimulado pela empresa; e déficits no que tange a promoção da construção coletiva, dado ausência de espaços e dispositivos de participação no programa para os agricultores familiares. Ao final, conclui-se que é possível pensar em uma atuação conjunta aos serviços de ATER, desde que tais obstáculos sejam revistos e superados.

Palavras-chave: Comunicação Rural. Extensão Rural. *Prosa Rural*.

ABSTRACT

SILVA, Maria Inês Gonçalves, M.Sc., Universidade Federal de Viçosa, September, 2019. ***Prosa Rural* radio program: (mis)match between communication and rural extension.** Adviser: Ivonete da Silva Lopes.

From the interrelations between communication and rural extension, this dissertation sought to reflect on the contribution possibilities of the radio program *Prosa Rural*, held by the Brazilian Agricultural Research Corporation (Embrapa), for Technical Assistance and Rural Extension (ATER). These services, currently guided by the National Policy for Technical Assistance and Rural Extension (Pnater), contribute to the development of rural families, especially for family agriculture. Whereas the *Prosa Rural* program acts in the democratization of access to information and knowledge for this category, the present study aimed to analyze if the program acts in line with Pnater, establishing a rural communication in accordance with its own objectives regarding the prioritization of family farming. The theoretical framework was composed by studies of communication concepts and rural extension, as well as institutional communication. It was also used the documental analysis and interview with the Supervisor of *Prosa Rural* to comprehend the perspectives of Embrapa. The data analysis, composed of 34 editions, was performed from the correspondence or distance with the perspectives of Pnater. As a result, it was found that several aspects signal the program's coherence with the ATER services driven by the policy: predominance of themes and content that include family agricultural production, agroecological or organic production, environmental and natural resources preservation; low cost of the proposed technologies; stimulation of farmers' autonomy; predominance of simple and colloquial language. Although, *Prosa Rural* also demonstrates some limitations: restriction to the debate on topics that are strictly or linked to Embrapa, a fact that suggests the use of this channel for its institutional promotion; centrality to agricultural aspects reflecting a productivist bias historically stimulated by the company; and deficits regarding the promotion of collective construction, given the absence of spaces and devices for participation of family farmers in the program. Lastly, it is concluded that it is possible to think of acting jointly with ATER services, as long as such obstacles are reviewed and overcome.

Keywords: Rural Communication. Rural Extension. *Prosa Rural*.

LISTA DE QUADROS E FIGURAS

Quadro 1 - Relação dos documentos da Embrapa e agricultura familiar.....	50
Quadro 2 - Relação de edições que abordam a extensão rural.....	63
Quadro 3 – Categorias e indicadores da análise de conteúdo do Prosa Rural	67
Figura 1: Mapas das rádios parceiras que transmitem o Prosa Rural e distribuição regional da grade de programas, respectivamente.	59
Figura 2 - Classificação das edições por tema.....	71

LISTA DE ABREVIATURAS

ABCAR - Associação Brasileira de Crédito de Assistência Rural

ACAR - Associação de Crédito Assistência Rural

ACS - Assessoria de Comunicação Social

AIA - *American International Association for Economic and Social Development*

ANATER - Agência Nacional de Assistência Técnica e Extensão Rural

ATER - Assistência Técnica e Extensão Rural

CNA - Confederação Nacional da Agricultura

CONDRAF - Conselho Nacional de Desenvolvimento Rural Sustentável

CONTAG - Confederação Nacional dos Trabalhadores da Agricultura

CPAC - Centro Nacional de Pesquisa de Cerrados

DATER - Departamento de Assistência Técnica e Extensão Rural

DTT - Departamento de Transferência de Tecnologia

EBC - Empresa Brasil de Comunicação

EBDA- Empresa Baiana de Desenvolvimento Agrícola S.A

EMATER - Empresa Estadual de Assistência Técnica e Extensão Rural

EMBRAPA - Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária

EMBRATER - Empresa Brasileira de Assistência Técnica e Extensão Rural

FAO - Organização das Nações Unidas para a Alimentação e Agricultura

INCAPER- Instituto Capixaba de Pesquisa, Assistência Técnica e Extensão Rural

INCRA - Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária

MAPA - Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento

MDA - Ministério do Desenvolvimento Agrário

MDS - Ministério do Desenvolvimento Social

MST - Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra

ONGs - Organizações não governamentais

PAA - Programa de Aquisição de Alimentos

PGPAF - Programa de Garantia de Preços para Agricultura Familiar

PNATER - Política Nacional de Assistência Técnica e Extensão Rural

PND- NR - Plano Nacional de Desenvolvimento da Nova República

PNHR - Programa Nacional de Habitação Rural

PRONAF - Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar

PT - Partido dos Trabalhadores

RNR - Rede Nacional de Rádio

SAC - Serviço de Atendimento ao Cidadão

SEAD - Secretaria Especial de Agricultura Familiar e do Desenvolvimento Agrário

SECOM - Secretaria de Comunicação

SIA - Serviço de Informação Agrícola

SIBRATER - Sistema Brasileiro de Assistência Técnica e Extensão Rural

SIN - Secretária de Inovação e Negócios

TT - Transferência de Tecnologia

SUMÁRIO

Introdução	9
Metodologia.....	14
CAPÍTULO 1: Perspectivas históricas: compreendendo o contexto das relações entre a comunicação e extensão.....	16
1.1. O princípio das relações: um modelo linear de comunicação e extensão rural	17
1.2. A perspectiva da relação dialógica.....	20
1.3. Proposições de mudanças da ação extensionista.....	22
1.4. Agricultura familiar diante da ação extensionista pública	25
1.4.1. Agricultura familiar no contexto brasileiro.....	25
1.4.2. Os serviços de ATER públicos voltados à agricultura familiar	27
1.4.3. Retrocessos políticos.....	30
1.4.4. As incertezas que circundam a extensão rural para agricultura familiar	33
CAPÍTULO 2: Comunicação na Embrapa, interesses e arranjos institucionais ...	35
2.1. Comunicação organizacional: situando o institucional.....	35
2.2. Percurso histórico da comunicação da Embrapa.....	38
2.3. A Política de Comunicação da Embrapa.....	42
2.4. As interrelações da Embrapa com o trabalho extensionistas	45
2.5. Transferência de tecnologia e a (in)comunicação com agricultura familiar	48
2.6. Por que (estudar) o rádio?	53
2.6.1. O instrumento radiofônico	53
2.6.2. A escolha do rádio pela Embrapa: materialização do <i>Prosa Rural</i>	57
CAPÍTULO 3: <i>Prosa Rural</i> e as interrelações com a ATER.....	63
3.1. <i>Prosa Rural</i> e sua atuação concomitante com a Extensão Rural	65
3.1.1. O processo de definição dos temas	68
3.1.2. Conteúdos.....	72
3.1.3. Linguagem e formas de abordagens.....	76
3.1.4. Acesso e participação	83
Considerações finais	90
Referências bibliográficas.....	96
Anexos.....	103

Introdução

Os serviços de Assistência Técnica e Extensão (ATER) públicos são fundamentais para o desenvolvimento das famílias rurais, especialmente para a agricultura familiar. Frente às dificuldades enfrentadas pelo serviço no que tange a escassez de recursos nos últimos anos, propõe-se, nessa dissertação, refletir sobre as possibilidades de contribuição do programa radiofônico *Prosa Rural*, produzido pela Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa) para a ATER. Tendo em vista que o programa atua na democratização do acesso à informação e conhecimento para a agricultura familiar, o estudo perpassa pela investigação das interrelações comunicação e extensão rural.

Os serviços de ATER implantados no Brasil a partir da década de 1940 passaram por diversas mudanças no que se refere ao seu entendimento e diretrizes. Atualmente, esses serviços são orientados pela Política Nacional de Assistência Técnica e Extensão Rural (Pnater), lançada em 2004 e instituída pela Lei nº 12.188 de 2010. De acordo com as diretrizes legais, a ATER pode ser definida como um serviço de educação não formal de caráter continuado no meio rural. Visa promover processos de gestão, produção, beneficiamento e comercialização das atividades e dos serviços agropecuários e não agropecuários, incluindo também atividades agroextrativistas, florestais e artesanais (BRASIL, 2010).

A Pnater trouxe avanços nas reflexões acerca do papel da extensão rural, uma vez que interpreta o meio rural para além de um espaço exclusivo de produtividade agrícola, relações verticais e priorização de questões econômicas. Sua institucionalização veio a oferecer novas instruções teóricas e metodológicas para a prática extensionista, a medida em que decorre de uma “análise crítica dos resultados negativos da Revolução Verde e dos problemas já evidenciados pelos estudos dos modelos convencionais de ATER baseados no difusionismo” (BRASIL, 2004).

Dentro da proposta de adoção de metodologias participativas preconizadas pela Pnater, a comunicação enquanto promotora de relações dialógicas vem como premissa dos processos que envolvem a ação extensionista. Nesse sentido, “a nova perspectiva exige que o extensionista seja um mediador de saberes e conhecimentos, um agente impulsionador do desenvolvimento das comunidades rurais” (CAPORAL, RAMOS, 2006, p. 6). Na medida em que comunicação rural consiste em uma ferramenta fundamental para ação extensionista, a partir da Política esses serviços passam pelo desafio de adaptar suas práticas a uma comunicação mais dialógica.

A Pnater também se insere nas estratégias governamentais de apoio a agricultores familiares, visto inclui-los como público beneficiário principal dos serviços de ATER públicos.

Cabe mencionar que, para efeitos legais, são considerados agricultores familiares e empreendedores familiares rurais indivíduos que praticam atividade no meio rural atendendo os seguintes requisitos:

- I - Não detenha, a qualquer título, área maior do que 4 (quatro) módulos fiscais;
- II - Utilize predominantemente mão-de-obra da própria família nas atividades econômicas do seu estabelecimento ou empreendimento;
- III - tenha percentual mínimo da renda familiar originada de atividades econômicas do seu estabelecimento ou empreendimento, na forma definida pelo Poder Executivo (BRASIL, 2006).

Historicamente deixada à margem das políticas governamentais, a agricultura familiar brasileira somente conquista espaço na agenda pública a partir de meados da década de 1990, em decorrência das reivindicações do movimento sindical dos trabalhadores rurais que lutavam por amparo legal. A partir de então, o reconhecimento institucional por parte do Estado dessa categoria resultou na criação do Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (Pronaf), em 1996, como política instituída para amenizar as desigualdades no campo da agricultura, visto que até então, as políticas estatais contemplavam apenas os grandes e médios produtores (AQUINO, SCHENEIDER, 2015).

As ações governamentais em defesa da agricultura familiar se ampliam especialmente a partir do início dos anos 2000, quando do governo do presidente Luís Inácio Lula da Silva (2003-2011). Nesse cenário, a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa), vinculada ao Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), sinaliza, ao menos em tese, para um esforço de adequação ao posicionamento do poder político de apoio a essa categoria com o lançamento do programa radiofônico *Prosa Rural*. Através desse instrumento de comunicação, a Embrapa passa a atuar com vistas a levar especialmente à agricultores familiares resultados das suas pesquisas de uma forma mais simples e acessível.

A comunicação rural, conforme define Bordenave (1983), caracteriza-se como um processo amplo, estabelecido entre os vários atores sociais que compõem o rural, bem como entre seus conjuntos, tais como grupos, associações, empresas e famílias. Envolve, na perspectiva do autor, trocas de informações, constituição de diálogos e busca por soluções de questões em comum dos interlocutores. Trata-se, portanto, de qualquer interação comunicacional que afeta em alguma medida o cotidiano rural. Sendo assim, se faz presente também no concerne da extensão rural, seja no amparo de mediações das relações, processos de difusão de informações e conhecimentos ou mesmo nos métodos educacionais.

Nessa perspectiva, o programa foi criado com o objetivo de promover a democratização do acesso às informações tecnológicas e conhecimentos gerados pela ciência, através da Embrapa. Conforme seus idealizadores, a proposta versa por difundir a pesquisa científica e tecnológica através de uma linguagem fácil e regionalizada, de forma que possam ser compreendidas e aplicadas nas propriedades. Sua veiculação é gratuita e acontece principalmente através de emissoras de rádio parceiras que fazem a transmissão semanal com duração de 15 minutos. Atualmente, além do dispositivo radiofônico o qual permanece como principal meio de veiculação, o programa também pode ser acessado pela internet e aplicativo de celular (MIURA, BELTRÃO, 2016; EMBRAPA, 2019).

O *Prosa Rural* já possui alcance em todo território brasileiro, sendo transmitido atualmente por mais de 1 mil emissoras, além de contar com o apoio de outras parcerias como a Rede Nacional de Rádio (RNR) que ampliam o número de transmissão. O uso do rádio para a materialização da proposta possui diversas vantagens em relação a outros meios de comunicação: oferece mobilidade aos usuários a medida em que pode ser usado em diversos ambientes e com concomitância com outras atividades; o uso da linguagem oral e o baixo custo de aparelho o torna um instrumento de acesso democrático, do ponto de vista de inclusão da população analfabeta e camadas mais pobres; além disso, sua penetração é abrangente em termos geográficos, chegando a localização mais remotas (ORTRIWANO, 1985).

Nesse sentido, o uso estratégico desse meio de comunicação possibilita de forma facilitada a chegada de informação no meio rural. Tendo em vista que a comunicação rural envolve os vários agentes sociais que compõem ou interagem com o meio rural, compreende-se o *Prosa Rural* como importante dispositivo nessa dinâmica, uma vez que a Embrapa se coloca em posição de interesse no melhoramento da vida rural ao buscar possibilitar o acesso à informação entre componentes do setor rural, os agricultores familiares.

Partindo do pressuposto que os processos de comunicação rural e extensão convergem do ponto de vista da promoção da informação e conhecimento no meio rural, essa dissertação se propõe a refletir sobre o programa enquanto ferramenta de contribuição para os serviços de ATER em benefício da agricultura familiar. Desprovidos de recursos financeiros em relação aos médios e grandes produtores, a maior parte dos agricultores familiares se encontra dependentes dos serviços do Estado, que ao longo dos anos passou por reduções e cortes. A desestruturação dos escritórios locais e o reduzido quadro de funcionários nos serviços de ATER públicos ainda são problemas frequentes. Somados ao processo de desmonte nos anos de 1990, que

não se recuperou ao longo dos anos, a grave crise econômica no Brasil a partir de 2014, piorou a restrição orçamentária para as instituições públicas de ATER (CASTRO, PEREIRA, 2017).

Diante desse cenário, esse estudo visa investigar sobre os desdobramentos do *Prosa Rural*, não apenas do ponto de vista informacional, mas das suas possibilidades de atuação conjunta ou auxiliar aos serviços de ATER. Dentre as muitas responsabilidades atribuídas aos extensionistas, acredita-se que intervir no acesso à informação e conhecimento por parte da população rural seja de fundamental importância e o primeiro passo para construção do desenvolvimento rural. Nessa perspectiva, pretende-se refletir como esse programa, na qualidade de viabilizador de uma comunicação rural, pode (ou não) se constituir em ferramenta alternativa para auxiliar, ainda que de forma indireta, os serviços de ATER, atualmente preconizados pela Pnater.

Por um lado, a proposta do programa apresenta-se à primeira vista aspectos positivos no que se refere a priorização da agricultura familiar como público principal, democratização do acesso a conhecimentos científicos e tecnológicos que podem vir a contribuir com o desenvolvimento das famílias rurais ouvintes, e materialização através de um meio de comunicação popular nas áreas rurais, o rádio. Por outro, não se pode esquecer que a instituição produtora do programa, a Embrapa, se destaca na difusão e transmissão de informações e conhecimentos no campo, cujo foco se encontra na inovação tecnológica e produção e disseminação de conhecimento científicos, perspectivas essas mais próximas as diretrizes do difusionismo e contrárias a Pnater.

Dessa forma, o objetivo geral dessa pesquisa consiste em analisar se o *Prosa Rural* atua em consonância com a Política Nacional de Assistência Técnica e Extensão Rural (Pnater), estabelecendo uma comunicação rural em conformidade com seus próprios objetivos no que tange a priorização da agricultura familiar. Para cumprimento desse propósito, foram traçados ainda, os seguintes objetivos específicos: Compreender a atuação do *Prosa Rural* no acesso à informação e seu papel na comunicação rural; refletir sobre as possibilidades de contribuição do programa para o desenvolvimento da categoria agricultura familiar; e investigar sobre a possível atuação do *Prosa Rural* enquanto colaborador para o trabalho extensionista direcionado pela Pnater.

Além da presente introdução, a estrutura dessa dissertação está organizada a partir de outras sete seções, são elas: metodologia, capítulo 1, capítulo 2, capítulo 3, considerações finais, referências e anexo. O primeiro capítulo se dedica aos estudos acerca da comunicação rural e

extensão rural, as interrelações desses dois campos de análise e contexto de inclusão da agricultura familiar nas pautas governamentais nos serviços de ATER. O segundo, por sua vez, trata da comunicação organizacional e institucional, conceitos importantes para o entendimento sobre o papel exercido pelo *Prosa Rural*. Reflete-se ainda sobre processos comunicacionais da Embrapa para compreender tais processos diante de seus públicos, especialmente da agricultura familiar. Estudos sobre o principal instrumento que viabiliza o programa, o rádio, também são apresentados nesse capítulo. Por fim, o terceiro e último capítulo dedica-se a análise do *Prosa Rural*. Investigou-se, através da escuta do programa e debate dos dados obtidos com as diretrizes da Pnater, as possibilidades de alinhamento e contribuição do programa com a ATER.

Metodologia

A presente pesquisa foi realizada a partir de três procedimentos metodológicos principais: pesquisa bibliográfica, documental e entrevista. Para o primeiro, o aporte teórico foi composto pelas discussões relacionadas à comunicação rural e extensão rural, somados ao conceito de comunicação organizacional que implica no entendimento da comunicação institucional. O estudo sobre esse conceito foi relevante para debate sobre os desdobramentos do programa radiofônico *Prosa Rural*, uma vez trata-se de um produto de uma instituição que possivelmente a promove institucionalmente.

Além da literatura disponível sobre os temas citados, utilizou-se no embasamento teórico a pesquisa documental. Foram utilizados documentos oficiais da Embrapa que regem sobre posicionamento da empresa e direcionam suas ações. Entre tais documentos, destaca-se a Política de Comunicação¹, lançada em 1996 e atualizada em 2004, com o propósito de orientar e as ações estratégicas de comunicação da instituição tanto no ambiente interno como no externo; e ainda o Plano Diretor da Embrapa (PDE)², documento orientador das ações da empresa, que estabelece diretrizes e grandes linhas de direcionamento para as atividades a serem desenvolvidas. Sua primeira versão foi lançada em 1988, e segue em constante atualização. Até o presente momento dessa pesquisa seis versões foram publicadas pela empresa, sendo a última datada no ano de 2014 com vigor até o ano de 2034.

Para compreensão do objeto dessa pesquisa, o *Prosa Rural*, também se fez o uso da análise documental. Além dos manuais de produção do programa e edital de seleção de temas, utilizou-se o site oficial do programa, disponível na plataforma da Embrapa, para constante atualização sobre o programa, bem como acesso aos programas já transmitidos, os quais se encontram disponível na plataforma para audição ou download, e que foram a base de dados principal para compreensão do programa.

A composição da amostra foi realizada mediante relação expressa com a extensão rural. Dentre as 1866 edições regulares transmitidas até o presente momento, junho de 2019, incluindo todas as regiões do país, selecionou-se aquelas em que apresentavam em seus títulos ou resumos as palavras chaves “extensão rural” e/ou “extensionista (s)”. Dessa forma, foi possível localizar através dessa primeira busca 52 edições, das quais, após análise manual, 10 foram eliminadas por tratar-se de repetições. A seguir, foi realizada audição de todas dessa primeira

¹ Disponível em: <https://www.embrapa.br/documents/10180/32571802/Pol%C3%ADtica+de+Comunica%C3%A7%C3%A3o/b251ec43-51b0-3c91-650e-4f2beae17340>.

² Todas as edições do Plano Diretor da Embrapa podem ser acessadas através do link: <https://www.embrapa.br/plano-diretor>

amostra, o que resultou na eliminação de oito edições visto não apresentarem dentro da programação nenhuma correspondência expressa com os serviços de ATER. Portanto, a amostra final foi composta por 34 edições regulares, conforme apresentado e discutido no capítulo 3 da presente dissertação.

A partir da reunião desses dados, a discussão foi organizada, conforme proposta da própria autora, a partir da extração das informações de cada edição, com base nos seguintes aspectos: temas abrangidos pela discussão, características da linguagem utilizada, conteúdos apresentados e sua adequação e possibilidades de aplicação pela agricultura familiar, formas de acesso e participação. Esses eixos de análise foram ainda estudados a partir de um olhar de correspondência ou distanciamento com as perspectivas da Política Nacional de Assistência Técnica e Extensão Rural (Pnater), a fim de refletir sobre as possibilidades de uma atuação conjunta em benefício da agricultura familiar.

De forma complementar, realizou-se ainda entrevista estruturada via e-mail com o atual supervisor do *Prosa Rural*, com vistas a compreender o ponto de vista das intencionalidades do programa. Esse tipo de entrevista se caracteriza pela utilização de um roteiro previamente estabelecido, conforme apresentado em anexo ao final dessa dissertação.

CAPÍTULO 1: Perspectivas históricas: compreendendo o contexto das relações entre a comunicação e extensão

A comunicação permeia todos os âmbitos da existência humana. Sua complexidade envolve a intermediação das nossas ações no cotidiano, seja no espaço urbano ou rural. Nos últimos anos, o olhar sobre o rural tem se expandido à medida que se amplia a análise considerando-o para além do espaço geográfico, inserindo também os agentes sociais que o compõem. Nessa perspectiva, compreende-se um rural para além das atividades estritamente agrícolas e econômicas. Outras ocupações são reconhecidas na composição da rotina e renda das famílias rurais, tais como turismo, artesanato, prestações de serviços (jardinagem, lavadeiras, cozinheiras), entre outros. Além disso, outras dinâmicas são inseridas nesse espaço, como por exemplo, o reconhecimento do rural como lugar de lazer ou opção de moradia (CARNEIRO, 1998).

Nesse contexto, a comunicação se encontra envolvida nos processos que caracterizam esse novo rural (CALLOU, 1999) e, portanto, trata-se de um campo complexo suscetível à diversas reflexões. Este estudo tem por foco a relevância da comunicação para as atividades de extensão rural. De forma geral, trata-se de um serviço de educação não formal, de caráter continuado, que visa promover processos educativos no meio rural de modo a contribuir com elevação da qualidade de vida das famílias rurais. Auxilia e promove processos de gestão, produção, beneficiamento e comercialização das atividades, seja em serviços agropecuários ou não agropecuários (BRASIL, 2010). Nesses processos a comunicação se faz presente, seja pela interação direta entre técnico e agricultor, ou mesmo pelos meios de comunicação que são utilizados na promoção desse serviço.

Assim, constata-se que “os conceitos e as práticas de comunicação [rural] no Brasil encontram-se intrinsecamente vinculados ao processo evolutivo da extensão rural no país”. A transformação das concepções de extensão rural e comunicação no Brasil, pode ser verificada à medida esses conceitos evoluíram gradativamente em consonância, abarcando princípios semelhantes. Ao longo dos anos, o trabalho extensionista passou, ao menos no campo teórico, por processos de reflexões que trouxeram ao debate a concepção assistencialista e difusionista do serviço, criticadas pela relação de dependência técnico agricultor. Em contrapartida, sugeria-se a adoção de perspectivas horizontais caracterizadas por relações mais dialógicas. Diante desse processo de mudanças teóricas, a comunicação se adaptou com abordagens que se adequavam a proposta do trabalho extensionista (SILVA; MÜLLER, 2015, p.122).

Diante do exposto, o presente capítulo trata das relações históricas entre a comunicação rural e a extensão, buscando ainda compreender o contexto de inclusão da agricultura familiar

nas pautas governamentais dos serviços de Assistência Técnica e Extensão Rural (ATER). Aborda-se essa relação entre a comunicação rural e as atividades de extensão rural, refletindo sobre o processo de transformação das diretrizes que nortearam o início da ATER no Brasil. Em um segundo momento, busca-se dialogar sobre a atuação desses serviços em benefício da agricultura familiar, trazendo apontamentos do cenário político e institucional da extensão rural até os dias atuais.

1.1. O princípio das relações: um modelo linear de comunicação e extensão rural

Os serviços de Assistência Técnica e Extensão Rural (ATER) instituído na América Latina, a partir da Segunda Guerra Mundial, especificamente em 1948, com a implantação no estado de Minas Gerais da Associação de Crédito Assistência Rural (ACAR), teve como referência o modelo estadunidense. Trazido ao Brasil pela *American International Association for Economic and Social Development* (AIA), agência estadunidense fundada por Nelson Rockefeller (FONSECA, 1985). Anos mais tarde, a AIA expande sua atuação para outros estados, chegando a nível nacional, sendo criado, em 1956, a Associação Brasileira de Crédito de Assistência Rural (Abcar), que coordenava as ações das unidades locais (SILVA, 2009).

A ATER, nesse primeiro momento, atuou junto as comunidades rurais para integrar ações de crédito supervisionado, difusão de tecnologia, assistência técnica e mudança nos modos de vida das populações rurais. Os objetivos principais eram “educar” o homem do campo e mudar seu comportamento para que ele pudesse alcançar um melhor padrão de vida e que incorporasse novas tecnologias produtivas (SILVA, 2009).

Nesse período, os serviços de extensão eram caracterizados pela abordagem humanista assistencialista (1948-1960). A ideia da extensão, nesse momento, versava por uma modalidade informal e integral de educação, no qual o planejamento e execução das atividades se consolidavam de maneira vertical. A partir dos problemas das famílias assistidas, os extensionistas definiam soluções a serem implementadas (RODRIGUES, 1997). Esses eram responsáveis por ensinar “boas práticas” que promovessem a melhoria da qualidade de vida dos agricultores, considerando além de aspectos produtivos, hábitos de higiene, organização das tarefas domésticas, adoção de tecnologias, entre outras (BERGAMASCO, THOMSON, BORSATTO, 2017).

Nessa fase o governo pouco interferia nos serviços de extensão. A agricultura, embora exercesse papel fundamental na dinâmica da economia, ainda não era explorada pelo Estado em seu potencial produtivo em termos de capitalização e pelo uso intensivo de tecnologia (RODRIGUES, 1997). Os serviços de ATER ultrapassavam os limites da agricultura e pecuária, se organizando “como um projeto comunitário-educativo centrado na ambição de se converter

num instrumento de solução para os problemas sociais rurais”. Para tanto, a equipe de ATER era formada por um extensionista agrícola, uma supervisora doméstica, e um auxiliar administrativo, utilizando como meio de transporte um Jipe, símbolo do extensionismo nesse período (FONSECA, 1985, p.48).

A partir da década de 1960, a modernização do setor agropecuário foi priorizada no primeiro Plano de Ação Econômica (1964-1966) e no Programa Estratégico de Desenvolvimento (1967-1970) do governo brasileiro, nesse momento de caráter militar. Os anos seguintes, dadas características do então governo, foram marcados pela crescente centralização em nível federal das diretrizes dos serviços de ATER, perda de autonomia dos estados no que diz respeito às ACARs e verticalização do sistema (BERGAMASCO; THOMSON; BORSATTO; 2017).

Desta forma, o Estado passa a intervir diretamente nos serviços de extensão com vistas a modernizar a base técnica produtiva do setor agrícola. A partir de então, a extensão rural tem suas pautas nas prioridades dos planos governamentais. Para tanto, em 1975, cria-se o Sistema Brasileiro de Assistência Técnica e Extensão Rural (Sibrater), sob coordenação da Empresa Brasileira de Assistência Técnica e Extensão Rural (Embrater) e executado pelas Empresas Estaduais de Assistência Técnica e Extensão Rural (Ematers), antigas ACARs. Esse sistema previa ainda a atuação integrada da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa), criada em 1977 (MDA, 2012).

A difusão de tecnologia e o crédito rural protagonizam essa segunda fase da trajetória evolutiva da extensão no Brasil, denominada difusionismo produtivista (1964-1980) (RODRIGUES, 1997). Os esforços das novas equipes, agora compostas por agrônomos e veterinários, converteram-se para a disseminação e adoção das tecnologias da Revolução Verde pelos agricultores, com foco no aumento da produção agrícola. Os demais aspectos, tais como saúde, educação, organização doméstica, são desconsiderados na atuação da ATER, sinalizando para a prioridade para atividades de ordem econômicas (BERGAMASCO, THOMSON, BORSATTO, 2017).

Do ponto de vista metodológico, os serviços de ATER passaram a adotar estratégias de intervenção baseadas nas teorias difusionistas de Everett M. Rogers. Nessa perspectiva, a extensão rural era pautada na difusão de técnicas, informações e práticas, visando mudar as atitudes dos agricultores e transformar o campo brasileiro em espaço moderno de produção agrícola. Entre as estratégias estavam a persuasão do público rural, considerando que o conhecimento partia de fontes exteriores à comunidade (FONSECA, 1985).

No âmbito das teorias difusionistas, a comunicação era eixo central para mudanças pretendidas. Conforme Rogers e Shoemaker (1974), pode-se entender a comunicação como ferramenta de mudança social, uma vez que os processos de transformações de comportamentos decorrem, entre outros fatores, da aquisição e modificações de ideias que os indivíduos adquirem em comunicação uns com outros. Contudo, vale lembrar que a comunicação idealizada por Rogers se realiza por um processo simplificado e limitado, no qual o objetivo é a transmissão de ideias. Ao definir que “la comunicación es el proceso de transferir mensajes de una fuente a un receptor”, esse sistema comunicacional vertical não considera um posicionamento do receptor (ROGERS, SHOEMAKER, 1974).

Nessa perspectiva, a difusão se insere no campo comunicacional como processo que visa estender inovações aos membros de um sistema social, provocando mudanças de comportamento sem, contudo, questioná-las. Assim, os cientistas e técnicos formulavam as soluções dos problemas do campo e as difundiam para as comunidades rurais ou produtores rurais assistidos (FONSECA, 1985). Acompanhando esse modelo difusionista dos serviços de extensão, pautados no extensionismo e funcionalismo, a comunicação rural brasileira era caracterizada pelos discursos unidirecionais e persuasivos. Isso porque a missão da teoria difusionista consistia em otimizar o tempo entre o lançamento de uma tecnologia e sua adoção pelos agricultores. Logo, a comunicação desempenhava um papel fundamental, atuando para garantir os processos de transferência de tecnologia (BORDENAVE, 1983).

Nesse contexto, o caráter do processo comunicativo se mostrava mais voltado à transmissão de informações do que para a comunicação como um processo de troca mútua entre os interlocutores. A Abcar, ao substituir o chamado Serviço de Informação Agrícola (SIA) desenvolvido pelo Ministério da Agricultura nas décadas de 1940 e 1950, continuou com a mesma linha de ação informativa desenvolvida pelo SIA. Visava difundir informações através dos meios de comunicação disponíveis, tais como publicações, rádio, cinema, entre outros. Embora a Abcar apresentasse algumas diferenças metodológicas, visto utilizar da intermediação pessoal dos extensionistas, indo além dos meios de comunicação, o propósito de ambas era o mesmo:

O objetivo fundamental da informação agrícola e da informação rural era a difusão de inovações tecnológicas que incrementassem a produção e a produtividade da agricultura. Tanto uma quanto a outra apelavam não só para informação e a instrução, mas também para a persuasão, visto que a meta era conseguir mudanças de comportamentos nas pessoas (BORDENAVE, 1983, p. 28).

Desta forma, a comunicação se desenvolvia através de um processo unidirecional no qual apenas técnicos eram detentores de conhecimentos, e os serviços de extensão rural prestados possuíam uma conotação impositiva e autoritária (FONSECA, 1985).

No início da década de 1980, o discurso governamental aclamava sobre a bem-sucedida modernização agrícola, dado crescente aumento da produtividade, caracterizando o Brasil como “celeiro do mundo” em função dos volumes recordes de exportação de *commodities* agrícolas. Contudo, as consequências das políticas adotadas no governo militar resultaram na exclusão dos agricultores familiares, que se encontravam à margem nas políticas de crédito e ATER. Além disso, acentuou-se nesse período a concentração de terras e rendas, agravando as desigualdades no campo brasileiro (BERGAMASCO, THOMSON, BORSATTO, 2017).

Assim, outras perspectivas em detrimento ao modelo de extensão rural verticalizado e a comunicação persuasiva vigente ganham espaço nas discussões teóricas, e posteriormente, são incluídas em campo político pelo governo federal. Entre essas correntes de pensamentos podemos citar autores como Paulo Freire (1979) e Juan Bordenave (1983) que propõem métodos de abordagem baseados em processos de educação e comunicação, a partir de metodologias participativas.

1.2. A perspectiva da relação dialógica

Crítico à visão etnocêntrica dos serviços de ATER baseados no difusionismo, Freire (1979) apontava que esse modelo de ação extensionista era danoso aos receptores, uma vez que se perpetuava relações de dependência desses com os técnicos extensionistas. Portanto, era necessário repensar métodos de abordagem que priorizassem processos de educação e comunicação, estabelecendo uma relação dialética entre agricultor e extensionista. Isso para que esses métodos não se transformassem em meros instrumentos de dominação ou invasão cultural, e sim ferramentas de construção de conhecimento mútuo.

Em sua obra *Extensão ou Comunicação?*, publicada em 1969, Freire faz crítica ao conceito de extensão. O autor salienta que em sua essência o termo remete ao ato de estender o conhecimento a indivíduos que, por definição, encontram-se na posição de receptores passivos, negando-os sua condição de sujeitos capazes de interagir criticamente. A partir dessas reflexões, aponta para novas perspectivas sobre os processos de educação para o desenvolvimento humano, bem como sobre os trabalhos da extensão rural enquanto processo educativo, sinalizando a necessidade de relações mais dialógicas. Partindo da premissa de que “na comunicação, não

há sujeitos passivos”, defende relações nas quais os interlocutores caracterizem-se como indivíduos semelhantes do ponto de vista da capacidade de compartilhar suas ideias de forma igualitária (FREIRE, 1979, p.67).

Freire (1979) compreende o ser humano como sujeito criativo e essencialmente comunicativo à medida em que considera a comunicação como característica existencial do indivíduo na sua relação com o mundo e com os outros. Contudo, é importante ressaltar que, a partir do entendimento do sistema comunicacional para além de transmissões de informações, torna-se imprescindível a coparticipação dos sujeitos no processo de criação de pensamentos, compartilhamento e entendimento dos mesmos para constituição de um diálogo. Desta forma, a comunicação se caracteriza, conforme a teoria freireana, em uma “situação social em que as pessoas criam conhecimento juntas, ao invés de transmiti-lo, dá-lo ou impô-lo” (LIMA, 1981, p. 64).

Logo, a ação comunicativa em sua “forma eficiente” encontra-se na troca entre sujeitos, considerando um acordo de reciprocidade dos interlocutores. Esse, por sua vez, deve ser construído a partir do entendimento dos signos linguísticos usados para que ambos possam entender o sentido. O emprego desses dispositivos faz-se necessário, visto que, “ou o signo tem o mesmo significado para os sujeitos que se comunicam, ou a comunicação se torna inviável entre ambos por falta da compreensão indispensável” (FREIRE, 1979, p. 71). Nessa concepção, do ponto de vista do trabalho extensionista, chama-se a atenção para necessidade de adaptação da linguagem ou mesmo das formas de transmissão de conteúdos científicos e técnicos que sejam adequados e compreensíveis aos agricultores rurais. Questão que, no modelo difusionista de extensão, pouca ou nenhuma preocupação se via, dado o objetivo maior de persuasão ser a adoção dos pacotes tecnológicos.

As reflexões a partir de um viés participativo incitaram à emergência de mudanças na forma de abordagem desses serviços e, portanto, na comunicação entre técnicos e agricultores. Como observado, essas propostas ancoram-se na construção do desenvolvimento rural a partir de uma relação dialógica, precedida pela centralidade das relações de sujeitos igualmente comunicativos. Discorrendo sobre essa importância do diálogo, Freire (2011) reforça suas críticas à comunicação preconizada pela transmissão de informações:

Por isto, o diálogo é uma exigência existencial. E, se ele é o encontro em que se solidarizam o refletir e o agir de seus sujeitos endereçados ao mundo a ser transformado e humanizado, não pode reduzir-se a um ato de depositar ideias de um sujeito no outro, nem tampouco tornar-se simples troca de ideais a serem consumidas pelos permutantes (FREIRE, 2011, p. 109).

Conforme o autor, esse processo tem ainda um papel que vai além da troca recíproca de falas. As relações dialógicas estimulam um ato de criação, de conhecimento do próprio mundo,

indo além da relação entre os dois sujeitos que dialogam. Dessa forma, é através do diálogo, das experiências compartilhadas e criticamente refletidos que ele proporciona, que encontramos a compreensão do que ocorre ao nosso redor.

Freire (1979, p.69) entende a ação extensionista enquanto prática educativa no campo e confere ao diálogo o poder na construção de processos educacionais menos autoritários e mais reflexivos. Segundo o autor, “a educação é comunicação, é diálogo, na medida em que não é a transferência de saber, mas um encontro de sujeitos interlocutores que buscam a significação dos significados”. Nessa concepção, é essencial a valorização dos conhecimentos dos sujeitos envolvidos, visto que “neste lugar de encontro [no diálogo], não há ignorantes absolutos, nem sábios absolutos: há homens que, em comunhão, buscam saber mais” (FREIRE, 2011, p.112).

Bordenave (1983, p.7) corrobora com essas reflexões ao conceituar a comunicação rural como um processo de troca e compartilhamento mútuo. Para o autor, trata-se de um “conjunto de fluxos de informação, de diálogo e de influência recíproca existentes entre os componentes do setor rural e entre eles e os demais setores da nação afetados pelo funcionamento da agricultura, ou interessados no melhoramento da vida rural”. Dessa forma, a comunicação rural vai além das relações entre extensionistas e agricultores, englobando todos os grupos, pessoas e instituições que compõem ou interagem como o setor rural.

1.3. Proposições de mudanças da ação extensionista

As políticas de desenvolvimento agrícola, durante o governo militar, levaram a migração massiva de populações rurais para os centros urbanos em busca de emprego e renda, acarretando grave colapso social. Além disso, a crise inflacionária e o vertiginoso aumento da dívida externa pioraram o cenário político-econômico do país (BERGAMASCO, THOMSON, BORSATTO, 2017), tornando inviável o prosseguimento da modernização da base técnica da agricultura a partir de crédito rural subsidiado, como se realizou na década anterior (RODRIGUES, 1997).

A crise econômica no início dos anos 1980, decretou assim o esgotamento da orientação produtivista da Embrater, e refletiu nas diretrizes governamentais para a política de extensão rural. Com fim do governo militar e início da nova república, em 1985, a extensão rural passa a dialogar com as diretrizes do primeiro Plano Nacional de Desenvolvimento da Nova República (I PND-NR), priorizando pequenos e médios agricultores. Essa iniciativa de uma nova visão de ATER, conforme Pettan (2010), teve ampla participação da sociedade civil organizada, como dos trabalhadores rurais, que realizaram o 4º Congresso da Confederação Nacional dos

Trabalhadores da Agricultura (Contag), mobilização de sem-terra, organização de base das igrejas, algumas Organizações não governamentais (ONGs), entre outros movimentos sociais do campo.

Rodrigues (1997) denomina esta nova fase da extensão rural de humanismo crítico (1985-1989) na qual incorpora-se, ao menos em tese, muitas das reflexões de Freire, entendendo os agricultores enquanto seres críticos e agentes de mudança. Conforme o autor, esse período caracteriza-se sobretudo pela promoção humana integral das maiorias demográficas do campo. A partir de uma perspectiva libertadora, sem paternalismo, o agricultor familiar é responsável de suas ações, sendo assim, problematiza sua realidade e toma decisões. O extensionista deve deixar sua função de “agente de mudança”, e atuar como interlocutor a partir de um relacionamento baseado no diálogo horizontal e democrático.

Nessa fase, o progresso tecnológico permanece como objetivo dos serviços de extensão, contudo a partir de abordagens diferentes da intervenção impositiva que se usava para adoção dos pacotes tecnológicos (RODRIGUES, 1997). Coelho (2005, p.73-74) corrobora com essa linha de pensamento ao fazer crítica à ação extensionista baseada unicamente na difusão de informações e tecnologias. Para a autora, “um trabalho de orientação técnica efetivo, é exigido muito mais que a mera indicação da compra ou gestão de tecnologia”, uma vez que “o impulso consumista dos insumos modernos, presente em toda sociedade, nem sempre pode levar ao sucesso na produção de alimentos”. A autora defende, ainda, a assistência técnica baseada em modelos de construção participativos, a partir de diálogos e reconhecimento dos saberes tradicionais da população rural enquanto contribuintes para elaboração de estratégias que solucionem os conflitos existentes na vida no campo.

A comunicação, portanto, é uma ferramenta essencial para a operacionalização dos serviços de ATER, à medida em que se avança nas discussões do que deve ser a extensão rural, ela se reconfigura, assumindo um novo viés, tornando-se responsável por diversas funções frente as novas propostas das ações extensionistas: mediação entre os sistemas de produção dos agricultores e componentes da Política Agrária; promoção da participação da comunidade em diálogos intra e intercomunitários, bem como com as autoridades para construção de soluções aos seus problemas; informar e estimular o interesse da população para os assuntos que tratam do setor rural, com intuito de valorizar esse espaço; dentre outras. Em suma, nas palavras do autor, a comunicação rural a partir de suas atribuições “conscientiza a população para participar ativamente nos processos de mudança social e de construção de uma sociedade democrática e participativa” (BORDENAVE, 1983, p.101).

O alinhamento das perspectivas de extensão e comunicação é importante, conforme aponta Bordenave (1983), para que o processo comunicativo não tome um caráter enviesado, transformando-se em mera informação rural, levando apenas mensagens ao invés de promover comunicação efetiva entre técnicos e população rural em geral. Como vimos nas discussões do tópico anterior, as trocas e a construção conjunta, através de uma comunicação dialógica contribui para que não se criem laços de dependência entre técnicos e agricultores.

Dessa forma, observa-se que críticas ao modelo vertical de extensão rural preconizado nas ações difusionistas foram ponto de partida para compreensão da comunicação rural como um campo abrangente e complexo. Novas discussões surgem a partir dos debates do Grupo de Trabalho de Comunicação Rural no Congresso Intercom³, que aborda, pela primeira vez, o tema da comunicação rural em seu XI Congresso Brasileiro de Estudos Interdisciplinares a Comunicação, realizado de 2 a 7 de setembro de 1988, na Universidade Federal de Viçosa, em Viçosa, Minas Gerais. As discussões perpassaram pela avaliação do desenvolvimento da comunicação rural brasileira, observando as diferenças entre teorias e práticas. Partindo do entendimento de que o modelo de comunicação faz referência ao modelo de desenvolvimento adotado na respectiva sociedade, a discussão do tema central do congresso apontava para o papel da comunicação rural enquanto ferramenta de conscientização dos dirigentes e da população sobre importância do desenvolvimento de políticas voltadas para valorização não apenas a agricultura, mas também o espaço rural como um todo (BORDENAVE, 1993).

Nesse mesmo congresso foram debatidos ainda temas como: modelos de desenvolvimento econômico e social, relações entre educação e a comunicação discutidas a partir da produção e política cultural, modelos de comunicação rural para o desenvolvimento, influências das relações capitalistas de produção no meio rural, ensino da comunicação rural em instituições, difusão de tecnologias, entre outros (BRAGA; KUNSCH, 1993).

O grupo de trabalho da Intercom volta a pautar discussões sobre a Comunicação Rural em momentos posteriores nos Congressos realizados na Universidade Estadual de Londrina, em 1996, e na Universidade Federal Rural de Pernambuco, em 1998. De forma geral, os pesquisadores da Intercom têm buscado, ao longo de sua trajetória, “definir o papel da Comunicação Rural num espaço agrário marcado pela exclusão social e que se reestrutura com o avanço da informática, da eletrônica e da biotecnologia”. Os esforços passam por desprender do modelo de comunicação persuasiva, voltado para difusão de técnicas e tecnologias que otimizavam a

³ A Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – é uma instituição sem fins lucrativos, destinada ao fomento e à troca de conhecimento entre pesquisadores e profissionais atuantes no mercado.

produção agrícola, e apontam para a necessidade de refletir sobre o novo espaço agrário que abrange atividades agropecuárias e atividades produtivas não-agrícolas (CALLOU, 1999, p.9).

1.4. Agricultura familiar diante da ação extensionista pública

A ATER configura-se em atividade de extrema relevância para desenvolvimento rural brasileiro nas categorias que compõem esse universo. Contudo, para famílias mais pobres, os serviços de ATER públicos são indispensáveis no processo de expansão dos conhecimentos e técnicas que possibilitem, de alguma forma, às comunidades rurais melhorarem suas atividades econômicas e sociais, bem como sua relação com o espaço em que habitam. Desprovidos de recursos financeiros, a maior parte dos agricultores familiares se encontra dependentes dos serviços do Estado. Essa seção trata dos avanços e retrocessos das ações do poder público no que se refere aos serviços de ATER voltados à essa categoria.

1.4.1. Agricultura familiar no contexto brasileiro

A agricultura familiar possui fundamental importância no contexto agrícola brasileiro, sendo responsável por 70% dos alimentos consumidos no país. Segundo o Censo Agropecuário de 2006, cerca de 84% dos estabelecimentos agrícolas eram propriedades da agricultura familiar, empregando aproximadamente 75% das pessoas que trabalham no campo (IBGE/Sidra, 2012). Apesar disso, a agricultura familiar atravessou (e ainda atravessa) períodos de enfrentamentos para obter apoio institucional do governo.

O processo de modernização da agricultura, sobretudo a partir dos anos 1960, teve como principais beneficiários das políticas estatais os grandes e médios produtores, deixando à margem a agricultura familiar. Esse seguimento é marcado, até início da década de 1990, por pouco ou nenhum estímulo governamental para o desenvolvimento de suas atividades ao longo dos anos. A primeira ação do governo federal em atendimento a esse segmento ocorre em 1996, com a criação do Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (Pronaf) (AQUINO; SCHNEIDER, 2015; CASTRO; PEREIRA, 2017).

O Pronaf foi criado a partir de reivindicações do movimento sindical dos trabalhadores rurais que lutavam por algum amparo do Estado em defesa dos agricultores familiares, que até então encontravam-se à margem da economia; e ainda, pela colaboração da Organização das Nações Unidas para a Alimentação e Agricultura (FAO) e do Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária (Incra) que juntos realizaram um estudo acerca da categoria agricultura familiar, dando ênfase a importância da mesma para construção de um novo modelo de desenvolvimento rural no Brasil (AQUINO, SCHNEIDER, 2015).

O programa surge, então, como uma política pública instituída na tentativa de amenizar as desigualdades no campo da agricultura. De acordo com os discursos governamentais, o propósito dessa política era possibilitar acesso ao crédito agrícola e apoio institucional aos agricultores familiares para que pudessem assim, melhorar suas condições de vida. Preconizava o desenvolvimento rural a partir da valorização dessa categoria como atividade geradora de emprego e renda (BRASIL, 1996).

No âmbito da extensão rural, pode-se dizer que o Pronaf aproximou esses serviços da categoria agricultura familiar, uma vez que previa subsídios à assistência técnica aos projetos de crédito rural. Contudo, “este vínculo entre o Pronaf e a extensão rural pública afirmava, no entanto, velhas práticas extensionistas”, visto que essa relação se deu mais por uma necessidade de sobrevivência institucional dos serviços de ATER, que se encontravam desprovidos de recursos, do que por afinidade ideológica com a agricultura familiar. Isso porque, a falta de objetivos e diretrizes claros sobre os projetos do Pronaf, os tornava em meros aparatos técnicos para liberação de recursos, aplicados, em sua maioria, na dimensão produtiva baseados na perspectiva difusionista (DIAS, 2007, p.15; DIAS, 2008).

No início da década de 1990, embora a constituição Federal de 1988 e a Lei Agrícola de 1991 afirmassem a oferta dos serviços de ATER públicos sob responsabilidade do Governo Federal, as determinações constitucionais e legais não foram suficientes para garantir a permanência desses serviços (CAPORAL, 2005; PEREIRA, 2009). O governo Collor de Melo (1990-1992) ao instaurar o Plano Brasil Novo, ou Plano Collor I, traça um conjunto de reformas econômicas e medidas de estabilização da inflação, dentre elas o recuo da intervenção do Estado no setor privado e cortes orçamentários com extinção de alguns serviços públicos, afetando diretamente os serviços de ATER (BERGAMASCO; THOMSON; BORSATTO; 2017).

Esse período é, então, marcado pela crise da extensão rural pública no Brasil, com redução drástica da participação financeira governamental nesses serviços. O processo de desmonte materializado na extinção da Empresa Brasileira de Assistência Técnica e Extensão Rural (Embrater) e desativação do Sistema Brasileiro de Assistência Técnica e Extensão Rural (Sibrater), resultou da desarticulação dos esforços da política federal para garantir os serviços de ATER públicos (MDA, 2012).

Tendo em vista que a ATER não governamental seguiu sua trajetória e que os médios e grandes produtores possuem melhores condições de acesso a esse serviço, os agricultores familiares foram os mais prejudicados, se tratando de uma categoria que, em sua maioria, é menos capitalizada (CASTRO; PEREIRA, 2017). Assim, a institucionalização do Pronaf, sinalizou,

ainda que de forma modesta, a retomada da contribuição do governo federal ao trabalho extensionista. Muito embora, conforme esclarece Dias (2007), esse vínculo tenha se dado mais pelas vias do caráter difusionista de ATER.

O olhar governamental sobre o setor da agricultura familiar, bem como a retomada das discussões acerca das políticas públicas voltadas aos serviços de ATER, ocorre no início dos anos 2000, com a ascensão do Partido dos Trabalhadores (PT) (BERGAMASCO; THOMSON; BORSATTO; 2017). O governo Luiz Inácio Lula da Silva (2003-2011) implementa diversas políticas públicas voltadas a essa categoria, entre elas: o Programa de Aquisição de Alimentos (PAA), criado em 2003, como vistas ao enfrentamento da fome e da pobreza e fortalecimento da agricultura familiar; Programa de Garantia de Preços para Agricultura Familiar (PGPAF), criado em 2006 para garantir a sustentação de preços e assegurar a remuneração dos custos de produção; Programa Nacional de Habitação Rural (PNHR), criado em 2009, para facilitar o acesso à moradia digna no campo; dentre outras.

Vale mencionar ainda, a promulgação da Lei Nº11.326 de julho de 2006, a qual estabelece as diretrizes para a formulação da Política Nacional da Agricultura Familiar e Empreendimentos Familiares Rurais. Nesse sentido, a inserção da agricultura familiar na agenda política nacional, ultrapassou a concessão de crédito, reconhecendo-a para além das atividades econômicas:

O reconhecimento alcançado com as políticas públicas não se dá somente nos aspectos produtivos, ligados à profissão e ao local no processo produtivo, mas incluem outras dimensões do mundo da vida, tais como: a habitação rural, a educação, a capacitação, o desenvolvimento dos territórios rurais pensados em suas diversas dimensões, a cultura local etc. Trata-se de uma forma diferenciada de conceber o mundo rural, de tratar os agricultores como cidadãos, não somente como produtores (PICOLOTTO, 2014, p.77).

A partir do reconhecimento alcançado pelos agricultores familiares após anos de lutas e debates dos movimentos sociais e organizações sindicais, dentre as políticas de apoio a essa categoria, destacam-se mudanças ligadas aos serviços de ATER. Após reestruturação de suas diretrizes, inauguraram uma nova fase no início do século XXI, com a eleição do referido governo popular que se dedicou as políticas de desenvolvimento rural.

1.4.2. Os serviços de ATER públicos voltados à agricultura familiar

O retorno do debate sobre a ATER pública nas pautas governamentais traz novos apontamentos e mudanças de paradigmas que orientam a ação extensionista. Conforme abordado anteriormente, Paulo Freire foi um dos precursores nessa discussão ao propor novas formas ao processo educacional, preconizadas pela relação dialógica entre técnico e agricultores (CAS-

TRO, PEREIRA, 2017). Considerando esse cenário, nas duas últimas décadas, o Estado brasileiro passou a refletir na proposição de novas estratégias que priorizassem o fortalecimento da agricultura familiar, a preservação do meio ambiente, bem como o desenvolvimento sustentável, levando em consideração as necessidades de cada comunidade rural onde atuam os serviços de Extensão (CAPORAL; RAMOS, 2006).

Desta forma, ações práticas foram implementadas nesse contexto do debate político acerca do desenvolvimento rural brasileiro e políticas de ATER. Em 2003 o governo federal criou o Departamento de Assistência Técnica e Extensão Rural (Dater) e transferiu a competência da ATER pública do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) para o Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA) (CASTRO, PEREIRA, 2017). Sobre essa ação, Picolotto (2015) recorda que, embora o MDA não seja o responsável exclusivo das políticas em benefício da agricultura familiar, sua trajetória é marcada pela defesa do desenvolvimento integrado do setor, conforme sua missão institucional. O MAPA, em contraponto, de forma geral, dedica-se às atividades agropecuárias empresariais, representadas pelo agronegócio. Assim, tal mudança sinaliza para ações mais coerentes, ainda que transformações do ponto de vista das práticas demandem tempo, disponibilidade de adaptação e recursos.

A materialização das novas concepções do trabalho extensionista ocorre no ano seguinte, 2004, com a implementação da Política Nacional de Assistência Técnica e Extensão Rural (Pnater), promulgada como Lei de ATER de nº 12.188 em janeiro de 2010. De acordo com Caporal e Ramos (2006), a Pnater trouxe mudanças significativas nos paradigmas da ação extensionista ao propor a operacionalização da ATER a partir de metodologias participativas, nas quais os técnicos atuariam como mediadores no processo educativo para busca do desenvolvimento rural sustentável. Deve-se também prezar pelo resgate e valorização dos conhecimentos tradicionais da população rural na construção de saberes coletivos. Assim, de acordo com a orientação da Política, o objetivo geral dos serviços de extensão rural é:

Estimular, animar e apoiar iniciativas de desenvolvimento rural sustentável, que envolvam atividades agrícolas e não agrícolas, pesqueiras, de extrativismo, e outras, tendo como centro o fortalecimento da agricultura familiar, visando a melhoria da qualidade de vida e adotando os princípios da Agroecologia como eixo orientador das ações (BRASIL, 2004).

Sob a luz dessa política, a extensão rural deve se pautar na construção de relações entre agricultores e técnicos que sejam capazes de resgatar os conhecimentos locais e estimular a participação de todos atores rurais nas mudanças necessárias nos níveis político, social, ambiental, econômico, cultural e ético. Cria-se, assim, condições para que os agricultores possam escolher ou não entre as opções tecnológicas adequadas às suas condições locais, bem como

participarem dos processos decisórios que dizem respeito à qualidade de vida no espaço rural (CAPORAL; RAMOS, 2006). Pontua-se, desta maneira, a conexão da “nova” compreensão sobre os serviços de ATER com os pensamentos de Freire (1979), que preconizava, desde décadas passadas, relações dialógicas, baseadas na valorização dos entendimentos dos interlocutores.

Se opondo ao modelo cartesiano antigo, a “nova perspectiva exige que o extensionista seja um mediador de saberes e conhecimentos, um agente impulsionador do desenvolvimento das comunidades rurais que influi também nas mudanças institucionais que são necessárias nas entidades de Ater” (CAPORAL; RAMOS, 2006, p. 6). Dessa forma, a relação entre técnicos de ATER e agricultores deve ser orientada pela troca mútua, valorização dos conhecimentos locais e construção de saberes conjuntos, tornando possível a transformação dos agricultores em agentes do seu próprio desenvolvimento.

A partir de então, a agricultura familiar e o desenvolvimento rural sustentável passam a receber atenção da extensão rural pública, conforme esclarecem os princípios básicos da Pnater: assegurar aos agricultores familiares e demais beneficiários dos programas do MDA acesso gratuito aos serviços de ATER; promoção do desenvolvimento rural sustentável; atuar com abordagem multidisciplinar e interdisciplinar direcionados pelos princípios da agroecologia; gestão democrática; desenvolver processos permanentes e continuados (BRASIL, 2004).

Nota-se propostas de mudanças significativas que influem diretamente na vida dos agricultores familiares. Castro e Pereira (2017) acreditam que a priorização das necessidades desses indivíduos pelos serviços de ATER se configura como uma mudança sensata, uma vez que os demais segmentos, médios e grandes produtores, possuem condições para arcar com os custos dos serviços privados. Tendo em vista a escassez de recursos dos serviços públicos, segundo os autores, é justo que esses se destinem aos agricultores menos capitalizados. Além disso, a produção agroecológica e gestão democrática preconizam uma agricultura mais sustentável e se adaptam melhor à realidade dos agricultores familiares.

Apesar das modificações implementadas com a Política de ATER, alguns autores como Caporal (2005) e Dias (2008) chamam a atenção para as incoerências e dualidades das políticas públicas em função da indeterminação do modelo de desenvolvimento almejado pela ação governamental. Conforme Caporal (2005, p. 8), a orientação do governo nacional se encontrava em “disputa de dois modelos de desenvolvimento rural e de agricultura: um modelo já velho, não sustentável, mas ainda hegemônico; e outro, em construção, que trata de buscar a sustentabilidade”. O apoio público a atividades agrícolas empresariais, representadas pelo agronegócio

continuam a ser estimuladas através do financiamento subsidiado do Estado. Dessa forma, a atuação dos extensionistas, sob a luz da Pnater, se encontra desafiada frente às macros orientações do Estado:

Por um lado, as políticas públicas do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) defendem o subsídio estatal à agricultura empresarial moderna, baseada na produção de commodities à exportação. Por outro lado, o Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA) dedica-se ao público amplo da agricultura familiar e às questões da promoção do desenvolvimento rural, incluindo o combate à pobreza e a implantação de políticas de reforma agrária (DIAS, 2008, p. 106).

Vale lembrar que os aparatos públicos de extensão rural são essenciais para direcionar a atuação dos serviços com vistas a minimizar os efeitos das desigualdades no meio rural. Assim sendo, a Pnater constituiu-se em importante instrumento para direcionar as ações de ATER. Contudo, não é possível afirmar que essa política foi ou tenha sido suficiente para suplantar o difusionismo. Isso porque, a formação dos extensionistas, realizada em função da promoção de uma agricultura moderna e empresarial, priorizava, na maioria das vezes, agricultores mais capitalizados. Ainda que as políticas públicas estimulem mudanças do ponto de vista metodológico, a mudança propriamente dita na prática, demanda tempo de adaptação, formação adequada dos técnicos, entre outros desafios (DIAS, 2008).

Além disso, a inexistência de mecanismos de avaliação e monitoramento, como previa Dias (2007, p.19), possibilita a prevalência da “trajetória histórica de cada instituição, a força dos habitus e o modo como cada um lidará com a inovação proposta”. Assim, ainda que a Pnater tenha sido inovadora trazendo propostas avançadas da ação extensionista, o processo de mudança na rotina encontra, ainda hoje, diversos desafios teóricos e práticos, tais como adequação do método de ensino, mudança no modo de se relacionar com os agricultores pensando na construção de relações mais dialógicas, lida com recursos escassos e alta demanda, entre outros.

1.4.3. Retrocessos políticos

Do ponto de vista da legislação, alterações na política de ATER ocorreram com a promulgação da Lei de ATER Nº12.188, em 2010, consolidando uma “nova” Pnater, que na perspectiva de Caporal (2011, p. 24) “nasce com o estigma de ser responsável por um retrocesso no campo da extensão rural contemporânea”. Em contraposição à política elaborada em 2004, a qual teve ampla participação da sociedade civil em um processo de construção democrático e participativo, na Pnater instituída pela lei de 2010, a participação popular foi menosprezada pelo governo federal. Além da ausência de consulta a sociedade civil interessada, vale ressaltar sobre exclusão da Agroecologia do texto original de orientações da ATER. Ainda que traga em

no texto a “adoção dos princípios da agricultura de base ecológica como enfoque preferencial para o desenvolvimento de sistemas de produção sustentáveis”, não equivale aos princípios agroecológicos, os quais vão além dos modos de produção, se preocupando com as multidimensões da sustentabilidade (CAPORAL, 2011; BRASIL, 2010).

Ressalta-se um novo processo burocrático preconizados pela Lei supracitada. A partir de seu vigor, os recursos orçamentários de fomento à ATER passaram a ser aplicados a partir de contratos sem licitação, deixando, portanto, as entidades subordinadas ao arbítrio governamental. Isso visto que, se antes os convênios preconizavam parcerias, nos quais havia interesse e comprometimento de ambas as partes, na atual conjuntura os recursos são distribuídos mediante chamadas públicas independentes do interesse ou necessidade da sociedade civil (CAPORAL, 2011).

Ações na contramão da Pnater permanecem no governo federal nos anos seguintes. Em 2013, disputas políticas internas e interesses da Confederação Nacional da Agricultura (CNA) pela extensão rural, resultaram na criação da Agência Nacional de Assistência Técnica e Extensão Rural (Anater), pela Lei Nº 12.897 e instituída pelo Decreto 8.252 de 2014. Frente à pluralidade institucional dos serviços de ATER, a agência surge como forma de retornar a centralidade dos serviços à coordenação do Estado. Contudo, sua premissa reside no desenvolvimento da agricultura brasileira pela via da transferência tecnológica, retomando concepções de desenvolvimento baseadas na modernização da agricultura por meio do difusionismo.

Além do viés tecnológico produtivista, interpretando o campo como lugar exclusivo de produção, outras iniciativas da Anater traçam caminhos contrários à Pnater, como por exemplo, a inclusão de agricultores médios como beneficiários dos serviços de ATER públicos. Ademais, não há perspectivas de participação ou canais de escuta da sociedade civil e movimentos sociais interessados na extensão rural, visto que o decreto de criação da agência não prevê tais espaços de discussão e deliberação (ZARNOTT *et al*, 2015). Diante das modificações engendradas pela Anater, observa-se aproximações aos moldes difusionistas, dado pelo foco na transferência tecnológica, e ainda a negligência das conquistas advindas da política de ATER que foi construída a partir de um viés crítico e empoderador da agricultura familiar.

Embora seja foco de capítulos posteriores, por se tratar de uma instituição responsável pela criação e produção do programa de rádio *Prosa Rural*, objeto dessa pesquisa, cabe aqui destacar a centralidade da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa), na coordenação da Anater. Além de desfrutar de cadeiras no Conselho de Administração e na Diretoria Executiva, conforme expresso em lei, a Embrapa integra as competências da Anater no que

refere à inovação tecnológica no campo, colaborando estreitamente para “promover a integração do sistema de pesquisa agropecuária e do sistema de assistência técnica e extensão rural, fomentar o aperfeiçoamento e a geração de novas tecnologias e a sua adoção pelos produtores” (BRASIL, 2013).

A Anater também sugere a transferência da centralidade da qualificação dos técnicos extensionista do MDA para Embrapa, por meio do Departamento de Transferência Tecnológica. Desta forma, além de negligenciar as diretrizes propostas pela Pnater, retornando ao método difusionista com foco na produção, percebe-se ainda ações equivocadas que não consideram as particularidades da agricultura familiar. A metodologia proposta para colocar em prática a orientação de transferência tecnológica que tem por inspiração o modelo já desenvolvido pela Embrapa, denominada “Treino & Visita”, caracteriza-se pela inadequação a realidade dos agricultores familiares, uma vez que não se adaptam a diversidade apresentada por essa categoria, e desconsideram, ainda, os conhecimentos tradicionais (ZARNOTT *et al*, 2015).

Vale lembrar que, assim como não integravam a agenda pública do governo federal até a década de 1990, a agricultura familiar também não era público prioritário de interesse da Embrapa. Somente a partir de 1996, após o lançamento do Pronaf, essa categoria foi inserida nas pesquisas desta instituição. Contudo, conforme Bergamasco, Thomson e Borsatto (2017), o entusiasmo e dedicação para com a geração e transferência vertical de tecnologias compõem historicamente o foco das pesquisas da Embrapa. E essas, em sua maioria, contemplam uma parcela restrita de produtores rurais que possuem alto capital financeiro. Fato esse que sinaliza para incapacidade de desenvolver processos que contemplem a gestão participação, e capacitação de técnicos de ATER distanciados do caráter produtivista preconizados pela transferência tecnológica.

Por fim, mais uma medida é tomada em oposição aos preceitos da agricultura familiar, em 2016, quando o Governo Temer (2016-2019) extingue o MDA, transferindo para Casa Civil a administração das secretárias ligadas a reforma agrária⁴. Com essa ação, as competências do MDA, passam para a Secretaria Especial de Agricultura Familiar e do Desenvolvimento Agrário (SEAD). O Conselho Nacional de Desenvolvimento Rural Sustentável (Condraf) se posiciona contra a medida, e em carta de repúdio afirma se tratar de “uma perda real, concreta, que

⁴São elas: Secretaria Especial de Agricultura Familiar e do Desenvolvimento Agrário, Secretaria de Reordenamento Agrário, Secretaria da Agricultura Familiar, Secretaria de Desenvolvimento Territorial e Secretaria Extraordinária de Regularização Fundiária na Amazônia Legal (BRASIL, 2016).

representa retrocesso indiscutível para a pauta do desenvolvimento agrário e agrícola do Brasil”. A extinção do MDA ocasiona o enfraquecimento institucional de negociação e pleito de propostas da agricultura familiar para o país, ao desconsiderar a importância dessa instituição:

[...] cujas políticas levadas a cabo inserem-se especialmente no âmbito da melhoria e ampliação da produção agrícola do país, levando em conta não preceitos meramente produtivistas e voltados para a obtenção de lucro pela exploração da terra e daqueles que a cultivam, mas, sobretudo, tendo como princípios a inclusão social, a produção sustentável e a ampliação da qualidade de vida dos agricultores e agricultoras do Brasil (CONDRAF, 2016).

Em consequência dos desdobramentos da representação política da agricultura familiar que, através da organização de movimentos sociais e expressão da sociedade civil interessada nos serviços de ATER numa perspectiva participativa, preocupada com o desenvolvimento rural sustentável, alcançaram diversos avanços a exemplo do Pronaf e da Pnater, muitos desafios ainda perpassam essa categoria. Especialmente no que concerne a extensão rural, observa-se um cenário de disputas ideológicas, políticas, institucionais e teóricas, marcado pelas múltiplas (in) definições e direcionamentos da prática extensionista.

Apesar do posicionamento dos movimentos sociais, o MDA permanece extinto do atual governo do presidente Jair Bolsonaro (2019-2023). Além disso, foi criada em 2 de janeiro de 2019, através do Decreto Nº 9.667, a Secretária de Agricultura Familiar e Cooperativismo, transferindo as competências da SEAD para o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) (BRASIL, 2019). Nesse cenário, as atividades relacionadas a assistência técnica e extensão rural, bem como a formulação de diretrizes de ação governamental para a agricultura familiar retornam a esse ministério que, conforme visto anteriormente, historicamente mostrou-se mais propenso a desenvolver ações que privilegiam grandes produtores.

1.4.4. As incertezas que circundam a extensão rural para agricultura familiar

Nos últimos anos, conforme apresentado, muitos retrocessos vêm permeando a agricultura familiar no que se refere à oferta da extensão rural pública gratuita, que considere as especificidades dos seus modos de produção, além dos aspectos sociais. Apesar de tais retrocessos, nota-se mudanças significativas nas perspectivas de extensão rural, considerando seu processo inicial na década de 1940. Entre elas, conferimos destaque a Pnater que trouxe perspectivas esperançosas para agricultura familiar ao propor ações voltadas à priorização do desenvolvimento rural sustentável, preocupação com a qualidade de vida dos agricultores e valorização dos conhecimentos da população rural, que antes eram ignorados em função do modelo linear de extensão e difusão de tecnologias (CAPORAL; RAMOS, 2006).

Frente a esses novos desafios dos serviços de ATER, Dias (2017, no prelo) aponta para uma perspectiva ampla e complexa, constituída a partir de quatro aspectos: técnicos, econômicos, sociais e ambientais. Nessa linha de pensamento, conforme o autor, a agricultura deve ser entendida em sua complexidade sistêmica, na qual a qualidade de vida dos agricultores seja fator prioritário. A ação extensionista então, deve se preocupar não somente com início do processo de produção, mas também com o apoio contínuo aos agricultores, prestando assistência e assessoria nos diversos aspectos que afetam o desenvolvimento rural.

Tendo em vista o campo complexo que envolve a ação extensionista, o mesmo autor sublinha que essa deve se pautar principalmente na comunicação e no processo de ensino-aprendizagem. Desta forma, os extensionistas devem atuar como mediadores, facilitadores de processos e articuladores das relações sociais em torno de interesses comuns aos agricultores, tendo a comunicação e o diálogo como premissa de todo processo da ação extensionista (DIAS, 2017, no prelo).

Ainda que a história da extensão rural tenha atravessado (e ainda atravessa) momentos de incertezas, caracterizando-se como objeto de disputa e apresentando incoerências até mesmo nas políticas públicas em apoio à agricultura familiar, espera-se que as conquistas inerentes a Pnater, resultado das reflexões críticas as perspectivas verticais e autoritária que conduziram os serviços de ATER durante anos, bem como da participação dos movimentos sociais pela luta ao reconhecimento da categoria agricultura familiar, permaneçam como direção das atividades extensionistas. Para tanto, é necessário fomentar ações orientadas pela perspectiva de educação e comunicação pautadas nas relações dialógicas devem ser priorizadas. Sendo, portanto, o dever de todas as instituições que se propõe a realizar qualquer atividade que se caracterize ou tenha por objetivo a assistência técnica e extensão rural.

Dentro da complexidade que envolve o universo da extensão rural, ou mesmo os vários processos que permeiam a comunicação rural, a atuação conjunta em prol do acesso à informação e conhecimento com vistas a educação dialógica se estabelece como caminho possível na direção ao desenvolvimento rural. A partir dessa proposta, atentar-se as diretrizes da Pnater é fundamental para que esses processos não regridam ao mero ato de informar, persuadir, ou difusão tecnológica. A partir do exposto, sustenta-se que para uma contribuição efetiva com os serviços de ATER, sobretudo, para a categoria da agricultura familiar é necessário, conforme propõe a política, a construção de processos conjuntos e participativos.

CAPÍTULO 2: Comunicação na Embrapa, interesses e arranjos institucionais

A comunicação no contexto organizacional se constitui em importante ferramenta para o alcance dos objetivos da instituição e de mediação de interesses entre as partes envolvidas, seja no ambiente interno ou externo. Conforme Bueno (2007, p. 93), “não se pode imaginar um processo que efetivamente funcione em uma organização sem que a vertente comunicacional esteja presente”, e, portanto, ela [a comunicação] se encontra em todos os aspectos que compõe a rotina das organizações.

Os processos comunicacionais são, ainda, munidos de poder, visto que a “comunicação, que, enquanto processo, transfere simbolicamente ideias entre os interlocutores, é capaz de, pelo simples fato de existir, gerar influências” (TORQUATO, 1986, p.17). Assim, reconhece-se nessa pesquisa a necessidade de uma reflexão acerca dos processos comunicacionais da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa), produtora do programa radiofônico *Prosa Rural*. A partir do entendimento da comunicação e da identidade empresarial que ela almeja transmitir ao seu público, será possível compreender, posteriormente, se essas práticas interferem de alguma forma no direcionamento de seus produtos comunicacionais, nesse caso específico, no *Prosa Rural*.

O presente capítulo dedica-se ao estudo teórico dos conceitos da comunicação organizacional e institucional, seguidos da investigação sobre os processos comunicacionais da Embrapa, visando compreender o posicionamento da comunicação da empresa diante de seus públicos. Aborda-se ainda o meio de comunicação escolhido pela empresa para materializar o programa objeto desse trabalho: o rádio. São apresentadas e discutidas informações gerais sobre esse instrumento e sua relevância no contexto atual. Por fim, apresenta-se alguns aspectos que caracterizam o *Prosa Rural* para dar suporte as discussões do capítulo seguinte.

2.1. Comunicação organizacional: situando o institucional

De forma geral, em concordância com os apontamentos de Kunsch (2003), a comunicação organizacional diz respeito a todas ações de comunicação das organizações, sejam elas públicas ou privadas, observando a funcionalidade do sistema adotado nas relações com os diversos públicos. Weber (2009) acrescenta que se trata dos esforços, meios e ações voltados a promover a empresa perante seus públicos, contribuindo para geração de opiniões, otimização das relações e investimentos, obtenção de espaço no mercado, entre outros aspectos.

Conhecida também a partir de outras terminologias, tais como “comunicação corporativa” ou “comunicação empresarial”, a comunicação organizacional pode, ainda, ser interpretada como conjunto das diferentes modalidades comunicacionais, sendo elas a comunicação institucional, mercadológica, interna e administrativa, que juntas formam o *mix* da comunicação organizacional. Harmonicamente orientadas, estabelecem a chamada comunicação integrada. Essa sinergia é essencial à medida em que “a convergência de todas as atividades, com base numa política global, claramente definida, e nos objetivos gerais da organização, possibilitará ações estratégicas e táticas de comunicação mais pensadas e trabalhadas com vistas na eficácia (KUNSCH, 2003, p.150).

Para além dessa articulação das atividades comunicacionais, é importante também que elas integrem todos os demais processos da empresa, tais como processo de gestão, de planejamento e de marketing (BUENO, 2007). Assim, a comunicação, dentro do arranjo organizacional e em sintonia com todas as áreas, tende a contribuir para fluidez de ações coerentes e interligadas. Todo esse processo acaba por conferir protagonismo a comunicação na transmissão da imagem da organização aos seus públicos.

Nesse cenário, a comunicação institucional trata, no entendimento de Tavares (2009), de um conjunto de ações voltados a informar os públicos de interesse da organização sobre seus objetivos, práticas e políticas, com vistas a projetar uma boa imagem diante dos mesmos. Essa modalidade de comunicação “é a responsável direta, por meio da gestão estratégica das relações públicas, pela construção e formatação de uma imagem e identidade corporativas fortes e positivas de uma organização” (KUNSCH, 2003, p. 164). Atua, portanto, na gestão das ações para construção de um perfil positivo perante seus públicos, o qual será conquistado a partir da agregação de valor a empresa e sua exposição ao público. Vale pontuar, nesse contexto, a distinção entre imagem e identidade:

Do plano real ao plano da percepção, a diferença: alguém percebe, à sua maneira, algumas características. O resultado dessa percepção é a imagem. Estas imagens, justapostas e apoiadas na integração dos dados e detalhes percebidos pelos públicos, convergem para o conceito de identidade corporativa, isto é, aquilo que uma corporação é no pensamento de quem recebe (TORQUATO, 1986, p.97).

Dessa forma, a imagem se constrói no campo imaginário dos públicos, influenciada também por fatores externos à organização como mídia, formadores de opinião, família etc. Em outras palavras, é formada pelo discurso organizacional em disputa e/ou concordância com outras narrativas que contribuem para formar a percepção do público acerca da referida instituição. Por outro lado, a identidade, refere-se ao que ela de fato é, considerando suas instalações físicas,

quadro de funcionários, estatuto legal, atividades diárias, patrimônio, dentre outros aspectos. Assim, percebe-se que a imagem está mais associada a um campo abstrato, de natureza intangível; já a identidade se projeta possivelmente de forma mais clara ao se amparar em aspectos concretos para influenciar na formação de valores básicos e características que o público atribuem a sua organização (TORQUATO, 1986).

A responsabilidade de delinear e gerenciar a comunicação institucional é conferida às relações públicas, que deve se atentar nesse processo, aos objetivos globais e responsabilidade social das organizações, assegurando que sejam cumpridos. Ainda, essa subárea da comunicação deve concentrar seus esforços nas relações entre organizações e seus públicos, “promovendo e administrando relacionamentos e, muitas vezes, mediando conflitos, valendo-se para tanto, de estratégias e programas de comunicação de acordo com diferentes situações reais do ambiente social” (KUNSCH, 2003, p.90).

No âmbito da comunicação institucional, as relações públicas exercem importante papel na construção da credibilidade e posicionamento institucional coerente e contínuo das organizações perante seus públicos. Segundo Torquato (1986, p.119), as publicações institucionais caracterizam-se pela intencionalidade de tornar a empresa conhecida pelos diversos públicos, bem como a promover a integração desses públicos com vistas a criar e sustentar boas relações. Segundo o autor, “externamente, as publicações projetam a boa imagem da empresa, mostrando sua organização, seus produtos, sua qualidade, suas técnicas”.

Nesse sentido, reflete-se sobre a possibilidade de o *Prosa Rural* atuar sob configurações de promoção da comunicação institucional da Embrapa, ainda seus idealizadores afirmem que o programa não tenha sido criado com essa finalidade, e não tenha como proposta a promoção institucional da empresa (MIURA, BELTRÃO, 2016). No entanto, por tratar-se de um produto comunicacional, que divulga as tecnologias geradas no âmbito da organização, isso leva a inferir que o programa seja construído de modo a fomentar a boa imagem da empresa. É possível, nesse sentido, que ele apresente traços que o caracterizem, como produto institucional com viés de divulgação científica, proporcionando diálogo entre a responsabilidade social da empresa que prioriza com o programa novas demandas a partir da perspectiva da comunicação rural⁵. Por ora, reflete-se sobre o percurso histórico da comunicação na Embrapa, bem como sobre sua conexão com a transferência de tecnologia preconizadas pela empresa, e suas relações com a agricultura familiar.

⁵Discussões mais aprofundadas sobre o programa serão abordadas no capítulo 3

2.2. Percurso histórico da comunicação da Embrapa

Fundada em 26 de abril de 1973, a Embrapa caracteriza-se como uma empresa de inovação tecnológica, vinculada ao Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA). O contexto de sua criação refere-se ao período de modernização da agricultura em decorrência do modelo de desenvolvimento adotado pelo Estado durante o regime da ditadura militar (1964-1985). Desta forma, a Embrapa privilegiava ações voltadas à disseminação dos chamados “pacotes tecnológicos”, adequando-se às expectativas do governo brasileiro que incentivava o enfoque produtivista a partir das tecnologias (FONSECA Jr et al, 2009).

Nos centros de pesquisa, através de uma rede de difusão tecnológica, a empresa se preocupava em divulgar os resultados de seus estudos aos extensionistas e agricultores que tivessem maior potencial de adoção dos pacotes. Até o final da década de 1970, a gestão da empresa, portanto, era voltada para promoção da produtividade agropecuária, através de estratégias que envolviam pesquisadores, extensionistas e produtores (BELTRÃO, 2010; PEREIRA, 2009). A metodologia de trabalho adotada pelos estudos agropecuários, bem como pelos serviços de extensão rural se alinhavam em busca do aumento da produtividade agrícola:

a partir da compreensão dos problemas enfrentados pelos produtores, a pesquisa gerava pacotes tecnológicos para diferentes culturas nos seus centros ou estações experimentais e repassava para a assistência técnica e extensão rural, que iria estimular, por meio de processos de comunicação unidirecional, a adoção pelos produtores. A utilização da comunicação como estratégia de difusão tecnológica e de inovações na agricultura tinha como filosofia o modelo difusionista (BELTRÃO, 2010, p.98).

Nessa perspectiva, a comunicação adotada pela Embrapa nesse processo inicial caracterizava-se, claramente, pela ótica difusionista preconizadas por Everett Rogers⁶ no contexto de modernização do campo. Vale lembrar que nessa conjuntura, como vimos anteriormente, os discursos carregavam conotações persuasivas, buscando mudar os comportamentos dos agricultores, levando-os a adotar determinada tecnologia com a premissa de aumento da produção agropecuária (BORDENAVE, 1983). De fato, “as pesquisas desenvolvidas pela Embrapa, desde a sua criação em 1973, muito contribuíram para o aumento dessa eficiência produtiva” (TIMM, 2015, p.13), contudo, seus métodos utilizados para difusão de tecnologias é passivo de reflexões.

⁶Everett Rogers (1931-2004) foi um eminente teórico e sociólogo estadunidense da comunicação que desenvolveu a difusão da teoria das inovações. No campo da extensão rural, foi grande mentor do modelo difusionista-inovador tendo suas bases na teoria difusionista e adoção de ideias novas (FONSECA, 1985).

No final da década de 1980, o padrão de modernização da agricultura brasileira passa a ser alvo de críticas recorrentes. A crise do modelo de desenvolvimento adotado pelo Brasil evidenciou as fragilidades do padrão de concorrência econômica via preço, bem como do enfoque produtivista a partir do viés tecnológico para ampliação da produção (FLORES, 1991). O impulso industrial e a modernização da agricultura, sobretudo nas décadas de 1960 e 1970, evidenciaram os problemas ecológicos até então deixados à margem das pautas políticas. Os procedimentos adotados no campo da agricultura, tais como uso intensivo dos insumos agrícolas, mecanização pesada, concentração de extensas áreas de monoculturas e uso indiscriminado e em larga escala de agrotóxicos, resultaram em problemas ecológicos e ambientais imensuráveis (AGUIAR, 1993).

Apesar dos avanços que o modelo de desenvolvimento econômico, preconizado pela modernização da agricultura, trouxe aos setores agrícolas e agroindustrial, a própria Embrapa reconheceu que tais ações produziram consigo contradições inaceitáveis para a sociedade:

Exemplos dessas contradições são: a formulação de "pacotes tecnológicos" conflitantes com o conceito de desenvolvimento auto-sustentado; o uso irracional dos recursos naturais e a degradação ambiental; o privilégio concedido aos segmentos exportadores em detrimento daqueles voltados para a produção de alimentos básicos; o aprofundamento do processo de concentração fundiária; o desequilíbrio do mercado de trabalho rural; a política industrial, que influenciou na intensificação do fluxo migratório campo-cidade, mas que foi incapaz de promover a qualificação necessária e a absorção da mão-de-obra oriunda do setor rural; e a baixa remuneração no campo. Tudo isso agravou as desigualdades regionais e sociais (FLORES, 1991, p.10).

Nesse cenário, o modelo de desenvolvimento econômico foi amplamente questionado pelos movimentos sociais do campo, como o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST), movimentos das mulheres agricultoras, sindicalismo rural, entre outros. Somados a isso, a redemocratização política do país, com o fim do regime militar, no final da década de 1980, apontava para uma nova fase de organização social (NUNES, 2007). Diante desses acontecimentos, a Embrapa sinaliza também para um processo de reformulação institucional. Embora sua preocupação se mantivesse na produtividade agrícola, novas pautas começam a permear as preocupações da empresa:

Para o cumprimento de sua missão Institucional, a Embrapa, nos próximos cinco anos, direcionará suas ações de pesquisa prioritariamente para: a) aumento da produção de alimentos no país, principalmente para atender a população de baixa renda; b) aumento da produtividade de fatores de produção, principalmente nas regiões de ocupação antiga; c) desenvolvimento de tecnologias que auxiliam na conquista efetiva, sem depredação, da fronteira agrícola, especialmente Amazônia e o Centro-Oeste; d) desenvolvimento de Insumos mais eficientes para a agricultura; e) preservação dos recursos naturais e

sua racional utilização; f) redução da dependência externa, especialmente em tecnologia de ponta (EMBRAPA, 1988, p. XVIII).

Desta forma, questões como atenção à população de baixa renda e preservação ambiental se inserem, ao menos em tese, nas ações da empresa. Contudo, vale pontuar que, embora o recorte para questões ambientais apareça nesse I Plano Diretor da Embrapa - PDE, Corrales (2003) afirma que, na prática, houve muitas dificuldades em decorrência do padrão cultural dos pesquisadores da empresa que, em sua maioria, era voltado para produção de tecnologia. Além disso, somente no II PDE (1993-1996) o desenvolvimento sustentável aparece explícito na missão institucional da Embrapa, expressa por: “gerar, promover e transferir conhecimento e tecnologia para o desenvolvimento sustentável dos segmentos agropecuário, agroindustrial e florestal em benefício da sociedade” (EMBRAPA, 1994, p.15).

Apesar da sinalização por parte da empresa para atenção à preservação dos recursos naturais, se alinhando a uma perspectiva de sustentabilidade e desenvolvimento sustentável⁷, o foco ainda se mantém no aumento da produção agrícola a partir da difusão tecnológica. Observa-se que a comunicação adotada pela empresa, no seu processo inicial, tinha por finalidade a transferência de tecnologia. Além disso, devido à ausência de profissionais da comunicação, até então não reconhecidos como essenciais, as atividades comunicacionais eram coordenadas, em sua maioria, por outros profissionais, tais como agrônomos e veterinários. A comunicação funcionava numa via de mão única, voltada apenas para divulgação, e se limitavam a ações com produtores rurais (DUARTE, SILVA, 2007).

O desconhecimento sobre a relevância do papel de profissionais da comunicação e a ausência de investimento nessa área nos primeiros anos de existência da Embrapa teve consequências do ponto de vista de sua relação com seus públicos e sociedade em geral. Tal postura, resultou na fragmentação e desarticulação dos processos comunicacionais dos centros de pesquisa e a sede da empresa, afetando o modo como a empresa se apresentava e se relacionava com a sociedade e impossibilitando-a de estabelecer uma comunicação integrada (DUARTE, SILVA, 2007).

A partir da década de 1980, a Embrapa começa a investir em profissionais de comunicação, em sua maioria jornalistas. Esses foram, em geral, designados ao setor de Difusão de Tecnologia que era responsável pelas atividades de comunicação voltados exclusivamente para o setor agrícola. Contudo, a esses comunicadores restavam o papel reduzido de divulgação

⁷Essas discussões ganham espaço na agenda pública, na década de 1990, com Conferência das Nações Unidas para o Meio Ambiente e Desenvolvimento – ECO 92.

do que lhes eram informados e exercer funções operacionais. Anos decorridos, alguns esforços desses profissionais foram empreendidos na tentativa de modificar o quadro de baixa valorização da comunicação enquanto processo amplo e essencial para articulação das atividades da empresa (DUARTE, SILVA, 2007).

A materialização de uma proposta distinta da até então comunicação unidirecional praticada pela empresa se deu pelo lançamento de sua Política de Comunicação, na década de 1990. Apesar disso, não se pode esquecer a cultura organizacional preconizada pela Embrapa até o referido momento, que conforme discutido, apresentava processos comunicacionais voltados à ação de informar e divulgar, sem interação de interlocutores. Assim, salienta-se que a determinação de um novo plano por si só não modifica as estruturas culturais.

A mudança da cultura organizacional, aqui entendida como compartilhamento de significados comuns aos seus integrantes, perpassa pelo processo comunicacional, o qual servirá de fonte de informações, possibilitando vivências que contribuirá no processo de mudança. Contudo, para uma transformação efetiva, é necessário tempo e sustentação das novas perspectivas, uma vez que o processo exigirá da empresa mudanças de visão, atitudes, paradigmas, imagens e linguagem (SCHULER, 2009).

Conforme definições de Williams (1979), um processo cultural apresenta determinadas características dominantes, contudo aspectos residuais permanecem presentes. Isso significa dizer que, a construção de um novo plano de comunicação, com novas perspectivas não impedem que alguns traços (resíduos) da cultura anterior sejam praticados na nova proposta cultural.

Nas palavras do autor:

O residual, por definição, foi efetivamente formado no passado, mas ainda está ativo no processo cultural, não só como um elemento do passado, mas como um elemento efetivo do presente. Assim, certas experiências, significados e valores que não se podem expressar, ou verificar substancialmente, em termos da cultura dominante, ainda são vividos e praticados a base do resíduo – cultural bem como social – de uma instituição ou formação social e cultural anterior (WILLIAMS, 1979, p. 125).

Nesse processo, ainda conforme Williams (1979), a subsequente omissão dos “novos” aspectos culturais dominantes, ou seja, quando não colocados em prática, ocasiona o regresso aos significados e valores anteriormente praticados. Os traços residuais passam a exercer influência maior sobre o processo cultural por ainda conterem significação que a cultura dominante negligencia ou se apõe. Desta forma, fortemente marcada pelos métodos difusionistas que se ancoram em vias de comunicação como sinônimo de persuasão, fica evidente o desafio da

Embrapa de uma reestruturação cultural necessária ao rompimento com tais ideologias. A seguir, reflete-se sobre sua então Política de Comunicação, buscando compreender seus reflexos sobre a cultura organizacional da empresa.

2.3. A Política de Comunicação da Embrapa

O fenômeno da globalização e revolução tecnológica da informação e da comunicação, colocaram as empresas, a partir da década de 1990, em um novo cenário caracterizado pelo mercado global e competição crescente. Nesse contexto, a comunicação organizacional se fortaleceu à medida em que passou a ser encarada como ferramenta estratégica essencial para sobrevivência das organizações na contemporaneidade. As interações entre organizações e sociedade ficaram mais complexas, exigindo ações conjuntas, atitudes transparentes, comportamentos éticos e responsabilidade social, frente a vigilância da opinião pública (KUNSCH, 2006).

Para se adequar a esse cenário, a Embrapa faz o lançamento de sua primeira versão da Política de Comunicação, em 1996, elaborada e implementada pela Assessoria de Comunicação Social (ACS). Esse documento foi construído a partir de um diagnóstico organizacional, envolveu dirigentes e profissionais que atuavam na área da comunicação dentro da empresa e buscou incorporar as teorias da comunicação organizacional integrada. O objetivo da política foi auxiliar no cumprimento da missão institucional da empresa, além de servir como dispositivo orientador e normativo para ações de comunicação. As ações propostas, viriam, portanto, a melhorar o relacionamento com seus públicos interno e externos, bem como fortalecer sua reputação institucional e administrar interesses sociais conflitantes (DUARTE, SILVA, 2007; FONSECA Jr et al, 2009).

A partir dessa política, a comunicação da Embrapa até então gerida em função da difusão de tecnologias, passa a ser incumbida de outras responsabilidades e atribuições, atuando nos diversos segmentos sociais e englobando demais modalidades de comunicação, tais como administrativa, científica, governamental, mercadológica, social e também para transferência de tecnologia (FONSECA Jr et al, 2007). Segundo Timm (2015, p.25), “a materialização de uma Política para o setor expressava a disposição da instituição de integrar ações e estratégias de comunicação em uma nova proposta, que contemplaria uma maior interação com o mercado e a sociedade”.

Embora o texto da política não esclareça sobre as ações, planos ou projetos específicos, ela serviu de base para iniciativas na área da comunicação da empresa a partir de suas orientações e normas. Diversas ações foram implementadas no intuito de fortalecimento da imagem institucional da organização, a primeira refere-se à mudança da marca da Embrapa e criação de

assinaturas-síntese para as unidades. Anteriormente os centros de pesquisa da Embrapa não carregavam nos respectivos nomes ou siglas qualquer elemento que a identificasse. Assim, havia uma pluralidade de representações. A partir da criação de assinaturas-síntese, as siglas pelas quais as unidades eram chamadas foram substituídas por nomes que identificassem os produtos, temas ou ecorregiões de atuação da Embrapa, por exemplo: CPAC (Centro Nacional de Pesquisa de Cerrados), passou a ser chamado de Embrapa Cerrados (DUARTE, SILVA, 2007).

A utilização, até então, de razões sociais, nomes e siglas distintos para identificar os centros de pesquisa da empresa gerava conflitos internos e competitividade entre eles (FONSECA Jr et al 2009). O fato de cada seção fazer uso de sua própria denominação se configurava como fator de impasse para a consolidação da Embrapa, visto não haver nenhum elemento comum entre as marcas do centro que remetesse à empresa. Portanto, a padronização visual de todas as peças comunicacionais, veículos e edifícios contribuiu para o fortalecimento da identidade institucional da empresa.

Além disso, o desenvolvimento de manuais normativos também foi uma estratégia utilizada para assegurar que as disposições da política fossem cumpridas. Dentre eles: manuais de relacionamento com a imprensa, de editoração, de identidade visual, de redação de textos jornalísticos, etc. No âmbito interno, também foram desenvolvidos instrumentos no intuito de otimizar a comunicação entre seus funcionários e dirigentes, tais como videoconferências interativas, informativos impressos e online e eventos de integração (FONSECA Jr et al, 2009).

Nesse cenário, a Embrapa desenvolve suas ações de comunicação a partir do conceito-chave de comunicação empresarial expresso no texto da política:

A Comunicação Empresarial consiste num processo de gerenciamento que integra todas as atividades orientadas para o relacionamento entre uma organização e os ambientes interno e externo. Sua responsabilidade fundamental é criar e manter fluxos de informação e influência recíproca entre a empresa, seus públicos de interesse e a sociedade em geral (EMBRAPA, 2002, p.28).

Percebe-se, assim, um alinhamento do entendimento da empresa a respeito da comunicação empresarial com as perspectivas de Margarida Kunsch (2003), acerca da Comunicação Integrada, considerando a convergência de todos os âmbitos que envolvem o processo de comunicação dentro de uma organização. Vale pontuar sobre a influência de Wilson da Costa Bueno na formulação desse conceito de comunicação adotado pela Embrapa, à medida em que atuou como consultor no processo de construção da Política da empresa (DUARTE, SILVA, 2007; FONSECA Jr et al, 2009). O conceito escolhido pode ainda ser relacionado, ou mesmo faz

referência, as definições de comunicação rural de Bordenave (1983). Conforme visto no capítulo anterior, este propõe uma perspectiva de comunicação ancorada no diálogo e influência recíproca entre os todos os indivíduos que compõe a relação.

Em 2002, a política de comunicação da Embrapa passa por revisão e é então lançada sua edição atualizada, em vigor até a realização desta pesquisa. A nova versão traz uma alteração no que diz respeito a organização das atividades de comunicação, agrupando-as em dois focos bases: o institucional (ou corporativo) e o mercadológico. Embora sejam tratados individualmente, os dois focos se integram e se articulam dentro do sistema global de comunicação afim de obter resultados coerentes com a missão da empresa, alcance dos objetivos estratégicos e manutenção da identidade corporativa (EMBRAPA, 2002).

A comunicação institucional proposta pela política, assim como a comunicação organizacional, se alinha diretamente aos referenciais teóricos narrados por Kunsch (2003). O documento aponta que essa comunicação tem por objetivo “criar e reforçar relacionamentos para promover a legitimação da empresa junto a um conjunto diversificado de públicos de interesse (empregados, clientes, governo, comunidade científica, imprensa etc.)” (EMBRAPA, 2002, p. 40). Trata, portanto, da implementação e manutenção das ações que visam promover visibilidade da atuação da empresa nos seus diversos aspectos, tais como gestão, responsabilidade social e competência técnica e científica. Incorpora atividades de assessoria de imprensa, relações públicas, promoção, publicidade e propaganda, jornalismo empresarial e os programas de identidade visual e de comunicação interna.

No âmbito dos processos da Embrapa, a comunicação institucional é também responsável pela avaliação institucional da empresa perante seus públicos de interesse. Pesquisas de opinião, interna e externas, e auditoria de imagem na mídia, entre outros projetos nesse foco de atuação, contribuem para que a comunicação seja tratada como instrumento de inteligência empresarial. A partir desse entendimento, ela objetiva “encarar o trabalho de relacionamento com os públicos de interesse a partir de uma perspectiva estratégica, ou seja, vinculada ao processo de tomada de decisões e respaldada em ações e metodologias sintonizadas com este objetivo” (EMBRAPA, 2002, p. 83). Nesse sentido, a empresa reconhece a necessidade de adaptação dos canais de comunicação aos seus diversos públicos de interesse.

Conforme Beltrão (2010), esse posicionamento, bem como a atenção as questões ambientais, podem ser atribuídas a duas circunstâncias da conjuntura política do momento de criação e reformulação da política de comunicação:

a primeira é a necessidade de a Empresa adequar-se às orientações dos organismos internacionais que vinculavam a liberação de recursos à elaboração de

projetos voltados para o desenvolvimento social e regional sustentável; e a segunda é a necessidade de ampliar alianças com segmentos do campo que, mesmo questionando o direcionamento das pesquisas para o agronegócio, passaram a receber a atenção da Empresa frente aos cenários de mudanças políticas que se avizinham em 2002 (BELTRÃO, 2010, p. 104).

Dessa forma, percebe-se, como também aponta Fonseca Jr et al (2009), certa correlação entre o regime político, modelo de desenvolvimento, pesquisa e comunicação com a história da Embrapa. Todos esses fatores, colaboraram, ou mesmo influenciaram, na formação cultural organizacional da Embrapa e suas transformações ao longo dos anos.

No que se refere ao segundo foco da comunicação, sendo ele o mercadológico, ressalta-se que o mesmo “prende-se ao esforço de apoiar o processo de transferência de tecnologia”, favorecendo, portanto, “a incorporação das tecnologias e conhecimentos gerados ao processo produtivo, bem como a obtenção de informações que contribuam para o contínuo desenvolvimento de tecnologias ou indiquem à Empresa novas demandas” (EMBRAPA, 2002, p. 46). Assim, a comunicação mercadológica é responsável por transmitir informações fidedignas aos seus públicos e mercados, preservando a imagem, competência e credibilidade da empresa.

2.4. As interrelações da Embrapa com o trabalho extensionistas

Nos primeiros anos de sua existência, conforme vimos, a Embrapa limitava sua atuação na geração de pacotes tecnológicos, os quais eram induzidos pela própria filosofia da extensão rural no momento. De forma geral, a pesquisa agropecuária e extensão rural atuavam de maneira conjunta: a primeira gerava pacotes tecnológicos e repassava para os extensionistas. Esses, por sua vez, estimulavam, por meio de processos persuasivos, a adoção dessas tecnologias pelos agricultores (BELTRÃO, 2010). Assim sendo, a empresa montou uma rede de difusão tecnológica para divulgação dos resultados de suas pesquisas em articulação com extensionistas e agricultores com maior potencial de adoção das tecnologias. Essa relação, conforme a Embrapa era essencial pois:

o sucesso da pesquisa agropecuária depende da habilidade de identificar os problemas dos agricultores, e da velocidade de difusão dos conhecimentos criados. O estreito contato dos pesquisadores com os extensionistas rurais e com os agricultores permite que os problemas sejam relevantes e as soluções encontradas cheguem rapidamente aos destinatários (EMBRAPA, 1988, p. 33).

Apesar desses esforços institucionais para integrar pesquisa, extensão rural e agricultores, a compartimentalização das atividades criaram, conforme reconhece a própria Embrapa, fragilidades no processo de geração-difusão-adoção de tecnologias. A divisão estabelecida pelo mo-

delo institucional acabava por distanciar o pesquisador da realidade dos agricultores, diminuindo a integração interinstitucional. Além disso, assuntos relativos a atividades de transferência de tecnologia e comunicação eram poucos abordados pela empresa, que se dedicava mais as pesquisas do que nas formas de levá-las aos agricultores (EMBRAPA; EMBRATER, 1986; BELTRÃO, 2010).

Na década de 1990, a desestruturação do Sistema Brasileiro de Assistência Técnica e Extensão Rural (Sibrater), e extinção da Empresa Brasileira de Pesquisa e Extensão Rural e Extensão Rural (Embrater), no governo Fernando Collor de Melo (1990-1992), agravou a ineficiência do Estado em levar conhecimentos científicos e tecnológicos adequados à realidade dos agricultores. Esse processo de desmonte dos serviços de Assistência Técnica e Extensão Rural (ATER), desarticulou todo sistema de pesquisa, extensão e crédito rural (FONSECA Jr et al, 2009). Nesse cenário, a Embrapa se viu na necessidade de uma reestruturação institucional, criando seus próprios canais de comunicação e difusão de suas tecnologias.

Diante de tal crise, a empresa inaugura a Embrapa Informação Tecnológica como unidade descentralizada. Essa foi criada com intuito de promover a aproximação com a sociedade, criando formas de levar o conhecimento científico ao acesso dos agricultores, visto não contar mais com a Embrater para o processo de difusão da informação. Os resultados de suas investigações passaram a serem divulgados em linguagem jornalística, através publicações, veículos de comunicação de massa, tais como rádio e TV, e produtos institucionais, produzidos por essa Unidade (EMBRAPA, 2016; BELTRÃO, 2010).

A partir de então, a comunicação ganha mais espaço nas pautas da empresa e, no ano 1996, ocorre o lançamento de sua Política de Comunicação, a qual foi revisada e atualizada anos mais tarde, resultando em nova versão em 2002, conforme abordado em tópicos anteriores. Em 2011, outras ações da empresa conferem relevância à comunicação como instrumento de poder estratégico e político. A área responsável pela comunicação corporativa evolui de assessoria para Secretaria de Comunicação (Secom), e a comunicação nas unidades de pesquisa passa a funcionar como núcleo, desprendida das áreas de transferência de tecnologia. Além disso, é criado o Departamento de Transferência de Tecnologia (DTT) que, embora sem nenhum documento balizador, também passa a realizar atividades/ações de comunicação.

Considerando o exposto, vale pontuar que não faz parte das atribuições da Embrapa atuar na prestação de serviços de ATER. Não obstante, se tratando de uma empresa de pesquisa que se propõe a produzir conhecimentos científicos e tecnológicos para o universo rural, a comuni-

cação com seus públicos é essencial no processo de democratização dos saberes por ela produzidos. Assim, a mesma possui o papel de levar informações e conhecimentos ao campo, atuando de forma paralela aos serviços de ATER que lograram retorno após período de desmonte. Pode-se dizer que a partir da necessidade de interação com seus públicos, a empresa buscou se estruturar e dispor de ferramentas para aprimorar tanto sua comunicação, como o processo de transferência de tecnologia.

Assim, aborda-se nesse trabalho, o compartilhamento dos resultados das pesquisas científicas da Embrapa, especialmente através do programa *Prosa Rural*, como fator de contribuição para os serviços de ATER do ponto de vista da informação. O programa também pode ser interpretado a partir da ótica da comunicação de interesse público porque tece relações com uma nova categoria que conquista seu espaço na agenda pública. Cabe lembrar que o programa foi criado e direcionado para uma categoria, os agricultores familiares. E esse processo ocorreu em alinhamento com as ações governamentais, que atenderam, no início dos anos 2000, as demandas reivindicadas pelos movimentos sociais e organizações sindicais, conferindo apoio institucional a essa categoria a partir de políticas públicas. Dentre essas, mudanças ligadas aos serviços de ATER marcam uma nova fase da extensão rural mais sensível as demandas da agricultura familiar.

Entende-se, portanto, que a criação do *Prosa Rural* se configurou por meio de um processo de adequação aos interesses públicos e ao cenário político-institucional, gerenciando pelas vias da comunicação de interesse público, a reputação da empresa. Diferente do marketing social, esse tipo de comunicação não possui inclinações mercadológicas e não se resume a atuações isoladas tratando de práticas meramente comerciais. Refere-se à ações, atividades e processos de comunicação que tem por endereço a sociedade, independentemente de sua origem (pública ou privada), e que visam proporcionar o acesso a conhecimentos e informações de interesse público (BUENO, 2007).

Cabe, pois, nessa investigação, refletir sobre o programa enquanto colaborador dos serviços ATER do ponto de vista do compartilhamento dos resultados das pesquisas, trazendo novos conhecimentos ao campo. Pontua-se sobre a linha tênue entre atender à interesses públicos e objetivos comerciais da empresa. Conforme nos lembra Pereira (2009, p. 38), “persiste latente certa dicotomia entre as diversas concepções de transferência de tecnologia, a comunicação mercadológica, a democratização e/ou a busca da universalização do acesso a informa-

ções e as ações de extensão rural e de assistência técnica”. A reflexão sobre esse produto comunicacional da empresa poderá, portanto, contribuir para entendimento de suas perspectivas e alinhamento com os serviços de ATER.

2.5. Transferência de tecnologia e a (in)comunicação com agricultura familiar

O modelo de desenvolvimento adotado no Brasil, nos anos 1970, com foco no aumento produtivo, incentivou em certa medida, a atuação inicial da Embrapa voltada à geração e transferência vertical de tecnologias. Esse enfoque desenvolvimentista possivelmente contribuiu para que a imagem da Embrapa fosse facilmente associada à geração de tecnologias para grandes produtores e conseqüente abandono da agricultura familiar (MARQUES, SILVEIRA, CÓRDOVA, 2006).

Atualmente, a transferência de tecnologia ainda é uma das estratégias prioritárias da Embrapa, uma vez que se coloca no mercado como “empresa de inovação tecnológica focada na geração de conhecimento e tecnologia para agropecuária brasileira” (EMBRAPA, 2019)⁸. Em seu V Plano Diretor (2008-2023), esse seguimento encontra-se no posicionamento estratégico da empresa entre os desafios organizacionais e institucionais. A estratégia descrita no plano (EMBRAPA, 2008, p. 37) como “promover arranjos institucionais e metodologias inovadoras, para acelerar o processo de transferência/adoção dos conhecimentos e tecnologias geradas” nos incita a questionar os métodos que estão e serão utilizados nesse processo.

Sobre isso, Bassi (2015) apontou que o processo de transferência de tecnologia da Embrapa apresenta baixa interação com seus futuros usuários. Conforme a autora, a empresa ainda se baseia em um modelo linear de pesquisa no qual o desenvolvimento, produção e comercialização de novas tecnologias surgem de seus estudos. As ações de transferência de tecnologia consistem, dentro desse processo, na busca de usuários para as pesquisas já desenvolvidas. Desta forma, não há qualquer distinção das demandas ou verificação das necessidades dos mesmos. Essa baixa integração interinstitucional entre pesquisa, extensão e agricultores, predominou durante anos na empresa, criando forte cultura interna nessa direção (BELTRÃO, 2010).

Tendo em vista o contexto de sua criação, pode-se presumir que a empresa tenha estabelecido, ao longo dos anos, vínculos mais próximos com grandes produtores, responsáveis por grandes importações e exportações. Paralelo a essas observações, cabe refletir sobre as relações da empresa para com os demais setores que integram o sistema agrícola, em especial a agricultura de base familiar, foco da presente pesquisa. De fato, essa categoria nem sempre esteve

⁸ <https://www.embrapa.br/quem-somos>

incluída no público de interesse da Embrapa. Considerando que as diretrizes de pesquisa e desenvolvimento da empresa foram, ao longo de sua existência, balizadas pelas estratégias governamentais, bem como pelas políticas instituídas no país, somente a partir da década 1990, seguindo as orientações governamentais, a Embrapa a insere em sua na agenda das pesquisas científicas (BELTRÃO, 2010).

O texto do II Plano de Diretor (1994-1998) da Embrapa assinala o déficit de políticas governamentais de apoio à agricultura familiar, trazendo apontamentos que sugerem a iniciativa de se atentar a essa categoria, ainda que de forma tímida. Dentre os 16 programas prioritários de pesquisa listados no planejamento, um foi voltado especificamente para a agricultura familiar, o Programa Nº 9. Intitulado *Sistemas de produção da agricultura familiar*, sua materialização teve por objetivo “gerar e/ou adaptar tecnologias e conhecimentos capazes de contribuir para a melhoria das condições de estabilidade e reprodutibilidade das unidades agrícolas familiares, tendo como base a sua maior integração à economia de mercado”. Com atuação nas cinco regiões do país, os resultados das pesquisas se destacaram na região nordeste, onde concentrou-se 56% dos projetos (EMBRAPA, 1999, p.102; EMBRAPA, 1994).

Apesar da iniciativa do Programa Nº 9, muitas foram as dificuldades em sua execução. Conforme responsáveis pela comissão técnica, a própria insensibilidade e falta de conscientização da maioria dos técnicos sobre a importância da agricultura familiar consistia em um dos principais fatores limitantes (EMBRAPA, 1999). Esses entraves demonstram que traços culturais residuais permanecem presentes, exercendo influência sobre a nova cultura dominante que a empresa se propõe, em tese, a implantar (WILLIAMS, 1979).

O estudo de Marques, Silveira e Córdova (2006, p.9) associa essa dificuldade dos técnicos de assimilação do tema da agricultura familiar no quadro de orientações de pesquisa da Embrapa à desvalorização da própria empresa a referida categoria. Segundo os autores, a agricultura familiar apresentava-se de forma marginal nas estratégias da empresa, a medida em que “a perspectiva traçada não permite visualizar nenhum papel significativo para as unidades de produção familiar”.

Paralelo a isso, vale lembrar que Política de Comunicação da empresa somente faz menção à agricultura familiar em um contexto geral de discussão sobre os dilemas e desafios do agronegócio brasileiro. Entre os apontamentos, discorre-se sobre o desenvolvimento agroindustrial e a qualidade de vida no campo. O fortalecimento da agricultura familiar é apresentado como elemento importante para resgatar a cidadania do homem do campo e incorporá-lo ao

mercado. Para além disso, o documento não apresenta estratégias ou ações voltadas a esse público.

Em contrapartida, o planejamento dos anos seguintes, III Plano Diretor (1999-2003), inclui em seus objetivos a viabilização de soluções tecnológicas que contribuam para diminuir os desequilíbrios sociais. Nessa perspectiva, a empresa se propõe a desenvolver conhecimentos e tecnologias voltados a agroindústria familiar. Já no IV Plano Diretor (2004-2007) complementa tais pontuações ao prever uma reavaliação da política de transferência de tecnologia da empresa, e identificação e adoção de métodos e veículos de comunicação com vistas a se adequar a agricultura familiar. O *Prosa Rural* constitui-se, portanto, na materialização desse plano. Essas duas edições do documento sinalizam para mudanças estruturais que objetivam a inclusão social desses agricultores, desenvolvimento de tecnologias que melhorem os sistemas de produção tendo em vista à sustentabilidade econômica e ecológica, além da inserção do mercado.

A inclusão da agricultura familiar na agenda da Embrapa tem continuidade nos anos seguintes. No V Plano Diretor (2008-2023), esse público encontra-se inserido no posicionamento estratégico em um dos seis benefícios para o público-alvo, descritos no plano: “inserção social e econômica da agricultura familiar, das comunidades tradicionais e dos pequenos e médios empreendimentos”. Do ponto de vista da comunicação, essa edição do plano estabelece ainda o fortalecimento da comunicação institucional e mercadológica. Entre as estratégias, propõe-se “aprimorar fluxos, canais e espaços formais e informais de diálogo e influência recíproca entre a empresa e seus públicos de interesse” (EMBRAPA, 2008, p.20 e 27). Assim, evidencia-se a disposição de adoção de um viés horizontal de comunicação.

Por fim, o VI Plano Diretor (2014-2034), última edição publicada, a empresa se compromete a “gerar conhecimentos e tecnologias e propor estratégias, localmente adaptadas, que contribuam para a inclusão produtiva da agricultura familiar” (EMBRAPA, 2014, p. 12). Embora resumido, o objetivo expresso reafirma o engajamento em pesquisas que contemplem a categoria. De forma ilustrativa, sintetizamos no Quadro 1, as menções à agricultura familiar nos documentos institucionais da Embrapa:

Quadro 1 - Relação dos documentos da Embrapa e agricultura familiar

Documento	Objetivo	Menção a Agricultura Familiar
I Plano Diretor (1988-1992)	Documento orientador das ações da empresa, que estabelece diretrizes e grandes linhas de direcionamento para as atividades	Não há menção ou estratégias voltadas à categoria.
II Plano Diretor (1994-1998)		Programa de pesquisa N°9: <i>Sistemas de produção da agricultura familiar</i>
III Plano Diretor (1999-2003)		Objetivo global 3: viabilizar soluções tecnológicas que contribuam para diminuir os desequilíbrios sociais. AF aparece nos esforços para atin-

	a serem desenvolvidas	gir esse objetivo: Fornecer base de conhecimentos e tecnologias para a agroindústria familiar; melhorar o desempenho dos sistemas de produção visando à sustentabilidade econômica e ecológica da agricultura familiar
IV Plano Diretor (2004-2007)		AF é mencionada nos objetivos estratégicos e diretrizes. O documento prevê reavaliação da política de transferência de tecnologia da empresa, e identificação e adoção de métodos e veículos de comunicação com vistas a se adequar a agricultura familiar.
V Plano Diretor (2008-2023)		Estratégia 25: Desenvolver conhecimentos e tecnologias que contribuam para a inserção social e econômica da agricultura familiar, das comunidades tradicionais e dos pequenos empreendimentos.
VI Plano Diretor (2014 2034).		Objetivo estratégico 10: Gerar conhecimentos e tecnologias e propor estratégias, localmente adaptadas, que contribuam para a inclusão produtiva da agricultura familiar.
Plano de Comunicação (1996, atualização em 2002)	Auxiliar no cumprimento da missão institucional da empresa, além de servir como dispositivo orientador e normativo para ações de comunicação.	Não há menção ou estratégias voltadas à categoria.

Fonte: Elaborado pela autora, 2019.

Observa-se, diante do exposto, que a partir da década de 1990 a agricultura familiar é incluída nas estratégias da empresa. Contudo, não há indícios de esforço de estabelecimento de comunicação que considere as interações desses interlocutores, haja visto que a categoria não é mencionada no Plano de Comunicação. Um estudo feito por Timm (2015) sobre a comunicação da Embrapa aplicada à transferência de tecnologia, analisa brevemente um dos relatórios de pesquisa de imagem⁹ realizada pela própria Embrapa entre 2011 e 2012. A partir dessa investigação, a referida autora constata que a comunicação da empresa com seus públicos de interesse

⁹Conforme TIMM (2015, p.22): A pesquisa de imagem envolveu dois agrupamentos de públicos (interno e externo) e foi desenvolvida em quatro etapas: entrevistas em profundidade com dirigentes da Embrapa; survey quantitativo com empregados e supervisores de Núcleos de Comunicação das Unidades de Pesquisa; entrevistas em profundidade com públicos de interesse; survey quantitativo com públicos de interesse da Embrapa. Em âmbito externo, a pesquisa foi aplicada a 14 segmentos, entre eles: imprensa, agentes de transferência de tecnologia, consumidores urbanos, parlamentares, produtores rurais (pequenos/ médios e grandes), institutos de pesquisa agropecuária e comunidade científica. Foram realizadas 126 entrevistas em profundidade e 2.400 surveys. Essa pesquisa de imagem foi coordenada pela Secretaria de Comunicação da instituição e executada pela Meta Instituto de Pesquisas de Opinião. Seu objetivo foi buscar subsídios para a compreensão das atuais percepções, demandas e expectativas dos públicos de interesse da Embrapa.

é satisfatória, exceto quando se refere a segmentos da agricultura familiar, comunidades tradicionais e assentados da reforma agrária. Até mesmo no tocante à transferência de tecnologia, a comunicação é percebida como ineficiente quando se refere a agricultura familiar (TIMM, 2015). Esses dados sinalizam para dificuldade da empresa em desenvolver ações direcionadas para esses públicos, ou mesmo para perpetuação de uma perspectiva que privilegia grandes produtores até mesmo nos processos comunicativos.

Para além do referido documento, a autora traz ainda outras reflexões a partir de sua pesquisa de campo envolvendo agricultores e técnicos das empresas estaduais de assistência técnica e extensão rural (ATER) dos estados de Rio Grande do Sul e Goiás, somados aos gestores e técnicos da área de comunicação e transferência de tecnologia da Embrapa¹⁰. Entre as verificações pontuadas pela autora como conclusão de sua pesquisa, vale mencionar sobre a boa reputação que a Embrapa possui entre os agricultores familiares entrevistados. Além disso, todos os envolvidos na pesquisa admitem que a empresa considera a agricultura familiar em suas pesquisas, desenvolvendo tecnologias para esse segmento.

Contudo, apesar da disposição da Embrapa, reconhecida pelos entrevistados, em estabelecer uma comunicação com esses agricultores, a mesma se caracterizava, também na visão deles, como escassa, fragmentada ou inadequada. De forma conclusiva, ainda acrescenta:

Assim, diante do que encontramos em documentos institucionais, no campo, nas críticas dos atores e nas configurações das relações, é possível afirmar que não existe na Embrapa uma política de comunicação articulada no que se refere à transferência de tecnologia para a agricultura familiar, bem como não há um consenso institucional do processo, dos conceitos e das possibilidades de ação com o segmento. Percebemos que existem movimentos no sentido de estabelecer uma política que tenha como foco a comunicação para a transferência de tecnologia para a agricultura familiar, mas isso ainda é bastante idealizado, não apresentando nenhum tipo de materialização. Inclusive, fazemos questionamentos acerca do estabelecimento de diretrizes comunicacionais e de relacionamento com um determinado público, sem a participação efetiva da área de comunicação da instituição (TIMM, 2015, p. 120).

Nesse sentido, pontua-se sobre o déficit de ações voltadas a esse público no que se refere às ações de comunicação ou mesmo de transferência de tecnologia. Embora já inseridas nos planos estratégicos, é necessário superar dificuldades de suas implementações. Espera-se que medidas práticas se tornem frequentes e efetivas no que se refere a inclusão da agricultura familiar nas pautas das empresas, em todos os âmbitos que a empresa se propõe a atuar. Embora os planos diretores sejam documentos balizadores das ações empresas, a distância entre teorias

¹⁰A amostra foi composta por 68 agricultores familiares (34 em cada estado), 11 técnicos das empresas estaduais de assistência técnica e extensão rural – Ater (cinco do RS e seis de GO), 11 gestores e técnicos da área de comunicação e transferência de tecnologia da Embrapa

e práticas pode ser responsável tanto pelo foco na transmissão vertical de tecnologias, quanto pelo esquecimento da categoria agricultura familiar por parte da empresa.

Por hora, reconhece-se o *Prosa Rural* como instrumento criado pela empresa em atenção à agricultura familiar. O programa, de acordo com suas diretrizes, certamente apresenta possibilidades de uma democratização do acesso à conhecimentos científicos e tecnológicos produzidos pela Embrapa. O que nos interessa investigar pois na presente pesquisa é como tem se dado esse processo. Antes de adentrar as discussões do programa, cabe algumas considerações sobre o instrumento comunicativo, o rádio. O interesse por abranger os agricultores familiares na difusão de informações e tecnologias resultou na escolha desse meio de comunicação visto suas possibilidades de acesso abrangente, até mesmo para populações que possuem menor acesso tecnológico. A seguir, apresenta-se as discussões sobre esse instrumento e como se deu o processo de adoção do mesmo pela Embrapa.

2.6. Por que (estudar) o rádio?

O rádio, como tradicional meio de comunicação de massa, encontra-se presente junto aos mais diversos estratos sociais. As características inerentes a essa mídia trazem ainda uma aproximação ao contexto rural, suprimindo, por exemplo, a ausência de acesso a outros meios de comunicação mais modernos. Essa seção, portanto, dedica-se a reflexão dessa ferramenta de comunicação, a qual foi escolhida pela Embrapa para transmissão de um programa voltado à agricultura familiar, o *Prosa Rural*.

2.6.1. O instrumento radiofônico

A institucionalização da pesquisa no campo científico em comunicação da América Latina, em 1959, traz a televisão e o rádio como importantes instrumentos de modernização sociológica, cultural e social. A importância do rádio na história do Brasil é evidente do ponto de vista do acesso à informação, em contextos diversos de mudanças culturais, sociais e econômicas. Conforme Maldonado (2008):

O rádio, a partir as décadas de 1940 e 1950, será o meio de comunicação principal na região, mas, na época da *difusão de inovações*, incluirá a maioria da população do interior, da província e da selva na cultura mundial contemporânea. Guerra Fria; democratizações; revoluções; industrialização; reforma agrária; modernização; música internacional popular; direitos humanos; greve; música política; cooperativismo; socialismo; liberdade sexual; igualdade de direitos (gênero, sexo, origem, classe); imperialismos e ecologia entraram no *bom senso comum* via rádio (MALDONADO, 2008, p. 4).

Desta forma, o rádio foi e prossegue ainda hoje na perspectiva de informar, abordando assuntos diversos, debatendo sobre as atualidades e levando ainda entretenimento aos ouvintes. Atinge grande parte da população pela variedade conteúdo e facilidade de acesso. Segundo Ortriwano (1985) é, entre os meios de comunicação de massa, o mais popular e de maior alcance, chegando até mesmo nas regiões onde, possivelmente, não há outras mídias, seja por motivos geográficos, econômicos ou culturais.

O invento do transistor, na década de 1950, trouxe inovações para os usuários desse meio de comunicação. A partir dos receptores tornou-se possível a utilização do rádio à pilha, dando-o mobilidade. Dessa forma, livre de fios e tomadas, pode ser levado a qualquer lugar e utilizado de maneira individualizada. A mobilidade oferecida pelo rádio também é expressa na possibilidade do ouvinte em deslocar ou fazer outras atividades enquanto escuta-o:

O rádio hoje está em todo lugar: na sala, na cozinha, no banheiro, no quarto, no escritório, nas fábricas, no automóvel, eliminando também o hiato de audiência durante o tempo de locomoção de um lugar para outro. Seu tamanho diminuto torna-o facilmente transportável, permitindo, inclusive, recepção individualizada nos lugares públicos (ORTRIWANO, 1985, p.79).

Outras características fazem com que esse dispositivo seja popular, tanto no espaço urbano quanto no rural: a linguagem oral facilita seu uso e inclui, por exemplo, a população analfabeta, pois para receber a mensagem é necessário apenas ouvir; sua penetração é abrangente em termos geográficos, chegando a localização mais remotas. Possui alcance nacional, mas ou mesmo tempo pode ser configurar de forma a privilegiar o regionalismo, através de emissoras locais; o baixo custo dos aparelhos possibilita o acesso para maior parte da população; as programações transmitidas pela via radiofônica envolvem cada ouvinte de forma particular, estabelecendo uma espécie de “diálogo mental”; e a escolha da linguagem e sonoplastias podem despertar a imaginação de cada indivíduo através da emocionalidade provocada pelos recursos escolhidos (ORTRIWANO, 1985).

O conteúdo e a forma da mensagem radiofônica, conforme Ferraretto (2007) são ainda, condicionadas basicamente por seis fatores, sendo eles: a capacidade auditiva do receptor; a linguagem radiofônica, que poderá se valer de vozes, efeitos sonoros, músicas, etc; a qualidade da tecnologia de transmissão e recepção empregada; a fugacidade, representada pela recepção imediata quando ocorre a transmissão, o que também torna a notícia radiofônica rapidamente obsoleta; as formas de recepção, ou seja, como o público absorve o que é transmitido; e por fim, os tipos de públicos.

Conforme o mesmo autor (2007, p.23), o tipo de público, considerando seus aspectos socioeconômicos e culturais, a que se deseja alcançar pelos programas radiofônicos, determina

a estruturação da mensagem, ou seja, a forma como está organizado determinadas programações se deve ao que se imagina ser estrutura adequada para se comunicar com os ouvintes. Se tratando de “um meio tradicionalmente de comunicação de massa, o rádio possui audiência ampla, heterogênea e anônima. Sua mensagem é definida por uma média de gosto e tem, quando transmitida, baixo retorno (feedback)”. Nessa perspectiva, Ferraretto (2007) considera a interatividade do rádio ainda ineficiente, uma vez que os ouvintes não conseguem responder, imediatamente, a mensagem do rádio. Mesmo que existam linhas telefônicas disponíveis para contato, nem todos os indivíduos dispõem de recursos para ligar e dar sua opinião, e ainda que tenham, o contato nem sempre é fácil devido a linhas ocupadas.

Diante das transformações tecnológicas que trouxeram a expansão do acesso a outros meios de comunicação, o rádio, ao longo de sua existência, passou por diversos avanços, alterando seus formatos, conteúdos e operacionalização. Na década de 1950, sobreviveu ao invento da televisão, a qual trouxe além do som, imagens ao alcance do telespectador. Atualmente, com o advento da internet, a mídia radiofônica ainda possui espaço do cotidiano dos brasileiros, como veremos a seguir. Contudo, vale considerar sua ressignificação diante da internet, dando início a uma nova forma de radiofonia: a Webrádio¹¹. Conforme explica Prata (2007), a partir dessa configuração, o velho invento ganha novas funcionalidades. Além do áudio, há presença de elementos textuais e imagéticos, através de textos, vídeos, fotografias, desenhos, e etc. Para a autora, a união com a internet é vista como forma de atualização e sobrevivência do rádio.

Em 2014, a Pesquisa Brasileira de Mídia¹², em sua primeira edição, revelou que, apesar do rápido crescimento da internet, a TV e o rádio se encontravam mais presentes do cotidiano dos brasileiros. Quase a totalidade (97%) dos brasileiros assistiam TV frequentemente. O rádio apareceu como hábito de 61% dos entrevistados, e a internet costumava ser acessada por 47%. O mesmo comportamento se repete no ano seguinte (2015), permanecendo o ranking televisão, rádio e internet. Contudo, conforme os resultados, nota-se uma aproximação (que mais tarde vem a ser tornar inversão) das posições do rádio e internet. O uso do rádio, é apresentado como hábito de 55% dos entrevistados, sinalizando um decréscimo em relação ao ano anterior. Já a internet, sofre pequena elevação, 48% afirmaram fazer uso dessa mídia. Além disso, a pesquisa

¹¹ Por webradio entende-se a emissora radiofônica que pode ser acessada através de uma URL (Uniform Resource Locator), um endereço na internet, não mais por uma frequência sintonizada no dial de um aparelho receptor de ondas hertzianas (PRATA, 2007).

¹² A Pesquisa Brasileira de Mídia é de responsabilidade da Secretaria de Comunicação Social – Secom. A pesquisa é realizada a partir de entrevistas domiciliares, e a amostra engloba municípios do país inteiro, garantindo a representatividade nacional, incluindo os 26 estados e Distrito Federal.

revelou que o uso do celular para acessar internet já compete com uso de computadores ou notebooks, apresentando percentuais na pesquisa de 66% e 71% respectivamente.

A partir de 2016, o rádio e a internet invertem suas posições de uso pelos brasileiros, passando a internet a se sobrepor ao rádio nessa comparação entre as duas mídias para o acesso a informação (49% e 30%, respectivamente). Contudo, no meio rural o acesso à internet ainda é limitado. Conforme dados TIC Domicílios 2017, apenas 34% da população rural brasileira possuem acesso à internet em suas residências. No meio urbano esse percentual chega a 65%. Desta forma, pontua-se que apesar do desenvolvimento tecnológico e das vantagens advindas do acesso à internet, a realidade da maioria dos residentes rurais não conta com esse meio de comunicação.

Nesse contexto, mesmo diante dos avanços dos aparatos tecnológicos dos meios de comunicação para além das áreas urbanas, o rádio ainda permanece no cotidiano das famílias rurais. Ainda segundo informações de TIC Domicílios, até o ano de 2017, o rádio é presente em 64% dos domicílios rurais. Considerando suas particularidades, esse instrumento oferece vantagens no contexto rural pois pode acompanhar os agricultores em suas atividades diárias, mesmo longe das residências. A sua utilização concomitante ao trabalho facilita o uso por essa população, não sendo necessário dispor de tempo para uso exclusivo.

Nesse debate sobre a importância do rádio no âmbito rural, Fraga (2018) corrobora na discussão com apontamentos sobre o espaço que o dispositivo ocupa na rotina dos brasileiros. De acordo com a referida pesquisa, esse meio tradicional de comunicação se mantém presente tanto no espaço urbano quanto no rural. A autora aprofundou, ainda, sua investigação sobre a interação dos rurais com a cultura urbana, desenvolvendo seus estudos em dois municípios da Zona da Mata Mineira (Pedra Bonita e Juiz de Fora). Dessa forma, observou a permanência do rádio na vivência dos rurais:

Constatou-se, na pesquisa, no que diz respeito a mídia mais tradicional, o rádio, que a narrativa radiofônica continua presente no cotidiano dos rurais, seja sintonizada no modelo hertziano ou acessado pelo celular e pela televisão, como afirmavam os entrevistados. Esta permanência foi mais expressiva, ainda, na zona rural no município de Juiz de Fora, que apresentava características mais urbanas. Ou seja, o rádio vem mostrando uma grande flexibilidade adaptativa frente às novas tecnologias da informação e comunicação, inclusive, em relação às novas gerações (FRAGA, 2018, p. 95).

Assim, a autora defende que, atualmente, o cenário rural no contexto de midiaticização e suas implicações vem se constituindo de um *rural em rede*, visto que a população do campo ainda faz uso do rádio em seu dia a dia. Contudo em uma nova reconfiguração, incluindo novas tecnologias no mundo contemporâneo.

Diante do exposto, a partir de suas características e funcionalidades, confirma-se a relevância e permanência do rádio no âmbito rural. Com base nessa constatação, reiteramos o desenvolvimento da presente dissertação, a qual propõe a análise do programa radiofônico *Prosa Rural* como possível dispositivo de auxílio nas atividades de extensão rural, proporcionando o acesso à informação e conhecimentos a realidade das comunidades rurais. É nesse contexto que a Embrapa vem desempenhando ao longo dos anos, por meio de mudanças estruturais que acompanharam as perspectivas de extensão e comunicação, papel relevante na disseminação de suas pesquisas científicas.

2.6.2. A escolha do rádio pela Embrapa: materialização do *Prosa Rural*

A decisão da Embrapa em fazer uso do rádio como instrumento de difusão de conhecimentos científicos partiu da premissa que a “velha ferramenta” era a mais adequada para viabilizar sua proposta de alcance da população rural, especialmente agricultores familiares. Isso por que esse instrumento se caracteriza como popular, democrático, de fácil acesso, simples de manusear e transportar, e pode ser usado concomitantemente com outras atividades (PEREIRA, 2009). Apesar disso, a Embrapa enfrentou alguns obstáculos para adequar os resultados das pesquisas científicas ao público:

Embora existisse na Embrapa, de fato, um “estoque” de informações a ser disponibilizado, havia, em contrapartida, barreiras sérias a serem enfrentadas para esse fim, quais sejam: no geral, a linguagem e o estilo utilizados na edição das publicações impressas e eletrônicas existentes eram muito técnicos, e, logo, distantes do universo cultural do público-alvo que se pretendia atingir, o que exigiria que tais publicações fossem antes submetidas a uma adequação editorial que as tornassem acessíveis; as recomendações técnicas nem sempre eram do interesse específico desse público; não se dispunha de um diagnóstico preciso de suas demandas tecnológicas, e, portanto, a Embrapa não sabia, exatamente, que recomendações técnicas deveria destinar a cada região (PEREIRA, 2009, p. 72).

Logo, além da dificuldade de adaptação das pesquisas científicas ao formato que se adequasse a um programa radiofônico, limitações do ponto de vista organizacional também tiveram de ser enfrentadas. O esforço versava por transformar os conteúdos técnicos em matérias que melhor se adequassem a estrutura radiofônica e a realidade de seu público de interesse. Conforme salienta Beltrão (2010), o *Prosa Rural* surge como proposta de uma comunicação mais dialógica, quebrando os paradigmas da instituição criadora do programa que desde seus primórdios se baseava em modelos difusionistas de comunicação.

Para implementação inicial foi realizado pela Embrapa um diagnóstico pela antropóloga Maria do Socorro de Magalhães e pelo cinegrafista e fotógrafo Olavo Maciel. O trabalho se

desenvolveu por meio da aplicação de um questionário semiestruturado, além de entrevistas, abrangendo na ocasião seis estados do Semiárido (Alagoas, Bahia, Ceará, Paraíba, Pernambuco e Piauí). Foram entrevistadas 267 pessoas, entre elas lideranças locais, técnicos, agricultores, estudantes, donas de casa, entre outros (MIURA, BELTRÃO, 2016).

Esse estudo contribuiu para levantar os aspectos importantes a serem considerados na formulação do programa para que pudesse alinhar as pesquisas desenvolvidas pela Embrapa às necessidades e lacunas identificadas de forma a contemplar seu público principal, agricultores familiares do semiárido nordestino (MIURA, BELTRÃO, 2016). A partir desse diagnóstico, bem como de outras iniciativas internas da Embrapa, como reuniões entre pesquisadores e coordenadores da instituição para debater a proposta, tem início o *Prosa Rural*, sob coordenação da Embrapa Informação Tecnológica.

Sua idealização data o ano de 2003, mas sua primeira transmissão ocorreu já em 2004. O surgimento do programa se deu como um espaço de divulgação de tecnologias e outras informações para famílias rurais do semiárido nordestino, como uma das várias linhas de ação do programa Fome Zero¹³, do Governo Federal. O intuito era promover a difusão de informação e cultura a partir de uma programação em formato de prosa entre apresentadores e participantes. Em seus primórdios era transmitido por apenas 50 emissoras de rádio. Sua expansão se deu de forma acelerada, totalizando 423 rádios parceiras ainda no ano de 2004. No ano seguinte, o programa atingiu outras regiões como Norte e Vale do Jequitinhonha, em Minas Gerais. Posteriormente, de 2006 a 2008, ampliou-se para as regiões centro-oeste, sudeste e sul (EMBRAPA, 2019).

Atualmente, conforme dados da plataforma eletrônica do *Prosa Rural*, ele é apresentado por mais de 1000 rádios parceiras em todo Brasil. Para fazer a transmissão basta as rádios realizarem seu cadastro no Sistema de Informações Gerenciais do *Prosa Rural* – (SIG-*Prosa Rural*), localizado no site do programa. Através desse registro, as emissoras têm acesso aos downloads dos áudios em resolução de 128 kbps para veicularem nos horários que lhe forem mais convenientes. Podem ainda os reprisar quantas vezes desejarem em diferentes ocasiões. Conforme relatado pelo supervisor, por meio de entrevista concedida por e-mail, a partir de janeiro de 2019, a equipe do programa passou a dispor também de contato via WhatsApp. Assim, caso desejem, as emissoras recebem os links dos programas diretamente em seus telefones, não

¹³ O Fome Zero refere-se a um programa do Governo Federal, instituído em 2003, durante o mandato de Luiz Inácio Lula da Silva, visando garantir o direito de alimentação da população brasileira.

sendo necessário entrar no sistema mediante senha. Novos cadastramentos também podem ser feitos por esse meio de contato.

A listagem das rádios que já fazem a transmissão do *Prosa Rural* também pode ser acessada no site, contudo, não há garantias que essa condiz com a realidade. Ainda segundo informações fornecidas pelo supervisor, não é possível mensurar o número exato de emissoras que o veiculam. Embora seja feito o cadastro para o recebimento do material em qualidade adequada para transmissão, é possível fazer download dos programas no site (ainda que em baixa qualidade, 68 kbps), o que possibilita qualquer pessoa ou emissora fazer uso do conteúdo sem que a Embrapa tenha controle. Além disso, algumas parcerias ampliam o número de transmissão. Dentre elas, cita-se a Rede Nacional de Rádio (RNR), um canal da Empresa Brasil de Comunicação (EBC), que inclui o *Prosa Rural* em sua programação diária, disponibilizando-o para mais de 9 mil emissoras que compõem o mailing da Voz do Brasil.

Abaixo, observa-se a distribuição das emissoras parceiras, ainda que não exata. E divisão das grades regionais conforme organização da programação que as divide em: Região Norte, Região Nordeste e Vale do Jequitinhonha, Região Centro-Oeste/Sudeste e Região Sul.

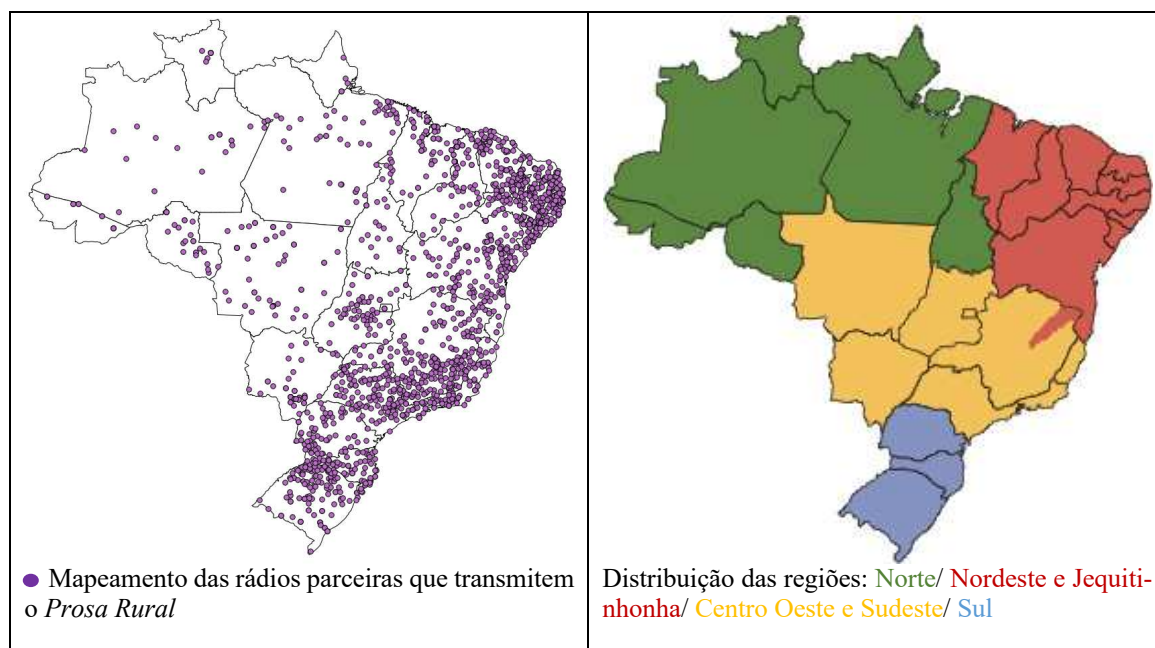


Figura 1: Mapas das rádios parceiras que transmitem o *Prosa Rural* e distribuição regional da grade de programas, respectivamente.

Fonte: Embrapa, 2019¹⁴.

Conforme pode ser verificado na Figura 1, o programa tem menor transmissão nas regiões Centro-Oeste e Norte do país, e maior concentração na região Nordeste. Essas informações são coerentes com a distribuição de estabelecimentos da agricultura familiar no Brasil. De acordo

¹⁴ Disponível em: <https://www.embrapa.br/prosa-rural>

com os dados do Censo Agropecuário de 2006, as regiões Centro-Oeste e Norte possuem menor presença da agricultura de base familiar, sendo aproximadamente 5% e 9%, respectivamente. Já a região Nordeste concentra a maior parte de estabelecimentos dessa categoria, chegando 50% do total do país¹⁵ (IBGE/Sidra,2012).

É possível observar também que a divisão de grades do programa agrupa as regiões Centro-Oeste e Sudeste, bem como integração Vale do Jequitinhonha à região Nordeste por apresentar condições ambientais semelhantes. Apesar dessa divisão com programações distintas para cada região, pontua-se sobre a impossibilidade de adequação dos programas às características de cada localidade, uma vez que as regiões não são homogêneas. O território brasileiro apresenta grande diversidade no que diz respeito a produção agrícola. Além disso, outros aspectos como diferenças culturais, costumes e linguagens regionalizadas certamente não encontram espaço para serem contempladas em sua totalidade, como anseiam e afirmam os idealizadores do programa (MIURA, BELTRÃO, 2016).

O processo de construção do *Prosa Rural* é fragmentado. As entrevistas são produzidas pelos centros de pesquisa da Embrapa de todo país. Posteriormente encaminhadas para o estúdio da Embrapa em Brasília, onde faz-se edição, gravação, finalização, publicação e envios. Para cada grade regional são produzidos 48 programas anuais, transmitidos semanalmente com duração de 15 minutos, além dos programas especiais criados em faixas extras, os quais as rádios podem veicular no dia e horário que desejarem (EMBRAPA, 2019). A veiculação é gratuita, sendo distribuída pela instituição para as rádios parceiras, além de disponibilizá-los em seu site, o qual dispõe de uma aba exclusiva para ao programa¹⁶.

A estrutura do *Prosa Rural* é organizada da seguinte forma: jingle, abertura institucional, quadros (de acordo com necessidade daquela edição), encerramento institucional e jingle final. O programa é conduzido por um casal de locutores âncoras que apresentam os quadros, interagem com os participantes convidados e por vezes, debatem o tema de forma descontraída. A temática diária faz referência as tecnologias ou conhecimentos produzidos pela Embrapa ou seus parceiros institucionais. E todo conteúdo é organizado em seis quadros:

¹⁵ Conforme dados do Censo Agropecuário de 2006, havia 4366267 estabelecimentos agropecuários da agricultura familiar no Brasil. Desses, 412666 (9,45%) localizados na região norte, 2187131 (50,09%) na região nordeste, 699755 (16,02%) na região sudeste, 849693 (19,46%) na região sul, e 217022 (4,97%) na região centro-oeste do país.

¹⁶ Toda programação, bem como programas gravados podem ser acessados do endereço eletrônico da Embrapa: <https://www.embrapa.br/en/prosa-rural/>

- 1) *Um dedo de prosa*: Traz informações sobre estudos atuais acerca do tema abordado, apresentando entrevistas breves com especialistas sobre o assunto tratado;
- 2) *Pitacos da hora*: trata-se de um espaço com dicas em geral sobre o uso da tecnologia apresentada, trazendo uma abordagem mais prática;
- 3) *Fala Produtor*: ilustra, através de relatos dos agricultores, como é a experiência do uso da tecnologia ou prática da atividade tema;
- 4) *Receitas do Prosa*: procura integrar o público feminino, apresentando uma opção de receitas que utilizam os ingredientes associados à tecnologia em foco;
- 5) *Favas Contadas*: objetiva promover a história, cultura e tradições, dando espaço aos artistas locais para exporem seus trabalhos, como músicas, poesias, cordéis, entre outros;
- 6) *Ao Pé do Ouvido*: traz informações gerais sobre campanhas de utilidade pública.

Os quadros são usados de acordo com a necessidade, assim uma edição não apresenta necessariamente todos eles. Apesar dessa diversidade de formas de apresentação, ressalta-se que o foco é debater o tema proposto naquela edição. Salvo algumas exceções como no espaço cultural que, quando não se envolve diretamente com o tema, privilegia produções artísticas locais.

Além desses quadros principais, alguns outros especiais integram a programação de grades específicas a partir de parcerias. Por exemplo, na Região Norte tem-se o quadro *Minuto do Serviço Florestal Brasileiro*, que transmite matérias e boletins sobre conservação ambiental produzidos pelo Serviço Florestal Brasileiro; E no Sul, a partir da colaboração da Emater do Rio Grande do Sul, o quadro *Momento da Extensão Rural* apresenta dicas para o dia a dia no campo, com práticas e tecnologias de fácil adoção. Esses quadros, contudo, se limitam a tempos reduzidos de 60 segundos.

Atualmente, o *Prosa Rural* se caracteriza como um produto radiofônico que converge também com outras mídias. Além do site, o programa dispõe de um aplicativo para o sistema Android de celulares, que pode ser baixado gratuitamente no Google Play¹⁷. Essa ferramenta oferece duas opções aos usuários: consulta ao conteúdo completo, composto por todas as edi-

¹⁷ Google Play é um serviço de distribuição digital de aplicativos, jogos, filmes, programas de televisão, músicas e livros, desenvolvido e operado pela Google. Ela é a loja oficial de aplicativos para o sistema operacional Android, além de fornecer conteúdo digital.

ções produzidas desde 2004; acesso a rádio virtual ProsaWeb que funciona 24h por dia e apresenta uma seleção do acervo do programa, notícias agropecuárias, tecnológicas e previsão do tempo. Desta forma, possibilita-se o alcance pelos usuários através do rádio ou internet (EMBRAPA, 2019).

Por fim, salientamos que embora o *Prosa Rural* tenha sido concebido com vistas ao acolhimento da agricultura familiar, o programa vem passando por uma fase de transição, buscando ampliar seu público-alvo para produtores em geral. Essa mudança teve início em fevereiro de 2018, quando da passagem da coordenação do programa da extinta Embrapa Informação Tecnológica para a Secretária de Inovação e Negócios (SIN). Apesar dessa ampliação de público de interesse, o atual supervisor do programa, em entrevista, esclareceu que o programa permanece educativo em sua essência para agricultores familiares, pois visa levar a esses ouvintes novas tecnologias e boas práticas, sobre como funcionam e como podem ser usadas.

Conforme relatado pelo mesmo, a preocupação por apresentar conteúdos de possível aplicação produção familiar ainda permanece significativa. E mesmo nos casos em que a tecnologia abordada não se seja adequada ao universo do agricultor familiar, busca-se tratar da cultura geral do campo na mesma linguagem coloquial, compreendendo que é importante para esse público tomar conhecimento do que a Embrapa e parceiros oferecem aos diversos segmentos do meio rural. Sendo assim, o foco se mantém aos ouvintes de produção familiar.

CAPÍTULO 3: *Prosa Rural* e as interrelações com a ATER

A seleção de uma amostra do *Prosa Rural* a partir do diálogo com a extensão rural permitiu a análise de edições produzidas para as quatro regiões brasileiras. Isso possibilitou a realização de um estudo mais global sem que houvesse inclinação para determinada localidade específica. Tendo em vista que o objetivo desse trabalho é a análise do programa, de uma forma geral, enquanto possível colaborador aos serviços de Assistência Técnica e Extensão Rural (ATER), não temos a pretensão de avaliar a adequação das grades e conteúdos com suas respectivas regiões.

Os programas foram selecionados a partir de palavras-chave em seus resumos ou títulos. No entanto, pode haver edições em que essa relação apareça no programa, mas não esteja evidenciado nas *tags*. Apesar disso, acredita-se que a amostra obtida é capaz de fornecer as informações necessárias para uma reflexão do ponto de vista qualitativo, sem prejuízos ao desfecho do trabalho. Do ano de sua inauguração, 2004, até o presente momento dessa pesquisa, junho de 2019, aproximadamente 1866 edições regulares (ou seja, não inclui edições especiais) já foram transmitidas (EMBRAPA, 2019)¹⁸. Dessas, apenas 34 edições tiveram seus conteúdos diretamente relacionados com a extensão rural, ou seja, menos de 2% do total, o que já sinaliza para a baixa interação entre o programa e os serviços de ATER.

No Quadro 2 a seguir, é apresentada as 34 edições selecionadas para presente análise separadas por região. Informa-se ainda sua data de sua transmissão e respectivos títulos.

Quadro 2 - Relação de edições que abordam a extensão rural

Centro-Oeste/Sudeste	
09/04/2007	Novas variedades de banana Prata resistentes a doenças
10/03/2008	Abacaxi Vitória: nova variedade com resistência a doenças
03/05/2010	Novas variedades de morango para cultivo em períodos quentes
18/06/2010	Cultivar de inhame mais produtivo
04/04/2011	Poda programada de Café Conilon
21/04/2011	Cultivo de hortaliças não convencionais
01/07/2011	Variedades de milho especiais para artesanato
18/11/2011	Adaptação de tecnologias para o desenvolvimento rural sustentável em assentamentos
19/03/2012	Mandioquinha-salsa: alternativa para o pequeno agricultor
02/04/2013	Produção Integrada de Café: caminho para sustentabilidade
17/08/2015	Manejo de hortaliças em transição agroecológica
06/06/2016	Práticas conservacionistas recuperam bacias hidrográficas
11/07/2016	Manejo de plantas de cobertura para sistemas de rotação de culturas
25/07/2016	Transição agroecológica por meio do Sistema de Mandala Adaptada
17/10/2016	Como diagnosticar, tratar e evitar a mastite em bovinos leiteiros
Norte	

¹⁸ Dado obtido através do site: <https://www.embrapa.br/prosa-rural/por-ano>.

07/05/2007	Adubação e irrigação para melhorar a produção de banana
10/12/2007	Boas práticas de processamento de alimentos na agricultura familiar
10/03/2008	Abacaxi Vitória: nova variedade com resistência a doenças
16/04/2008	Bananas Japira e Vitória conquistam o mercado
04/04/2011	Poda programada de Café Conilon
21/02/2011	Dendê: importante matéria-prima na produção de biodiesel
21/04/2011	Cultivo de hortaliças não convencionais
18/11/2011	Adaptação de tecnologias para o desenvolvimento rural sustentável em assentamentos
09/07/2012	Manejo de castanhais nativos
30/05/2016	Multiplicação de sementes de mandioca
21/09/2015	Combate ao mandarová em seringueiras
11/07/2016	Manejo de plantas de cobertura para sistemas de rotação de culturas
17/10/2016	Como diagnosticar, tratar e evitar a mastite em bovinos leiteiros
18/06/2018	Boas práticas para fabricação de farinha de tapioca
03/09/2018	Controle leiteiro para propriedades de economia
Sul	
21/04/2011	Cultivo de hortaliças não convencionais
31/10/2011	Plantio de eucalipto: uma opção de renda para o pequeno produtor
18/11/2011	Adaptação de tecnologias para o desenvolvimento rural sustentável em assentamentos
19/03/2012	Mandioquinha-salsa: alternativa para o pequeno agricultor
30/07/2013	Os desafios para as juventudes rurais e a sucessão familiar no Rio Grande do Sul
17/10/2016	Como diagnosticar, tratar e evitar a mastite em bovinos leiteiros
12/12/2016	BRS Belluna: nova cultivar de banana rica em amido resistente
Nordeste/Vale do Jequitinhonha	
10/12/2007	Boas práticas de processamento de alimentos na agricultura familiar
10/03/2008	Abacaxi Vitória: nova variedade com resistência a doenças
16/04/2008	Bananas Japira e Vitória conquistam o mercado
08/05/2008	Criação de minhocas para produção de adubo orgânico
01/07/2008	Benefícios do uso da energia solar na pequena propriedade rural
03/07/2009	Carneiro hidráulico com garrafa pet para bombear água
21/02/2011	Dendê: importante matéria-prima na produção de biodiesel
31/12/2012	Melhoria da produtividade com o uso de tecnologias de geoprocessamento no apoio à extensão rural
12/02/2013	Produção de sementes pela agricultura familiar
08/05/2014	Coleta e beneficiamento de sementes florestais da Caatinga
14/09/2015	Como fazer extensão rural agroecológica
30/05/2016	Multiplicação de sementes de mandioca
17/10/2016	Como diagnosticar, tratar e evitar a mastite em bovinos leiteiros
18/06/2018	Boas práticas para fabricação de farinha de tapioca

Fonte: Elaborado pela autora, 2019.

Conforme pode ser observado no Quadro 2, uma mesma edição pode ser veiculada em mais de uma região. Dentre as 34 edições selecionadas, 64,7% (22 edições) refere-se a programações exclusivas para uma única região e 35,3% (12 edições) foram destinadas a duas ou mais regiões concomitantemente. Pontua-se que mesmo nos casos em que uma edição é transmitida para mais de uma região, produzem-se áudios únicos respeitando o jingle de abertura regional. Essa música responsável por promover a marca da Embrapa é interpretada através do seguinte

texto: “Se liga que a prosa vai começar, pro amigo do campo a Embrapa tem novidade. Prosa Rural, um programa que vai ajudar o trabalho do campo ficar mais legal. Está no ar Prosa Rural, um programa da Embrapa- Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária” (EMBRAPA, 2019). Desse modo, mantém-se a composição do texto para todas as quatro grades¹⁹, contudo a melodia e vozes que o interpretam são diferentes. Esse é o único fator que diferente os áudios de uma mesma edição veiculada em mais de uma região.

De forma geral, constatou-se que o conteúdo das edições selecionadas, em sua maioria, busca levar informações e conhecimentos aos ouvintes sem a presença de um produto propriamente dito. Assim, mais da metade (24 edições), são dedicadas ao compartilhamento de resultados de pesquisas científicas e tecnológicas sobre modos de produção, práticas e comportamentos que visam melhorar a vida do agricultor familiar. Abordam questões diversas como formas de otimizar o manejo, boas práticas para um cultivo sustentável, técnicas de processamento de alimentos, reciclagem de resíduos orgânicos, organização da propriedade rural, importância da higiene dos equipamentos agrícolas, entre outras. As outras 10 edições são voltadas a apresentação de novas variedades de produtos agrícolas, no geral, sementes ou mudas. Dessas, quatro edições apresentam itens que são comercializados, ou seja, a forma de acesso é através da compra. E seis edições apresentam produtos de possível obtenção gratuita, seja pela Embrapa ou pela instituição parceira.

Após informações gerais sobre o universo estudado, os tópicos seguintes apresentam discussões da análise desse material que servirá de base para considerações gerais sobre o programa. Vale aqui lembrar que o objetivo versa por analisar se o *Prosa Rural* atua em consonância com a Política Nacional de Assistência Técnica e Extensão Rural, estabelecendo uma comunicação rural em conformidade com seus próprios objetivos no que tange a priorização da agricultura familiar.

3.1. *Prosa Rural* e sua atuação concomitante com a Extensão Rural

A correspondência do *Prosa Rural* com a extensão rural foi percebida em diferentes aspectos nas programações, seja por determinada parceria com os serviços de ATER estaduais; indicação desses serviços, ressaltando sua importância no processo de aprendizagem dos agricultores; ou mesmo pela participação do técnico extensionista durante o programa. As empresas

¹⁹ Com exceção da região Nordeste/Vale do Jequitinhonha que modifica o início da frase trocando a expressão “Se liga” por “Ô gente”, adaptando o jingle a um vocabulário mais regional.

participantes identificadas no universo analisado foram: Instituto Capixaba de Pesquisa, Assistência Técnica e Extensão Rural (Incaper), Empresa Baiana de Desenvolvimento Agrícola S.A (EBDA)²⁰, e Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural (Emater) de alguns estados. Em algumas edições o conteúdo é inteiramente dessas instituições parceiras e em outras fazem participações agregando informações e conhecimentos referentes ao tema discutido.

O desenvolvimento de parcerias públicas e privadas como essas se constitui em uma das estratégias da Embrapa para a expansão de sua capacidade de inovação. Atualmente, a empresa contabiliza 15.152 contratos e convênios, sendo 98% nacionais e 2% internacionais. Desses, 149 são convênios nacionais firmados em cooperação em Assistência Técnica e Extensão Rural (EMBRAPA, 2018). As estratégias de relacionamento com o técnico de ATER visa promover o acesso a conhecimentos e informações atualizados como forma de otimizar o trabalho desses profissionais no campo (EMBRAPA, 2019).

Dessa forma, a aproximação do programa com a ATER pode ser observada da própria parceria explicitada em algumas edições em que os produtos, tecnologias ou conhecimentos compartilhados advém dessas agências, inclusive o acesso aos produtos ou orientações técnicas necessárias que podem ser obtidas através da atuação dessas instituições. Além disso, é comum no decorrer do programa, a menção e reconhecimento do trabalho do técnico extensionista, colocando-o como imprescindível para o melhor desenvolvimento e aplicação eficaz do conteúdo transmitido pelo programa. É o que acontece no debate sobre irrigação e adubação²¹, por exemplo. O trabalho do extensionista é recomendado diversas vezes nas falas dos entrevistados, técnicos da Embrapa, que sinalizam a importância de ter um acompanhamento no processo de aplicação dos procedimentos instruídos na programação.

Assim, reiteramos que o *Prosa Rural* não possui pretensão de intervir de forma a substituir em qualquer aspecto o trabalho dos extensionistas, nem mesmo defende-se aqui esse ponto de vista. Mesmo porque, a ATER vai além do simples ato de levar informações. Contudo, essa relação de proximidade e atuação conjunta pode resultar em processos mais eficientes no que tange ao compartilhamento de conhecimentos, papel exercido pelo programa, e sua reflexão do ponto de vista mais crítico e particular, através da orientação da ATER. A Embrapa esclarece que o objetivo das estratégias de relacionamento com os técnicos da extensão rural, e aqui podemos considerar o *Prosa Rural*, é promover o acesso a novas informações decorrentes da pesquisa científica. A partir disso, o técnico tem possibilidade de refletir sobre eles e decidir sobre

²⁰ Vale mencionar que a EBDA foi extinta no ano de 2015, sendo substituída pela instituição pela Superintendência Baiana de Assistência Técnica e Extensão Rural (BAHIATER).

²¹ Edição “Adubação e irrigação para melhorar a produção de banana” transmitida em 07/05/2007.

quais se adequam mais a sua rotina e a realidade de cada agricultor atendido (EMBRAPA, 2019).

Em entrevista, o supervisor do *Prosa Rural* corrobora com a posição de aliança do programa e as atividades extensionistas ao afirmar que esse meio de comunicação possibilita a atualização dos técnicos de ATER no que se refere às tecnologias e boas práticas desenvolvidas pela pesquisa agropecuária. Reitera o objetivo de fazer o programa instrumento de apoio à transferência de tecnologia, ainda que não tenha intuito de promovê-la diretamente. Essa iniciativa versa por aproximações da empresa e do programa com atividades extensão rural. Parcerias com os extintos Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA) e Ministério do Desenvolvimento Social (MDS) já frutificaram programas especiais voltados para a ATER, acrescenta o supervisor.

A seguir, apresentamos discussões mais detalhadas sobre o possível alinhamento do programa com perspectivas que apoiem a ação extensionista preconizadas pela Pnater. O estudo foi organizado em quatro eixos de análise para os quais foram criados indicadores que ajudaram a guiar as reflexões, conforme Quadro 3. Procurou-se debater a presença ou ausência desses aspectos no programa, tecendo reflexões sobre as aproximações com os serviços de ATER guiados pela Política.

Quadro 3 – Categorias e indicadores da análise de conteúdo do Prosa Rural

Eixo de análise	Indicadores ²²
Temas	<p>O programa apresenta temas que se relacionam com extensão a partir das perspectivas da Pnater:</p> <ul style="list-style-type: none"> Priorização da agricultura familiar, ou seja, temas de interesse (que se relacionem diretamente) dessa categoria; Temas que apresentem uma agricultura de base ecológica (Agroecologia); Temas que promovam o desenvolvimento sustentável;
Conteúdo	<ul style="list-style-type: none"> Abordagem de atividades e serviços agropecuários e não agropecuários, inclusive agroextrativista, florestais e artesanais; Atividades agrícolas e não agrícolas (excede para outros aspectos da vida rural); Promoção de uma agricultura de base ecológica; Promoção de desenvolvimento rural sustentável;

²² Indicador foi realizado considerando a relação direta das categorias com aspectos que as aproximem das perspectivas dos serviços de ATER guiados pela Pnater.

	Uso sustentável de recursos naturais, preservação dos agroecossistemas e da biodiversidade; Conteúdo financeiramente adequado a agricultura familiar.
Linguagem e formas de abordagens	Comunicação horizontal; Promoção de relações dialógicas entre os interlocutores; Adequação dos signos linguísticos ao público ouvinte; Possibilidade de construção de processos de educação não formal;
Acesso e participação	Democratização do conhecimento Conexão e valorização de conhecimentos tradicionais; Promoção de relações dialógicas.

Fonte: Elaborado pela autora, 2019.

3.1.1. O processo de definição dos temas

O primeiro eixo de análise refere-se aos temas do *Prosa Rural*. A investigação buscou identificar aspectos que caracterizam tanto o processo de seleção, quanto aos temas já definidos. A seleção das propostas é feita mediante edital lançado pela Embrapa a cada ano. A participação é restrita aos funcionários da própria empresa ou de instituições parceiras. As propostas são limitadas às tecnologias produzidas ou conhecimentos reconhecidos por elas. Conforme consta no edital lançado em 2018 para formulação da grade de 2019:

Somente poderão ser propostos como temas: **2.1.1.1** Soluções tecnológicas desenvolvidas pela Embrapa ou por instituição parceira cujos resultados estejam validados pela Unidade/Instituição proponente; **2.1.1.2** Boas práticas agropecuárias reconhecidas pela Embrapa ou instituição parceira (EMBRAPA, 2018, p. 1).

Como se pode observar há exigência no edital sobre os temas a serem abordados no programa, eles devem ser estritamente vinculados à produção científica da própria Embrapa. Essa ação demonstra a perpetuação de um padrão linear de comunicação da empresa, pois limita esse canal a divulgação de suas pesquisas. E nos leva a questionar o programa unicamente como instrumento de viabilização do acesso à conhecimentos científicos. Embora conste em documentos da empresa a afirmação de que o programa não visa promovê-la institucionalmente, essa exigência atua em direção oposta, ou seja, a manutenção da marca vem implícita no processo de divulgação de tecnologias produzidas pela Embrapa.

Ressalta-se que a comercialização do produto ou serviço veiculado no programa não é aparentemente o foco, pois não se percebe inclinação para relações de divulgação para esse fim.

Até mesmo nas edições em que determinado produto é abordado, esse é fornecido gratuitamente. Portanto, entende-se que se trata mais de promoção da marca da empresa, que passa a ser conhecida entre os agricultores familiares, do que obtenção de lucros por venda de produtos divulgados. Nessa perspectiva, o programa pode ser interpretado sob a ótica de um produto institucional com viés de divulgação científica, pois alia estrategicamente responsabilidade social à promoção da imagem da empresa.

De fato, não se pode negar a tendência do programa para divulgação de seus próprios conteúdos em detrimento de um diálogo com outras fontes produtoras de conhecimento. Essa determinação, expressa pelo edital de temas, acarreta o risco de transformar o programa em mero disseminador de tecnologia e processos técnicos, duas vertentes características da empresa desde sua fundação. Conforme Bassi (2015), ao longo dos anos, a empresa tem sua atuação voltada para a busca de usuários para os produtos já desenvolvidos, além de apresentar baixa interação com eles. Percebe-se que o programa segue essa mesma linha de linearidade no processo de transferência de tecnologia, ao restringir os temas às pesquisas internas.

Esse processo acaba por dividir o *Prosa Rural* numa linha tênue entre a construção de um programa voltado ao desenvolvimento da agricultura familiar, através do compartilhamento de conhecimentos úteis e práticos, ou que apenas molda sua atuação de forma a inserir essa categoria como público usuário de suas tecnologias, projetos e conhecimentos científicos. A falta de diálogo com outras fontes de pesquisas ou mesmo com conhecimentos tradicionais implica na redução do programa a divulgação de suas pesquisas e produtos. Além disso, essa verticalização da escolha dos temas apõe-se as propostas de intervenções da Pnater que preza por ações democráticas e participativas (CAPORAL, RAMOS, 2006).

Outra observação relevante é que os temas do programa são escolhidos anualmente. Fica determinada desde o primeiro mês de cada ano, toda grade de temas que será transmitido ao longo de 12 meses. Essa forma de programação se deve principalmente a questões logísticas. Os programas precisam ser produzidos e distribuídos com antecedência às rádios. Conforme relatado pelo supervisor do programa, em entrevista concedida por e-mail, a equipe de comunicação dedicada a essa atividade é reduzida, suficiente apenas para o desenvolvimento do trabalho nesse molde. Além disso, o profissional ressalta que a proposta do *Prosa Rural* é ser atemporal, e não noticioso factual. A atualização dos temas, por assim dizer, ocorre em função das novas tecnologias que surgem das pesquisas.

Entendemos que esse procedimento reforça a importância dada à divulgação das pesquisas da Embrapa em detrimento de um diálogo com questões atuais. Acredita-se que essa maneira de organização pode enrijecer a estrutura do programa, pois acaba por impedir a reestruturação de acordo com as demandas eventuais durante o ano, ou mesmo mudanças climáticas, desastres ambientais que afetem o cotidiano dos agricultores, coerência com políticas públicas, entre outras. O foco, portanto, é sempre voltado ao compartilhamento dos resultados das pesquisas da Embrapa, ou seja, sua estrutura se molda de dentro (Embrapa) para fora (agricultores). Fato esse que se confirma na baixa integração interinstitucional entre pesquisa, extensão e agricultores, culturalmente predominante na empresa ao longo dos anos (BELTRÃO, 2010).

Isso posto, cabe, por conseguinte analisar as temáticas propriamente ditas. Observou-se que essas envolvem diferentes áreas de conhecimento. Na perspectiva da Embrapa, as edições podem ser classificadas a partir de 35 temas gerais²³. No universo analisado, 16 dessas temáticas estão presentes, conforme Figura 2 a seguir. Vale mencionar que uma mesma edição pode trazer discussões interdisciplinares, ou seja, os conteúdos abordados convergem com variadas temáticas simultaneamente.

²³Agricultura de Baixo Carbono (1), Agricultura Familiar (2), Agroecologia e produção orgânica (3), Agroenergia (4), Agroindústria (5), Automação e Agricultura de Precisão (6), Biodiversidade(7), Biotecnologia e biossegurança (8), Código Florestal (9), Comunicação (10), Convivência com a Seca (11), Estudos socioeconômicos e ambientais (12), Fixação biológica de nitrogênio (13), Floresta e silvicultura (14), Geotecnologia (15), Gestão ambiental e territorial (16), Gestão Estratégica (17) ILPF (18), Manejo de Recursos Hídricos (19), Manejo Integrado de Pragas (20), Mecanização e Automação (21), Melhoramento genético (22), Melhoramento preventivo (23), Mercado de Cultivares e Sementes (24), Mudanças climáticas (25), Nanotecnologia (26), Pesca e aquicultura (27), Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação (28), Produção animal (29), Produção vegetal (30), Recursos naturais (31), Seguranças alimentas, nutrição e saúde (32), Transferência de Tecnologia (33), Transgênicos (34), Zoneamento Agroecológico (35).

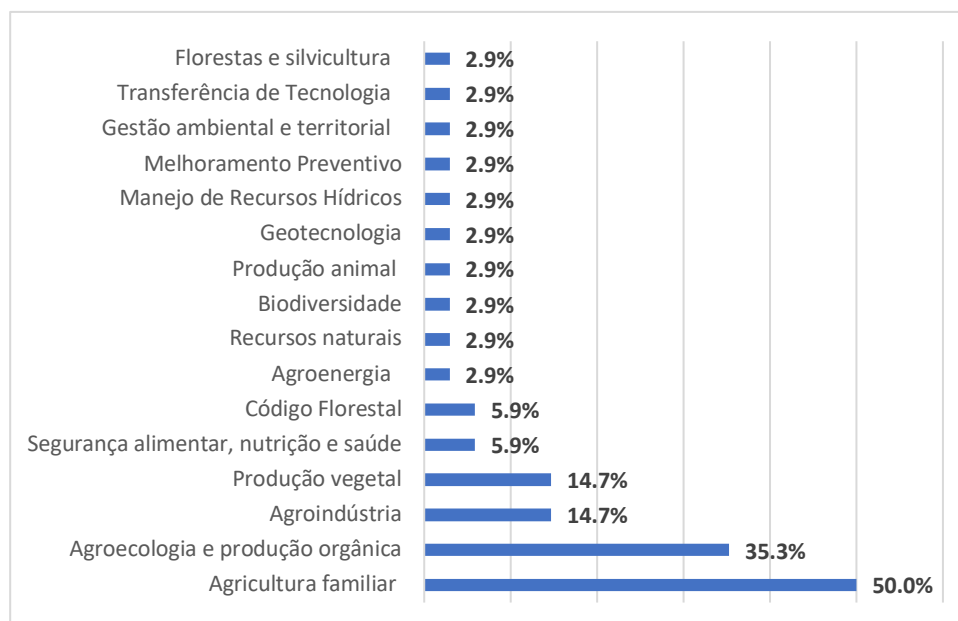


Figura 2 - Classificação das edições por tema.
 Fonte: Elaborado pela autora, 2019.

Conforme pode ser observado, assuntos diretamente relacionados à agricultura familiar possuem predominância sobre os demais temas, caracterizando o debate de metade da amostra. Segundo registros do site, essa temática envolve cerca de 44% de todas as edições já transmitidas. Tendo em vista que *Prosa Rural* objetiva levar informações e conhecimentos úteis à realidade da agricultura familiar, essas constatações são coerentes com o que se propõe a realizar, pois aborda conteúdo específico para essa categoria. As demais temáticas também buscam envolver e se adequar ao contexto de produção agrícola familiar. Contudo, podem não se restringir a ela, é possível que adequem a outras formas de produção ou práticas rurais, até mesmo pela recente expansão do público-alvo do programa. Essa constatação pode ser interpretada, ainda, como fator de aproximação do programa em relação a Pnater, visto que essa apresenta como principais beneficiários os agricultores familiares ou empreendimentos familiares rurais (BRASIL, 2010), ou seja, atendem ao mesmo público.

Em segunda posição, a temática *agroecologia e produção orgânica* mostrou-se presente em 35,3% do total de programas analisados. Percentual considerável que sugere apoio ao fundamento da Pnater, que antes da promulgação da Lei, tinha por princípio a promoção de ações ancoradas em um “paradigma tecnológico baseado nos princípios da Agroecologia” (BRASIL, 2004), e mesmo diante das mudanças, o programa ainda se adequa ao apoiar a “adoção dos princípios da agricultura de base ecológica como enfoque preferencial para o desenvolvimento de sistemas de produção sustentáveis” (BRASIL, 2010). A presença de temáticas como *manejo*

de recursos hídricos, recursos naturais, gestão ambiental e territorial, código florestal e biodiversidade, também corroboram com a Política ao manifestar certa preocupação com desenvolvimento sustentável a partir da utilização adequada dos recursos naturais e preservação do meio ambiente.

Ademais, foi possível observar um esforço de conciliação de temáticas que contemplam âmbitos diversos. Desta forma, admite-se que o programa apresenta um leque diverso de assuntos relevantes a serem debatidos no contexto rural. Esse comportamento sugere certa preocupação da empresa em produzir conteúdo que não limita a perpetuar um viés tecnológico produtivista, interpretando o campo como lugar exclusivo de produção agrícola. Sugere ainda aproximação com a Pnater ao apresentar temáticas que envolvem processos de gestão, produção, beneficiamento e comercialização das atividades e dos serviços agropecuários e não agropecuários. A seguir, verificamos se o conteúdo debatido no programa de fato segue essas perspectivas sugeridas pela análise das temáticas.

3.1.2. Conteúdos

A partir da análise dos assuntos debatidos no programa foi possível observar que o *Prosa Rural* se caracteriza por abordar conteúdos que dizem respeito ao lançamento de novas variedades de produtos agrícolas e/ou estratégias de manejo, com orientações gerais sobre práticas cotidianas que otimizem as formas de produção. Usualmente cada edição focaliza em uma dessas duas áreas expressas, contudo isso não impede que se mesquem as orientações.

As edições que se dedicam aos produtos agrícolas, abordaram variedades de banana, abacaxi, morango, inhame, hortaliças, café, milho, mandioca, dentre outros. Esses produtos se mostraram de forma pertinentes a realidade da agricultura familiar no que tange à adequação as pequenas produções, variedade do sistema produtivo, baixo uso de insumos externos e intercâmbio ecológico com a natureza. Além disso, as mudas ou sementes dos produtos normalmente são disponibilizadas gratuitamente pelas instituições, fato esse que possibilita e incentiva adoção dos cultivos em questão.

Entre as formas de cultivo, observou-se que a agroecologia se faz muito presente no *Prosa Rural*. Diversas edições²⁴ incentivam o emprego desse modo de produção pelos agricultores familiares, ressaltando ser um modelo mais sustentável de agricultura que contribui para redução da degradação do meio ambiente e melhora nas condições de vida dos agricultores. Desta

²⁴ Por exemplo: edição “Manejo de hortaliças em transição agroecológica” transmitida em 17/08/2015, “Transição agroecológica por meio do Sistema de Mandala Adaptada” transmitida em 25/07/2016, entre outras.

forma, o programa compartilha do entendimento e adoção dos princípios de agricultura de base ecológica, preconizados pela Pnater (BRASIL, 2010). Ainda que a agroecologia tenha sido excluída no texto oficial da Política, sustenta-se a preferência ao desenvolvimento de sistemas de produção sustentáveis. Em suma, defende-se o manejo ecológico e o desenvolvimento participativo como princípios agroecológicos que abrangem aspectos sociais, econômicos e ambientais, e trazem benefícios para toda cadeia produtiva, incluindo produtores, consumidores e ecossistemas.

A agroecologia é também associada aos serviços de ATER de forma mais direta em uma edição em que o conteúdo é estritamente voltado para a extensão rural²⁵. Essa edição, traz uma abordagem dos serviços de ATER diretamente vinculados a produção agroecológica. Reforça-se sua importância e benefícios para agricultores familiares, bem como contribuições do ponto de vista da preservação ambiental. Em outras edições, os ouvintes também são contemplados com informações sobre projetos que desenvolvem ações de cultivo baseados na agroecologia que reforçam sua relevância. É o caso do projeto *Construção do conhecimento agroecológico em territórios de identidade rural por meio de intercâmbios em redes sociais*²⁶ liderado pela Embrapa Tabuleiros Costeiros, que articula redes de agricultores ecológicos no sul de Sergipe; E Projeto interinstitucional *Pontal Agroecológico*²⁷ desenvolvido pela Embrapa e instituições parceiras no contexto dos assentamentos rurais em Pontal do Paranapanema (SP), o qual tem por objetivo promover inclusão social a partir de tecnologias agropecuárias de base agroecológica.

Há ainda, certo estímulo para o desenvolvimento de cultivos a partir de adubos orgânicos, livres de agrotóxicos. Esses, também chamados no programa de defensivos agrícolas aparecem no programa uma única vez acompanhado de advertências ao uso²⁸, visto que “o ideal é não usar agrotóxicos” (PROSA RURAL, 2007), pois prejudica a saúde e o meio ambiente. De forma geral, as variedades dos produtos agrícolas divulgados no programa possuem características de agricultura orgânica, a partir de um cultivo natural sem intervenção de defensivos agrícolas e que prezam pela sustentabilidade.

No que se refere às edições que focalizam em técnicas de manejo, essas geralmente apresentam formas de intervenções sistemáticas que otimizam o sistema produtivo agrícola ou pecuário. Essas edições caracterizam-se por abordagens de técnicas que são de fácil adoção e

²⁵ Edição “Como fazer extensão rural agroecológica” transmitida em 14/09/2015.

²⁶ Edição “Como fazer extensão rural agroecológica” transmitida em 14/09/2015.

²⁷ Edição “Adaptação de tecnologias para o desenvolvimento rural sustentável em assentamentos” transmitida em 18/11/2011.

²⁸ Edição “Novas variedades de banana Prata resistentes a doenças” transmitida em 09/04/2007.

trazem benefícios para os agricultores familiares do ponto de vista da redução de custos de produção, aumento e melhoria da capacidade produtiva, e conseqüente aumento da renda familiar. Alguns exemplos são: apresentação da importância da irrigação e adubação na produção de bananas²⁹; práticas adequadas de manejo de castanhais, conteúdo voltado especialmente para extrativistas³⁰; e procedimentos simples de higiene importantes para prevenção da mastite em bovinos leiteiros, as causas envolvidas e procedimentos de tratamento das infecções³¹.

Em suma, o eixo central do programa se encontra, na maioria dos casos, em aspectos produtivos agrícolas ou pecuários. Apenas uma edição em toda amostra trouxe uma experiência distinta de fonte de renda aos rurais, o artesanato com palha de milho³². Nessa ocasião discorreu-se sobre as características necessárias da palha e a forma de armazenamento para que ela esteja em condições adequadas para confecção de artesanatos para comercialização. Contudo, até mesmo nesse caso, atrela-se o processo à aspectos produtivos, uma vez que o foco é dado as variedades de milho criadas pela Embrapa, as quais, conforme afirmado no programa, são boas agronomicamente, e fonte de geração de uma palha mais longa, propícia para o artesanato.

Assim, é possível afirmar que na perspectiva produtiva, o programa aproxima-se às perspectivas da Pnater ao propor tecnologias que promovem o aumento e qualidade da produção. As orientações que atendem aos serviços agropecuários apresentados buscam ainda se desenvolver a partir de formas de produção sustentáveis, baseados na agroecologia e produção orgânica. No que tange aos serviços não agropecuários, esses também são abordados, pois observou-se conteúdos que contemplam atividades agroextrativistas, florestais e artesanais. Contudo, ainda ocupam pouco espaço nas programações visto baixa frequência de discussão sobre eles. Diante disso, percebe-se que o programa confere maior atenção às atividades agrícolas, fato que pode ser considerado reflexo do enfoque desenvolvimentista da empresa, com vistas ao aumento produtivo no campo (MARQUES, SILVEIRA, CÓRDOVA, 2006).

Todavia, observou-se que o programa apresenta certa preocupação com abordagens de conteúdos que proporcionem conhecimento necessário para desenvolvimento de práticas que possibilitem os agricultores a se tornarem menos dependentes de condições externas. Produção das próprias sementes, adubos e uso de energia solar são alguns exemplos que buscam estimular autonomia dos agricultores. Além disso, modos de produção agrícola mais sustentáveis são reforçados pelo programa constantemente através do incentivo à produção agroecológica, bem

²⁹ Edição “Adubação e irrigação para melhorar a produção de banana” transmitida em 07/05/2007.

³⁰ Edição “Manejo de castanhais nativos” transmitida em 09/07/2012.

³¹ Edição “Como diagnosticar, tratar e evitar a mastite em bovinos leiteiros” transmitida em 17/10/2016.

³² Edição “Variedades de milho especiais para artesanato” transmitida em 01/07/2011.

como agricultura orgânica, sendo coerente a Pnater do que diz respeito ao estímulo de bases tecnológicas que aproximam os processos produtivos das dinâmicas ecológicas.

Outro fator que permite uma associação do programa aos serviços de ATER, guiados pela Política, é preocupação recorrente em inserção de pautas de preservação ambiental e desenvolvimento sustentável no decorrer das edições³³. Observou-se esse movimento, por exemplo, nas abordagens de procedimentos de manejo que trazem benefícios ambientais, ao aliar as técnicas à preservação dos recursos naturais. A tecnologia para bombear água apresentada pela Empresa Baiana de Desenvolvimento Agrícola (EBDA)³⁴ serve para ilustrar. Através de uma estrutura mais leve, o equipamento é capaz de bombear a água de rios e outros mananciais para reservatórios mais elevados para uso doméstico em geral, substituindo o uso de carneiro hidráulico convencional, a um preço bastante reduzido. Conforme é destacado no programa, essa tecnologia, de simples manejo e de pouca manutenção, traz ainda benefícios ambientais pois produz energia limpa, não degradando o meio ambiente.

Outra iniciativa interessante diz respeito a discussão sobre a recuperação e proteção de bacias hidrográficas³⁵. Segundo o engenheiro agrícola e pesquisador da Embrapa Cerrados, participante, boas práticas agrícolas conservacionistas são importantes por favorecer a infiltração da água no solo e evitar o escoamento superficial dessa água que é algo prejudicial para agricultura e meio ambiente. Desta forma, melhora-se a qualidade da água ao evitar a erosão que carrega o solo e nutrientes que o agricultor aplica na plantação para os rios.

Esses exemplos demonstram coerência do programa com o objetivo da Pnater expresso em Lei por “desenvolver ações voltadas ao uso, manejo, proteção, conservação e recuperação dos recursos naturais, dos agroecossistemas e da biodiversidade” (BRASIL, 2010). Ainda que o programa se direcione priorizando a ótica da produção agrícola, os aspectos ambientais possuem espaço significativo, sinalizando para preocupação de desenvolvimento de tecnologias que se aliam a um desenvolvimento rural sustentável.

Outro aspecto importante a ser destacado é o financeiro, o qual se apresenta na maior parte das edições do *Prosa Rural*, indo ao encontro com a Pnater que confere a ação extensionista o propósito de “aumentar a renda do público beneficiário e agregar valor à produção” (BRASIL, 2010). Essa constatação se verifica no programa a partir dos baixos custos das tecnologias propostas, retorno financeiro que pode ser obtido através da agregação de valor ao

³³ Como exemplo, podemos citar as edições: “Práticas conservacionistas recuperam bacias hidrográficas” (06/06/2016), “Benefícios do uso da energia solar na pequena propriedade rural” (01/07/2008), “Coleta e beneficiamento de sementes florestais da Caatinga” (08/05/2014), entre outras.

³⁴ Edição “Carneiro hidráulico com garrafa pet para bombear água” transmitida em 03/07/2009.

³⁵ Edição “Práticas conservacionistas recuperam bacias hidrográficas” transmitida em 06/06/2016.

produto a partir da adoção dessas tecnologias ou mesmo a possibilidade que elas oferecem de redução de gastos na propriedade.

O programa preocupa-se em trazer tecnologias acessíveis, de baixo custo ou gratuitas. As mudas e sementes, por exemplo, são ofertadas aos agricultores a custo zero pela Embrapa ou instituição parceria responsável pela descoberta daquela variedade. Algumas tecnologias apresentadas substituem equipamentos mais caros, como é o caso do carneiro hidráulico com garrafa pet que substitui o tradicional³⁶. Mesmo em situações em que se apresenta tecnologias que exigem um investimento maior, tal como para uso da energia solar que necessita do kit básico apresentado no programa, com custo em torno de R\$2 mil a R\$2,5 mil, as vantagens relativas a economia com gastos de energia, são apresentadas como atenuantes do investimento inicial a longo prazo.

Práticas que agregam valor aos produtos e que sejam de possível adoção pelos agricultores familiares ouvintes também influem no aspecto financeiro, pois aumentam o poder de comercialização garantindo aos agricultores melhores ganhos. Esse aspecto é evidenciado, por exemplo, na indicação de boas práticas de processamento de alimentos³⁷, prezando pela conservação do produto. O cumprimento das exigências da produção orgânica³⁸ também aborda essa perspectiva ao apresentar-se como estratégia de acesso a certificação de produtos orgânicos, conferindo valor de mercado ao produto.

Por fim, além do conteúdo voltado ao tema da edição propriamente dito, identificou-se na análise edições que abordam orientações de utilidade pública, cidadania e responsabilidade social. No quadro *Ao pé do ouvido*, por exemplo, discute-se assuntos como aposentadoria rural, febre amarela, consumo consciente e economia familiar, combate ao mosquito *Aedes aegypti*, entre outros. Contudo, apesar de presentes no programa por determinado período, incluindo as edições analisadas, esse quadro foi recentemente eliminado do programa. Conforme apontado em entrevista pelo supervisor esse fato se deu em função de problemas de adequação ao tempo presente, já que as emissoras podem veicular o programa em datas diferentes das semanas para quais foram produzidos ou mesmo reprisá-los.

3.1.3. Linguagem e formas de abordagens

³⁶ Edição “Carneiro hidráulico com garrafa pet para bombear água” transmitida em 03/07/2009.

³⁷ Edição “Boas práticas de processamento de alimentos na agricultura familiar” transmitida em 10/12/2007.

³⁸ Edição “Produção Integrada de Café: caminho para sustentabilidade” transmitida em 02/04/2013.

O entendimento do conteúdo abordado no *Prosa Rural* está estritamente ligado à capacidade auditiva do receptor. Por isso, para garantir a contenção de sua atenção é necessário determinado cuidado com os códigos utilizados. A instantaneidade do rádio e fugacidade de suas mensagens exigem uso de uma linguagem clara, exata e nítida, para que o conteúdo seja entendido no momento único de sua transmissão. Além da fala, músicas e efeitos contribuem para manter o foco do ouvinte, suprindo de certa maneira a ausência de imagens (MIURA, BELTRÃO, 2016).

Conforme informações da segunda edição de seu manual de produção, o programa se desenvolve a partir de uma linguagem simples e coloquial. Faz-se o uso de vocabulário descontraído, analogias e dramatizações, e assim cria-se um clima de proximidade com o cotidiano do agricultor (MIURA, BELTRÃO, 2016). Essas pontuações puderam ser observadas no diálogo entre os locutores que procuram inserir os ouvintes na dinâmica com falas diretas, além do uso de situações corriqueiras no cotidiano dos rurais para introduzir de forma mais leve e descontraída os conteúdos. Para ilustrar, vejamos alguns exemplos de abertura do programa abaixo:

Valmir: Alô amigo ouvinte, seja bem-vindo a mais um Prosa Rural. Olá Ilca! Tudo bem com você?

Ilca: Tudo bem, Valmir. E com você?

Valmir: Comigo agora está tudo ótimo, Ilca, mas semana passada eu tava meio ruim, recuperando de uma gripe. E a minha tia até me deu sopa de taro pra eu recuperar melhor.

Ilca: Sopa de Taro? Que que é taro, Valmir?

Valmir: Ah taro é nome dado internacionalmente a aquele risoma reconhecido nas regiões Sul e Sudeste como inhame. Essa é uma raiz de origem asiática e que tem alto valor nutritivo e energético.

Ilca: Exatamente. E sei também que o inhame é rico em vitaminas e sais minerais. Além de ser de fácil digestão. Por isso ele é muito usado na dieta de recém-nascidos e convalescentes.

Valmir: O taro pode ser plantado em todo Brasil, mas a produção maior mesmo é na região Sudeste, com destaque para o Espírito Santo, Rio de Janeiro e Minas Gerais. Nesses estados, como a gente explicou, ele é mais conhecido como inhame.

Ilca: Eu fiquei sabendo que tem até uma variedade de inhame genuinamente capixaba, que é a Cultivar São Bento.

Valmir: Isso mesmo, Ilca. Eu também ouvi falar nisso. Na verdade, a Cultivar São Bento é a primeira variedade brasileira (PROSA RURAL, 2010³⁹).

³⁹ Edição “Cultivar de inhame mais produtivo” transmitida em 18/06/2010.

Laura: Alô ouvinte! Olá, Valmir! Escuta, o que que cê ta bebendo aí heim?

Valmir: Ué, leite! Eu adoro leite, Laura. No café da manhã, no lanche, no cafezinho, um pingado e lógico um copo de leite antes dormir.

Laura: Legal, Valmir! Ouvinte, você sabia que pra tomar um bom leite é importante cuidar dos bovinos leiteiros?

Valmir: Isso mesmo! Pra se evitar a instalação de doenças, basta um procedimento simples de higiene.

Laura: A mastite, ou mamite, é uma inflamação na glândula mamaria que pode ser causada por micro-organismos e suas toxinas, traumas físicos e agentes irritantes, mas na maioria dos casos é resultante da invasão de micro-organismos patogênicos através do canal da teta (PROSA RURAL, 2016⁴⁰).

Laura: Olá querido ouvinte! Olá Valmir! Pronto pra começar o programa de hoje?

Valmir: Olá Laura! Prontíssimo! E aposto que o amigo ouvinte também está ligado esperando pra saber qual será o tema do programa de hoje.

Laura: Então tá. Você gosta de doce de banana?

Valmir: See gosto!! Banana é bom de qualquer jeito! Chips de banana, banana caramelizada, banana passa, doce de banana em pasta e ainda tem a farinha de banana verde que eu gosto de usar sempre pra enriquecer a minha alimentação.

Laura: Pois então! Preste atenção no que eu vou dizer. A Embrapa Mandioca e Fruticultura de Cruz das Almas, na Bahia, e a Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina e Pague lançaram a BRS SCS Belluna, a primeira variedade de banana recomendada no país para fins de processamento (PROSA RURAL, 2016⁴¹).

As abordagens com a de criação cenários e contextos possibilita ao programa “fala[r] diretamente com o agricultor, reforçando a importância da oralidade para a aprendizagem no meio rural” (MIURA, BELTRÃO, 2016, p. 27). Presume-se que essas estratégias são aplicadas para que o conteúdo seja passado da forma mais didática. Além de encenações dramáticas dos locutores, acompanhadas também de acordes musicais e efeitos sonoros, faz-se o uso de outras metodologias lúdicas nas explicações do conteúdo, como a criação de personagens fictícios tipicamente rurais que dialogam entre si no quadro *Pitacos da Hora. Seu Zé do Forno, Toinho de Carrinho* e os *Compadres* ilustram essa observação, conforme podemos observar nos diálogos abaixo:

Zé do Forno: Agora vocês vão ver. Vou triturar uma por uma. Eu acabo com vocês, em compensação, quero ver faltar adubo no meu roçado.

Seu Tonho do Carrinho: Ô, gente, seu Zé do Forno! Que burburinho é esse homem de Deus. O mundo ta se acabando ou o sinhô ta querendo transformar ele em pedacinhos? Ta parecendo um tatu cavando a terra.

Zé do Forno: Seu Tonho do Carrinho, num tá sabendo da novidade não, é homem?

Seu Tonho do Carrinho: Hum, eu nem desconfio. Eu tô é assustado com tudo isso.

⁴⁰ Edição “Como diagnosticar, tratar e evitar a mastite em bovinos leiteiros” transmitida em 17/10/2016.

⁴¹ Edição “BRS Belluna: nova cultivar de banana rica em amido resistente” transmitida em 12/12/2016.

Zé do Forno: Ah pois bem homem! Antes eu usava as minhocas pra pesca piaba no rio. Agora a gente tá é misturando as bicha com a terra, pro modi fazê um tal de húmus. A gente do mato conhece como adubo.

Seu Tonho do Carrinho: Óia, Seu Zé do Forno, queira me desculpar. Em algumas coisas o sinhô ta certo. Agora tem muitas coisas que foi dita que tá tudo errado.

Zé do Forno: Num é pussive. Eu ouvi com esse ouvido que a terra há de dia de cumer, que esse húmu era feito com minhoca.

Seu Tonho do Carrinho: O sinhô pode me ouvi um pouquinho? É o seguinte: pra se fazê o húmus ou o adubo, como o sinhô queira chamar, será necessário ter esterco, resíduos vegetais, resto de folhagem ou casca de frutas e mistura tudo isso num lugar apropriado. Pode ser um caixote de madeira, até que esse material se dismanche.

Zé do Forno: É lenga lenga pra cá, conversa vai conversa vem e até agora num ouvi falar da minhocas.

Seu Tonho do Carrinho: Bem lembrado! As minhocas devem ser selecionadas por técnico que trabalhe com minhocultura. Num são todas minhocas que serve para esse tipo de trabalho. Ela vão ser colocadas vivas dentro do caixote de madeira, junto com o material. São elas que vão transformar toda essa mistura em húmus. Como o sinhô tava fazendo homem, ia acabar com as minhocas do mundo todo e ainda ia ter problema com o Ibama. Por isso, é muito importante que se consulte um especialista no assunto.

Zé do Forno: É verdade, meu amigo Tonho do Carrinho! É bom ouvir quem sabe. Isso não foi um conselho homem, foi uma aula sobre minhoca.

Seu Tonho do Carrinho: É, e se quiser saber mais Seu Zé do Forno, pode até procurar a Embrapa. Aprender nunca é demais.

Zé do Forno: Valeu meu amigo e professor Tonho do Carrinho. Obrigado por tudo (PROSA RURAL, 2008⁴²).

Personagem 1: Cumpadi, os passarim já fazem isso. Deixa isso pra lá hõmi.

Personagem 2: Mas hõmi, a genti pode fazê tumem.

Personagem 1: Os bódi, os carnero e até o rento já faiz muito mió que a genti pode fazê.

Personagem 2: Mas a gente num pode da uma ajudazinha?

Personagem 1: Pudê, nós pode, né cumpadi. Mas a labuta na roça tem me deixado é muito estrupiado. Isso ai rai dá um trabaio.

Personagem 2: Que rai dá trabaio rai, mas é importante demais. É preciso. Ó cumu ta esse mato.

Personagem 1: Torreno cumpadi. É uma tristeza só.

Personagem 2: Ta ficando em pé só os mato pequeno. Os rasterô.

Personagem 1: Mas nós num tem jeito a dá, homi. Deixe que a chuva e o tempo rai fazê as pranta brotar tudo de novo. Cê rai vê.

Personagem 2: Cumpadri, num ramo esperar.

Personagem 1: Os bichos faiz isso milhó que a gente é capaz de fazê homi.

Personagem 2: Deixa de preguiça homi.

Personagem 1: O cumpadi dirria é largar essa mania de ficar no defeso das planta. Parece que nem cuida mais da roça, só com esse churumim.

Personagem 2: Que isso cumpadi, eu dô um duro disgramado todo dia, o dia todo, homi.

Personagem 1: Discurpe cumpadi. Falei de brincadeira, mas que é um exagero, lá isso é.

⁴² Edição “Criação de minhocas para produção de adubo orgânico” transmitida em 08/05/2008

Personagem 2: Ô gente, se essa planta sumi, ramo vê o que é bão pra tosse.
Personagem 1: Mas num some não homi. Onde já se riu desaparecer a caatinga, só se for no fim do mundo.
Personagem 2: Já tem é planta correndo o risco de sumir do mapa.
Personagem 1: Só se for um mapa bem pequenininho, menor do que as terra minha e do cumpadi juntos. Onde já se riu o mato desse tamanho que a gente nem rê ondi começa nem termina...
Personagem 2: Mas tem planta que ta é bem poquinho já
Personagem 1: Tem nada
Personagem 2: Tem sim
Personagem 1: Tem não
Personagem 2: E num ta reno os poquim de pé de mandacaru, de braúna que tão ficando na caatinga?
Personagem 1: Mais o cumpadi qué que eu me junti os passirim, os bodi, os carneros e até o rento...
Personagem 2: É pra uma causa boa cumpadi. Podi ter certeza. Nossas terra vai ficar muito milhó (PROSA RURAL, 2014⁴³).

Interpreta-se esses métodos como processos de educação não formal, que podem se construir aliados aos serviços de ATER, pois demonstra caráter informativo e instrutivo. Através dessas ferramentas, orienta-se os ouvintes sobre técnicas agrícolas, nos exemplos acima, produção de húmus de minhoca e coleta e beneficiamento de sementes, respectivamente. O uso dessa didática possui aspectos positivos, como a transmissão de conteúdo de forma mais despojada e em contextos de sua aplicação, visto que o cenário criado simula cotidiano dos ouvintes rurais. Há também uma densidade menor de complexidade, tratando o assunto de forma sutil, com redução do uso de termos técnicos ou científicos, o que facilita o entendimento e até mesmo estimula a atenção dos ouvintes.

Outra observação pertinente diz respeito ao dialeto caipira usado nesses momentos. Expressões como “pudê, nós pode” “deixa nós estrupiado” “num ramo esperar” “dou um duro disgramado” “ramo vê o que bão pra tosse”, “pro modi fazê” “pra se fazê” observados nos trechos acima suscitam a reflexão de que o programa, por vezes, faz tentativas de valorização da população rural do ponto de vista de inclusão dos indivíduos que, por ventura, se identificam com esse modo de falar. Ainda que necessário determinado cuidado para que não se alimente estereótipos um rural ignorante e que fala errado, estratégias de analogias e dramatizações como essas buscam criar um clima de proximidade com o cotidiano do ouvinte rural (MIURA, BELTRÃO, 2016).

Outro exemplo que demonstra determinado esforço da Embrapa na construção de um programa distinto do convencional jornalístico é a mistura de informação com arte. Através de poesias recitadas no quadro *Favas Contadas* o conhecimento é compartilhado de forma lúdica

⁴³ Edição “Coleta e beneficiamento de sementes florestas da Caatinga” transmitida em 08/05/2014.

e didática. Além de valorizar manifestações culturais regionais, por meio da veiculação de músicas, poesias, contos e causos, em algumas edições esses instrumentos interagem com o conteúdo abordado no programa. Como exemplo, cita-se a poesia *O sucesso das minhocas* que explica sobre a minhocultura por meio de versos rimados:

O sucesso das minhocas
Chamamos de minhocultura a criação desse bicho
que transforma em adubo parcela do nosso lixo
Vermelha da Califórnia e africana gigante
Forma para nosso estudo uma dubla interessante
Armazenam nutrientes nos solos empobrecidos
Consumindo para tanto vários tipos de resíduos
Casca de frutas, bagaço, sobra de alguns vegetais
Papela bem triturado e esterco de animais
Isso tudo vira húmus, o adubo mais natural
Fácil de ser produzido num cantinho do quintal
Terra preta de minhoca, deixa a planta mais sadia
Minhoca que faz sucesso como isca em pescaria
Minhocas do mundo todo, crescendo em população
Até o calor global sofrerá uma redução (PROSA RURAL, 2008⁴⁴).

Assim, nota-se, de uma forma geral, um esforço para adaptar informações técnicas e científicas para uma linguagem mais simples, de fácil compreensão, e até mesmo descontraída. Os recursos utilizados demonstram preocupação em produzir um programa não apenas informativo, mas que possa ser interpretado como instrumento educativo não formal. Essa perspectiva nos possibilita refletir sobre sua atuação conjunta aos serviços de ATER, visto que ambos buscam através de recursos próprios (assistência técnica e democratização dos resultados de pesquisas científicas, respectivamente) promover a melhoria na qualidade de vida de agricultores familiares.

Cabe, contudo, apontar alguns entraves observados no que se refere aos aspectos comunicativos. Os diálogos, seja entre os locutores, personagens ou participantes (jornalistas, técnicos e agricultores) nos diversos quadros, simulam um processo comunicativo participativo do ponto de vista de concessão de fala a diversos atores. No entanto, o esforço de uma comunicação dialógica se mostra apenas no campo das encenações, visto que na realidade os agricultores familiares pouco encontram espaço de participação. O modo vertical de construção do programa, com determinações em edital sobre seus conteúdos e limitações de participações diretas

⁴⁴ Edição “Criação de minhocas para produção de adubo orgânico” transmitida em 08/05/2008.

dos agricultores familiares, seja nas escolhas dos temas ou mesmo durante a programação (EMBRAPA, 2018), influi diretamente no regime de comunicação. Essas limitações impedem a coparticipação dos sujeitos necessárias para constituição de um diálogo (LIMA, 1981).

Além disso, dois outros apontamentos se fazem necessário na dinâmica de comunicação do programa do ponto de vista da linguagem utilizada. Apesar do percebido empenho de adaptação de conhecimentos gerados pela pesquisa para uma linguagem popularizada, o caráter científico encontra-se enraizado nas falas dos técnicos da Embrapa que participam dos quadros concedendo entrevistas ou discorrendo sobre o tema. Esses, em sua maioria, apresentam um vocabulário mais carregado que, embora comum em espaço acadêmico e científico, não é comum no cotidiano, sobretudo no meio rural onde os índices de escolaridade são mais baixos⁴⁵.

As orientações do pesquisador da Embrapa Agroindústria de Alimentos sobre instalações adequadas de agroindústrias exemplificam essa questão⁴⁶:

Pesquisador da Embrapa: A primeira coisa que deve-se pensar em termos de instalação de uma agroindústria num certo local é a topografia. Deve-se preferir um terreno onde não tenha impactos sobre a natureza, onde você vai construir essa agroindústria. E que deve ser um terreno que deve ser protegido de enchentes, que permita também a facilidade da saída dos resíduos que a agroindústria possa produzir. Que seja uma região que esteja distante de pragas, de insetos, de propriedades que porventura possam ter criatórias próximos e que esteja também isoladas de outros prédios, por exemplo, a residência de está um pouco afastada do local de produção para que as pessoas não cruzem na área de produção. E além de tudo, deve ser um local, um terreno, que se tenha água com qualidade e em quantidade necessária.

Jornalista: E Fenelom, qual é a importância da organização do espaço da agroindústria?

Pesquisador da Embrapa: Essa questão do espaço está muito vinculada ao fluxo, neh? Que essa indústria vai ter em termos de recepção dos produtos, processamento, armazenamento e expedição desse produto. No dimensionamento dessa planta, dessa pequena agroindústria deve ser voltada para o conforto. E o outro fator é que esse dimensionamento sendo dividido por setores, que você pode colocar divisórias, nesses setores você vai evitar o risco de contaminação. Esses setores basicamente são necessários uma recepção de matéria prima, uma sala de processamento, uma sala de envaze, e uma sala de armazenagem e expedição; então você tendo esse mínimo, esses quatro setores, você tem uma indústria que facilmente poderá evitar o risco de contaminação.

Jornalista: Alguns detalhes na construção do prédio influenciam na higiene do ambiente. O que que deve ser observado?

⁴⁵Segundo dados do Relatório Anuário Brasileiro de Educação Básica 2018, o rural brasileiro tinha, em 2015, apenas 82,3% da população de 15 anos ou mais alfabetizada. Além disso a escolaridade média dos residentes rurais de 18 a 29 anos é bem inferior a urbana da mesma faixa etária. A primeira apresenta índice de 8,3 anos de estudo, enquanto a população urbana atinge seus 10,3 anos de estudo (PNAD, 2018).

⁴⁶ Edição “Boas práticas de processamento de alimentos na agricultura familiar” transmitida em 10/12/2007.

Pesquisador da Embrapa: Que tenha um fluxo racional, que tem um início, um meio e um fim. Onde você tem uma área reservada para receber o alimento que vem do campo, a matéria prima que vem do campo, que vai ser feita a primeira parte gene. Onde você tenha uma sala que faça o processamento, que tenha condições de realização de higiene. Onde você tenha uma sala de processamento que impeça a entrada de insetos e pragas. Onde você tenha uma sala que tenha também boa ventilação, controle de temperatura e que tenha um escoamento de resíduos interior com construção de canaletas e ralos favorável à manutenção da boa qualidade do produto (PROSA RURAL, 2007).

O uso de expressões como “topografia do solo”, “escoamento de resíduos”, “deteriorar”, “expedição do produto” entre outras, atribuem as falas maior densidade técnica, o que demanda conhecimentos prévios de vocábulos para o entendimento. Essa complexidade das falas, associada aos pesquisadores e técnicos da Embrapa, confirma a dificuldade desses em flexibilizar seus padrões culturais fortemente associados a transmissão de tecnologias e ausência de sensibilidade para tratar de assuntos referentes a agricultura familiar (CORRALES, 2003). Os locutores e demais participantes, por sua vez, usualmente fazem uso de dialeto coloquial e regionalizado, buscando traçar um diálogo com os ouvintes de forma direta, quase como em uma conversa informal.

Em segundo lugar, chama-se atenção ainda para o curto espaço de tempo do programa e, portanto, das participações, que são comprimidas em menos de cinco minutos de duração. Assim, em alguns casos percebe-se que essa limitação acaba por comprometer a comunicação com os ouvintes do ponto de vista de entendimento, principalmente quando se trata de temas que envolve determinada complexidade⁴⁷. As falas rápidas, somadas ao uso de frases mais longas, dificultam a compressão do conteúdo debatido. Como forma de atenuar essas problemáticas, observou-se que nesses casos, os locutores repetem as principais informações com frases mais pontuais e vocabulário mais simples.

3.1.4. Acesso e participação

O acesso dos ouvintes ao *Prosa Rural* acontece via rádio ou internet, através desse último canal pode-se ouvir o programa por intermédio do site da Embrapa ou pelo aplicativo de celular. Nesses casos, cabe ressaltar que a oferta de informações não se limita ao programa em si, uma vez que é possível acessar também dados gerais sobre a história do programa, toda programação já transmitida disponível para ouvir ou fazer download, listagem das rádios parceiras organizadas por região, informações gerais de como as rádios podem se tornar parceiras e transmitir o

⁴⁷ Por exemplo, a edição “Poda programada de Café Conilon” transmitida em 04/04/2011, em que são abordadas informações numéricas, visto que a poda programada, conforme ressaltado, “exige uma matemática”.

programa, parcerias institucionais, boletim semanal, receitas do Prosa e dados para contato. Além disso, o internauta tem pode conferir toda listagem de programação determinada para todo ano, bem como aos resumos de cada edição que trazem uma prévia do que será abordado. Esses textos, em sua maioria, tratam do assunto de forma mais rebuscada, com frases mais densas e bem elaboradas, se desenvolvendo num viés distinto do programa radiofônico.

A iniciativa de manter o rádio como o principal meio de comunicação da empresa, mas se adaptar também a outras plataformas vem ao encontro, conforme aponta supervisor do programa, das mudanças evidenciadas com o uso das mídias no meio rural que se amplia para o uso da internet⁴⁸. O *Prosa Rural* se adequou e ampliou seu acesso ao utilizar esse meio de comunicação em um processo de ressignificação do rádio, dando vida a Webrádio (PRATA, 2007). Ao mesmo tempo, o programa pelas vias radiofônicas ainda cumpre seu papel, principalmente em lugares específicos, onde há problemas ou ausência de sinal de rede. Nesses casos, como por exemplo nas comunidades ribeirinhas amazônicas, conforme apontado em entrevista, a parceria com a Rede Nacional de Rádio supera essa carência ao gerar o programa pelo satélite da Voz do Brasil.

Nessa perspectiva, pontua-se que a própria configuração do programa escolhendo o rádio como instrumento principal de materialização da proposta é positiva para promoção do acesso à informação e conhecimento no meio rural, servindo de apoio a ATER. Essa configuração possui relevância ao se caracterizar como meio de comunicação de fácil acesso pela maior parte da população, incluindo as de baixa renda ou moradores de áreas mais remotas. Além de contemplar todas as classes sociais e não exigir grau de escolaridade (ORTRIWANO, 1985).

Assim, o programa pode ser interpretado como manifestação do empenho da Embrapa na formulação de propostas de comunicação junto a extensão rural, que possam contribuir para o desenvolvimento rural:

Nesse processo de gestão da informação considerou-se, portanto que ações de difusão científica da informação e do conhecimento pudessem ser a ponte entre geração do conhecimento e ações de extensão rural, numa perspectiva de atuação em rede mediada por processos não formais e informais de educação voltados para o desenvolvimento rural sustentável (PEREIRA, 2009, p. 85).

Desta forma, compreende-se o *Prosa Rural* como instrumento de democratização do acesso à informações e conhecimentos científicos que antes eram restritos a determinados públicos. O programa se insere na mudança de orientação da Embrapa a partir de 2003, visto que

⁴⁸Conforme mostra a Pesquisa Hábitos do Produtor Rural, realizada pela Associação Brasileira de Marketing Rural e Agronegócio (ABMRA), divulgada em 2017, 75% dos produtores rurais do Brasil recebem informações via rádio, logo após a TV aberta que está presente no cotidiano de 99% dos rurais. A internet, por sua vez, já alcança 42% dessa população (ABMRA, 2017).

até então a empresa tinha suas ações voltadas para disseminação de suas pesquisas a um público mais especializado, tais como cientistas, pesquisadores, professores, entre outros (PEREIRA, 2009). Ao se constituir em fonte acessível de informações para agricultores familiares, apresenta nesse aspecto potencialidade de inserção como parte integrante de processos educativos, que podem se aliar à prática extensionista mediados pela comunicação rural.

Nessa perspectiva, para que se ultrapasse os limites da mera informação rural e se estabeleça relações de comunicação ancoradas no diálogo, é imprescindível a participação dos interlocutores envolvidos no processo (FREIRE, 1979; BORDENAVE, 1983). Contudo, no que tange a participação dos agricultores ouvintes no *Prosa Rural*, observou-se vários problemas, tanto no que se refere ao processo de sua estruturação, quanto dentro da programação propriamente dita. Conforme posto na última seção do capítulo anterior desse trabalho, o programa teve início a partir de uma construção participativa. No entanto, a iniciativa do diagnóstico para identificar demandas da agricultura familiar do Semiárido Nordeste não logrou continuidade futura de participação e consulta popular. Vários são os fatores que limitam a participação desses atores. Em primeiro lugar, cita-se a restrição pré-determinada pela transmissão de um material gravado previamente. Esse formato, ao contrário de programas ao vivo, minam a interatividade dos ouvintes. Nessas condições o processo comunicativo se caracteriza pela transmissão de informações, visto que a mensagem é anunciada e ouvida, mas não permite que os interlocutores interajam e construam um diálogo.

O próprio supervisor, em entrevista, concordou que um programa ao vivo seria o ideal, mas aponta para impossibilidade de viabilizar essa proposta que se esbarra na ausência de estrutura de comunicação, visto que a Embrapa é uma empresa de pesquisa, e é nessa linha que se concentram seus esforços. Contudo, para que o processo de comunicação do *Prosa Rural* não seja reduzido a transmissões de informações, é imprescindível, conforme perspectiva de Freire (1979), possibilitar a coparticipação dos sujeitos em todo processo de criação de pensamentos, compartilhamento e entendimento, estabelecendo assim um diálogo. Estratégias nesse sentido poderiam colaborar para que o programa ultrapasse a interpretação de seu desenvolvimento para além de um canal de promoção da comunicação institucional da Embrapa, com vistas a divulgar sua marca, e tome um caráter verdadeiramente educativo dialógico, possibilitando ações conjuntas e coerentes aos serviços de ATER.

A baixa interatividade do *Prosa Rural*, também pode ser associada à própria fragilidade do instrumento que, conforme Ferraratto (2007), assim como outros meios de comunicação de massa, não possibilita o contato imediato entre os interlocutores. Para amenizar a limitação à

participação dos agricultores, o programa dispõe de uma linha telefônica gratuita e endereço eletrônico de Serviço de Atendimento ao Cidadão (SAC). Pereira (2009) afirma que essa ação objetiva conceder voz aos ouvintes. Contudo, esses canais de escuta e interação não se mostraram eficientes ao longo dos anos. Os contatos feitos pelos ouvintes através desses meios não possuem constância ou mesmo representatividade do ponto de vista da quantidade de ligações que recebem, dado número ínfimo dessas (ESCOBAR, MIURA, 2008). Outra ação mais recente, a partir de 2019, foi implementada: instituiu-se o WhatsApp para radialistas e ouvintes, em geral. De acordo com o supervisor do programa, esse meio tem facilitado o recebimento de feedbacks espontâneos, muito embora não tenha sido esclarecido a frequência e representatividade desses contatos.

Outro aspecto observado refere-se ao quadro *Fala Produtor* que, em tese, deveria se constituir em espaço de expressão dos agricultores, pois seu formato oportuniza relatos de suas experiências de sucesso como forma de inspiração para os ouvintes. Contudo, essa participação é também limitada pelo critério de exclusividade de narrativas que abordem determinada atuação da Embrapa, ou seja, somente agricultores que já fizeram uso da tecnologia em questão ou passaram por algum programa da Embrapa são convidados a compor esse quadro. Beltrão (2010) caracteriza esse processo como participação passiva, pois limita-se a concessão de entrevistas por participantes que são indicados pelos centros de pesquisas da Embrapa ou Organizações Estaduais de Pesquisa Agropecuária responsável pelo tema.

Dessa forma, não se pode considerar que tal participação seja democrática e inclusiva. Critica-se a inexistência de espaços de compartilhamento de experiências de forma abrangente ou mesmo um espaço de discussão para que o programa não se transforme em simples instrumento de divulgação da Embrapa e suas tecnologias. Questiona-se, ainda, esse quadro como espaço de participação ativa, visto que se aproxima mais a relatos de experiência com vistas à uma possível validação do conteúdo abordado. Assim, confunde-se, em alguma medida, com promoção da marca da Embrapa, embutida no trabalho bem-sucedido explicitado por aqueles que o receberam. Processo esse que confirma mais uma vez o viés da comunicação institucional do programa.

A determinação de exclusividade na abordagem de tecnologias produzidas pela Embrapa no *Fala Produtor* pode acarretar também na desvalorização dos conhecimentos tradicionais da população rural. De fato, observou-se que esses por si só não desfrutam de espaço no programa. Aparecem unicamente quando da apresentação de experiências que Embrapa realiza de resgate

a aspectos culturais que incentivam e valorizam formas tradicionais de produção. Como exemplo, cita-se o Projeto Embrapa Hortaliças⁴⁹, em parceria com a extensão rural dos estados que visa resgatar hortaliças não convencionais, tais como taióba, maxixe, serralha, ora-pro-nóbis, araruta, taioba, almeirão, entre outras. Esses produtos são cultivados em comunidades tradicionais, passando em geração em geração. Confere-se, nessa perspectiva, destaque a agricultura familiar no cultivo dessas espécies, sendo responsável pela sua permanência no mercado, visto serem espécies nativas, ou seja, não se encontra sementes no mercado.

De forma esporádica, estimula-se outras participações que, contudo, são caracterizadas pelo controle de quem a encoraja, a Embrapa (BELTRÃO, 2010). É o caso, por exemplo, da promoção *Cozinhe com a Embrapa* na qual os ouvintes são convidados a enviar receitas via correio ou mesmo através da linha telefônica. As 10 melhores receitas enviadas são contempladas com o livro de receitas da Embrapa⁵⁰. Outro exemplo é o oferecimento de brindes, como CDs e DVDs de compositores de músicas sertanejas⁵¹. Percebe-se que são ações que não influem diretamente no programa, não estabelecem diálogo com os ouvintes ou mesmo lhe possibilitam espaço de voz ativa dentro do programa.

Vale lembrar ainda que o quadro *Favas Contadas* possibilita manifestações artísticas, contudo não necessariamente dos agricultores familiares ouvintes. O quadro traz apresentações culturais locais, tais como músicas, cordéis, poemas, entre outros, com o objetivo de privilegiar artistas da região. Com raras exceções, essas exposições não se relacionam com a temática abordada na edição, trata-se mais de um momento de descontração. Além disso, não é um espaço exclusivo a artistas regionais externos à empresa. Observou-se, por exemplo, uma edição em que o poema apresentado é de autoria de um colaborador da própria Embrapa⁵². Assim, seu objetivo se delinea para valorização da cultura local, independente de quem a apresenta. Portanto, o quadro de forma geral não pode ser considerado um canal de voz dos ouvintes, pois não oportuniza debate sobre as questões abordadas.

Nem mesmo na escolha dos temas os agricultores familiares têm a possibilidade de envolvimento ativo. O edital que regula a seleção, lançado anualmente, impede a participação direta dos agricultores ouvintes na definição da grade de temas, interrompendo o processo participativo que existiu no surgimento do programa. A contribuição desses atores se vê limitada em expressar suas opiniões às Unidades. Recorremos a última edição no referido documento

⁴⁹ Edição “Cultivo de hortaliças não convencionais” transmitida em 21/04/2011.

⁵⁰ Edição “Carneiro hidráulico com garrafa pet para bombear água” transmitida em 03/07/2009.

⁵¹ Edição “Manejo de castanhais nativos” transmitida em 09/07/2012.

⁵² Edição “Os desafios para as juventudes rurais e a sucessão familiar no Rio Grande do Sul” transmitida em 30/07/2013.

que selecionou temas para o presente ano 2019 para ilustrar essa questão. O primeiro requisito esclarece que a participação ao edital é restrita, ao afirmar que “qualquer empregado da Embrapa ou de instituição parceira poderá apresentar propostas temáticas para a produção de matéria para a programação anual do Prosa Rural 2019” (EMBRAPA, 2018, p.1).

Em contato com o supervisor do *Prosa Rural*, ele nos informou que o objetivo do edital é reunir temas desenvolvidos por suas equipes de pesquisa e de parceiros, já validados, para transmissão no programa como forma de apoio à Transferência de Tecnologia (TT). Conforme nos esclarece, a Embrapa não possui contato direto com os ouvintes do *Prosa Rural*, o que a impede de promover uma programação que atenda exclusivamente as dúvidas e demandas desse público.

Em contrapartida, o supervisor aponta outras plataformas existentes que visam esclarecer dúvidas dos ouvintes e que são utilizadas, pelos funcionários, como fonte para indicação de temas mediante submissão ao edital. Cita-se o Serviço de Atendimento ao Cidadão (SAC) disponibilizada pelo programa, e a *Coleção 500 perguntas 500 respostas*⁵³, material elaborado a partir de perguntas feitas por produtores, associações, cooperativas, dentre outros seguimentos, e respondidas pela Embrapa.

Apesar desses dispositivos de consulta indireta, não é possível afirmar que eles são capazes de suprir as barreiras impostas pelas determinações da empresa. Ainda que os agricultores familiares participem e levem suas sugestões para as Unidades da instituição ou utilizem o serviço SAC, não há garantias de que terão suas demandas, de fato, atendidas. Além disso, as propostas terão de ser adaptadas às tecnologias, produtos e processos desenvolvidos pela Embrapa, estrutura a qual acaba por reafirmar o “dirigismo de tecnologias e o controle das informações que caracterizam a prática tradicional difusionista” (BELTRÃO, 2010, p.139).

Duarte (2007) nos recorda que é dever de qualquer instituição que lida com interesse público se esforçar para oferecer mecanismos adequados à situação de cada interessado a partir de adaptações às possibilidades do cidadão. Para tanto, é fundamental tomar conhecimento sobre as características, interesses, expectativas e possibilidades dos públicos. Nessa perspectiva, faz necessário um processo de comunicação que estimule e considere a participação dos interessados e uma escuta ativa das instituições. Conforme afirma:

Ouvir os interessados dá a dimensão e a compreensão de necessidades, expectativas, interesses, crenças e atitudes específicas dos grupos-alvo da comunicação, permitindo incorporar a opinião dos interessados aos programas nos

⁵³ Disponível em: <http://mais500p500r.sct.embrapa.br/view/index.php>

quais estão envolvidos, lidar com aqueles que têm conhecimento e interesses diferentes do nosso e ampliar suas perspectivas (DUARTE, 2007, p.68).

O autor ainda ressalta que essas ações não envolvem muita complexidade. Sugere-se o uso de sondagens, grupos de discussão, ouvidorias, entre outras formas participativas. Assim, concordamos que ações de consulta aos ouvintes possibilitaria a construção de conteúdos mais direcionados e próximos a realidade da agricultura familiar. O processo inicial do *Prosa Rural* foi construído nessa linha. O programa também utilizava mecanismos de avaliação. Conforme relatado pelo supervisor, até o ano de 2017 promovia-se encontros regionais anuais com comunicadores da Embrapa, radialistas de emissoras parceiras e alguns ouvintes. Além da avaliação do programa, era um momento oportuno para promoções de capacitações. No entanto, atualmente o programa não dispõe dessas ou outras formas de avaliação e monitoramento, visto sucessivas contenções de despesas.

Considerações finais

O *Prosa Rural*, programa radiofônico da Embrapa, nasceu com a finalidade de divulgação da pesquisa científica e tecnológica. Embora preze por contribuir com a melhoria da produção agrícola e qualidade de vida dos agricultores familiares, ele não possui nenhuma pretensão de substituição em qualquer aspecto do trabalho extensionista, o qual possui amplitude e complexidade que ultrapassam o ato de informar ou divulgar. Contudo, a partir do objetivo geral dessa pesquisa, buscou-se compreender as relações de aproximação desse meio de comunicação com as perspectivas da Política Nacional de Assistência Técnica e Extensão Rural (Pnater) e possível colaboração com a extensão rural no que tange a priorização da agricultura familiar. A democratização do acesso à informações tecnológicas e conhecimentos gerados pela ciência promovidos pelo programa podem ser pertinentes no processo de educação e orientação técnica voltados à essa categoria.

O programa, de uma forma geral, busca levar informações e conhecimentos aos ouvintes, sem a presença de um produto propriamente dito. Na maior parte dos casos, aborda-se técnicas simples possíveis de serem aplicadas que otimizam o trabalho no campo e visam promover a melhoria da produção agrícola e qualidade de vida agricultores. Nas edições em que há abordagens de produtos agrícolas, geralmente sementes ou mudas, a adoção muitas vezes é facilitada pelo fornecimento gratuito pela Embrapa ou instituição parceira que desenvolveu aquela variedade.

A relação do *Prosa Rural* com assuntos diretamente correlatos à extensão rural está presente no programa por meio de parcerias dos serviços de ATER estaduais com projetos da Embrapa, indicação da importância desses serviços na vida do agricultor familiar ou ainda por participações do técnico extensionista durante o programa. Assim, ainda que atividade extensionista ocupe pouco espaço na grade geral do *Prosa Rural*⁵⁴, observa-se uma abertura inicial de aproximação do programa com esses serviços. Parcerias como essas podem vir a colaborar com a ATER à medida em conferem apoio no enfrentamento das dificuldades frente a diminuição dos recursos destinados a Extensão Rural pública ao longo dos anos.

Nesse sentido, a análise do *Prosa Rural* a partir da perspectiva de contribuições e alinhamento com os serviços de ATER, orientados pela Pnater, nos permite, ao fim, inferir que o programa apresenta diversos aspectos positivos que o colocam em posição capaz de realizar alianças futuras com a extensão rural. Os temas, que em sua maioria privilegiam agricultores

⁵⁴ Conforme vimos, apenas 2% de todas as edições regulares já produzidas possuem alguma relação com atividade extensionista rural.

familiares, são voltados para produção agroecológica ou orgânica, se adequam, portanto, a Pnater ao apoiar adoção de agricultura de base ecológica com enfoque em desenvolvimento de sistemas de produção sustentáveis. Além disso, sugerem preocupação do programa com desenvolvimento sustentável, preservação ambiental e dos recursos naturais. Pautas essas que se conferem na análise das programações: discussões relacionadas a preservação ambiental e recursos naturais atestam um viés de apoio ao desenvolvimento rural sustentável do programa que alinha também as perspectivas da Política de ATER.

Essas perspectivas são ainda confirmadas a partir da análise das discussões do programa propriamente ditas. De forma geral, a apresentação do programa se desenvolve a partir de: 1) apresentação de variedades de produtos agrícolas e/ou 2) técnicas de manejo, através da abordagem de práticas do cotidiano que melhoram a qualidade e quantidade da produção. Os produtos agrícolas expostos se mostraram adequados à realidade da agricultura familiar no que tange a pequenas produções, variedades do sistema produtivo e baixo uso de insumos externos e intercambio ecológico com a natureza. A agroecologia e produção orgânica, com cultivos livres de agrotóxicos são recorrentemente defendidas no programa, fato esse que também corrobora com a Pnater. Além disso, as técnicas de manejo abordaram intervenções de fácil adoção que podem otimizar o sistema produtivo, gerando redução de custos da produção, aumento da capacidade produtiva e conseqüente aumento da renda familiar.

Foi possível perceber certo cuidado do programa em prezar por escolhas de conteúdo que possam estimular a autonomia dos agricultores, com tecnologias que os permitem produzir seus próprios insumos e sementes. Nessa perspectiva, o aspecto financeiro é também contemplado, com vistas a promover o aumento da renda dos agricultores familiares e agregar valor à produção, tal como também propõe os serviços de ATER (BRASIL, 2010). A maioria das tecnologias são de baixo custo ou mesmo de acesso gratuito. E aquelas que exigem maior investimento se justificam pelo retorno posterior, seja em questões de ordem econômica ou melhoria da qualidade de vida. Além disso, as técnicas de agregação de valor aos produtos abordadas aumentam o poder de comercialização dos agricultores que podem obter melhores rendas.

No que se refere a linguagem e formas de abordagens, o programa se caracteriza pelo predomínio de fala simples e coloquial, exceto no que se refere à participações dos técnicos da Embrapa, os quais demonstram dificuldades de adaptação. O emprego de analogias, dramatizações, efeitos sonoros, criação de personagens, poesias, entre outros recursos sinalizam para a busca de proximidade com cotidiano dos agricultores rurais. A partir dessas metodologias o

programa se desenvolve da maneira didática com vistas ao compartilhamento da ciência de forma a promover melhoria na qualidade de vida dos agricultores ouvintes.

De fato, o programa pode ser considerado importante instrumento de democratização do acesso dos resultados das pesquisas científicas, antes restrita a uma camada seletiva da sociedade. O uso do rádio para materialização da proposta apresenta vantagens do ponto de vista de facilidade de acesso por qualquer indivíduo, independentemente de seu nível de escolaridade, e até mesmo em momentos simultâneos às suas atividades. E atual expansão também para internet e aplicativo de celular amplia as possibilidades de alcance do programa.

Portanto, do ponto de vista comunicacional, de compartilhamento de informações que dizem respeito as atividades agrícolas da vida rural, o programa apresenta potencialidade de contribuição aos serviços de ATER. À medida em que se tem uma população rural mais informada, ciente das possibilidades oferecidas pela ciência no que se refere aos modos de produção, formas de trabalho e relação com o meio onde vivem, o trabalho do técnico extensionista pode se concentrar do debate crítico sobre informações pré-existentes e orientação adequada conforme cada realidade.

Contudo, o programa também apresenta algumas fragilidades que podem interferir em sua interpretação como instrumento de comunicação capaz de possibilitar intervenções conjuntas a ATER na construção de processos educativos dialógicos. Algumas limitações observadas em sua forma de estruturação e desenvolvimento, nos mostra certo desequilíbrio entre a democratização da ciência e priorização dos interesses da empresa. Para adequação às perspectivas de extensão rural ancoradas na Pnater, algumas reestruturações precisariam ser feitas.

Em primeiro lugar, o edital que rege sobre a seleção dos temas restringe a interação com outras fontes de conhecimento que sejam externas à Embrapa ou aprovada por ela. O programa se limita a publicar resultados das pesquisas da própria instituição, fato que sugere o uso desse canal com vistas a sua promoção institucional, ou seja, percebe-se uma inclinação para manutenção da marca, principalmente diante do “novo” público, a agricultura familiar, visto ser o primeiro canal de comunicação da instituição dedicado a essa categoria. A programação anual reforça o foco dado a divulgação da Embrapa, através de uma estrutura rígida que impede o diálogo com questões atuais. Além disso, tais posicionamentos verticais da escolha dos temas apõem-se as propostas de intervenções da Pnater que preza por ações democráticas e participativas.

Além disso, observou-se que conteúdos que envolvem atividades não agrícolas são menos recorrentes no programa. Entre os poucos assuntos que envolvem esse aspecto cita-se a aparição

do artesanato, sucessão familiar e práticas conservacionistas. Portanto, verificou-se que há maior inclinação para apresentação de conteúdos que envolvem atividades agrícolas. Desta forma, o programa aproxima-se das propostas Pnater que dizem respeito a iniciativas que fomentam o aumento e qualidade da produção e, conforme vimos, de forma sustentável, aliados a agroecologia e agricultura orgânica. Contudo, a centralidade dos aspectos agrícolas em detrimento de discussões que promovam equilíbrio com atividades não agrícolas, pode ser interpretada como reflexo de um viés produtivista historicamente estimulado pela empresa.

O *Prosa Rural* também apresenta déficits no que se refere a promoção de participação e construção coletiva: 1) o programa gravado impossibilita a interatividade dos ouvintes, o que o reduz a um instrumento de transmissão de informações; 2) O quadro *Fala Produtor* não cumpre seu suposto papel de promoção da participação, pois somente agricultores que já fazem uso das tecnologias são convidados a participar. Desta forma, aproxima-se mais de um espaço de legitimação das propostas e promoção da marca da Embrapa (via comunicação institucional) do que para concessão de voz aos agricultores. Além disso, essa determinação ocasiona desvalorização dos conhecimentos tradicionais que raramente encontram lugar no programa; (3) nem mesmo a escolha dos temas permite a participação dos agricultores familiares. Ainda que existam canais de coleta de opinião dos mesmos, a interpretação de suas necessidades é feita pelos técnicos da Embrapa ou instituição parceira, visto que apenas esses estão aptos a participar do edital de seleção.

Portanto, as questões referentes à participação vão na contramão da proposta de trabalho extensionista sob direção da Pnater, que prezam por metodologias participativas. Nesse aspecto, portanto, fica evidente o foco da Embrapa na difusão e transmissão de informações e conhecimentos a partir de uma perspectiva vertical. A empresa se coloca no comando tanto da construção quanto no desenvolvimento do programa, desconsiderando participações externas. Por tais razões, entende-se que o programa se encontra dividido entre sua capacidade inegável de democratização do acesso à informação e conhecimentos gerados pela pesquisa científica, pois de fato o faz; e atuação com viés de promoção institucional da empresa, processo que acaba por interferir na construção de um programa participativo e sensível as demandas do seu principal público: agricultores familiares.

Apesar de suas contradições e (des) encontros com as perspectivas da extensão rural, conclui-se que o *Prosa Rural* é um canal de comunicação que possui potencial para atuação conjunta aos serviços de ATER. O programa, se alinha em diversos aspectos às diretrizes da

Pnater e dá suporte aos técnicos e à população rural ouvinte no concerne da expansão de conhecimento de forma fácil e prática através de um meio de comunicação popular no meio rural, como é o rádio. Frente às dificuldades enfrentadas pelos técnicos dada diminuição dos recursos destinados à Extensão Rural pública, e ainda, as barreiras que dificultam a Comunicação Rural, esse programa radiofônico poderia, se adotasse perspectivas participativas, gerar contribuições interessantes na busca do desenvolvimento rural em prol da agricultura familiar.

Nesse sentido, sugere-se na conclusão dessa pesquisa o estreitamento das relações do programa e técnicos da extensão rural como forma de atender as demandas da agricultura familiar e minimizar os entraves de uma construção coletiva. Tendo em vista a impossibilidade logística da aproximação direta do programa com esses indivíduos dado abrangência tanto territorial quanto em números de agricultores ouvintes, acredita-se que os técnicos poderiam ser importantes agentes de mediação, fazendo essa ponte de comunicação. A presença constante no cotidiano dos rurais os possibilita conhecer as dificuldades enfrentadas por esses agricultores, bem como suas demandas. A partir dessa interação direta, visualiza-se a possibilidade dos técnicos extensionistas atuarem em parceria com o programa apresentando e defendendo as demandas da agricultura familiar, possibilitando a construção de programações mais alinhadas com suas necessidades.

Ainda no que se refere a presença participativa dos agricultores familiares no programa, sugere-se a exploração de outros canais de comunicação que possibilitem a interação com o público ouvinte, como por exemplo o chat on line. Conforme vimos, além do instrumento radiofônico, o *Prosa Rural* está presente na internet através do site dentro do portal da Embrapa. Nesse sentido, acredita-se que a disponibilização de um chat pode contribuir para expressão dos ouvintes sobre a programação do dia, esclarecimento de possíveis dúvidas, sugestões para próximas edições e até mesmo na interatividade entre ouvintes.

Por fim, acrescenta-se ainda a necessidade de adequação da linguagem dos técnicos da Embrapa a proposta de aproximação com os agricultores familiares ouvintes. Para tanto, sugere-se o treinamento desses profissionais que pode ser feito pela própria equipe de comunicação da empresa. O estreitamento das relações, bem como a identificação dos ouvintes com as programações parte do reconhecimento de seu cotidiano no programa. Esse processo, conforme exposto, vem sendo pensado e construído através do uso de melodias, efeitos sonoros, encenações, entre outras estratégias. A homogeneização desse processo de comunicação, através da adaptação das falas dos técnicos para linguagem mais simples, é importante para facilitar o entendimento e identificação dos agricultores com o *Prosa Rural*.

Esse estudo não se esgota com esta dissertação, acredita-se na possibilidade de que ele tenha potencial para contribuir para embasar estudos posteriores que possam, por exemplo, considerar um estudo de recepção para investigar as contribuições e aproveitamento do conteúdo transmitido pelo programa a partir do olhar de seus ouvintes.

Referências bibliográficas

AGUIAR, Ronaldo Conde de. Crise social e meio ambiente: elementos de uma mesma problemática. In: BURSZTYN, Maciel (Org.) **Para pensar o desenvolvimento sustentável**. São Paulo: Brasiliense, 1993, p.115-128.

AQUINO, Joacir Rufino de; SCHNEIDER, Sergio. “O Pronaf e o desenvolvimento rural brasileiro: avanços, contradições e desafios para o futuro”. In: GRISA, Cátia; SCHNEIDER, Sergio. **Políticas públicas de desenvolvimento rural no Brasil**. p.53-82. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2015.

BASSI, Nádia Solange Schmidt. **Proposta de um processo de transferência de tecnologia para as instituições públicas de pesquisa: o caso da Embrapa**. Curitiba, 2015. 271p. Tese (Doutorado em Tecnologia - Área de concentração: Tecnologia e Sociedade). Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Curitiba-PR, 2015.

BELTRÃO, Selma Lúcia Lira. **A construção do diálogo interinstitucional para o desenvolvimento territorial rural sustentável: estratégias comunicativas e de participação no Território de Sisal, Bahia**. Brasília, 2010. 212p. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento sustentável). Universidade de Brasília, Brasília-DF, 2010.

BERGAMASCO, Sonia Maria Pessoa Pereira; THOMSON, Carolina Rios; BORSATTO, Ricardo Serra. Da extinção da Embrater à criação da Anater: os desafios da política de assistência técnica e extensão rural brasileira. p.314-342. In: DELGADO, Guilherme Costa; BERGAMASCO, Sonia Maria Pessoa Pereira. **Agricultura Familiar brasileira: desafios e perspectivas de futuro**. Secretária Especial de Agricultura e do Desenvolvimento Agrário, Brasília-DF, 2017.

BORDENAVE, Juan E. Díaz **O que é Comunicação Rural?** São Paulo: Editora Brasiliense, 1983.

BORDENAVE, Juan E. Díaz. Comunicação Rural: discurso e prática. In: BRAGA, Geraldo, Magela; KUNSH, Margarida Maria Krohling. **Comunicação rural: discurso e prática**. Viçosa: Imprensa Universitária, 1993.

BRAGA, Geraldo Magela; KUNSH, Margarida Maria Krohling. **Comunicação Rural: discurso e prática**. Viçosa: Imprensa Universitária, 1993.

BRASIL, **Decreto N° 9.667**, de 2 de janeiro de 2019. Aprova a Estrutura Regimental e o Quadro Demonstrativo dos Cargos em Comissão e das Funções de Confiança do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, remaneja cargos em comissão e funções de confiança, transforma cargos em comissão e funções de confiança e altera o Decreto n° 6.464, de 27 de maio de 2008, que dispõe sobre a designação e atuação de adidos agrícolas junto a missões diplomáticas brasileiras no exterior. Diário oficial da República Federativa do Brasil, Brasília- DF, 2019.

BRASIL, **Lei N° 11.326**, de 24 de julho de 2006. Estabelece as diretrizes para a formulação da Política Nacional da Agricultura Familiar e Empreendimentos Familiares Rurais. Diário oficial da República Federativa do Brasil, Brasília- DF, 2006.

BRASIL, **Lei Nº 12.188**, de 11 de janeiro de 2010. Institui a Política Nacional de Assistência Técnica e Extensão Rural para a Agricultura Familiar e Reforma Agrária - PNATER e o Programa Nacional de Assistência Técnica e Extensão Rural na Agricultura Familiar e na Reforma Agrária - PRONATER, altera a Lei no 8.666, de 21 de junho de 1993, e dá outras providências. Diário oficial da República Federativa do Brasil, Brasília- DF, 2010.

BRASIL, **Lei Nº 12.897**, de 18 de dezembro de 2013. Autoriza o Poder Executivo federal a instituir serviço social autônomo denominado Agência Nacional de Assistência Técnica e Extensão Rural - ANATER e dá outras providências. Diário oficial da República Federativa do Brasil, Brasília- DF, 2013.

BRASIL. **Decreto Nº 8865**, de 29 de setembro de 2016. Transfere a Secretaria Especial de Agricultura Familiar e do Desenvolvimento Agrário para a Casa Civil da Presidência da República e dispõe sobre a vinculação do Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária - INCRA. Diário oficial da República Federativa do Brasil, Brasília- DF, 2016

BRASIL. Ministério da Agricultura e do Abastecimento. **Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar - Pronaf**. Brasília, maio de 1996.

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento Agrário. **Política Nacional de Assistência Técnica e Extensão Rural - Pnater**. Brasília, DF: SAF; Dater, 2004.

BUENO, Wilson da Costa. Comunicação, iniciativa privada e interesse público. In: DUARTE, Jorge (Org.) **Comunicação Pública: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público**. São Paulo: Atlas, 2007, p.134-153.

CALLOU, Angelo Brás Fernandes; Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – INTERCOM: **Comunicação rural e o novo espaço agrário**. São Paulo- Recife: UFRPE, 1999.

CAPORAL, Francisco. “Lei de Ater: Exclusão da Agroecologia e outras armadilhas”. In: **Caderno de Agroecologia**, v. 6, nº.2, p.23-33, dez. 2011.

CAPORAL, Francisco; RAMOS, Ladjane de Fátima. **Da extensão rural convencional à extensão rural para o desenvolvimento sustentável: enfrentar desafios para romper a inércia**. Texto em fase de publicação. Brasília-DF, 2006.

CAPORAL, Roberto Francisco. **Política Nacional de Ater: primeiros passos de sua implementação e alguns obstáculos e desafios a serem enfrentados**. Brasília- DF, 2005.

CARNEIRO, Maria José. Ruralidade: novas identidades em construção. In: **Estudos Sociedade e Agricultura**. v.6, nº2, p.53-75, 1998.

CASTRO, César Nunes de; PEREIRA, Caroline Nascimento. **Agricultura Familiar, assistência técnica e extensão rural e a política nacional de Ater**. Texto para discussão 2343, Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada – IPEA, 2017.

CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), **Pesquisa sobre o Uso das Tecnologias de Informação e Comunicação nos**

Domicílios Brasileiros – TIC Domicílios 2014. Disponível em: https://www.cetic.br/media/docs/publicacoes/2/TIC_Domicilios_2014_livro_eletronico.pdf. Acesso em: 27 de mar. de 2019.

CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), **Pesquisa sobre o Uso das Tecnologias de Informação e Comunicação nos Domicílios Brasileiros – TIC Domicílios 2016.** Disponível em: https://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/TIC_DOM_2016_LivroEletronico.pdf. Acesso em: 27 de mar. de 2019.

CGI.br/NIC.br, Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), **Pesquisa sobre o Uso das Tecnologias de Informação e Comunicação nos Domicílios Brasileiros – TIC Domicílios 2017.** Disponível em: https://www.cetic.br/media/docs/publicacoes/2/tic_dom_2017_livro_eletronico.pdf. Acesso em: 27 de mar. de 2019.

COELHO, France Maria Gontijo. **A arte das orientações técnicas no campo.** Viçosa, Suprema. 2005.

CONDRAF, Conselho Nacional de Desenvolvimento Sustentável. **Nota de repúdio à extinção do MDA, 2016.** Disponível em: <https://irpaa.org/fotos/Nota%20P%C3%BAblica%20do%20CONDRAF%20sobre%20a%20extin%C3%A7%C3%A3o%20do%20MDA.pdf> Acesso em: 14 de jan. de 2019.

CORRALES, Francisco M. **Caminhos da educação ambiental na Embrapa: o dilema entre a transmissão de conteúdos e o diálogo de saberes.** São Paulo, 2003. 208p. Dissertação (Mestrado em Ciência Ambiental) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2003.

DIAS, Marcelo Miná. As mudanças de direcionamento da Política Nacional de Assistência Técnica e Extensão Rural (Pnater) face ao difusionismo. In: **Revista Oikos**, Viçosa- MG, v.18, nº2, p.11-21. 2007.

DIAS, Marcelo Miná. **Diversidade de concepções e práticas da ATER.** No prelo, 2017.

DIAS, Marcelo Miná. Políticas públicas de extensão rural e inovações conceituais: limites e potencialidades. In: **Perspectivas em Políticas Públicas**, Belo Horizonte- MG, v.01, nº. 01, p.101-114, Jan/Jun 2008.

DUARTE, Jorge A. M; SILVA, Heloisa Dias da. Política de Comunicação e gestão empresarial: a experiência da Embrapa. In: **Organicom**, Ano 4, nº6, 2007, p.10-25.

DUARTE, Jorge. Instrumentos de comunicação pública. In: DUARTE, Jorge (Org.) **Comunicação Pública: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público.** São Paulo: Atlas, 2007, p.59-71.

EMBRAPA, **Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária.** [Home page]. Disponível em: <https://www.embrapa.br/en/international>. Acesso em 14 de março de 2019.

EMBRAPA, Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária. **Embrapa Informação Tecnológica: 25 anos de compromisso pessoas, informação e conhecimento.** 1º ed. Brasília, DF, 2016, 123p.

EMBRAPA, Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária. **I Plano Diretor da Embrapa: 1988-1992,** Brasília, DF, 1988, 559p.

EMBRAPA, Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária. **II Plano Diretor da Embrapa: 1994-1998**, Brasília, DF, 1994, 51p.

EMBRAPA, Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária. **III Plano Diretor da Embrapa: 1999-2003**, Brasília, DF, 1999, 34p.

EMBRAPA, Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária. **IV Plano Diretor da Embrapa: 2004-2007**, Brasília, DF, 2004, 51p.

EMBRAPA, Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária. **Política de comunicação**. 2ed. revista e ampliada. Brasília, DF, 2002, 100p.

EMBRAPA, Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária. **Programa Nacional de Pesquisa e Desenvolvimento da Agropecuária – Pronapa 99**. Brasília, DF, 1999, 322p.

EMBRAPA, Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária. **V Plano Diretor da Embrapa: 2008-2011-2023**, Brasília, DF, 2008, 48p.

EMBRAPA, Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária. **VI Plano Diretor da Embrapa: 2014-2034**, Brasília, DF, 2014, 28p.

EMBRAPA, Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária; EMBRATER, Empresa Brasileira de Assistência Técnica e Extensão Rural. Interiorização da pesquisa e da extensão: ação integrada Embrapa/Embrater. Departamento de Difusão de Tecnologia. Brasília – DF, 1986, 32p.

EMBRAPA, Secretaria de Inovações e Negócios. Gerencia de Marketing. **Prosa Rural – Seleção de propostas para grade 2019**. Disponível em: <<https://www.embrapa.br/documents/10180/0/Sele%C3%A7%C3%A3o+de+temas+para+o+Prosa+Rural+2019/31a69dc8-b794-33bc-a956-c596f9a86393>> Acesso em: 22 de maio de 2019.

ESCOBAR, Juliana Lúcia. MIÚRA, Juliana. Pesquisa de Recepção do Programa de Rádio *Prosa Rural*: propondo uma metodologia. In: **Anais do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, Natal, RN: INTERCOM, 2008.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio: o veículo, a história e a técnica**. 3º ed. Porto Alegre: Dora Luzzatto, 2007. 375p.

FLORES, Murilo Xavier. (1991). **Projeto EMBRAPA: a pesquisa agropecuária rumo ao século XXI**. Brasília: Embrapa-SEA, 1991.

FONSECA JR, Wilson Corrêa da; FRAGALLE, Edilson Pepino; SILVA, Heloiza Dias da; FILHO, Roberto de Camargo Pentead. A comunicação na Embrapa: do difusionismo à comunicação como inteligência organizacional. In: **Prisma.com**, Revista de Ciências e Tecnologias de Informação e Comunicação, nº8, 2009, p.77-92.

FONSECA, Maria Tereza Louza. **A extensão Rural no Brasil, um projeto educativo para o capital**. São Paulo: Edições Loyola, 1985.

FRAGA, Kátia de Lourdes. **O rural em rede: rádio, midiatização e ruralidade no cotidiano da Zona da Mata mineira**. Viçosa, 2018. 164p. Tese (Doutorado em Extensão Rural). Universidade Federal de Viçosa, Viçosa- MG, 2018.

FREIRE, Paulo. **Extensão ou Comunicação?**. 4º ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1979, 93p. (O Mundo, Hoje, v.24).

FREIRE, Paulo. **Pedagogia do oprimido**. 50 ed, rev. e atual. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2011, 254p.

IBGE/SIDRA. **Censo Agropecuário 2006**. IBGE, 2012. Disponível em: <https://sidra.ibge.gov.br/pesquisa/censo-agropecuario/censo-agropecuario-2006/segunda-apuracao> Acesso em: 02 de maio de 2019.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. Comunicação organizacional: conceitos e dimensões dos estudos e das práticas In: MARCHIORI, Marlene. **Faces da cultura e da comunicação organizacional**. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2006, p.167-190.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. 4º ed. São Paulo: Summus, 2003, 417p.

LIMA, Venício Artur de. **Comunicação e Cultura: As ideias de Paulo Freire.**, v.4. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1981, 167p. (Coleção Educação e Comunicação)

MALDONADO, Alberto Efendy. Confluências epistemológicas: teoria da mediação social de Martín Serrano e pensamento crítico transformador latino-americano. In: **Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación**. Vol. X, nº.3, 2008. Disponível em: <https://seer.ufs.br/index.php/epitic/article/view/195/166> Acesso em 10 de março de 2019.

MARQUES, Paulo Eduardo Moruzzi; SILVEIRA, Miguel Ângelo da; CÓRDOVA, Thais Gabriele Zamboni. Um balanço da pesquisa sobre a agricultura familiar no Brasil: o caso da Embrapa. In: **Congresso Latino Americano de Sociologia Rural**, nº7, 2006, p.1-16.

MDA. **1º Conferência nacional sobre assistência técnica e Extensão Rural: Ater para agricultura familiar e reforma agrária e o desenvolvimento sustentável do Brasil rural**. Documento Base – Versão Estadual 2012. Disponível em: <http://www.agricultura.al.gov.br/cedafra/documentacao/1a-conferencia-nacional-sobre-assistencia-tecnica-e-extensao-rural> Acesso em 02 de maio de 2018.

MIURA, Juliana. BELTRÃO, Selma Lúcia Lira. **Prosa Rural: Manual de Produção e Edição**. 2º ed. Brasília, DF: Embrapa, 2016.

NUNES, Sidemar Presotto. **O campo político da agricultura familiar e a ideia de “projeto alternativo de desenvolvimento”**. Curitiba, 2007. 152p. Dissertação (Mestrado em Sociologia). Universidade Federal do Paraná, Curitiba-PR, 2007.

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. **Informação do rádio: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos**. v.3, 5ºed. São Paulo: Summus, 1985. 116p.

PEREIRA, Fernando do Amaral. **“Velhas” ferramentas e “novos” arranjos para a universalização do acesso à informação – Prosa Rural e Minibibliotecas**. Brasília, 2009. 138p. Dissertação de mestrado. Centro de Desenvolvimento Sustentável, Universidade de Brasília, Brasília, 2009.

PETTAN, Kleber Batista. **A Política Nacional de Assistência Técnica e Extensão Rural (Pnater): percepções e tendências.** Campinas, 2010. 393p. Tese (Doutorado em Engenharia Agrícola na área de concentração em Planejamento e Desenvolvimento Rural Sustentável). Universidade Estadual de Campinas, faculdade de Engenharia Agrícola, Campinas, SP, 2010.

PICOLOTTO, Everton Lazzaretti. Os atores da construção da categoria agricultura familiar no Brasil. In: **Revista de Economia e Sociologia Rural**, Brasília-DF, v.52, supl.1, p.63-83, 2014.

PNAD, Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios. **Anuário Brasileiro da Educação Básica.** Pnad Contínua, Editora Moderna, 2018.

PRATA, Nair. **Tecnologia, um divisor de águas na história do rádio.** Trabalho apresentado, V Congresso Nacional de História da Mídia. São Paulo, 2007.

RODRIGUES, C. M. Conceito de Seletividade de Políticas Públicas e sua Aplicação no Contexto da Política de Extensão Rural no Brasil. In: **Cadernos de Ciência & Tecnologia**, Brasília, v.14, n.1, 1997, p.113-154.

ROGERS, Everet. M. e SHOEMAKER, F. Floyd. **La comunicacion de innovaciones.** México: Herrero Hermanos, 1974, pp 01-43.

SCHULER, Maria. A cultura organizacional como manifestação da multidimensionalidade humana. In: KUNSCH, Margarida Maria Krohling (Org.). **Comunicação organizacional.** Vol.2. Linguagem, gestão e perspectivas. São Paulo: Saraiva, 2009, p.243-274.

SILVA, Claiton Márcio da. **Agricultura e Cooperação Internacional: A atuação da American International Association for Economic and Social Development (AIA) e os programas de modernização no Brasil (1946-1961).** 2009. 226p. Tese de doutorado em História da Ciência e da Saúde. FIOCRUZ.

SILVA, Nayra Grazielle da. MÜLLER, Liziany. Comunicação rural: evolução X potencialidades. **Revista do Centro do Ciências Naturais e Exatas – UFSM**, Santa Maria. V.19, nº1, p. 121-128, 2015.

SOARES, Ismar de Oliveira. Metodologias da Educação para Comunicação e Gestão Comunicativa no Brasil e na América Latina. In: BACCEGA, M. A (Org). **Gestão de Processos Comunicacionais.** São Paulo: Atlas, 2002.

TAVARES, Maurício. **Comunicação empresarial e planos de comunicação: integrando teoria e prática.** 2º ed. São Paulo: Atlas, 2009. 225p.

TIMM, Carla Alessandra. **Uma análise sobre a política de comunicação da Embrapa aplicada à transferência de tecnologia para agricultura familiar.** Brasília, 2015. 136p. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Universidade de Brasília, Brasília-DF, 2015.

TORQUATO, Francisco Gaudêncio. **Comunicação empresarial/ Comunicação institucional: Conceitos, estratégias, sistemas, estrutura, planejamento e técnicas.** V. 11. São Paulo: Summus, 1986.177p.

WEBER, Maria Helena. Comunicação organizacional, a síntese. Relações públicas, a gestão estratégica. In: **Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas – Organicom**. Ano 6. Edição especial, nº10 e 11, 2009, p.70-75.

WILLIAMS, Raymond. **Marxismo e literatura**. Tradução de Waltensir Dutra. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1979, 216p.

ZARNOTT, Alisson Vicente; DALBIANCO, Vinicius Piccin; NEÜMANN, Pedro Selvino; FIALHO, Marco Antonio Verardi. Avanços e retrocessos nas políticas de extensão rural: análise crítica sobre a Anater. In: **53º Congresso Brasileiro da SOBER – Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural**. João Pessoa- PB, 2015.

Anexos

ROTEIRO DE ENTREVISTA

Coordenadora da pesquisa (pesquisadora responsável):

Nome: Ivonete Silva Lopes

Departamento de Economia Rural

Tel: (414) 522-5265 E-mail: ivonetelopes@ufv.br

Equipe de pesquisa:

Nome: Maria Inês Gonçalves da Silva

Departamento de Economia Rural

Tel: (31) 983650445 E-mail: maria.i.silva@ufv.br

- 1) Atualmente, qual setor da Embrapa é responsável pelo *Prosa Rural*?
- 2) Há controle efetivo sobre a transmissão do programa pelas rádios parceiras? E, a listagem das rádios no site se encontra atualizada?
- 3) O que justifica a seleção de temas por meio de edital fechado aos técnicos e parceiros da Embrapa? Por que não priorizar sugestões diretamente dos agricultores familiares?
- 4) Por que a programação do *Prosa Rural* é feita de forma anual? Sendo o campo um espaço dinâmico, tal fato não impede o programa de abordar questões conexas com acontecimentos mais atuais?
- 5) Considera as tecnologias adequadas/acessíveis aos agricultores familiares ouvintes do ponto de vista financeiro, cultural e educacional? Por quê?
- 6) Ao longo dos anos, a forma de distribuição do programa se expandiu englobando além do rádio, a internet e aplicativo de celular. Qual importância de cada um desses mecanismos de transmissão do *Prosa Rural*? O rádio ainda permanece como principal meio utilizado?
- 7) Sabe-se que o *Prosa Rural* é um programa gravado, ou seja, não é transmitido ao vivo. Tal fato impossibilita a interação dos ouvintes em tempo real, há apenas uma linha telefônica disponível para participação posterior dos ouvintes. Acredita que esse canal de comunicação é suficiente para captar a opinião geral dos agricultores familiares sobre o programa? Há participação significativa?
- 8) Atualmente, existe algum mecanismo de avaliação do programa? Os agricultores familiares são ouvidos nessa avaliação?
- 9) O programa procura alinhar os temas e programações com perspectivas que prezem pelo desenvolvimento rural sustentável?
- 10) Considera que o programa possa contribuir em alguma medida com os serviços de Assistência Técnica e Extensão Rural? Quais as potencialidades e desafios dessa perspectiva?

- 11) O contexto de criação do *Prosa Rural* relaciona-se em alguma medida com o lançamento da Política Nacional de Assistência Técnica e Extensão Rural – Pnater, em 2004?
- 12) De forma geral, a produção do programa está atenta ou mesmo utiliza as diretrizes da Pnater na elaboração das programações?
- 13) Ao ouvir algumas edições do programa notou-se que dois termos são utilizados pelos apresentadores para designar alguns participantes: produtores e agricultores. Qual entendimento do sobre esses dois termos? São utilizados para caracterizar indivíduos distintos?