



EMBRAPA

EMPRESA BRASILEIRA DE PESQUISA AGROPECUÁRIA

VINCULADA AO MINISTÉRIO DA AGRICULTURA

MEIOS DE COMUNICAÇÃO: NACIONAIS OU LOCAIS?

UMA OPÇÃO PARA PAÍSES EM DESENVOLVIMENTO

Brasília, 1980



EMBRAPA

EMPRESA BRASILEIRA DE PESQUISA AGROPECUÁRIA

VINCULADA AO MINISTÉRIO DA AGRICULTURA

MEIOS DE COMUNICAÇÃO: NACIONAIS OU LOCAIS?

UMA OPÇÃO PARA PAÍSES EM DESENVOLVIMENTO

Raul C. Rosinha, Eng.Agr., M.Sc., Ph.D.

Brasília, 1980

Rosinha, Raul Colvara

Meios de comunicação: nacionais ou locais? Uma opção para países em desenvolvimento. Brasília, EMBRAPA-ATA, 1980.

... P.

1. Meios de comunicação - Brasil. I. Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária. Assessoria Técnico-Administrativa, Brasília, DF. II. Título.

DDD 302.23

SUMÁRIO

Introdução.	1
Comunicação & Desenvolvimento.	4
Outros fatores	6
A situação no Brasil	9
Conclusões	11
Notas.	13

INTRODUÇÃO

Apesar de muitos já haverem pesquisado e escrito sobre o tema, ainda existe uma grande discordância sobre o papel da comunicação no desenvolvimento. Quando falamos acerca do "papel da comunicação no desenvolvimento", estamos tratando, basicamente, com dois conceitos: comunicação e desenvolvimento. Parece que a principal causa para uma falta de identidade de pensamento é realmente o significado dessas duas palavras. É interessante saber o que elas significam para vários autores.

Pool¹ diz que comunicação é o fio que mantém qualquer organização social unida; Felstehausen² se refere a ela como "a dinâmica social, psicológica e organizacional, da transmissão de mensagens humanas"; Cherry³ entende-a como o estabelecimento de uma unidade social a partir de indivíduos, pelo uso da linguagem ou dos símbolos; Beltran⁴ apresenta, talvez, a mais completa e significativa interpretação, dizendo que: "Comunicação social é o processo de interação democrática, baseado no uso de sistemas de símbolos, por meio dos quais seres humanos intercambiam

livremente - numa maneira dialógica e pro-igualitária - experiências afetivas, atitudinais e de comportamento influenciando mutuamente suas condutas, com objetivos distintos".

Devemos admitir que o conceito de comunicação está mudando com o correr dos anos, com diferentes enfoques: informação, persuasão e, ultimamente, interação.

De outra parte, desenvolvimento tem tido uma variedade de conceitos, dependendo no ponto de vista do autor. Frey⁵ discute a similaridade-dissimilaridade entre desenvolvimento e modernização, palavras que às vezes tem sido utilizadas como sinônimas e outras como diferentes entre si. Este autor diz que desenvolvimento aplica-se à economia, em quanto que modernização se refere a setores não econômicos (compreendendo, inclusive, todos os processos concomitantes ou análogos, na sociedade como um todo), ou, as vezes, as mudanças no indivíduo; Lerner⁶ evita a palavra desenvolvimento e coloca ênfase total em modernização; van Dam⁷ admite que "desenvolvimento é o ponto onde o bem estar material está equilibrado com a paz de espírito" e que atingir um às expensas do outro não significa desenvolvimento real; Beltran⁸ discute a diferença entre crescimento e desenvolvimento, dizendo que o primeiro é um fenômeno econômico, uma melhoria dos elementos produtivos básicos - terra, trabalho e capital - e que o último é sinônimo de progresso (social, cultural, político). Ele ainu

da admite que pode haver crescimento sem desenvolvimento (mudanças apenas em escala) e desenvolvimento sem crescimento (mudanças apenas em estruturas); Felstehausen⁹ diz que "desenvolvimento consiste de um processo tal como a criação de novas alternativas sociais, econômicas e políticas"; Rogers¹⁰ entende desenvolvimento como "um tipo de mudança social na qual novas idéias são introduzidas em sistemas sociais a fim de produzirem renda per capita mais elevada e melhores níveis de vida, através de modernos métodos de produção e de adiantada organização social".

De acordo com o interesse de cada um, existem diversas maneiras de operacionalizar a mensuração do desenvolvimento. Entre muitas, podemos alinhar: renda, bem estar geral (saúde, taxa de mortalidade infantil, duração da vida média), consumo de energia bruta, população ativa em ocupações agrícolas, alfabetização, número de veículos a motor, produtividade, padrões de vida, produto nacional bruto, oportunidade educacionais, industrialização, consumo de meios de comunicação, etc. Independentemente do instrumento que cada um selecione para medir o desenvolvimento, a preocupação principal deve ser o que o desenvolvimento está ocasionando à população. E, neste particular, nos sentimos de acordo com Beltran¹¹ quando propõe que: "Desenvolvimento nacional é um processo dirigido e amplamente participativo de profundas e aceleradas mudanças sócio-políticas, orientadas para produzirem mudanças na economia, tecnologia, ecologia e a cultura geral de um país, de maneira que

o crescimento moral e material da maioria de sua população possa ser obtido, sob condições de igualdade, dignidade, justiça e liberdade generalizadas".

COMUNICAÇÃO & DESENVOLVIMENTO

Agora, qual é o papel da comunicação no desenvolvimento? McNelly¹² discute quatro posições que sintetizam os estudos no assunto. A posição nula, onde não há influência da comunicação no desenvolvimento; a posição entusiástica, que atribue aos meios de comunicação de massa um papel decisivo na busca de paz e progresso por parte da humanidade; a posição cautelosa, que diz que os meios de massa não são onipotentes, que a disseminação de mensagens não garante atenção, aprendizagem, mudança de atitudes ou ações, e que fatores sociais e culturais podem desacelerar, abafar ou mesmo anular mensagens; e a posição pragmática, um tipo de "tente e veja se funciona". Este autor acredita que "seria otimismo ao extremo esperar o aparecimento no futuro próximo de uma teoria geral para explicar ou prever um processo tão complexo e ramificado como a comunicação de massas e sua influência no desenvolvimento social e econômico".

Parece que McNelly está certo e que a explicação do papel da comunicação no desenvolvimento envolveria a consideração de tantos fatores em transição permanente, seria algo quase impossível, principalmente na determinação de efeitos isolados. Isto também é aceito por van Dam¹³ quando compara o conjunto de circunstâncias para a "decolagem" rumo ao desenvolvimento enfrentados pela Europa e os Estados Unidos, de um lado, e a Ásia, África e América Latina de outro lado.

Não há dúvida de que comunicação e desenvolvimento são fortemente correlacionados. Beltran¹⁴ cita conclusões de Fagen, quando este autor diz que: "Apesar das correlações não nos dizerem nada acerca das causas, é claro que os meios de massa tem sido causa e efeito, agente e paciente, no jogo complexo de fatores que chamamos de processo de modernização".

Golding¹⁵ critica o modelo causal de Lerner, o qual seria, abreviadamente: a alfabetização aumenta após um país atingir 10% de urbanização, depois do que a alfabetização e os meios de comunicação crescem uniformemente com a urbanização até cerca de 25%. Ele diz que "existe uma falta de imaginação extraordinária neste modelo, um tipo de determinismo ecológico, reduzindo as populações dos países em desenvolvimento a recipientes inertes de um processo imutável. É um modelo sem um mecanismo (quais são as relações?)... Assim, não possui valor explanatório".

O mesmo autor, analisando o raciocínio de Rogers, diz que este "está ansioso de que os meios de massa possam 'per_umitir às autoridades atingirem grandes audiências com mes_usagens rápidas, padronizadas e acuradas sobre desenvolvi_umento'. Ele não diz nada acerca de quem produz as mensa_ugens para as 'autoridades', nem sobre os critérios e pa_udrões de fidelidade que deveriam possuir. O exercício com_upleto ignora, em sua fase empírica, o conteúdo dos meios de massa".

OUTROS FATORES

Como se vê, Golding levanta o problema do conteúdo dos meios de comunicação de massa. Entretanto, o que dizer-se da disponibilidade desses mesmos meios? Acesso às mensa_ugens desses meios? Os códigos utilizados por esses meios? Destes pontos enfatizados por Beltran¹⁶, salientariamos dois de suma importância: a posse dos meios de comunicação de massa e sua distribuição geográfica no País.

Estes dois pontos orientam a discussão para a distinção entre meios locais ou nacionais. A decisão de investir em um ou outro é muito difícil, porém, se o objetivo final é

o desenvolvimento, na maneira definida por Beltran, a tendência deverá ser para o uso de meios locais. E existem muitos argumentos favorecendo este raciocínio.

Brown e Kearl¹⁷ dizem que "para um sistema de informações fazer contribuições desenvolvimentistas que se encontrem dentro de seus limites, este sistema deve proporcionar informações úteis na solução de problemas que são e podem ser reconhecidos como solucionáveis, ou na obtenção daquilo que razoavelmente pode ser obtido." Eles salientam o uso de informação relevante para a situação local e dizem que "meios de comunicação de massa nacionais, com seu conteúdo necessariamente geral, abstrato e supra-local, além de sua parcela preponderante de entretenimento, não possuem bom desempenho" de acordo com a ótica aqui abordada. E baseiam sua afirmação em vários estudos (Doob, 1961; De Sola Pool 1963; Schramm 1964 e Holmberg 1960) conduzidos em países em desenvolvimento.

Aqueles autores propõem que contribuições diretas ao desenvolvimento devem ser baseadas em meios ou sistemas de comunicação orientados localmente e que para isso será necessário: 1) devotar imaginação e criatividade para o estabelecimento de meios de comunicação de pequena circulação; 2) dar atenção aos mecanismos para a geração de informação especializada e com relevância local; e 3) incluir em todos os programas nacionais de desenvolvimento de meios de comunicação, uma provisão de recursos para a participação local e adaptação local de conteúdo.

Kearl¹⁸ mostra que a dispersão de habilidades de comunicação, de recursos e de controle, de uma maneira mais ampla, em países em desenvolvimento, encontra alguns "argumentos persuasivos e obstáculos fortes", desencorajando sua implementação. Os mais importantes seriam: 1) economias de escala que resultam quando meios de comunicação de preço elevado, poderiam ser concentrados em poucas instituições e em um número limitado de mãos; 2) o problema político daí decorrente, que meios dispersos e independentes poderiam representar (como estar certo de que eles representariam uma variedade de pontos de vista locais ao invés de uma nova fonte de controle?); e 3) o argumento de um melhor desempenho técnico.

Entretanto, estes argumentos não resistem a uma análise, considerada a situação dos países em desenvolvimento. A concentração dos meios de comunicação em algumas mãos proporciona, de forma mesmo inconsciente, o domínio e a manipulação das populações, a venda de imagens não autênticas e uma destruição dos valores, tradições e costumes locais. O segundo ponto pressupõe a incapacidade das populações a serem envolvidas num processo de comunicação, para manifestarem seus anseios e de fazerem valer seus pontos de vista, o que é discutível. Com relação ao melhor desempenho técnico, cumpre ressaltar que a verdadeira comunicação não deve ter como preocupação prioritária a excelência dos meios, mas sim os resultados de sua utilização. O que se busca é a participação ativa das populações e não seu

posicionamento alienado como meros recipientes daquilo que interessa ser "comunicado" por um grupo reduzido de pessoas que detem a posse dos meios de comunicação.

A SITUAÇÃO NO BRASIL

O modelo atualmente em uso no Brasil, apresenta características descritas anteriormente, quais sejam: veículos de alcance nacional ou regional, busca de excelência em termos do veículo em si, alta centralização (e consequentes barreiras) nas decisões do que veicular, apreciável controle político sobre o que divulgar, orientação eminentemente elitista e urbana.

Pode-se afirmar que são poucas as experiências em termos de veículos de comunicação de massa orientados para o meio rural e de cunho local, que tenham logrado êxito, no sistema capitalista em que vivemos. Entretanto, essas poucas experiências são por demais valiosas e é importante que se medite sobre as mesmas.

Recentemente, entrou no ar, em São Sepé, RS, a Rádio Fundação Cotrisel com potência de 1 kW, mantida pela Fundação do mesmo nome e sob os auspícios da Cooperativa Tritícola Sepeense Ltda. É operada por pessoas oriundas da pró

pria comunidade, sendo seu atual diretor filho de agricultores de origem italiana. A referida rádio tem por finalidade veicular assuntos de interesse dos agricultores e também da população urbana. A programação prevê inclusive a participação ativa de produtores, quando estes defenderão seus pontos de vista em assuntos de interesse da classe.

Em Belo Horizonte, MG, a Rádio Guarani, transmite dezoito horas de programação diária, em 49 m dirigida ao interior, com a participação saliente de técnicos da EMATER/MG.

Em termos de cooperativas de produtores, já existem 61 veículos (revistas, jornais, informativos), alguns com tiragem acima de 50.000 exemplares, mantidos pelos próprios cooperados. Exemplos muito bons podem ser encontrados no Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul.

Com isto, verifica-se o interesse que tem as entidades associativas, principalmente, em desenvolver veículos próprios de comunicação, motivadas por dois fatores principais: necessidade de se fazerem ouvidas e, em muitos casos, inexistência de outras possibilidades de meios de cunho local. E tem demonstrado essa viabilidade pelo crescimento e penetração de seus veículos que, na maioria dos casos, são produzidos em linguagem simples e direta, estimulando a participação.

Além da possibilidade de um fluxo dialógico que tais veículos podem estabelecer, saliente-se as oportunidades que surgirão para os egressos dos cursos de comunicação so

cial, desde que devidamente treinados no campo da comunicação rural. É um mercado novo que deverá proporcionar uma demanda efetiva desse tipo de profissional.

É de desejar-se que estes profissionais, em contato direto com as populações rurais, desenvolvam novos tipos de veículos de comunicação de massa adaptados às reais necessidades do público interessado. Publicações do tipo jornal mural, jornal comunitário, programas locais de rádio com tratamento próprio, etc. são algumas idéias que merecem ser consideradas, além de outras a serem definidas pela criatividade do binômio produtores rurais e técnicos de comunicação social (rural).

CONCLUSÕES

Recomendar o investimento em meios locais não significa que os meios nacionais não se desenvolverão; isto ocorrerá naturalmente. A estratégia para comunicação em países em desenvolvimento deverá ser uma estratégia mista, abarcando meios nacionais, regionais ou locais. Porém, se a atenção for voltada para famílias de baixa renda (e se elas forem consideradas como pessoas e não elementos numa equação ma

temática de desenvolvimento), principalmente nas áreas rurais (no Brasil são cerca de 40 milhões de pessoas) os meios locais necessitarão de um apoio especial e prioritário, a fim de que as decisões que se relacionam ao desenvolvimento, sejam realmente descentralizadas e colocadas junto das pessoas a quem afetarão.

É necessário estimular a inventividade de extensionistas, comunicadores e agentes de mudança, no sentido de definirem novos veículos ou de adaptarem os existentes à comunicação dialógica local. É preciso que todas as pessoas envolvidas no processo de comunicação tenham participação ativa na seleção do que, como e quando comunicar.

NOTAS

-
1. POOL, Ithiel de Sola. "Communication Systems". In _____ & SCHRAMM, Wilbur ed. Handbook of communication. Chicago, Rand McNally College Publishing Co., 1973. p. 3.
 2. FELSTEHAUSEN, Herman. "Conceptual limits of development communication theory". Sociologia Ruralis, 13 (1): 40, 1973.
 3. CHERRY, Colin. A comunicação humana. São Paulo, Cultrix 1971. p. 459.
 4. BELTRAN, Luis Ramiro. "Rural development and social communication: relationship and strategies". In CRAWFORD, Robert H. & WARD, William B., ed. Communication strategies for rural development: proceedings of the Cornell-CIAT Symposium. Ithaca: New York State College of Agriculture and Life Sciences, 1974. pp. 117-26.
 5. FREY, Frederick W. "Communication and development". in POOL, Ithiel de Sola & SCHRAMM, Wilbur, ed., Handbook of communication. Chicago, Rand McNally College Publishing Co., 1973. p. 340.
 6. LERNER, Daniel. The passing of the traditional society. Illinois, The Free Press, 1974.
 7. VAN DAM, Andre. "Teaching development: from concept to action". Development Forum, Nov., 1974. p. 3.
 8. BELTRAN, op. cit. p. 2.
 9. FELSTEHAUSEN, op. cit. p. 41.

10. ROGERS, Everett. Modernization among peasants: the impact of communication. New York, Holt, Rinehart and Winston, Inc., 1969. p. 8.
11. BELTRAN, op. cit. p. 10.
12. NCNELLY, John T., "Perspectives on the role of mass communication in the development process". In BERLO, David K., ed., Communication and the development of nations. East Lansing, International Communication Institute, 1968, p. 1-12.
13. VAN DAM, op. cit. p. 3.
14. BELTRAN, op. cit. p. 19.
15. GOLDING, Peter. "Media role in national development: critique of a theoretical ortodoxy". *Commun*, 24 (3): 45, 1974.
16. BELTRAN, op. cit. p. 24-35.
17. BROWN, Marion & KEARL, Bryant. "Mass communication and development: the problem of local and functional relevance". Land Tenure Center, Univ. of Wisconsin, 1967, pp. 10-23. (LTC, 38).
18. KEARL, Bryant. "Communication for agricultural development". In SCHRAMM, Wilbur & LERNER, Daniel, ed., Communication and change: the last ten years - and the next. Hawaii, The University Press of Hawaii, 1976.