

## *Capítulo 7*

### **SUINOCULTURA E COMUNICAÇÃO: INSTRUMENTOS PARA O INCREMENTO NA CIRCULAÇÃO DE INFORMAÇÕES QUE PROMOVAM UMA NOVA RELAÇÃO ENTRE A CADEIA PRODUTIVA DE SUÍNOS E O MEIO AMBIENTE**

Jean Carlos Porto Vilas Boas Souza



## **Introdução**

Santa Catarina é um dos estados brasileiros que concentra a suinocultura, bem como projetos e ações que procuram minimizar o impacto ambiental da atividade. Um dos projetos mais bem-sucedidos das últimas décadas no Estado foi o Termo de Ajustamento de Condutas da Suinocultura Catarinense (TAC), criado a partir de 2001 na microrregião de Concórdia (Alto Uruguai Catarinense) e que envolveu o Ministério Público Estadual, órgãos públicos, agroindústrias e produtores.

O arranjo testado no Alto Uruguai deu certo e está até hoje em vigor, beneficiando em torno de dois mil produtores. Mesmo bem sucedido desde o princípio, o TAC apresentou algumas lacunas durante a sua execução. Uma delas dizia respeito à comunicação e foi detectada em 2006 pelos integrantes do Comitê Regional da Suinocultura, instância criada pelo termo e que congrega representantes de todos os segmentos envolvidos com a suinocultura na microrregião.

O diagnóstico do Comitê foi de que o termo precisava de instrumentos de comunicação melhor elaborados para atingir todos os objetivos práticos a que se propunha. Era fundamental a disponibilização de programas de rádio, impressos, vídeos e conteúdo na internet que mostrassem aos produtores, técnicos e população em geral o que é o termo, a intervenção ambiental praticada, as tecnologias mais apropriadas para cada tipo de propriedade suinícola e o engajamento necessário para que as intenções do documento se transformassem em benefícios concretos, necessidades que os meios tradicionais de comunicação não proporcionavam.

Foi para suprir essas carências que a Embrapa Suínos e Aves propôs o projeto "Suinocultura e Comunicação: instrumentos para o incremento na circulação de informações que promovam uma nova relação entre a cadeia produtiva de suínos e o meio ambiente" em 2007. Aprovado dentro do edital do Macroprograma 4 e financiado pela própria Embrapa, o projeto agregou todos os atores vinculados ao termo em torno do propósito de que comunicar também é uma instância indispensável quando se aborda um problema ambiental. As ações descritas no projeto executado pela Embrapa e parceiros foram realizadas entre 2008 e 2010.

## **Comunicação, suinocultura e meio ambiente**

O método que orientou o projeto seguiu o aplicado no TAC. A Câmara de Comunicação e Educação do termo foi o ambiente mobilizador para alcançar os objetivos traçados. Fizeram parte do comitê a Embrapa Suínos e Aves, a Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina S/A (Epagri), o Instituto Federal Catarinense - Campus de Concórdia (IFC), o Consórcio Ambiental Lambari, a Associação Catarinense dos Criadores de Suínos (ACCS), o Sindicato das Indústrias da Carne e Derivados de Santa Catarina (Sindicarne), a Universidade do Contestado (UnC), Fundação Catarinense do Meio Ambiente (Fatma) e o Comitê da Bacia Hidrográfica do Rio Jacutinga. Esses órgãos participaram inicialmente da definição dos instrumentos de comunicação do projeto. Foram ainda responsáveis pela elaboração do conteúdo dos instrumentos, pelo financiamento e pela disponibilização dos mesmos.

Essa configuração fez com que ocorresse um esforço de comunicação de todos os segmentos envolvidos com a cadeia produtiva da suinocultura. A divisão de responsabilidades na elaboração, distribuição e financiamento dos instrumentos de comunicação, a decisão conjunta em torno dos conteúdos, a abertura de espaço para as diversas vozes que existem dentro do mundo da suinocultura, a abordagem multidisciplinar da questão ambiental da atividade e a busca por parcerias para ampliar a rede de comunicação criada pelo projeto foram princípios norteadores das ações colocadas em prática.

É importante destacar que dentro da cadeia produtiva de suínos, normalmente, a circulação de informações ocorre de maneira controlada. Os técnicos das agroindústrias, responsáveis pelo acompanhamento das propriedades conveniadas com a empresa processadora de carne suína, são a grande fonte de informação dos produtores, já que os meios de comunicação tradicionais informam pouco e superficialmente sobre o tema. Já os técnicos das agroindústrias buscam informações em universidades e empresas especializadas em pesquisa agropecuária públicas ou privadas. Essa característica da cadeia produtiva de suínos justificou o fato de o projeto utilizar instrumentos de comunicação diferenciados entre si, com o objetivo de atingir os diversos públicos da atividade de maneira apropriada. Assim, o programa de rádio voltou-se mais aos produtores, enquanto a página eletrônica na internet visou atender os técnicos das agroindústrias.

Do ponto de vista das tecnologias e conhecimentos difundidos, os instrumentos de comunicação do projeto procuraram levar detalhes sobre tecnologias e procedimentos necessários na criação de suínos que minimizam o impacto ambiental da

atividade. Um dos pontos que os programas e textos de internet procuraram ressaltar foi a importância do produtor, explicando que o elemento humano é tão importante quanto o tecnológico. Ou seja, foi passada claramente a mensagem de que “a salvação milagrosa” por uma máquina ou produto não existe. A questão ambiental somente é equalizada quando há o manejo correto dos dejetos suínos, que está vinculado diretamente a atitudes que técnicos e produtores tomam no dia a dia.

O programa de rádio foi o principal instrumento de contato com os produtores de suínos e seguiu três premissas. A primeira delas foi a da adaptabilidade. Foram criadas versões diferentes do programa para aproveitar as redes de rádio interessadas em repassar gratuitamente o conteúdo a ser trabalhado. A segunda foi o da colaboração. Todos os programas foram montados com base no trabalho em conjunto das instituições que fazia parte do projeto. E a terceira foi a da linguagem mais próxima possível da realidade do produtor. Uma das apostas do projeto foi o humor. Um dos formatos do programa possuía personagens, que o tornava mais atraente no repasse das informações sobre meio ambiente e suinocultura.

Com base nos espaços conquistados para a veiculação do programa de rádio, foram criados, basicamente, duas versões. A primeira, com um minuto, voltou-se à inserção dentro de programas já existentes, como os das agroindústrias, da Fecoagro (Federação Catarinense das Cooperativas Agrícolas de Santa Catarina) e da ACCS (Associação Catarinense dos Criadores de Suínos). O programa possuía apenas um locutor e um entrevistado, com uma vinheta de abertura e sem música de fundo de acompanhamento, para facilitar a inserção em diferentes tipos de situações.

A segunda versão foi um programa completo, mais longo, com quatro minutos e características de abertura e encerramento. Para esse programa foi formada uma rede alternativa de rádios, que se propuseram a veicular gratuitamente as edições disponibilizadas pelo projeto. A veiculação dos programas, em termos de horário e dia da semana, ficou a cargo de cada emissora, que também escolheu se buscava ou não um patrocinador local para o espaço. Foram produzidos quatro programas de um minuto e quatro de quatro minutos por mês, durante os anos de 2009 e 2010. A periodicidade, portanto, era semanal, mas se incentivava as emissoras a repetirem os programas durante a semana. No caso dos espaços de um minuto, a frequência também era semanal.

A página eletrônica desenvolvida para o projeto teve dois objetivos. O primeiro deles foi centralizar informações sobre o tema suinocultura e meio ambiente. Apesar de muitas páginas tratarem do assunto, não se levantou na fase de elaboração do projeto nenhuma que se dedicasse exclusivamente. O segundo foi o de servir como recipiente para as ações que envolvem o Termo de Ajustamento de Condutas da Suinocultura Catarinense, que não possuía um ambiente do gênero. A página disponibilizou ainda os programas de rádio criados dentro do projeto, notícias, publicações sobre o tema e links para instituições e projetos que envolvem o tema.

A partir da página também se criou uma rede de informação. O Verde Alerta foi uma das principais novidades da comunicação eletrônica propostas pelo projeto. Tratou-se de um informativo enviado por e-mail para a rede de interessados em fazer parte da página. Sempre que havia uma novidade, os integrantes da rede eram informados. Ao mesmo tempo, esses integrantes também

podiam mandar informações. A relação estabelecida pelo Verde Alerta se assemelhou a ferramentas que fazem sucesso na internet, como o Twitter. A diferença é que não se buscou apenas o maior número de “seguidores”. O interesse foi o de que os usuários realmente utilizassem e fizessem parte da rede, não importando o número de pessoas conectadas. A página eletrônica do projeto, chamada de SAMA (Suínos, Aves e Meio Ambiente), era disponibilizada no endereço [www.cnpsa.embrapa.br/projeto](http://www.cnpsa.embrapa.br/projeto), hoje não mais disponível.

O objetivo principal do projeto, que foi o de criar instrumentos de comunicação sobre a questão ambiental que envolve a suinocultura e fomentar o surgimento de redes de comunicação que viabilizem a circulação desses instrumentos, alcançou sucesso. As redes de comunicação formadas durante o período de vigência do projeto foram as seguintes:

- **Rede de rádio da ACCS:** 22 emissoras veiculando o programa de 10 minutos da ACCS. Um minuto desses 10, com informações ambientais relativas à suinocultura, foi gerado pelo projeto.
- **Rede de rádio do Sindicarne:** 21 emissoras veiculando os programas das agroindústrias do Estado (Sadia, Perdigão, Pamplona, Seara e Aurora). Um minuto dentro desses programas, com informações ambientais relativas à suinocultura, foi gerado pelo projeto.
- **Rede de rádio da Fecoagro:** uma vez por semana, o programa de rádio da Fecoagro, reproduzido em 50 emissoras do Estado, veiculou um minuto com informações ambientais relativas à suinocultura gerado pelo projeto.
- **Rede de rádio do projeto:** 29 emissoras de rádio de Santa Catarina veicularam um programa de quatro minutos, baseado no humor, que repassou informações ambientais relativas à suinocultura.

## **Principais publicações**

Outro instrumento de comunicação produzido dentro do projeto foi uma cartilha, que teve a água como foco. Com 40 páginas e totalmente ilustrada, a intenção da cartilha foi informar os produtores a respeito dos cuidados necessários com a água dentro da propriedade e como ela influencia nos resíduos gerados. A cartilha foi distribuída durante o Dia de Campo sobre Suinocultura e Meio Ambiente, organizado pelo Comitê Regional da Suinocultura nos dias 7 e 8 de outubro de 2009. Os 1,1 mil produtores que participaram do evento, todos signatários do Termo de Ajustamento de Condutas da Suinocultura Catarinense, receberam a publicação.

## **Considerações finais**

O projeto teve como um dos seus méritos criar canais específicos para se abordar as questões ambientais da suinocultura catarinense sem alguns dos vieses habituais quando o tema é veiculado pelos meios de comunicação de massa. Não foi possível medir exatamente o impacto que isso trouxe sobre o produtor de suínos porque não fez parte do projeto a execução de uma pesquisa de recepção. Mas, não há dúvidas, alguns incrementos importantes são facilmente detectáveis. O primeiro deles é o fato de que o TAC da Suinocultura ganhou ações de comunicação voltadas para suas necessidades, o que fez ampliar a circulação de informações sobre meio ambiente e suinocultura em sua região de abrangência. A segunda é a mudança de postura entre os atores envolvidos com a questão. Um exemplo disso é o Ministério Público Estadual, que na segunda fase do Termo de Ajustamento de Condutas da Suinocultura Catarinense,

iniciado em 2009 e finalizado em 2011, exigiu a presença de um plano de comunicação juntamente com as medidas de intervenção nas propriedades. Tal exigência não havia sido sequer cogitada quando da discussão da primeira fase do TAC.

Também pode se observar saldo positivo quando se calcula o investimento monetário em comunicação voltada à questão ambiental da suinocultura fomentado pelo projeto, algo realmente inédito em Santa Catarina. Mensalmente, os parceiros disponibilizaram R\$ 19.200,00 ao projeto, por meio de recursos humanos e espaço em emissoras de rádio. Somente em 2009, o investimento dos parceiros no projeto foi de R\$ 230.400,00. Já o investimento total da Embrapa no projeto chegou aos R\$ 37.000,00. Ou seja, foram mais de R\$ 250.000,00 investidos para fazer com que informações sobre suinocultura e meio ambiente chegassem aos públicos de interesse. O projeto mostrou que promover intervenção ambiental com o auxílio de instrumentos de comunicação bem elaborados diminui os obstáculos do caminho.

## **Literatura recomendada**

ANUÁRIO CATARINENSE DE SUINOCULTURA 2002. Concórdia: Associação Catarinense dos Criadores de Suínos, 2002. 111 p.

EXPORTAÇÕES Brasileiras de Carne Suína. Disponível em: <[www.abipecs.com.br/mercadoexterno.php](http://www.abipecs.com.br/mercadoexterno.php)>. Acesso em: 21 ago. 2010.

MIELE, M.; MACHADO, J. S. **Levantamento sistemático da produção e abate de suínos - LSPS**: metodologia Abipecs - Embrapa de previsão e acompanhamento da suinocultura brasileira. Concórdia: Embrapa Suínos e Aves, 2006. 27 p. il. (Embrapa Suínos e Aves. Documentos, 104)

SOUZA, J. C. P. V. B. **Comunicação, meio ambiente e práticas culturais**: um estudo sobre o Alto Uruguai catarinense. 2005. 136 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação) - Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.