

## Comunicação e reconversão cultural: um estudo de recepção da parceria da Embrapa pelos pequenos produtores rurais de Irituia, Pará.\*

*Cenira Almeida Sampaio<sup>1</sup>*  
*Maria Salett Tauk Santos<sup>2</sup>*

A pesquisa consiste em compreender como se estabelecem as relações de comunicação entre a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária - Embrapa, uma cultura técnica, hegemônica - e os pequenos produtores rurais de São Tomé do Panela, Irituia, Pará, envolvidos num processo de parceria. Especificamente, analisar o uso que esses agricultores fazem da proposta de parceria da Embrapa, no seu cotidiano, mediatizados pela sua cultura - uma cultura popular, considerando-se as reconversões de seus códigos culturais nas técnicas da Embrapa. Trata-se de um estudo de recepção que parte do referencial teórico de Jesús Martin-Barbero (1989) e Néstor Garcia Canclini (1996), pesquisadores que têm inspirado estudos na perspectiva das mediações e das reconversões culturais. É um estudo de caso, utilizando uma amostra intencional de 26 pessoas, combinando técnicas de coleta de dados como: entrevistas semi-estruturadas, observação etnográfica e pequena história de vida. O estudo evidenciou que a Embrapa, na sua proposta de parceria mantém os resquícios da prática da perspectiva difusionista e que os agricultores reconvertem as suas práticas culturais para participarem dos códigos hegemônicos da cultura técnica da Embrapa, reconversões estas, entretanto, que sofrem a influência da sua cultura - uma cultura popular.

**Termos para indexação:** Comunicação, cultura popular, mediações e reconversões culturais.

*Brazilian Agricultural Research Enterprise - Embrapa comprises a highly technical, hegemonical culture. It is involved in partnership with small, rural producers from São Tomé do Panela, Irituia, Pará. The objective of this research was to comprehend how communications are established between the two groups. Specifically the research analyzed to what use the small producers put the Embrapa partnership proposal in their daily lives. The research considered how these uses were mediated by their culture, and how their cultural codes were converted by the hegemonical codes of Embrapa. Its dealt with the study of reception, having theoretical reference of Jesús Martin-Barbero (1989) and Néstor Garcia Canclini (1996), researchers who have inspired case studies of mediations and cultural reconversions. This is a case study,utilizing a sample size of 26 people. This is a combination of data collection methods including semi-structured interviews, ethnographic observation and small life histories. The study showed that Embrapa, in its partnership proposal, maintain vestiges of the practice of a diffusionist perspective and that the agriculturists transform their cultural practices in order to participate in the hegemonical codes of the technical culture of Embrapa. However, these reconversions suffer the influence of their cultural - a popular culture.*

---

\* Baseada na Dissertação de Mestrado em Administração e Comunicação Rural, apresentada à UFRPE, 1998.

<sup>1</sup> Bacharel em Comunicação Social, pela Universidade Federal do Pará – Belém - Pará, 1989; Mestre em Administração e Comunicação Rural, pela Universidade Federal Rural de Pernambuco, Recife - PE., 1998. Técnica da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária. E-mail: cenira@amazon.com.br

<sup>2</sup> Orientadora da pesquisa. Doutora em Ciência da Comunicação, ECA-USP, 1994; Professora da UFRPE.

## Introdução

O objetivo desta pesquisa é compreender como se estabelecem as relações de comunicação entre a cultura tecnológica e hegemônica da Embrapa e a cultura do pequeno produtor rural, da Comunidade de São Tomé do Panela, Irituia, Pará, envolvidos num processo de parceria. Especificamente, o que se pretende analisar é o uso que os pequenos produtores rurais fazem da proposta de parceria da Embrapa no seu cotidiano, considerando-se que as reconversões que fazem dos seus códigos para participar dos códigos da Embrapa, enquanto cultura hegemônica, são mediatizadas pelos códigos da cultura dos pequenos produtores, uma cultura popular.

A Embrapa, como um órgão público criado pelo governo federal, em 1972, para gerar tecnologia, deu continuidade às pesquisas que vinham sendo coordenadas pelo Departamento Nacional de Pesquisa Agropecuária- DNPEA, em todo o país. Com essa responsabilidade, inicialmente, não lhe coube a transferência de resultados tecnológicos gerados pelas pesquisas. Para essa função foi criada, em 1975, a Empresa Brasileira de Assistência Técnica e Extensão Rural - Embrater, cuja missão era coordenar o Sistema Brasileiro de Assistência Técnica e Extensão Rural - Sibrater. A meta a ser alcançada pela Embrater era a de aumentar a produtividade no setor rural, através do incremento, respectivamente, da terra e do trabalho, bem como a difusão e transferência de tecnologias geradas pelas pesquisas da Embrapa, via extensão rural.

A dinâmica utilizada pela Embrapa e Embrater, através do modelo de difusão para a transferência de tecnologia, nos primeiros anos de suas atividades, era a mesma praticada, pela ABCAR: a Comunicação Rural, na perspectiva difusionista. A persuasão, segundo o modelo, era o lema principal, tanto por parte do pesquisador quanto pelos extensionistas, uma vez que as instituições de pesquisa e difusão - Embrapa e Embrater, acreditavam que a Comunicação Rural, na perspectiva da persuasão, tornaria mais “eficiente” o processo de difusão de tecnologia para o desenvolvimento rural, a qual correspondia a meta do governo brasileiro.

Nos anos 70, havia abundância de recursos nas instituições governamentais, facilidade de captar recursos externos e ausência de fortes pressões sociais organizadas exigindo maior qualidade nos serviços públicos. Mas, a situação começou a ser invertida a partir de meados da década de 80. Com a flexibilização do sistema político brasileiro, a partir das mudanças ocorridas nos anos 80, no mundo inteiro, proliferaram-se iniciativas de organizações populares. A população se tornou mais exigente de sua cidadania. Ao mesmo tempo em que a crise econômica- financeira do país, leva ao governo federal a fazer cortes dos recursos públicos que eram transferidos às suas organizações governamentais. Portanto, os orçamentos dos órgãos públicos passaram a ficar abaixo do nível de sobrevivência institucional. Aumentaram as dificuldades na captação de recursos externos, ocasião em que os segmentos organizados da sociedade passaram a pressionar para a formulação de propostas de trabalho pelas instituições em sintonia com as demandas atuais e os desafios futuros. Esse fato se agrava nesta década de 90, quando fluem as idéias neoliberais e o país passa por novas mudanças.

Como um órgão público, a Embrapa faz parte das empresas que sofreram transformações impostas pelo governo federal, a partir da reforma administrativa, nos anos 90, que reorientou as instituições públicas no sentido de buscarem recursos financeiros em outras fontes, dada a redução em seus orçamentos. Nesse sentido, a empresa passou a desenvolver as suas atividades de pesquisa pelo sistema de **parceria**. Nos últimos cinco anos, a Embrapa tem ampliado o seu “leque” de trabalhos em parceria: instituições nacionais e estrangeiras, governamentais e não-governamentais, públicas e privadas. Dentre os seus

parceiros em potencial incluem-se as organizações representativas de contextos rurais: cooperativas, sindicatos e associações de produtores rurais, envolvendo grandes, médios e pequenos produtores. É nesse âmbito que centramos esta pesquisa que consiste em estudar a recepção da proposta de parceria da Embrapa pelo pequenos produtores rurais, de Irituia, Pará.

Partindo-se do pressuposto de que a trajetória de Comunicação Rural da Embrapa se desenvolveu historicamente numa perspectiva difusionista e, considerando as nossas observações empíricas no campo onde a pesquisa foi desenvolvida, formulamos a hipótese de que a Embrapa estaria levando para o espaço da parceria em Irituia, resquícios das práticas difusionistas. A preocupação em se compreender como se estabelece a relação de comunicação da Embrapa com esses agricultores não foi apenas pelo interesse em observar as práticas da Embrapa, mas sobretudo para estudar essa relação de comunicação no espaço da recepção, onde as mensagens, efetivamente, adquirem sentido, analisando a parceria à luz da teoria de Néstor Garcia Canclini que trata da relação das culturas hegemônicas e as culturas populares, no sentido de que as culturas populares reconvertem os seus códigos para “participar” da cultura hegemônica. Essa reconversão entretanto não se dá de forma automática e nem linear. A reconversão das culturas populares se dá num processo de renegociação que sofre a influência das mediações das culturas populares. Daí as hipóteses que formulamos de que os pequenos produtores rurais de São Tomé do Panela reconvertem seus códigos culturais nos códigos culturais hegemônicos da Embrapa para viverem a parceria, porque encontram na ação hegemônica, algo que é bom para si e que essas reconversões sofrem a influência das mediações culturais desses pequenos agricultores. Estudar a recepção na perspectiva das mediações culturais implica em considerar a comunicação enquanto fenômeno indissociado da cultura.

Nessa perspectiva levantada por Martin-Barbero, a relação entre emissor e receptor muda, o que significa dizer que o emissor perde o seu poder absoluto de ação, ao mesmo tempo que elimina a passividade do receptor. O receptor passa a ser considerado como alguém inteligente que produz significados às vezes diferentes, e até antagônicos, em relação às propostas do emissor. A tendência, entretanto, em muitos casos, é a de que as culturas populares emprestam consenso às propostas da cultura hegemônica, e para isso essas culturas reconvertem os seus códigos no trabalho e na vida. Foi escolhida a Comunidade de São Tomé do Panela, em Irituia, Pará, não só porque a Embrapa já vem trabalhando em parceria com os pequenos agricultores desde 1994, mas, também, por tratar-se de população de contexto popular, característica indispensável para este estudo.

## **Região do estudo**

Irituia está situado no nordeste paraense, com uma área de 1.384,2 km<sup>2</sup> e uma população estimada de 37.600 habitantes, sendo que 86,4% vive na zona rural e 13,6% na zona urbana. A distância de Irituia com relação a Belém, capital do Estado do Pará, é de 165km. O último censo (1996) feito pelo IBGE, mostra um quadro estatístico de uma população economicamente ativa constituída de 12.046 homens e 4.202 mulheres. As pessoas alfabetizadas, por sexo, com mais de sete anos de idade, são de 10.507 homens contra 8.687 mulheres, perfazendo um total de 19.194 pessoas. As não-alfabetizadas são 8.501 homens contra 8.870 mulheres, num total de 17.371 pessoas. A economia irituiense é baseada na agricultura, principalmente no cultivo da mandioca, arroz e banana; na atividade pecuária e no extrativismo e beneficiamento de madeira. A sua colonização foi feita principalmente por pequenos agricultores que praticam a agricultura de corte e queima, bem como a extração de

madeira desordenada por fazendeiros. Essas atividades provocam desmatamentos na região, eliminando a cobertura vegetal primitiva, sendo substituídas por florestas secundárias ou capoeiras. Possui diversas comunidades rurais organizadas, dentre elas, a de São Tomé do Panela, composta por 26 famílias. Formada por pequenos produtores rurais, com menor área média de terra - menos de cinco hectares - e com menor experiência no uso da mecanização e de insumos. A mandioca é a cultura mais importante para esses agricultores.

### **Estratégias metodológicas**

A proposta aqui é revelar os itinerários e os procedimentos metodológicos na pesquisa. Isso significa ver a teoria que sustenta a investigação, na prática, ou seja, aplicá-la no que há de mais concreto apresentado no campo da pesquisa, isto é, na realidade da população do estudo. Lopes (1990) denomina esse procedimento de “reconstrução empírica da realidade” onde o pesquisador realiza a coleta de dados que possa reunir as evidências concretas capazes de reproduzir os fenômenos em estudo no que existe de mais essencial. Trata-se, portanto, de uma fase da pesquisa, conduzida por operações da instância técnica e metódica, o que a autora considera ser um “processo de construção dos dados da pesquisa, que abrange duas operações distintas: a amostragem e a coleta de dados”.

Trata-se de um estudo de caso, o que segundo Lopes (1990) “é um dos métodos mais usados nas pesquisas de Comunicação, por permitir ao pesquisador o uso de um roteiro de entrevistas, observação etnográfica, que podem ser somados com uma pequena história de vida da população de estudo”. Triviños (1994) diz que “o estudo de caso é uma categoria de pesquisa cujo objeto é uma unidade que se analisa aprofundadamente”. Com base nesse entendimento e, por se tratar de uma pesquisa de recepção no campo da Comunicação e da Cultura, procurou-se cruzar métodos distintos, combinando-os de acordo com as fases da pesquisa, como discorrido neste estudo.

Em agosto de 1997, buscou-se reunir toda a documentação necessária referente à trajetória feita pela Embrapa, no âmbito da Comunicação Rural, da pesquisa - difusão à pesquisa parceria e, assim, dar início à pesquisa empírica. Por se tratar de um estudo de Recepção no campo da Comunicação e da Cultura, o nosso interesse não se voltou para os resultados de pesquisas da Embrapa, mas sim, às evidências dos resquícios da Comunicação Rural na perspectiva difusionista em relação à parceria. Em São Tomé do Panela, foram visitadas diversas propriedades onde acontece a parceria. A intenção aqui foi a de entender a interação Embrapa e pequeno produtor rural, por isso foram observadas certas peculiaridades de um modo de vida de uma população acostumada a desenvolver as suas práticas agrícolas de forma isolada, vivendo hoje uma nova experiência, trabalhando em parceria, portanto, a intenção foi a de enxergar naquele momento, a vida desses pequenos produtores antes e durante a parceria.

Como parte das observações, nesse primeiro momento, não se percebeu a presença de jovens participando das atividades relacionadas à parceria na Comunidade. O contato com mulheres foi muito rápido. Para que se tivesse maior segurança nos registros, nesse primeiro momento, foram utilizados alguns recursos técnicos e materiais de apoio, como o diário de campo, o gravador e a máquina fotográfica, o que, na verdade contribuiu, positivamente, no momento da definição da amostra a ser trabalhada. Além dessas categorias consideradas importantes na pesquisa, foram escolhidas pessoas pertencentes à Associação dos pequenos e microprodutores rurais bem como pequenos produtores rurais que tivessem outra ocupação de trabalho fora da roça. Assim, formou-se uma amostra intencional: 17 adultos (9 homens e 8 mulheres) e 9 jovens (5 do sexo masculino e 4 do sexo feminino), totalizando 26 pessoas.

Na observação etnográfica foram usados como instrumentos de coleta de dados, as entrevistas e as anotações no diário de campo acerca do cotidiano dos pequenos produtores rurais: vida doméstica, rotina familiar, envolvimento dos trabalhos da parceria, outra ocupação de trabalho fora da parceria, participação de homens e mulheres, jovens e adultos da parceria, como essa população rural se organiza e qual a prática de seu trabalho. Vale ressaltar que o uso do diário de campo foi fundamental na pesquisa, na medida em que serviu para captar tudo aquilo que foge do alcance do gravador, isto é, não pode ser alcançado nas gravações, como exemplo a descrição dos sentimentos dos entrevistados. Nesse período, foi fundamental a participação no dia-a-dia dessas famílias, observando a interação dos agricultores, não apenas com os pesquisadores da Embrapa em relação à parceria, como na organização e execução do trabalho; no descanso, do despertar pela manhã à hora de dormir. Para obter dados sobre as práticas desses produtores na agricultura antes e depois da parceria, foi necessário recorrer à pequena história de vida a fim de captar o momento das reconversões. Essa técnica é importante pois como salienta Queiroz (1983) permite ao pesquisador reter o essencial e abandonar o que considerar supérfluo.

### **Parceria da Embrapa em São Tomé do Panela**

Esta análise consistiu em ver a proposta de parceria estabelecida entre a Embrapa e os pequenos agricultores. A Embrapa, historicamente, difusionista, vive uma experiência nova, desenvolvendo as suas atividades em parceria com pequenos agricultores. O modelo difusionista, apesar das críticas, ainda persiste, materializado nos discursos e práticas de órgãos governamentais e na mídia. Os documentos, bem como as entrevistas, mostram que a empresa, apesar dos avanços no campo da Comunicação, pela sua tradição, mantém ainda bastante forte as mensagens difusionistas da comunicação e que está sendo levada para o espaço da parceria os resquícios do difusionismo no discurso e na prática.

### **Hibridização e reconversão em São Tomé do Panela**

Canclini (1988) diz que a reorganização da cultura, na contemporaneidade, não pode ser vista linearmente, pois a necessidade de expansão dos mercados culturais populariza os bens de elite e introduz as mensagens massivas na esfera popular. A partir desse entendimento e com base na teorização de Canclini (1990), de que as culturas populares reconvertem os seus códigos culturais nos códigos da cultura hegemônica para participar dessa “ordem” e que essa reconversão é porque as culturas populares necessitam de instrumentos mais refinados para conseguir participar do trabalho, como diz o autor “*Es preciso acceder a procedimientos simbólicos más sofisticados para participar en la sociedad*”.

Observou-se que o cotidiano dos agricultores entrevistados está bastante determinado pela sobrevivência, onde o trabalho ocupa a maior parte do dia, direta e indiretamente. No entanto, as condições são diferenciadas conforme o gênero (homem ou mulher) e idade (adulto ou jovem), ou seja, mediatizados pela sua cultura. Uma vez clara essa situação, a nossa proposta foi a de enxergar esses pequenos produtores rurais, no processo de reconversão. Especificamente, nos domínios, nos quais ficam mais evidentes as transformações da sua cultura popular nas práticas culturais, hegemônicas propostas pela parceria da Embrapa.

## Reconversão no planejamento e execução do trabalho

Os pequenos produtores rurais da Comunidade de São Tomé do Panela realizavam as suas atividades agrícolas de forma aleatória. As reconversões se evidenciam na forma como se planejam para o trabalho. Esse planejamento faz com que os agricultores se sintam mais responsáveis e acreditem mais em melhorias de vida. O fato da população se organizar para executar o trabalho, planejar, discutir as ações, distribuir tarefas, dentro da parceria, para a maioria dos agricultores, tem contribuído para melhorar a produtividade dos produtores rurais.

Há, porém, aqueles que, embora se digam parceiros da Embrapa, a proposta da parceria não altera o seu cotidiano. Canclini (1996) explica esse fenômeno quando se refere às culturas híbridas, diz que *“En algunos casos, la persistencia de costumbres y pensamientos antiguos puede verse como resultado del desigual acceso a los bienes de la modernidad”*.

Os estudos atuais da Comunicação afirmam que a cultura não se trata de uma coisa estática que deva ser incorporada e reproduzida fielmente pelos indivíduos, grupos ou gerações. O que nos deixa claro é que as culturas populares sejam elas processos, espaços ou modos de existência, só se formam a partir da interação entre indivíduos ou grupos, daquilo que fazem em suas vidas, das novas interações com outros grupos ou códigos culturais.

Entre os pequenos produtores rurais, o que observamos no seu cotidiano, como autônomos, os agricultores tinham uma forma característica de trabalhar em suas práticas produtivas. Antes, os pequenos produtores rurais, trabalhavam de forma isolada, agora, vivem em parceria com a Embrapa, são parceiros, são sócios de um mesmo empreendimento. Isso faz com que esses produtores mudem seus hábitos de trabalho, a começar pela hora de acordar de manhã. As suas atividades eram executadas sem qualquer preocupação com os resultados, pois plantavam apenas para a subsistência da família. Os pequenos agricultores plantam, esperando ver os seus produtos vendidos nas feiras e supermercados.

Confirma-se, portanto, a hipótese de que os pequenos produtores rurais encontram na proposta de parceria da Embrapa, algo que lhes satisfaz e que vem ao encontro de suas necessidades imediatas, por isso reconvertem as suas práticas culturais para viverem a parceria com a Embrapa.

## Mediações culturais no cotidiano em São Tomé do Panela

Investigar a recepção, no contexto atual, significa compreender que essa recepção é um processo mediado, que passa por “filtros”, recebe influências de instâncias diversas que vão definir o significado, ou sentido das mensagens, isto é, as mediações que determinam o uso das mensagens pelo receptor. A partir da teorização empreendida por Martin-Barbero (1995) sobre as mediações, entendidas como um conjunto de influência que estrutura, organiza e reorganiza a percepção da realidade em que está inserido o receptor, tendo o poder, também, para valorizar implícita ou explicitamente essa realidade, analisou-se como essas mediações vêm interferir ou se manifestam na relação entre duas culturas envolvidas no processo da parceria. Canclini (1989) aponta a necessidade de se conhecer a autonomia das culturas, ou seja, a sua construção cotidiana de modo de vida. Para o autor, é na esfera do cotidiano que o modo de vida pode ser concretamente observado. Nesse sentido, o cotidiano assume um papel relevante quando se busca compreender as práticas culturais dos segmentos populares, pois é nele que o sujeito compara e viabiliza ou não as propostas hegemônicas, sustentando em seus hábitos ou costumes e os de seus grupos aos quais pertence. A

existência concreta do sujeito sugere uma pista para se compreender o homem em todos os seus aspectos, ou seja, em seu meio, seu espaço, sua história, seu cotidiano e suas aspirações de vida.

As mediações que se elegeu para este estudo foram as **estruturais, contextuais e institucionais**. Agora, cabe analisar o uso das mensagens propostas pela parceria da Embrapa mediatizado pelo sexo, idade, escolaridade, pela eventual ocupação de trabalho e pela participação nas instituições.

### **Mediações estruturais – sexo e idade**

As mediações estruturais que foram consideradas neste estudo são: o sexo e a idade por mostrarem-se importantes na forma como os pequenos agricultores de São Tomé do Panela usam a proposta de parceria da Embrapa, no seu cotidiano. A divisão sexual no trabalho já se encontra socialmente definida. Executar este ou aquele trabalho, geralmente, cria um estereótipo do que é específico do homem e da mulher, sendo isso, na maioria das vezes, consequência da educação que se recebe desde a infância, ou daquilo que se herda de seus ancestrais. Essa realidade ainda é observada, até hoje, em algumas famílias em São Tomé do Panela, na medida em que, os trabalhos mais “pesados”, como dizem os produtores - derrubar árvores, queimar o mato, limpar o solo, plantar e colher - são de competência dos homens e os mais “leves”- atividades domésticas, cuidar dos filhos, dar comida para os animais, fazer farinha - são feitos pelas mulheres. Ficar mais à frente das atividades da associação, majoritariamente, é tarefa dos homens. São eles os filiados, os sócios, participam de reuniões, das discussões e das decisões. Entretanto, esse quadro se altera já em algumas famílias em que as mulheres participam dos trabalhos igualmente aos homens. Na verdade, embora os homens ainda permaneçam como majoritários nos trabalhos desenvolvidos na Comunidade, observa-se, o interesse por parte da população feminina que já vem participando, ativamente, das tarefas, antes, específicas do homem. Comprovada, portanto, a hipótese de que o sexo, é uma mediação que interfere no uso da proposta de parceria da Embrapa, pois os homens demonstraram incorporar mais a proposta de parceria da Embrapa, sendo eles, também, a maioria participante, efetivamente. Embora constatada a participação das mulheres, ainda é uma minoria, apenas duas, das 8 entrevistadas estão participando ativamente da parceria.

Quanto à idade, há diferença do agricultor adulto e do jovem com relação aos trabalhos que vêm sendo desenvolvidos em parceria: nos planos, modo de pensar, agir, falar, organizar, executar o trabalho. Vale ressaltar que, para efeito desta investigação, foram considerados adultos, os pequenos produtores rurais, na faixa etária de 26 a 74 anos de idade e jovens, aqueles compreendidos entre 17 e 25 anos de idade. Foram entrevistados 17 adultos e 9 jovens (ambos os sexos). Observou-se que os adultos, na sua grande maioria, são os que ficam à frente das tarefas de campo, roça, negócios, discussões da associação, sindicato e das atividades em parceria com a Embrapa. Dos 9 jovens entrevistados (ambos os sexos), 8 acham que a vida na cidade é melhor, que no campo, ou seja, apenas 1 jovem incorpora a parceria igual aos adultos. Ao serem questionados sobre a parceria, esses jovens apresentaram outro tipo de interesse e que não é o mesmo de seus pais. Para esses jovens, a parceria é entendida como uma ação que possibilita a vinda de outras pessoas à Comunidade e, nos dias de mutirão, encontram-se como se fosse um dia de lazer. Os jovens manifestam pela parceria no sentido de que promova outras atividades diferentes da roça, onde possam trabalhar menos e ganhar mais.

## **Mediações contextuais – escolaridade e outra ocupação de trabalho**

Por mediações contextuais, segundo Orozco (1997), entende-se aquelas constituídas pelo lugar de origem e residência do receptor, a escolaridade, trabalho que realiza, suas visões de mundo, ambições e valores do receptor. Dentre essas mediações contextuais foram consideradas como interferentes no uso das mensagens propostas pela parceria da Embrapa, a escolaridade dos pequenos produtores rurais e outra ocupação de trabalho, isto é o fato de desenvolverem outra atividade remunerada fora da parceria com a Embrapa. A convivência na comunidade nos permitiu observar que os agricultores que não possuem escolaridade ou primeiro grau menor incompleto sentem dificuldade de compreender a proposta de parceria da Embrapa e, conseqüentemente, a incorporação das tecnologias da Embrapa em suas propriedades. Por essa razão, os pequenos produtores rurais não alfabetizados ou com pouca escolaridade se distanciam da parceria, especialmente as mulheres e os jovens. Os pequenos produtores rurais, adultos, que possuem o primeiro grau menor completo e, segundo grau, têm maior facilidade de compreender e de pôr em prática as tecnologias propostas pela Embrapa.

Vale ressaltar que os jovens mesmo possuindo, na grande maioria, o primeiro grau menor completo e até o segundo grau não vivem a proposta de parceria da Embrapa. Entre os agricultores, adultos, com primeiro grau menor completo, a maioria já pratica as tecnologias da Embrapa em suas propriedades, porém, outros permanecem no sistema tradicional da lavoura. Os pequenos produtores rurais sem nenhuma escolaridade, geralmente, não põem em prática as tecnologias da Embrapa. Dizem que não acreditam na tecnologia. Afirmam, inclusive, ser mais prático para eles fazerem como estão acostumados a fazer. Alegam não entenderem o que o técnico da Embrapa fala. A intenção aqui, na verdade, era analisar se a escolaridade pode ser considerada uma mediação interveniente na recepção das mensagens propostas na parceria da Embrapa. Constatou-se que sim, embora, outros fatores estejam interferindo nessa dificuldade em praticarem as tecnologias da Embrapa, como a falta de recursos, pessoal da família insuficiente para trabalhar, uma vez que os filhos já não querem mais trabalhar na roça.

Na Comunidade de São Tomé do Panela, os homens, tradicionalmente, ocupavam-se com os trabalhos do campo: da derruba, queima, limpeza do solo, plantio e colheita. Ocupavam-se, juntamente com as mulheres, no fabrico da farinha da mandioca, embora existam outras funções ocupadas por pequenos produtores rurais, tanto pelos homens quanto pelas mulheres. A nossa hipótese era a de que o fato dos pequenos produtores rurais possuírem outra atividade remunerada, influenciaria na participação da parceria. Na opinião desses agricultores, o trabalho fora da agricultura é mais rentável. Fica confirmado que ter outra ocupação além daquelas específicas da roça, é uma mediação interferente no uso da proposta da parceria. Confirma-se a hipótese de que esses agricultores vêem maiores perspectivas na outra ocupação por perceberem que são mais rentáveis.

## **Mediação institucional – Associação dos pequenos produtores rurais de Irituia**

Por mediações institucionais se entende como aquelas com as quais o receptor interage cotidianamente e que contribuem e “filtram” as mensagens do emissor, dando novo significado e sentido, reproduzindo-as ou reconvertendo-as. Orozco (1997) garante que as mediações institucionais servem de cenário onde acontece a recepção e variadas apropriações das mensagens recebidas. Nesta pesquisa, a Associação do pequenos produtores rurais,

interfere quanto ao da proposta de parceria da Embrapa. na medida em que os pequenos agricultores que atuam na sua organização, são eles os que mais interagem com a Embrapa no que diz respeito à parceria- os homens adultos. Portanto, a hipótese de que as entidades representativas, enquanto mediações institucionais, interferem na propostas de parceria da Embrapa, consideramos confirmada.

## Conclusão

Com o resultado deste estudo não se pretende chegar a conclusões generalizantes mas, evidenciar que a Embrapa está levando para o espaço da parceria resquícios da Comunicação difusionista; que os pequenos produtores rurais reconvertem os seus códigos culturais para viverem ativamente a parceria porque encontram algo que é bom para si e seus familiares e que o uso da proposta da parceria da Embrapa sofre a interferência das mediações estruturais, contextuais e institucionais. Há necessidade dos projetos de pesquisa da Embrapa refletirem as questões que extrapolam à Comunicação, mas que têm interferência sobre ela dentro do programa, como por exemplo as propostas produtivas de parceria. Diante da realidade na qual está em jogo a própria sobrevivência das pessoas num sistema no qual é necessário fazer face a uma ordem econômica cada vez mais globalizada seria, oportuno pensar a pequena produção além das atividades produtivas tradicionais. Incluir às propostas de parceria alternativas de produção de bens e serviços, como o turismo, lazer, artesanato, indústria caseira, capazes de gerar retorno econômico mais ágil aos pequenos produtores na parceria, garantindo a permanência das novas gerações no meio rural. Assim, pensar a Comunicação Rural na contemporaneidade como viabilizadora do desenvolvimento local.

## Referências Bibliográficas

- BARBOSA, W. A.. **A pesquisa em comunicação rural:** a comunicação rural no Brasil. In: BRAGA, G.M.; KUNSCH, M.M. K. (Orgs.) **Comunicação rural:** discurso e prática Viçosa, MG: Universidade Federal de Viçosa, 1993. p.57-68.
- \_\_\_\_\_. **Culturas híbridas el espacio comunicacional como problema interdisciplinario.** In: TELOS. **Cuadernos de comunicación, tecnología y sociedad.** Madrid: Grafur, 1985. p.13-20.
- \_\_\_\_\_. **Culturas híbridas.** estratégias para entrar y salir de la modernidad. Buenos Aires: Grijalbo Gili, 1989. 363p.
- \_\_\_\_\_. **Culturas híbridas y estrategias comunicacionales.** In: SEMINÁRIO FRONTEIRAS CULTURALES IDENTIDAD Y COMUNICACIÓN EN AMÉRICA LATINA. Stirling: Universidad de Stirling, 1996. 14p.
- \_\_\_\_\_. **Cultura transnacional y culturas populares:** bases teóricas metodológicas para la investigación. In:\_\_\_\_\_; RONCAGLIOLO, R. (eds). **Cultura transnacional y culturas populares.** Lima: IPAL, 1988. p. 19-76.
- \_\_\_\_\_. **Ni folklórico, ni popular ni masivo:** que es lo popular? Lima: [s.n.], 1987. 6p. ( Dia-logos de la comunicación, 17).
- EMBRAPA. Departamento de Pesquisa e Difusão de Tecnologia. **Projeto de desenvolvimento de sistemas sustentáveis para pequenos agricultores da Amazônia Oriental,** Brasília: 1994. 22p.
- \_\_\_\_\_. Secretaria de Assistência Técnica e Extensão Rural. **Plano de ação estratégica.** 1991/1995. Brasília, 199: 10p.
- \_\_\_\_\_. Secretaria de Administração Estratégica. **Plano Diretor II.** 1993/1997 Brasília , 1993.
- \_\_\_\_\_. Serviço de Produção e Informação. **Programa de suporte ao desenvolvimento rural e regional - 13.** Brasília: 1994. 24p.
- \_\_\_\_\_. **Comunicação:** uma questão de cultura. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 1993, Aracaju. Universidade Federal de Sergipe.
- FLORES, M. X. **Projeto EMBRAPA:** a pesquisa agropecuária rumo ao século XXI. Brasília: EMBRAPA-Setor de Produção e Informação, 1991. 38p. (Documentos, 4).
- \_\_\_\_\_; SILVA, J. S. **Projeto EMBRAPA II:** do projeto de pesquisa ao desenvolvimento sócio-econômico no contexto do mercado. Brasília: EMBRAPA-Secretaria de Administração Estratégica, 1992. 55p.
- FONSECA, M. T. L. **A extensão rural no Brasil:** um projeto educativo para o capital. São Paulo: Loyola , 1985. [não paginada].
- FREIRE, P. **Extensão ou comunicação.** 8. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1985. 93p.

- GOMEZ, G.O. **La investigación en comunicación desde la perspectiva cualitativa**. México: Faculdade de Periodismo y Comunicación Social da Universidad Nacional de La Planta. 1997. 156p.
- GONZALEZ, J.A. **Sociologia de las culturas subalternas**. Califórnia: COMALA: Universidad Autónoma de Baja, 1990. 176p.
- HELLER, A. **O cotidiano e a história**. 3. ed. São Paulo: Paz e Terra, 1989. 121p.
- LAKATOS, E. M. ; MARCONI, M. A.. **Metodologia do trabalho científico**. São Paulo: Atlas,1995. 214p.
- LOPES, M.I. V. **Pesquisa em comunicação** : formulação de um modelo metodológico. São Paulo: Loyola, 1990. 148p.
- \_\_\_\_\_. **Temas contemporâneos em comunicação**. São Paulo: Edicon, Intercom, 1997. p.151-166: **Explorações metodológicas num estudo de recepção de telenovela**.
- \_\_\_\_\_. **O popular nas pesquisas de comunicação**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL, 15, 1987, São Bernardo do Campo, SP. Anais... Universidade Católica de São Bernardo do Campo. [não paginado].
- MARTIN- BARBERO. J. **América Latina e os anos recentes: o estudo de recepção em comunicação social**. In: SOUSA, M. W. (Org.) **Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo: Brasiliense, 1995. p.39-68
- \_\_\_\_\_. **Comunicación y cultura: unas relaciones complejas**. In: TELOS, **Cuadernos de comunicación, tecnología y sociedad**. Madrid: FUNDESCO, 1989. p21-26.
- \_\_\_\_\_. **De los medios a las mediaciones**. comunicación, cultura y hegemonia. México: Gustavo Gili, 1987. p.233.
- \_\_\_\_\_. **Procesos de comunicacion y matrices de cultura: itinerário para salir de la razon dualista**. México: Felafacs: G.Gili, 1987. 212p.
- REY, L. **Planejar e redigir trabalhos científicos**. São Paulo: Edgard Blücher. 1997. 317p.
- RONSINI, V. M.. **Cotidiano rural e recepção da televisão: o caso Três Barras**. São Paulo, 1993. 191p. Dissertação (Mestre em Ciência da Comunicação): Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.
- SAMPAIO, C. A.; PEREIRA, N.. **Políticas de comunicação rural nos anos 90: o caso da Igreja católica em Pernambuco**. In: SANTOS, M. S. T.( Org.). **Políticas de comunicação rural nos anos 90**. Recife: Universidade Federal Rural de Pernambuco, Imprensa Universitária, 1997. p.53-70. (Pesquisa acadêmica, 4.)
- SANTOS, M. S. T. **Igreja e pequeno produtor rural** : a comunicação participativa no programa CECAPAS/SERTA. São Paulo, 1994. 316p. Tese (Doutorado em Ciência da Comunicação) - Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo,
- \_\_\_\_\_. **Desafios da comunicação rural em tempo de desenvolvimento local**. **Revista de Comunicação Integrada**, Recife: UFRPE, v.2, n.3, p.422-47, 1995.
- \_\_\_\_\_; Spenillo, G. M. D. **Uma nova política para o ensino da comunicação rural : o caso UFRPE**. \_\_\_\_\_.(Org.) **Política de comunicação rural nos anos 90**. Recife. UFRPE. Imprensa Universitária, 1997. (Pesquisa Acadêmica , 4 ). p.111-125.
- SILVA, J. S.**Projeto estratégico: pesquisa, difusão, extensão rural e mercado**. Brasília : EMBRAPA, Secretaria de Administração Estratégica. 1991. 36p. (proposta preliminar)
- SOUSA, M. W.**Sujeito, o lado oculto do receptor**. (Org.) São Paulo: Universidade de São Paulo : Brasiliense, 1995. p.13-38: **Recepção e comunicação: a busca do sujeito**..
- SOUSA, I. S, F. de. **A importância do relacionamento pesquisa/extensão para a agropecuária**. **Caderno de Difusão de Tecnologia**, Brasília, v.5, n. 1/3, p.63 -76, 1988.
- \_\_\_\_\_; SILVA, J. S.. **Parceria: base conceitual para reorientar as relações interinstitucionais da EMBRAPA**. Brasília: EMBRAPA-Secretaria de Administração Estratégica, 1992. 27p.
- SOUZA, L, G, **A Lei 8661: estímulo à parceria entre a EMBRAPA e o setor privado**. Brasília: EMBRAPA-Setor de Produção e Informação. 1994. 47p.
- TRIVINÓS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais**. a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas, 1994.175p.