

Título: A comunicação para o desenvolvimento como uma estratégia de inserção socioprodutiva de agricultores familiares em um deserto alimentar

Autores: Adilson Rodrigues da Nóbrega¹; Jorge Luís de Sales Farias²; Ricardo Moura Braga Cavalcante³; Adriana Brandão Nascimento Machado⁴

Instituição: Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa) – Brasil

Resumo: O processo de globalização está influenciando a produção e a formação de novos hábitos de consumo de produtos alimentares, que por sua vez, vem reduzindo a importância da agricultura familiar e a perda da identidade com os alimentos. Este estudo objetivou analisar estratégias de Comunicação para Desenvolvimento implantadas em comunidades de agricultores de Sobral, na região Nordeste do Brasil. O município de Sobral caracteriza-se como um deserto alimentar, pois apresenta elevada urbanização (89%), com grandes centros de comercialização de alimentos industrializados, população rural com elevado estágio de pobreza, aproximadamente 31,5% extremamente pobre. Assim, questiona-se a necessidade de uma nova estratégia de desenvolvimento rural, na qual a Comunicação executada por agricultores e outros atores locais pode ser importante para contribuir com o resgate da autonomia e para construção social de mercados. Por Comunicação para Desenvolvimento, compreende-se um processo baseado no diálogo, no intercâmbio de conhecimentos e capacidades e no debate para mudanças sociais. Os resultados parciais apontam impacto da Comunicação na valorização da autonomia e fortalecimento do engajamento e da identidade comunitária. Esta dinâmica pode impactar também a realidade da atividade agrícola em espaços rurais próximos a áreas urbanas, favorecendo o resgate da identidade de integrantes dessas comunidades como agricultores e o pertencimento ao território, uma vez que comunidades rurais passam a produzir alimentos para seu entorno, ingressando em circuitos de comercialização e mercados.

Palavras chave: Comunicação, Deserto Alimentar, Semiárido

Key words: Communication; Food Desert, Semiarid

¹ Analista da Embrapa Caprinos e Ovinos; adilson.nobrega@embrapa.br

² Pesquisador da Embrapa Caprinos e Ovinos; jorge.sales@embrapa.br

³ Analista da Embrapa Agroindústria Tropical; ricardo.moura@embrapa.br

⁴ Analista da Embrapa Caprinos e Ovinos; adriana.brandao@embrapa.br

Introdução

O processo de globalização está influenciando a produção e a formação de novos hábitos de consumo de produtos alimentares, que por sua vez, vem reduzindo a importância da agricultura familiar e a perda da identidade com os alimentos. Em diversas regiões, observa-se tendências de práticas alimentares distantes da produção agropecuária local, com o crescimento do consumo de alimentos industrializados como uma das consequências.

Este estudo objetivou analisar estratégias de Comunicação para Desenvolvimento implantadas em comunidades de agricultores de Sobral, na região Nordeste do Brasil. O município de Sobral caracteriza-se como um deserto alimentar, pois apresenta elevada urbanização (89%), com grandes centros de comercialização de alimentos industrializados, população rural com elevado estágio de pobreza, aproximadamente 31,5% extremamente pobre.

Por deserto alimentar é possível entender áreas que, em espaços urbanos ou rurais, não possuem mercados⁵ que vendam alimentos de valor nutricional relevante ou saudáveis (COSTA; CIPOLLA, 2016). É o caso de Sobral, onde o abastecimento alimentar da população ocorre, na sua grande maioria, por lojas e supermercados, com destaque para a presença de empreendimentos dessa natureza de porte nacional no município. Mesmo com produção agropecuária no município, boa parte da população fica dependente de alimentos industrializados para sua nutrição, tendo como consequência uma desconexão desta população com a atividade rural e com o alimento produzido no local.

Em Sobral, apesar de avanços na melhoria da qualidade de vida, observa-se um espaço rural marginalizado ou excluído de um processo de desenvolvimento, uma vez que sua população rural apresenta elevado estágio de pobreza, com 31,2% extremamente pobre. A base produtiva do meio rural de Sobral, de acordo com o censo agropecuário realizado em 2006, está intimamente relacionada com agricultura familiar que representa 88,8% dos estabelecimentos rurais do município de Sobral, contudo estes agricultores ocupam apenas 29,5% da área, com tamanho médio das propriedades 9,4 hectares.

⁵ Na literatura sobre desertos alimentares, alguns autores classificam estas áreas como locais de acesso distante a supermercados - RIVERA (2017) estabelece uma distância mínima de 10 milhas. Na definição da USDA (WANG, 2014), os desertos alimentares são áreas nas quais pelo menos 33% da população reside a mais de uma milha de um supermercado ou grande mercearia.

Desde 2012, a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa) atua em projeto, chamado Sustentare, junto a agricultores familiares do município, seguindo premissas de fortalecimento da autonomia destes atores, valorização do conhecimento local e construção social de mercados.

Para que fosse executada uma estratégia de Comunicação condizente com essas premissas de autonomia e fortalecimento local, a equipe optou por ações de Comunicação para Desenvolvimento, entendidas aqui como “processo” ou como “ferramenta” que promove participação e mudança social, útil na gestão de projetos voltados para o desenvolvimento. Com esse objetivo, ela pode combinar comunicação interpessoal, meios comunitários ou modernas tecnologias de informação (COSUDE, 2014), com metodologias participativas que podem facilitar a participação de agricultores e outros atores como sujeitos ativos no processo de Comunicação.

Assim, a equipe do projeto Sustentare efetuou diagnósticos participativos junto a agricultores familiares na comunidade Sítio Areias, em Sobral, para avaliar como se dão os processos comunicativos no local e se há possibilidades de estimular a participação e a autonomia dos atores locais nas práticas de comunicação, considerando que participação e empoderamento, segundo Mefalopolus (2005) podem ser considerados os dois maiores pilares da comunicação para um desenvolvimento sustentável. Neste artigo, serão descritos resultados preliminares de pesquisa em andamento.

Os resultados iniciais desta experiência de incentivo a uma Comunicação voltada para desenvolvimento, que possa contribuir com questões ligadas a segurança alimentar, perda de identidade no espaço rural e outras questões demandadas pelos agricultores do Sítio Areias serão analisados neste artigo. Para abordar esta experiência, traçaremos inicialmente algumas questões sobre a participação em processos comunicativos e sobre a Comunicação como elemento que integra estratégias de desenvolvimento rural, aqui na sequência.

Uma perspectiva de Comunicação participativa

No processo de desenvolvimento rural, a comunicação é importante não apenas como ferramenta para envolver os agricultores, levando-os a participar dos projetos elaborados pelas instituições de pesquisa científica. Ela envolve, sobretudo, relacionamento entre as partes. Mas, para que isso aconteça é necessário que o conceito

de comunicação seja repensado pelos atores envolvidos nesses projetos, tanto agricultores quanto, talvez principalmente, técnicos e pesquisadores.

O padrão de comunicação que, na maioria das vezes, serve de base para projetos científicos, tem sua origem num paradigma positivista que marcou os estudos na área ao longo do século XX. No entanto, o modelo clássico ou informacional, que identifica a comunicação como um sistema de transmissão de informações de maneira linear, há algum tempo já vem recebendo críticas que demonstram suas limitações.

O pesquisador francês Louis Quéré (1991) propõe o modelo de comunicação praxiológico como um contraponto ao modelo informacional ou epistemológico. Para França (2003), o modelo informacional permite conhecer e analisar situações a partir de estratégias, esquemas e fórmulas que podem ser reutilizados em outros momentos. Mas, para isso faz um recorte da situação analisada retirando-a do seu contexto. Enquanto o modelo proposto por Quéré volta seu foco para as interações vividas, para as relações estabelecidas entre os atores, para o campo modelado a partir desta interlocução.

Wolton (2011) também critica o modelo informacional porque acredita que a comunicação é um processo mais complexo e diz respeito a relacionamentos, inclui o outro e envolve alteridade, remetendo à ideia de compartilhamento e de negociação. Neste contexto, convivência e diálogo são essenciais e os receptores, longe de serem passivos, filtram e hierarquizam, recusam ou aceitam as mensagens recebidas, do que se conclui que o termo correto seria receptor-ator por conta do dinamismo envolvido nesta função e do seu protagonismo no processo.

Para Heberlê (2012), contemporaneamente a comunicação é vista não mais sob a perspectiva da difusão ou transferência de informações, ou da persuasão dos agricultores para a adoção das tecnologias desenvolvidas, nem mesmo da necessidade detectada por pesquisadores de que é preciso educar os agricultores para o uso de alguma tecnologia. O foco desta nova abordagem está no mesmo pensamento encontrado nos autores citados anteriormente, que veem a comunicação como um processo que transcende a mera troca de informações, e destacam seu aspecto relacional baseado na alteridade.

Assim, a partir da concepção da Comunicação para o Desenvolvimento como uma abordagem dialógica e participativa, passou-se a considerar a relevância dos valores e conhecimentos dos atores sociais envolvidos nos processos de desenvolvimento e mudança social. Essa abordagem leva em conta o protagonismo dos atores sociais, uma vez que a comunicação é vista como um processo onde o encontro

de subjetividades para a construção de relacionamentos gera novos conhecimentos, que podem contribuir para o desenvolvimento das comunidades.

Neste sentido, os conhecimentos científico e prático interagem e são reconstruídos, internalizados e utilizados na prática pelos atores sociais. Segundo Long (2007), suas práticas cotidianas, estratégias, manobras, discursos e linguagens exercem um papel importante na transformação constante dos conhecimentos por meio de uma troca recíproca entre distintos atores, que têm criatividade e capacidade de experimentação, além de habilidades para continuamente absorver e retrabalhar ideias e tecnologias.

No entanto, em experiências de desenvolvimento rural que adotam metodologias participativas, as pessoas podem ser sutilmente induzidas a percorrerem o caminho determinado pelos atores externos. É o que Long (1999) chama de paradoxo de discursos neopopulistas em métodos participativos cujo objetivo é capacitar os habitantes locais. Embora tais medidas proponham ouvir as pessoas, valorizar o conhecimento local, fortalecer a capacidade de organização das comunidades e promover estratégias alternativas de desenvolvimento, elas denotam o entendimento de que o poder está sendo concedido aos atores locais a partir de agentes externos por meio de seus conhecimentos.

Da mesma forma, a emersão das abordagens participativas não significou o fim da utilização dos pressupostos do processo de modernização nas intervenções que buscam o desenvolvimento no meio rural. Tanto no âmbito acadêmico, quanto no meio profissional, inclusive nos projetos da Embrapa, o *modus operandi* da modernização ainda está presente nas práticas de comunicação para o desenvolvimento. São perspectivas que coexistem no âmbito dos projetos.

De acordo com Diesel e Neumann (2010), os projetos participativos têm sido redefinidos com o objetivo de construir o desenvolvimento junto com as pessoas envolvidas de um modo que seja significativo para elas. Nesse sentido, têm-se utilizado diversas estratégias lúdicas e criativas para que os desejos dessas pessoas sejam revelados e tornem-se o foco dos trabalhos.

As etapas de monitoramento e avaliação permitem corrigir possíveis desvios dos objetivos ou redefini-los, além de gerar comprometimento dos participantes e possibilitarem um aprendizado coletivo. Esses autores também afirmam que a participação proporciona o compartilhamento de responsabilidades, diminuindo a centralidade dos técnicos nos projetos de desenvolvimento. Além disso, possibilita a

construção dos conhecimentos que irão gerar alternativas de desenvolvimento de forma coletiva entre técnicos e agricultores.

Convidar os agricultores de uma comunidade a uma participação genuína significa aceitar que eles, não os pesquisadores e técnicos, são os protagonistas das ações. É necessário estar disposto a se envolver em conflitos, tensões, disputas de poder, e saber equacionar interesses diferentes. Nesse contexto, compreende-se que a comunicação tem papel fundamental.

Comunicação: estratégia para desenvolvimento rural

Os primeiros estudos sobre comunicação rural debruçavam-se sobre um contexto estanque em que o mundo rural estava demasiado apartado do mundo urbano, como se as distâncias entre ambos os universos não fossem apenas geográficas, mas também epistêmicas. Ao longo das três últimas décadas, contudo, esse cenário vem mudando drasticamente no que se convencionou denominar do “novo rural brasileiro”, conceito surgido no interior da pesquisa “Caracterização do Novo Rural Brasileiro - 1992/98”, do Instituto de Economia da Universidade de Campinas (Unicamp).

Segundo Graziano da Silva (1993), um dos coordenadores do estudo, a noção acerca do rural precisava ser ampliada de forma a incluir, além das atividades produtivas tradicionais, a produção de serviços (lazer e turismo, por exemplo) e de bens não-agrícolas, como moradia e artesanato. Para o autor, o meio rural brasileiro havia se urbanizado nas décadas de 1980 e 1990, como “resultado do processo de industrialização da agricultura, de um lado, e, de outro, do transbordamento do mundo urbano naquele espaço que tradicionalmente era definido como rural” (GRAZIANO DA SILVA, 1997, p.43).

Nesse contexto, os agricultores atuam na lavoura em tempo parcial, combinando atividades agrícolas com não-agrícolas, no que se constitui uma pluriatividade:

[Ele] não é mais um fazendeiro especializado, mas um trabalhador autônomo que combina diversas formas de ocupação (assalariadas ou não). Essa é a sua característica nova: uma pluriatividade que combina atividades agrícolas e não-agrícolas (GRAZIANO DA SILVA, 1997, p.43).

Fazem parte desse contingente moradores dos centros urbanos com uma segunda propriedade no meio rural (chácaras ou sítios) que, além de servir como espaço para o

lazer e o descanso, também opera como uma unidade produtiva ainda que de pequena escala. São pessoas que veem no campo a oportunidade de iniciar um novo negócio, ampliando suas fontes de renda. No entanto, a pluriatividade no Brasil ocorre de forma diversa quando comparada aos países desenvolvidos. Segundo Graziano da Silva (2001, p.16)

Ela não resulta de um crescimento da produtividade do trabalho agropecuário. Ao contrário, a pluriatividade é em grande parte uma estratégia de sobrevivência de famílias agrícolas mais pobres que vêm tendo perdas substanciais de sua renda em função da queda dos preços das nossas principais commodities.

Os resultados desse processo de diversificação das atividades produtivas no campo podem ser observados no perfil populacional e econômico do meio rural. Conforme o IBGE, em meio século, de 1960 a 2010, a participação rural na população brasileira caiu de 55% para 16%. Em 20 anos, de 1986 a 2006, o contingente de pessoal ocupado na lavoura apresentou uma redução de 30%.

As mudanças trazidas pelo “novo rural” não eliminaram as diferenças e desigualdades entre os “dois brasis”. Na tentativa de reverter esse quadro, segundo Neri (2010), entre 2003 e 2009, foram realizadas diversas de indução ao crescimento econômico no campo, como ampliação de programas sociais, políticas públicas de desenvolvimento rural direcionadas à agricultura familiar e o aumento da renda previdenciária. A quantidade do trabalho no campo caiu, mas a qualidade aumentou e a agricultura de subsistência perdeu espaço na comparação com o "lado empregatício fordista formal". O salário aumentou, bem como as transferências monetárias públicas. No período, a renda per capita média do brasileiro que vivia na área rural cresceu 6,1% ao ano em termos reais, já descontada a inflação e o crescimento populacional.

No entanto, a participação da renda do trabalho na renda familiar apresenta queda crescente, tornando esse crescimento sujeito a riscos - como o de mudanças drásticas nos rumos das políticas sociais – e fazendo com que o fantasma do êxodo rural rondasse novamente as famílias dos agricultores.

A inserção socioprodutiva dos produtores rurais constitui-se um passo imprescindível para a superação da pobreza no campo e a constituição de uma nova classe média rural, como chegou a se configurar na década de 2000. Conforme Graziano

da Silva (2001, p.17), a pobreza⁶ é um empecilho aos processos de desenvolvimento local por duas raízes básicas:

Primeiro, porque drena parte substancial dos recursos despendidos localmente para bens de consumo corrente que têm pouco efeito indutor para a formação de circuitos virtuosos de geração de emprego e renda. Segundo, porque limita o tamanho dos mercados locais em função do baixo nível *per capita* da maioria da população.

Diante desse quadro, o que pode fazer a comunicação na perspectiva de contribuir para a redução da pobreza no campo? O presente artigo aponta para a necessidade de uma nova estratégia de desenvolvimento rural, na qual a comunicação executada por agricultores e outros atores locais seja uma ferramenta importante no resgate da autonomia dos atores e na construção social de mercados.

Assim como o meio rural assistiu a uma série de reconfigurações em suas bases produtivas, as formas de comunicação e interação entre as comunidades rurais também sofreu transformações. A presença cada vez maior das novas Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) no campo é um fator de mudanças exponenciais ao borrar as fronteiras existentes entre as culturas urbana e rural a reboque do processo acelerado de urbanização que o Brasil atravessou.

O emprego de novas ferramentas comunicacionais, por si só, não é sinônimo de transformação social, em especial quando se trata de agricultores familiares que vivem no limiar da pobreza, com todas as restrições advindas dessa situação. É preciso adotar uma concepção de comunicação que supere as limitações dos modos tradicionais do fazer comunicacional. Abrangendo comunicação interpessoal, meios comunitários e modernas tecnologias de informação, a Comunicação para o Desenvolvimento apresenta-se como um “processo” ou “ferramenta” promotora de participação e mudança social, sendo bastante útil na gestão de projetos voltados para o desenvolvimento⁷.

Por Comunicação para o Desenvolvimento, então, compreendemos um processo baseado no diálogo, no intercâmbio de conhecimentos e capacidades e no debate para as

⁶ Entendemos, contudo, em consonância com Sen (2000), que a pobreza deve ser vista como a privação de capacidades básicas em vez de meramente como baixo nível de renda, que é seu critério tradicional de identificação.

⁷ Para uma discussão mais ampliada sobre o conceito de Comunicação para o Desenvolvimento, cf. CAVALCANTE; NÓBREGA (2017).

mudanças sociais. Mesmo podendo ser aplicada em projetos de desenvolvimento rural e territorial, nem sempre é isso o que acontece. Para Dagrón (2004, p. 4), a comunicação tem sido marginalizada nos programas de desenvolvimento. "E, quando não tem sido o caso, tem se convertido em um suporte institucional ou em um instrumento de propaganda", afirma.

CAVALCANTE e NÓBREGA (2017)⁸ enumeram, por sua vez, experiências em que esse processo está contribuindo para a mudança social no semiárido nordestino ao empoderar técnicos, produtores e lideranças locais em suas competências comunicacionais. As ações variam do estímulo ao protagonismo de agricultores na comunicação à formação de comunicadores locais nos territórios do Cariri, no Ceará, e do Alto Oeste, no Rio Grande do Norte, passando pelo aprimoramento da interação entre pesquisadores, técnicos e agricultores por meio de grupo de WhatsApp, no Sudeste do Piauí.

Os instrumentos empregados para tanto são os mais diversos: reuniões, dinâmicas, capacitações, criação de página no Facebook e de grupos no Whatsapp. A horizontalização do domínio sobre o saber-fazer da produção jornalística e comunicacional é um dos eixos de todas essas ações. No caso específico abordado por este artigo, o objetivo é mobilizar as ferramentas da Comunicação para o Desenvolvimento em um processo de inserção socioproductiva de agricultores familiares em um contexto de deserto alimentar.

Práticas de Comunicação para Desenvolvimento em área de deserto alimentar

A partir de 2016, a equipe do projeto Sustentare iniciou uma estratégia de ação com foco na Comunicação para Desenvolvimento na comunidade Sítio Areias, em Sobral (CE). Uma vez que uma das premissas da Comunicação para o Desenvolvimento consiste em valorizar a participação de atores envolvidos, o percurso mais coerente identificado seria o de envolver os agricultores locais na identificação de problemas, busca de soluções e elaboração de estratégia de Comunicação em favor de melhorias para a comunidade

Assim sendo, tomou-se a opção de adotar a *Participatory Rural Communication Appraisal* – PRCA, apontada como um conjunto de métodos e técnicas de “forte

⁸ Para conhecer as ações de forma mais detalhada, cf. CAVALCANTE e NÓBREGA (2017).

conotação participativa”, apropriada para o trabalho junto a comunidades por facilitar diálogo, intercâmbio de conhecimentos e decisões conjuntas entre os integrantes da comunidade e os experts de instituições condutoras de projetos (MEFALOPOLUS, 2008).

A equipe do projeto Sustentare adotou, então, um percurso em quatro etapas para este diagnóstico e montagem de estratégias de Comunicação: a caracterização de um perfil da comunidade, retratando sua realidade em termos de Comunicação; a organização dessas informações em uma matriz (SWOT) para identificar forças, fraquezas, ameaças e oportunidades; a formulação de uma árvore de problemas a partir das fraquezas e ameaças identificadas; a montagem de estratégia para solucionar os problemas descritos na terceira etapa.

Sobre as informações coletadas nestas etapas do diagnóstico, algumas delas despertaram atenção para a possibilidade de desconexões entre os habitantes locais e a produção rural, resultando em perdas de identidade e distanciamentos. Como referência para essa possibilidade, trazemos para discussão a matriz SWOT desenhada em outubro de 2016, a partir do diálogo com agricultores locais:

Forças	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> - Participação feminina - Existência de um grupo de pessoas como referência de liderança na comunidade - Casa de sementes como espaço de interação - Existência de comunicadores (mobilizadores) locais - Espaços físicos para encontros - Experiências exitosas: cisternas, produção de vassouras, SAFs, sementes crioulas 	<ul style="list-style-type: none"> - Construção de mercados para produtos locais - Cooperação com outras associações - Projeto Sustentare - Projeto São José - Intercâmbio de sementes
Fraquezas	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"> - Baixa participação em reuniões - Individualismo - Desinteresse dos jovens pela comunidade - Falta de uma associação de agricultores - Desinteresse em resgatar história local 	<ul style="list-style-type: none"> - Transformação do Boqueirão em área urbana - Carrocinha de animais - Imagem da cidade como oportunidade <i>versus</i> meio rural como espaço de “atraso” - Mudanças climáticas - Presença de atravessadores - Atropelamento de animais - Ocorrência de secas

No tocante às Fortalezas, constatou-se a existência de um predomínio da participação feminina nos espaços de diálogo na comunidade. Assim, o papel das mulheres nessa comunidade assume a relevância de lideranças, revelando-se como um importante componente na mobilização dos atores e na discussão dos problemas e potencialidades do local. Em termos de infraestrutura, existem espaços coletivos, tais como a Casa de Semente.

Outro aspecto apontado na questão da comunicação, refere-se a importância que as experiências exitosas de convivência com o semiárido assumiram para esses agricultores, que manifestaram preocupação sobre essas novas práticas serem comunicadas para outros agricultores, tanto da própria comunidade como de outros locais.

Apesar de existirem espaços e canais de comunicação na comunidade, os agricultores afirmaram que devido ao um comportamento individualista os espaços para debates e de proposições de ações relacionadas com o desenvolvimento comunitário são menosprezados apresentando baixa participação. Nesse sentido, entendeu-se que a existência de uma associação comunitária seria um espaço coletivo adequado para este exercício.

Outra fraqueza apontada foi sobre a reprodução social das famílias, pois os jovens não manifestam interesse em permanecer na comunidade. Além disso, destacou-se que a história da comunidade está sendo perdida e, conseqüentemente, sua identidade, necessitando, portanto, de um resgate demonstrando sua trajetória desde os dias de sua fundação até os dias atuais, para que esta possa ser mais um elemento de aglutinação social.

Por sua vez, os agricultores reconhecem às oportunidades relacionadas com a existência de um projeto de pesquisa denominado de Sustentare, coordenado pela Embrapa Caprinos e Ovinos, que a partir de uma abordagem construtivista está possibilitando o surgimento de novas práticas que colaboram com o fortalecimento da autonomia dos agricultores familiares. Nesse sentido, essa comunidade tornou-se um espaço empírico para estudos sobre inovações sociais e favoreceu a formação de redes sociotécnicas e no estabelecimento de um processo de aprendizagem no qual busca-se uma mediação entre diferentes conhecimentos, atuando desde o redesenho dos agroecossistemas até a construção social de mercados.

A comunidade dispõe de uma casa de semente, espaço coletivo para o manejo da agrobiodiversidade na comunidade. Nesse sentido, os agricultores destacam essa

iniciativa, pois a partir do seu início possibilitou uma maior interação com outras comunidades e associações e, bem como passou a fazer parte da Rede de Intercâmbio de Sementes (RIS), coordenada por agricultores familiares e representantes da Cáritas Diocesana de Sobral, Sindicato dos Trabalhadores e Trabalhadoras Rurais de Sobral, com foco no resgate e preservação das sementes crioulas.

Outra oportunidade reconhecida pelos agricultores esteve relacionada com sua capacidade de inclusão em mercados. Estes foram entendidos como espaços de trocas mercantis a partir das relações sociais. Nesse sentido, os agricultores promoveram feiras locais e iniciaram a formação de uma rede de produtores e consumidores, como mais uma estratégia de geração de renda para suas famílias.

Apesar dos esforços, de acordo com os agricultores existem ameaças relacionadas com a produção do alimento e sua relação com a cidade. No primeiro caso, a produção dos alimentos produzidos foi afetada pela ocorrência de secas na região e os agricultores afirmaram estarem preocupados com as mudanças climáticas que poderão comprometer seus agroecossistemas e, conseqüentemente, sua segurança alimentar e a presença de atravessadores poderá dificultar a comercialização do excedente e geração de renda.

O segundo ponto, reflete a preocupação dos agricultores com o estereótipo de que a vida na cidade é mais atraente do que no meio rural, essa crença é fortalecida devido ao baixo peso econômico da agricultura em relação a outras atividades praticadas no meio urbano, o que está relacionado com um processo de desativação das famílias com a agricultura. De acordo com Ploeg (2008), esse processo é resultante na diminuição do peso dessa atividade na manutenção das necessidades das famílias, podendo ser definitivo ou temporário.

No segundo semestre de 2017, a atividade de diagnóstico continuou: a partir da identificação dessas fraquezas e ameaças, em nova devolutiva, os agricultores identificaram aspectos prioritários a se trabalhar por meio da Comunicação. Foram escolhidos três, em reuniões realizadas entre junho e agosto daquele ano: a organização da associação de agricultores, o engajamento de jovens nas decisões da comunidade e a ampliação de práticas agrícolas sustentáveis no contexto local. Posteriormente, em um Workshop junto aos agricultores, foram construídas Árvores de Problemas para cada um destes desafios considerados prioritários.

Em 2018, foram iniciadas as oficinas com duas finalidades principais: capacitação de moradores locais para atuar como comunicadores voluntários; montagem de planos de ação que sirvam como referência para a mobilização da comunidade para uso da Comunicação como alternativa na busca de soluções aos três problemas priorizados. Buscou-se trabalhar ações de Comunicação que pudessem ser executadas pela comunidade local, com seus recursos humanos, financeiros e de infraestrutura.

A capacitação dos voluntários como comunicadores locais teve como objetivo mobilizar pessoas para atuação como sujeitos ativos no processo de Comunicação, facilitando a participação e a troca de conhecimentos e experiências, seguindo uma lógica de Comunicação para Desenvolvimento no espaço rural (FAO, 2016). Eles foram orientados sobre a possibilidade de exercerem atividades de Comunicação em seus espaços de convivência e interação na comunidade.

A realidade de espaços rurais pode trazer desafios como uma infraestrutura de Comunicação mais modesta do que a de centros urbanos e a existência de áreas remotas que, no contexto do Nordeste brasileiro, podem estar ligadas a dificuldades na transmissão e recepção de informações, como as limitações no acesso a Internet, telefonia, circulação de jornais e sinal de TV. Assim sendo, na comunidade Sítio Areias, optou-se por canais como reuniões, grupos de WhatsApp e a comunicação face a face com vizinhos, amigos e familiares.

Essa opção por recursos mais próximos da realidade de comunidades é tida como potencialmente vantajosa, por estar mais próxima da cultura dos atores envolvidos nos projetos de desenvolvimento, que podem “reflejar mejor el sentir local que las campañas más sofisticadas diseñadas por expertos internacionales a distancia” (COSUDE, 2014, p.12).

Ao longo dos dois anos de atividades desta nova fase do projeto, algumas transformações já foram percebidas antes mesmo do início dos planos de ação. Entre 2016 e 2018, a participação de jovens nas reuniões do projeto foi ampliada. Nos primeiros encontros, em 2016, somente uma pessoa na faixa entre 15 e 29 anos de idade se fazia presente na reunião convocada para início do diagnóstico de Comunicação, em um total de seis moradores presentes. Já em 2018, ano de conclusão do diagnóstico e início da execução das atividades, foram registradas as presenças de oito jovens entre os 14 participantes do Workshop que capacitou os voluntários a atuarem como comunicadores locais.

O perfil dos participantes das reuniões que geraram as diferentes etapas de diagnóstico e, posteriormente, começaram a atuar como comunicadores locais, também cresceu e se diversificou. Nas primeiras reuniões, somente agricultores participantes da primeira fase do projeto Sustentare estavam presentes. Em seguida, a mobilização para participação de ações de Comunicação passou a envolver estudantes e donas de casa.

A partir dessas primeiras mobilizações e também das primeiras ações de Comunicação voltadas para fortalecimento da associação (via canais de WhatsApp e comunicação face a face), foi verificado aumento da quantidade de pessoas associadas. O protagonismo de jovens também se ampliou: dois deles passarão, a partir de 2019, a estar à frente das atividades da Casa de Sementes, que reúne sementes nativas dos produtores rurais da comunidade. É a primeira vez, desde início das atividades do projeto, em 2012, que jovens ocupam espaço de liderança e protagonismo.

Conclusões

A expectativa é de que uma Comunicação efetuada com o protagonismo desses atores possa, nos próximos anos, responder a desafios relacionados ao engajamento de jovens, ao associativismo e ao fortalecimento de agricultura sustentável. Estes três aspectos estão, ainda, relacionados à busca de reconexões entre pessoas, agricultura e alimento: uma vez que moradores passem a se perceber como sujeitos ativos na comunidade; percebam o rural como um espaço de potencialidades e crescimentos; percebam os produtos e as práticas agroecológicas como ativos importantes na comunidade.

Assim, há potencial para que essas conexões possam ser reconstruídas, reconfigurando um espaço de deserto alimentar, no qual não somente há distância entre os consumidores e a oferta de produtos agropecuários, mas também há desconexões de ordem cultural, entre habitantes – mesmo os de comunidades rurais - e ambiente produtivo.

Ao incentivar uma agricultura sustentável e o resgate da identidade comunitária, um aspecto importante pode ser o resgate das tradições de produção e consumo alimentares, como parte desta identidade cultural na comunidade. Em Sítio Areias, o projeto já estimula, há alguns anos, feiras de produtos de agricultores familiares realizadas no local, que podem ser ponto de partida para melhor atenção da própria comunidade (e de comunidades vizinhas) para a produção de alimentos e artesanato dos moradores.

Uma estratégia de Comunicação pode incluir este tipo de evento, não somente como forma de impulsionar vendas de produtos, mas por contribuir com o reforço da identidade de Sítio Areias como uma comunidade rural, inclusive com agricultores que já têm adotado práticas agroecológicas e produzem alimentos sem químicos há alguns anos – um elemento que pode ser diferencial para o consumo de pessoas em uma cidade situada em área de deserto alimentar, como Sobral está caracterizada.

Em áreas de deserto alimentar, com avanços da agroindustrialização e das indústrias de processamento de alimentos, até mesmo os conhecimentos tradicionais sobre produção de alimentos podem se perder, conforme alerta Fonte (2008). Ao colaborar para reforçar as identidades de pessoas da comunidade como agricultores e, em um horizonte de longo prazo, mobilizar as pessoas para a construção social de mercados para a produção agropecuária local, essa estratégia de Comunicação pode colaborar também para resultados de amplo alcance socioeconômico.

Bibliografia

CAVALCANTE, R.M.B.; NÓBREGA, A.R. Construindo uma agência de comunicação comunitária: a experiência do Território Alto Oeste Potiguar. *Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional*. Taubaté, SP, v. 12, n. 4 (número especial), p. 206-221, dez/2016.

_____. Comunicação como ferramenta para o desenvolvimento e a mudança social: estratégias de atuação no semiárido nordestino. *Comunicação & Inovação, PPGCOM/USCS*, 16 v. 18, n. 38 (16-32) set-dez 2017.

COSTA, D.; CIPOLLA, C. Agricultura urbana: identificação de oportunidades de projeto para o processo produtivo e comercialização. *Mix Sustentável*, v. 2, n. 1 (2016).

COSUDE. *Comunicación para el desarrollo: una guía práctica*. Berna: Cosude, 2014.

DAGRON, A. G. El cuarto mosquetero: la comunicación para el cambio social. *Investigación & Desarrollo*, Universidad del Norte, Barranquilla, Colombia, vol. 12, núm. 1, pp. 2-23, agosto 2004.

DIESEL, V.; NEUMANN, P.S. Participação: visualizando potenciais além de limites. In: THORNTON, R.; CIMADEVILLA, G. (Ed.). *Usos y abusos del participare*. Buenos Aires: INTA, 2010. p. 249-268.

FAO. *Manual de Comunicación para el Desarrollo Rural*. Roma: FAO, 2016.

FORTE, M. Knowledge, Food and Place. A Way of Producing, a Way of Knowing. *Sociologia Ruralis*, Vol. 48, N. 3, julho 2008.

FRANÇA, V. L. Quere: dos modelos da comunicação. Revista Fronteiras, Porto Alegre, v. 5, n. 2, p. 38-51, 2003.

GRAZIANO DA SILVA, J. Por um novo programa agrário. Revista Reforma Agrária, ABRA, n.2, vol. 23, maio/ago. 1993.

_____. O Novo Rural Brasileiro. Nova economia, Belo horizonte: 7(1):43-81, maio de 1997.

_____; DER WEID, J.; BIANCHINI, V. José Graziano, Jean Marc e Bianchini debatem O Brasil Rural precisa de uma Estratégia de Desenvolvimento. Brasília: Ministério do Desenvolvimento Agrário / Conselho Nacional de Desenvolvimento Rural Sustentável / Núcleo de Estudos Agrários e Desenvolvimento Rural, 2001.

_____; DEL GROSSI, M.; CAMPANHOLA, C. O que há de realmente novo no rural brasileiro. Cadernos de Ciência & Tecnologia, Brasília, v.19, n. 1, p.37-67, jan/abr 2002.

HEBERLÊ, A. L. O. A pesquisa em comunicação para o desenvolvimento no Brasil. In: HEBERLÊ, A. L. O.; COSENZA, B.C.; SOARES, F.B. (Ed.). Comunicação para o desenvolvimento. Brasília, DF: Embrapa, 2012. p 55-68.

LAMINEA, C.; DAWSON, J. The agroecology of food systems: Reconnecting agriculture, food, and the environment. Agroecology And Sustainable Food Systems Vol. 42, N. 6, 629–636, 2018.

LONG, N. The multiple optic of interface analysis. Paris: UNESCO, 1999. (Interfaces analysis).

_____. Sociología del desarrollo: una perspectiva centrada en el ator. San Luis Potosí: El Colegio de San Luis, 2007.

MEFALOPULOS, P. Communication for sustainable development: applications and challenges. In: HEMER, O.; TUFTE, T. (Eds.). Media and glocal change: rethinking communication for development. Buenos Aires: CLACSO, 2005. Cap. 14, p. 247-259.

_____. Development communication sourcebook: broadening the boundaries of communication. Washington DC: The World Bank, 2008.

NERI, M. Superação da pobreza e a nova classe média no campo. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2012.

NETO, A.B.A.; CALLOU, A.B.F. Estratégias de Comunicação nos programas de combate à pobreza rural no Nordeste. In: Intercom – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação. São Paulo, v.32, n.2, p. 165-184, jul./dez. 2009.

PLOEG, J. D. Camponeses e impérios alimentares: a luta por autonomia e sustentabilidade na era da globalização. Porto Alegre: UFRGS, 2008

PNUD. Comunicación para el Desarrollo: Fortaleciendo la eficacia de las Naciones Unidas. Nova Iorque: PNUD, 2011.

QUÉRÉ, L. D'un modèle épistémologique de la communication à un modèle praxéologique. Réseaux, Paris, v. 9, n. 46, p. 69-90, 1991.

SEN, A. Desenvolvimento como liberdade. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

WOLTON, D. Informar não é comunicar. Porto Alegre: Sulina, 2011.