

# Estratégias de Comunicação nos programas de combate à pobreza rural no Nordeste

Austriclínio Bezerra de Andrade Neto\*  
Angelo Brás Fernandes Callou\*\*

## Resumo

A temática do desenvolvimento local tem ocupado um espaço relevante na agenda pública brasileira, inspirando a formulação de diversos programas governamentais, que visam promover o desenvolvimento socioeconômico de localidades pobres. A implantação desses programas, todavia, representa um desafio, visto que o desenvolvimento local requer a mobilização e a participação social, o que sugere a relevância de um pensar estratégico da Comunicação Social. Oriundo de um estudo de caso, este artigo apresenta as estratégias de comunicação utilizadas pelo Projeto de Combate à Pobreza Rural II (PCPR II), do governo de Pernambuco. A investigação concluiu que processos de mobilização social necessitam de um planejamento comunicacional que contemple a utilização de diversas estratégias, de modo a estimular o envolvimento e a participação das populações locais.

**Palavras-chave:** Estratégias de Comunicação. Mobilização Social. Pobreza Rural. Desenvolvimento Local. Extensão Rural.

## Strategies of Communication in programs to reducing rural poverty in the Brazilian Northeast

### Abstract

The issue of local development has taken a relevant role in the Brazilian public agenda as well as inspired the creation of several programs in the government with the aim to promote the socio-economical development of poor communities. The start such a program is challenge because the local development re-

---

\* Mestre em Extensão Rural e Desenvolvimento Local pela Universidade Federal Rural de Pernambuco. Professor da Autarquia de Ensino Superior de Arcoverde (AESA). E-mail: austrineto@yahoo.com.br.

\*\* Professor Titular da Universidade Federal Rural de Pernambuco, doutor em Ciências da Comunicação e Vice-coordenador do Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural e Desenvolvimento Local (POSMEX) da UFRPE. E-mail: peixes@elogica.com.br.

quires the mobilization and participation of the society, which implies a strategic action in terms of Social Communication. This article comes from a study case and shows the strategies of communication used by Rural Poverty Reduction Projects II (PCPR II) from the Government of Pernambuco. The investigation found out that the processes of social mobilization needs a communicational planning able to use several strategies in order to stimulate the involvement and participation of locals.

**Keywords:** Strategies of Communication. Social Mobilization. Rural Poverty. Local Development. Rural Extension.

## Estratégias de Comunicação em los programas de redução de la pobreza rural em el Nordeste de Brasil

### Resumen

El tema del desarrollo local ha ocupado un espacio relevante para la agenda pública brasileña, inspiró la formulación de diversos programas gubernamentales, para promover el desarrollo socioeconómico en las localidades pobres. La aplicación de estos programas, sin embargo, representa un desafío, como el desarrollo local requiere la movilización y la participación social, lo que sugiere la importancia de un pensamiento estratégico de los medios de comunicación. Originaria de un estudio de caso, este artículo presenta las estrategias de comunicación utilizados por el Proyecto de Reducción de la Pobreza Rural II (PCPR II), del Gobierno de Pernambuco. La investigación encontró que los procesos de movilización social es necesario un plan de comunicación que prevé el uso de diversas estrategias con el fin de estimular la implicación y participación de las poblaciones locales.

**Palabras clave:** Estrategias de Comunicación. Movilización Social. Pobreza Rural. Desarrollo Local. Extensión Rural.

### Introdução

O objetivo deste artigo<sup>1</sup> é identificar e analisar as estratégias de comunicação utilizadas pelo Projeto de Combate à Pobreza Rural II (PCPR II), no período compreendido entre janeiro de 2003 a dezembro de 2006, para a promoção do desenvolvimento local no município de Buíque, Pernambuco. Especificamente, pretende-se demonstrar como a comunicação foi abordada no PCPR II e quais as estratégias comunicacionais foram utilizadas para a mobilização social.

---

<sup>1</sup> Este é artigo é parte da dissertação apresentada, em 2007, ao Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural e Desenvolvimento Local (POSMEEX) da UFRPE.

Apesar do avanço tecnológico e do crescimento econômico sem precedentes na história humana, a sociedade contemporânea caracteriza-se pelo número expressivo de pessoas que vivem em situação de pobreza e exclusão social. Estima-se que no final do século XX, aproximadamente 1,3 milhões de pessoas viviam em extrema pobreza, a maior parte delas padecendo de fome crônica (LESBAUPIN, 2000; SANTOS, 2002; KLIKSBERG, 2002; 2003).

No caso brasileiro, a Organização das Nações Unidas para Educação Ciência e Cultura (Unesco) considera que o país tem um dos maiores contingentes de pobres do mundo e sugere a necessidade de direcionar esforços governamentais no sentido de enfrentar essa situação. Para a Unesco (2007), a pobreza brasileira encontra-se distribuída em todas as regiões. No entanto, os mais pobres entre os pobres no Brasil estão na Região Nordeste. Para o Banco Mundial (2004, p.14), todavia, a pobreza nordestina encontra-se localizada principalmente na área rural. Segundo relatório do Banco, 49% da população rural nordestina é pobre, o que faz da região o local de maior concentração de pobreza rural da América Latina.

Os dados da Pesquisa Nacional de Amostra Domiciliar, 2005 (IBGE, 2005) confirmam o relatório do Banco Mundial (2004), no que se refere à pobreza rural nordestina. Ao analisar os indicadores socioeconômicos, por exemplo, percebe-se que, enquanto o rendimento médio mensal das famílias nordestinas foi de R\$ 850,00, as famílias residentes em áreas rurais tiveram um rendimento médio de apenas R\$ 482,00, o que representa um rendimento 43,7% menor que a média da região.

A concepção contemporânea de pobreza compreende que não se trata de um fenômeno exclusivo de ordem econômica, mas atinge outras dimensões humanas. São pobres, não somente as pessoas sem acesso à renda ou riqueza, mas também aquelas sem capacidade de exercer a condição de ser humano. Sen (2001) entende a pobreza como privação de capacidades básicas e elementares, incluindo o que chama de “liberdades”: liberdades políticas, facilidades econômicas, oportunidades sociais, garantias de transparência e segurança protetora.

Essa compreensão da pobreza e exclusão social como um processo não apenas de carência material ou financeira remete-

nos, por outro lado, ao entendimento de que os programas e as políticas públicas direcionadas ao seu enfrentamento devem aliar ações que possibilitem o aumento da renda às ações que valorizem outras dimensões da vida, tais como: a cidadania, a solidariedade e a democracia.

Dentro dessa perspectiva da constituição de mecanismos apropriados para o enfrentamento da pobreza, o desenvolvimento local, a despeito de suas interpretações, é considerado como um instrumento importante para o desenvolvimento socioeconômico, pois aborda o desenvolvimento em suas múltiplas dimensões, considerando a dimensão econômica, e as dimensões humana, política, ambiental, cultural e social (FRANCO, 1999, p.6; 2000, p.30).

O desenvolvimento local é concebido com base em uma lógica que propõe um modelo de desenvolvimento pautado em potencialidades endógenas, na mobilização da sociedade e na articulação entre as diversas instituições que atuam em um determinado local (FRANCO, 2000; BUARQUE, 2002; ZAPATA, 2007).

Segundo Jara (1998, p.73; 2001, p.101), o desenvolvimento local tem um caráter participativo e mobilizador da sociedade, posição semelhante à de Franco (2000, p.60) que compreende a importância de um conjunto de fatores para que o desenvolvimento seja estimulado entre eles, a criação de uma nova institucionalidade participativa e o fortalecimento da sociedade civil.

Nessa perspectiva do desenvolvimento local e da mobilização social, vários programas e projetos governamentais se espalharam pelo país, a partir da última década do século XX. Entre os mais conhecidos programas governamentais de desenvolvimento local destacam-se o programa Comunidade Ativa; o Projeto BNDES / PNUD - Desenvolvimento Local; o Projeto Regional de Desenvolvimento Sustentável – Sudene/PNUD; o Projeto de Combate à Pobreza Rural (PCPR); e diversos outros programas implantados pela Caixa Econômica Federal, Sebrae, Banco do Nordeste, Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA) e Ministério da Integração Nacional (MIN).

Para o governo de Pernambuco do período 2003 a 2006, o desenvolvimento local foi considerado a principal estratégia regional para inclusão social e por esta razão implantou vários pro-

gramas, como por exemplo, o Projeto de Combate à Pobreza Rural II (PCPR II), o Programa de Apoio ao Desenvolvimento Sustentável da Zona da Mata de Pernambuco e o Plano Integrado de Desenvolvimento Local (PERNAMBUCO, 2004, p.59).

Entre os programas desenvolvidos pelo governo de Pernambuco, o PCPR II destaca-se por sua atuação direcionada à área rural, com foco no enfrentamento da pobreza rural.

O PCPR II é uma estratégia do Banco Mundial, executada conjuntamente com os governos estaduais da Região Nordeste do Brasil e do Estado de Minas Gerais. É um programa decorrente do aperfeiçoamento de outras propostas de desenvolvimento implementadas desde a década de 1970, e tem como objetivo fundamental apoiar as comunidades rurais organizadas para que possam superar a pobreza (BANCO MUNDIAL, 2007).

A operacionalização do PCPR II se dá, principalmente, por meio do financiamento de projetos que promovam a transferência eficiente e focalizada de recursos para associações comunitárias rurais mais pobres, propiciando uma maior descentralização dos processos decisórios, nos níveis estaduais, municipais e locais (BANCO MUNDIAL, 2007).

Para o funcionamento do Projeto é essencial o apoio efetivo das entidades associativas comunitárias e dos Conselhos Municipais de Desenvolvimento Sustentáveis (CMDS), instâncias participativas responsáveis pela aprovação e execução dos projetos comunitários financiados.

No Estado de Pernambuco, o PCPR II financiou, entre 2003 e 2006, 1.783 projetos comunitários, atendendo a 66.857 famílias (PROJETO RENASCER, 2006a, p.06). O Projeto atuou em 179 municípios (97% do total de municípios de Pernambuco) e foi operacionalizado pela Unidade Técnica de Gestão do Programa de Desenvolvimento Rural Sustentável Prorural/Projeto Renascer.

Estudos avaliatórios encomendados pelo Banco Mundial nos Estados de Pernambuco, Ceará e Bahia, apontaram dificuldades em vários aspectos de sua operacionalização. Especificamente, no que se refere ao PCPR no Estado de Pernambuco, os estudos registram dificuldades, principalmente ligadas à participação social e à articulação interinstitucional. O estudo da Fundação Economia

de Campinas considera que a implementação do PCPR II em Pernambuco não tem facilitado à articulação das políticas e de programas públicos para atuação local (FECAMP, 2004, p.162). Por sua vez, a Consultoria Econômica e Planejamento avalia a própria filosofia de participação e descentralização como um obstáculo para o fortalecimento comunitário, classificando suas ações como de “impacto restrito” (CEPLAN, 2004, p.119).

É significativo que os estudos avaliatórios do PCPR II chamem a atenção para dificuldades relacionadas à articulação e à participação social, principalmente porque o envolvimento ativo e a mobilização das populações locais são considerados como fundamentais nos processos de desenvolvimento local.

Por outro lado, os estudos sobre o PCPR II embora enfatizem as temáticas da participação, envolvimento e articulação, fazem poucas referências à comunicação social, em especial à construção de estratégias de comunicação planejadas para a mobilização social, como elemento necessário à operacionalização do Projeto. Ora, considerando-se que o desenvolvimento local se refere a processos que mobilizam pessoas, é possível, portanto, compreendê-lo como um amplo processo de comunicação. A partir desse entendimento, ressalta-se a necessidade das políticas e programas governamentais para a promoção do desenvolvimento local contemplarem a formulação de estratégias de comunicação apropriadas, direcionadas à promoção da mobilização social de forma a possibilitar maior participação da sociedade local.

De sorte que, como compreendido por Rabelo (2003 p.14), por meio de estratégias e processos comunicacionais planejados, pode-se contribuir para a mobilização social que leve à construção de novas práticas e posturas pessoais e políticas. Segundo Toro e Werneck (2004, p.37), todo processo de mobilização social requer a construção de um planejamento comunicacional, que deve incluir a compreensão da existência de três personagens ou papéis: a) o *produtor social* – a pessoa ou instituição que viabiliza a mobilização; b) o *reeditor social* – pessoa reconhecida socialmente, com público próprio, e que tem a capacidade de readequar mensagens, segundo certas circunstâncias e propósitos, com credibilidade e legitimação; c) *editor social* – pessoa ou instituição que

edita ou modifica as mensagens transformando-as em formas, objetos, símbolos e signos adequados ao campo de atuação do reeditor para que ele possa usá-los, decodificá-lo, recodificá-los segundo sua percepção.

O planejamento da comunicação para mobilização deve considerar ainda, como sugerem Toro e Werneck (2004, p.70), a existência de diferentes níveis de estratégias comunicacionais, classificadas em pelo menos três grupos: a) *comunicação de massa* – as estratégias desse nível são direcionadas a sociedade como um todo e pretende dar visibilidade e legitimidade à mobilização. Contribuem, conforme lembra Rabelo (2003, p.72), para colocar um tema na agenda pública, para veicular o imaginário e criar um sentimento de pertencimento e de identidade nos participantes; b) *comunicação macro ou segmentada* – nesse nível, as estratégias são direcionadas a segmentos específicos da sociedade, tais como agentes públicos municipais e lideranças comunitárias rurais, os denominados reeditores. As estratégias macro, com sugere Rabelo (2003, p.72), contribuem para motivar os reeditores para a importância do projeto que participam, estimulando o estabelecimento de compromissos; c) *comunicação micro ou comunicação dirigida* – as estratégias micro estão voltadas para a comunicação pessoal, para a própria ação que se deseja implantar. O conjunto dessas estratégias deverá ser utilizado no planejamento comunicacional, isoladas ou combinadas, direcionadas para despertar o desejo e estimular a disposição das pessoas para a realização de uma determinada ação. Dessa forma, cada processo de mobilização requer estratégias de comunicação específica.

A comunicação nos programas públicos, em especial nos programas desenvolvimento, como é o caso do PCPR II, tem sido pensada e realizada, historicamente, dentro de uma concepção instrumental da comunicação, configurando, na maioria das vezes, um entendimento de comunicação como divulgação de informações e propaganda de governo (ARAÚJO, 2002; SIGNATES, 2003).

Para Callou e Braga (2005, p.189) existe, nas organizações governamentais que lidam com programas de desenvolvimento no Brasil, uma espécie de crença de que “produzir alguns materiais de divulgação é suficiente para que o ‘público-meta’ se

sinta informado e, quiçá, mobilizado para participar das propostas de desenvolvimento”.

Os estudos contemporâneos sobre os processos de intervenção para o desenvolvimento dos contextos populares desfavorecidos no meio rural (intervensões essas considerados hoje como Extensão Rural/Comunicação Rural para o desenvolvimento local) sugerem, todavia, que a comunicação social representa um componente importante e estratégico para implantação de programas e políticas públicas na perspectiva do desenvolvimento local (CALLOU, 2003, 2006a, 2006b; CALLOU, BRAGA, 2005; CALLOU, TAUK SANTOS, 1999, 2006; TAUK SANTOS, 1999, 2000, 2002, 2003, 2004; TAUK SANTOS, CALLOU, 1995, 2005).

Essas considerações, no que se refere à comunicação para o desenvolvimento local, na atualidade, adquirem maior relevância quando se observa a existência de diversos programas atualmente em curso no país, e em especial no Estado de Pernambuco, como o PCPR II. Tal situação aponta para a urgência de estudos que demonstrem como a comunicação está sendo abordada nesses programas e quais estratégias de comunicação estão sendo utilizadas para promover a mobilização e o envolvimento das populações locais, de forma a atender às expectativas de mobilização, participação e articulação imbuídas na perspectivas do desenvolvimento local.

## O processo de investigação

A cidade de Buíque, no agreste pernambucano, foi o local selecionado para a pesquisa empírica. O município tem uma população estimada de 47.957 habitantes, dos quais 65% são moradores da zona rural. Possui uma área geográfica de 1.345,12 km<sup>2</sup>. Situa-se na região semi-árida do Estado, a 285 km do Recife. É um município pobre, segundo o Índice de Desenvolvimento Humano (IDH), apresentando baixos indicadores sociais. Dos 5.511 municípios analisados no Atlas do Desenvolvimento Humano no Brasil (PNUD, 2003), o município possui o IDH de 0,575, o que representa a posição n<sup>o</sup> 5.040 no país.

No período 2003-2006, o PCPR II financiou 13 projetos comunitários para 304 famílias, além de capacitações em gestão de

conselhos, associativismo e em gerenciamento de recursos hídricos (PROJETO RENASCER, 2004, p. 22; PRORURAL, 2007).

Para se compreender as estratégias de comunicação utilizadas na operacionalização do PCPR II em Buíque, foram analisados relatórios, manuais, cartas, revistas, jornais e cartilhas produzidos pelo Prorural/Projeto Renascer. Quanto ao CMDS foram analisadas as atas de reuniões e frequências e os documentos oficiais recebidos. No que se refere às associações comunitárias, não foi possível ter acesso a documentos devido à precariedade dessas organizações no armazenamento dos mesmos. Também foram realizadas entrevistas com ex-técnicos do PCPR II que assistiram ao município de Buíque e com membros do CMDS.

A análise dos dados teve como referência o pensamento de Rabelo (2003), Toro e Werneck (2004), no que diz respeito às estratégias de comunicação em processos de mobilização social.

## Comunicação e mobilização social

### *Construir e divulgar imaginários*

Para a mobilização social, o primeiro passo a ser desenvolvido é a explicitação dos propósitos da mobilização, ou seja, a formulação de um imaginário. Este compreendido como a elaboração e divulgação de um ideário, um objetivo a ser alcançado (RABELO, 2003, p.65; TORO; WERNECK, 2004, p.37).

Os objetivos do PCPR II, todavia, não parecem ter sido efetivamente incorporado pelas lideranças comunitárias, ou pelo quadro técnico do Prorural/Projeto Renascer. Quando questionados sobre os objetivos do Projeto, parte dos técnicos demonstrou uma compreensão limitada e superficial, configurando ao Projeto um caráter assistencialista e paternalista, direcionado ao enfrentamento das estiagens típicas do semi-árido nordestino, ou seja:

diminuir o efeito da seca, fazer com que o homem do campo conviva melhor com a seca.

(A.A.) promover a inclusão social, tanto levando às famílias rurais questão de infra-estrutura, benefícios de infra-estrutura, quanto também desenvolver ou tentar desenvolver o conhecimento dessas pessoas, porque o PCPR leva o benefício às pessoas. (E.J.)

As lideranças comunitárias também apresentaram uma compreensão superficial, desvinculada dos propósitos do Projeto. Nesse sentido, para as lideranças comunitárias, o PCPR II é compreendido como:

um projeto voltado para as comunidades de baixa renda [...]. O mais importante do Renascer é que eles fazem um trabalho com barragens, cisterna, casa. Eles construíram também. Muito importante. Outra associação foi beneficiada com banheiro, outra com poço artesiano. Teve outro que foi cavado, mas não teve jeito, a água deu salobra [sic]. (N.J.)

É aquela história, eles tiram do rico para dar aos pobres, aquele personagem *Robin Wood*, é mais ou menos como eu vejo [sic]. (A.A.)

É hoje aonde a gente vai buscar recursos para obras [sic]. (J.M.)

É um órgão público, um programa do Governo, um projeto de ação para a população melhorar de vida, feito o banheiro, cisternas, estrada. São muitas coisas para a comunidade, para o povo em geral [sic]. (J.S.)

Percebe-se, dessa forma, que as falas dos líderes comunitários dão ênfase à atuação do PCPR II como um programa voltado para o enfrentamento da pobreza na perspectiva de uma relação assistencialista. configurando-o, apenas, como agente financiador. Neste contexto, a imagem oficial proposta pelo PCPR II não parece ser compreendida pela liderança comunitária nem pelos técnicos governamentais.

### *Identificar e instrumentalizar Reeditores*

O segundo desafio imposto à comunicação em processo de mobilização social é a identificação e a instrumentalização dos reeditores. Para Toro e Werneck (2004, p.47), os principais reeditores devem ser informados sobre os propósitos da mobilização e como podem se envolver nas diversas ações necessárias para sua implantação.

No caso específico de Buíque, os reeditores foram as lideranças comunitárias rurais, membros do CMDS. São elas as responsáveis por levar as informações sobre o PCPR II para as comunidades rurais e para outras lideranças comunitárias.

Questionados sobre o apoio do Prorural/Projeto Renascer aos esforços e estratégias de mobilização promovidas pelo CMDS, os entrevistados afirmaram que a utilização das diversas ações de co-

municação e mobilização realizadas pelo Conselho, em geral, foram desenvolvidas sem o apoio ou orientação dos técnicos do Prorural.

O próprio conselho... A gente organiza um grupo. O planejamento é feito por nós. Eles são apenas convidados para participar... Eles raramente vêm. (Y. M.)

Embora os membros do CMDS recebessem informações do Prorural/Projeto Renascer, relativas às ações do PCPR II, não foram, ao que parece, instrumentalizados para atuar como agentes mobilizadores no município. É importante salientar, todavia, como sugere Rabelo (2003, p.66), que os reeditores precisam ter clareza de seu papel na mobilização e estarem instrumentalizados para executar essa função.

#### *Gerar processo de coletivização*

O terceiro desafio da Comunicação na mobilização social é gerar a coletivização, ou seja, o sentimento e a certeza de que a ação executada é fruto da integração de todos os participantes com os mesmos propósitos e sentidos, de forma que as pessoas acreditem que cada ação individual, ainda que pequena, contribui para alcançar os objetivos esperados (RABELO 2003, p.66).

Para se compreender a coletivização em torno da implantação do PCPR II em Buíque, os membros do CMDS foram questionados sobre os motivos da participação no Projeto. As respostas apresentadas limitaram-se, em geral, à aquisição de financiamento para projetos comunitários. Aspecto que aparenta revelar uma compreensão isolada e imediatista, relacionada às suas necessidades básicas, sem uma compreensão da importância da junção de esforços em prol do bem coletivo. Cada líder comunitário, aparentemente, preocupa-se com ações que podem ser desenvolvidas em suas comunidades.

#### **Estratégias de Comunicação do PCPR II em Buíque**

As estratégias de Comunicação para a mobilização podem ser classificadas, segundo Toro e Werneck (2004, p.70), em pelo menos três níveis: a) Comunicação de massa; b) Comunicação macro ou segmentada; e c) Comunicação micro ou dirigida.

Vejamos, a seguir, como o Prorural/Projeto Renascer utilizou a comunicação social para a operacionalização do PCPR II em Buíque.

#### *Estratégias de Comunicação de massa*

As estratégias desse nível são direcionadas à sociedade como um todo e pretendem dar visibilidade e legitimidade à mobilização. Contribuem para colocar um tema na agenda pública, para veicular um objetivo e criar um sentimento de pertencimento e de identidade nos participantes.

- a) *Releases* oficiais: a assessoria de imprensa do Prorural/Projeto Renascer enviava, sistematicamente, *releases* para as redações dos principais jornais, emissoras de rádio e televisão de Pernambuco. Questionados sobre a utilização dessa estratégia em Buíque, os líderes comunitários do município desconhecem qualquer veiculação de informações sobre o Prorural/Projeto Renascer ou sobre o PCPR II nos principais veículos de comunicação que atendem ao município.
- b) *Entrevistas*: a assessoria de imprensa conseguiu espaços para a realização de entrevistas com os técnicos do Prorural/Projeto Renascer, especialmente nas rádios do interior do Estado. A utilização dessa estratégia não foi relatada pelos entrevistados, que afirmaram desconhecer qualquer entrevista com técnicos governamentais nas rádios que atendem ao município.
- c) *Home Page* do Projeto Renascer: para os membros do CMDS de Buíque, essa estratégia não foi relevante, pois o conselho não tem acesso à internet no município.

Essas situações parecem indicar que as estratégias de comunicação de massa utilizadas pelo Prorural/Projeto Renascer não tiveram importância para a mobilização social no município de Buíque. Da forma como foram desenvolvidas as ações de comunicação, almejavam tão-somente a visibilidade institucional do PCPR II, sem relação mais ampla com a mobilização social.

*Estratégias de Comunicação macro ou segmentada*

As estratégias de Comunicação macro são direcionadas a segmentos específicos da sociedade, os denominados reeditores. Contribuem para motivar os reeditores para a importância do projeto que participam, estimulando o estabelecimento de compromissos.

- a) *Publicações*: poucas foram as publicações produzidas pelo Prorural/Projeto Renascer, entre 2003 e 2006. Tem-se o registro de apenas duas: a) Revista *Projeto Renascer - Desenvolvimento Local e Inclusão Social*, lançada em junho de 2004; b) o livro *Gestão do Projeto Renascer em Pernambuco – Resultados e Desafios – 2002 a 2006*. O CMDS de Buíque recebeu apenas um único exemplar de cada publicação, de forma que as lideranças comunitárias tinham pouco acesso ao material produzido.
- b) *Boletim Jornal Renascer*: o boletim Jornal Renascer tinha uma tiragem de dois mil exemplares mensais, e era distribuído para os principais veículos de comunicação do Estado e para as UTRs do Projeto Renascer/Prorural. Os técnicos da entidade também distribuíam o boletim em suas visitas aos conselhos e comunidade rurais. O objetivo principal da publicação era a divulgação das principais ações do PCPR II (PROJETO RENASCER, 2006b p.19). Entretanto, a sua distribuição não ocorria sistematicamente<sup>2</sup>. Por outro lado, é interessante observar que a quantidade de exemplares do Jornal Renascer é pouco expressiva, uma média de 11 exemplares por município, o que inviabilizava sua distribuição massiva.
- c) *Folders, cartilhas e cartazes*: o Prorural/Projeto Renascer produziu folders, cartilhas e cartazes que eram utilizados para divulgar a instituição e o PCPR II, além de servirem

---

<sup>2</sup> Aqueles jornalinhos, eles só trazem quando tem recursos para as associações. Se não tiver recursos para as associações passam o ano todinho e eles não entregam não [sic]. (N. J)

como material pedagógico nas capacitações realizadas nas comunidades rurais. A distribuição desses materiais ocorria, geralmente, nos eventos específicos, promovidos pela entidade. Assim como o *Jornal Renascer*, não havia uma distribuição massiva desses impressos. O acesso a esses materiais era reduzido às pessoas que participavam dos eventos.

- d) *Vídeo Projeto Renascer*: em 2005, o Prorural/Projeto Renascer produziu um vídeo documentário sobre sua atuação no Estado. Embora haja o registro na Ata de Reunião do CMDS da apresentação do Vídeo Projeto Renascer, as lideranças comunitárias não relataram sua exibição com grande importância. Provavelmente, a razão deve-se ao fato de a apresentação ter ocorrido durante evento promovido pelo Conselho, cuja pauta incluía a participação de outras organizações (CONSELHO MUNICIPAL DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL DE BUÍQUE, 2003-2006).
- e) *Encontros Regionais dos Conselhos Municipais de Desenvolvimento Sustentável*: os Encontros Regionais dos Conselhos Municipais eram reuniões anuais promovidos em várias localidades do Estado. Nestes eventos, participavam, além de representantes dos conselhos municipais e das associações comunitárias, lideranças políticas e representações de vários órgãos governamentais. Esses eventos assumiram, ano a ano, maior relevância na operacionalização do PCPR II (PROJETO RENASCER, 2006b, p.28).
- f) *Assinatura pública de convênios*: eventos públicos, geralmente contando com a participação de autoridades políticas, no qual eram assinados os convênios entre as associações comunitárias e o Prorural/Projeto Renascer. Tinham uma conotação eminentemente propagandística e de visibilidade pública. Geralmente, eram noticiados pelos principais veículos de comunicação de Pernambuco.

*Estratégias de Comunicação micro ou dirigida*

As estratégias de comunicação micro ou comunicação dirigida estão voltadas para a comunicação pessoal, para a própria ação que se deseja implantar.

- a) *Capacitação*: os processos de capacitação no município de Buíque foram estruturados em dois níveis: o primeiro realizado através de entidades contratadas. Nesta categoria, foram realizados cursos direcionados a comunidades que receberam financiamento para a construção de cisternas de placas; o segundo nível de capacitação foi realizado pela própria equipe técnica da instituição sobre Gestão de Conselho e Prestação de Contas, e consistia em orientações sobre os procedimentos administrativos e financeiros adotados pelo Prorural/Projeto Renascer (PROJETO RENASCER, 2004, p.22).
  
- b) *Visitas técnicas*: as visitas técnicas eram procedimentos direcionados a subsidiar a elaboração de pareceres para aprovação das demandas comunitárias ou de supervisão durante a execução dos projetos comunitários. Tinham um caráter eminentemente técnico, sendo realizadas por engenheiros, veterinários e agrônomos. Em relação ao aproveitamento dessa visitas, como estratégia de mobilização social, o depoimento a seguir, de um ex-funcionário do Prorural, demonstra que não havia esta compreensão por parte da equipe técnica<sup>3</sup>. É significativo que o contato entre os técnicos do Prorural e as populações rurais se limitasse ao acompanhamento físico das obras financiadas pelo PCPR II, sem uma relação mais ampla com a participação e a mobilização social. O que, de certa forma, demonstra, que a comunicação social não assumiu uma importância estratégica na gestão Prorural/Projeto Renascer.

---

3 Os técnicos, de modo geral, não têm essa visão social. Não é uma coisa que está presente. De um modo geral, é uma coisa muito mecanicista, de fazer, executar, trazer relatórios. [...] A prioridade eram as obras, a prioridade era o laudo de supervisão (C. M.).

- c) *Correspondências para as associações comunitárias e conselhos municipais*: eventualmente, o Projeto Renascer/Prorural comunicava-se com as associações comunitárias e os conselhos municipais por meio de cartas e ofícios. Não se constitui, no entanto, numa estratégia de comunicação direcionada para divulgação do PCPR II ou para a mobilização e animação das populações rurais. A maioria das correspondências relacionava-se à cobrança de pendências técnicas e financeiras que as comunidades precisavam solucionar.
- d) *Telefonemas*: quando necessário, havia contato telefônico entre os técnicos do Prorural/Projeto Renascer com a liderança do CMDS. Estes contatos, geralmente, referiam-se à solicitação de informações ou comunicações administrativas.
- e) *Assessoria ao CMDS*: a presença dos técnicos nas reuniões do CMDS não ocorreu, todavia, de forma sistemática. Entre janeiro de 2003 a dezembro de 2006, por exemplo, o CMDS de Buíque realizou 54 reuniões regulares. Do total de reuniões realizadas os técnicos do Prorural/Projeto Renascer estiveram presentes em 14 reuniões, o que representa 25% do total de reuniões do Conselho (CONSELHO MUNICIPAL DE DESENVOLVIMENTO... 2003-2006).

## Conclusão

Ao refletir sobre a atuação Prorural/Projeto Renascer, na operacionalização do PCPR II em Pernambuco, percebe-se que a entidade concentrou seus esforços prioritariamente na comunicação de massa (assessoria de imprensa) e na Comunicação macro (publicações, boletim, encontros). Quanto à Comunicação micro, as ações foram desenvolvidas sem acompanhamento ou orientações específicas. No entanto, o contato pessoal entre o produtor e os reeditores é considerado por Rabelo (2003, p.141) como fundamental para a mobilização social.

Por outro lado, essas ações não estavam estruturadas em um plano ou política de comunicação que pudesse orientar sua utiliza-

ção, tendo em vista possibilitar maior eficácia quanto à participação e mobilização social, sugerindo que a comunicação não se constituiu como uma dimensão estratégica no funcionamento do Projeto. A mesma abordagem utilizada nos municípios da região metropolitana do Recife, por exemplo, que contam com uma ampla infra-estrutura comunicacional, foi a mesma utilizada em um pequeno município do Estado, como Buíque, que não tem acesso aos mesmos recursos.

Percebe-se também que as ações direcionadas aos reeditores não tinham como objetivo principal conquistar seu apoio e ajudá-los na implantação do PCPR II no município. Ao que parece, essas ações tratavam-se da simples divulgação, sem apresentar um caráter convocatório, uma das características da comunicação para a mobilização social.

Compreende-se, dessa forma, que as organizações que se propõem a promover o desenvolvimento local devem considerar a necessidade de se pensar a comunicação social e a utilização de estratégias de comunicação apropriadas, mediante a implantação de processo estruturado, metodologicamente elaborado, planejado, como forma de contribuir para a mobilização, envolvimento e participação das populações participantes.

No entanto, para atuar numa perspectiva mobilizadora, a comunicação social não pode ser vista apenas numa concepção instrumental, como divulgadora de ações e publicidade governamental. Numa concepção mais ampla, sendo considerada estratégica, a comunicação social para a mobilização social pretende contribuir para a formação de vontades, despertando os interesses das populações locais em torno de um objetivo comum. Estas considerações adquirem maior relevância quando se observa a existência de diversos programas de desenvolvimento local em curso no país.

## Referências

ARAÚJO, I. Ligações estratégicas: comunicação, políticas públicas e intervenção social. In: MOTTA, L.G. et al. (Org.). **Estratégias e culturas da comunicação**. Universidade de Brasília, 2002. p. 211-232.

BANCO MUNDIAL. **O banco mundial no Brasil**: uma parceria de resultados. 2004. 36 p. Disponível em: <[http://www.bancomundial.org.br/index.php/content/view\\_document/1512.html](http://www.bancomundial.org.br/index.php/content/view_document/1512.html)>. Acesso em: 1 jul. 2005.

\_\_\_\_\_. **Projetos ativos de investimentos do banco mundial no Brasil.** Disponível em <[http://www.bancomundial.org.br/bm/bmxml/index\\_bm.php](http://www.bancomundial.org.br/bm/bmxml/index_bm.php)>. Acesso em: 12 mar. 2007.

BUARQUE, S. **Construindo o desenvolvimento local sustentável.** Rio de Janeiro: Garamond, 2002. 177 p.

CALLOU, A. B. F. O ensino da extensão pesqueira no Brasil: desafios atuais. In: LIMA, J. R. T (Org.). **Extensão rural e desenvolvimento sustentável.** Recife: Bagaço, 2003. p. 23-44.

\_\_\_\_\_. **Estratégia de comunicação em contextos populares: implicações contemporâneas no desenvolvimento local sustentável.** In: TAVARES, J. R; RAMOS, L. **Assistência técnica e extensão rural: construindo o conhecimento agroecológico.** Manaus: GTZ, 2006a. p. 53-66.

\_\_\_\_\_. **Extensão rural: polissemia e memória.** Recife: Bagaço, 2006b. 118 p.

CALLOU, A. B. F.; BRAGA, B. **Estratégias de comunicação para o desenvolvimento local: uma experiência governamental em Pernambuco.** **Revue uniRcoop.** Sherbrook Canadá. v.3, p.177-191, out. 2005.

CALLOU, A. B. F.; TAUKE SANTOS, M. S. Programa de Apoio ao Pequeno Produtor (PAPP) no nordeste do Brasil: organização e participação comunitária. In: REUNIÃO ANUAL DA SOCIEDADE BRASILEIRA PROGRAMA CIENTÍFICO, 51., 1999, Porto Alegre. **Anais...**

\_\_\_\_\_. (Org.). **Estratégias governamentais de comunicação para o desenvolvimento local.** In: **Associativismo e desenvolvimento local.** Recife: Bagaço, 2006. p. 69-86.

CONSELHO MUNICIPAL DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL DE BUIQUE. **Ata de Reuniões Ordinárias do Conselho Municipal de Desenvolvimento Sustentável de Buíque.** Buíque, 2003-2006.

CONSULTORIA ECONÔMICA E PLANEJAMENTO. **Avaliação do desempenho físico dos subprojetos do PCPR em Pernambuco: Projeto Renascer.** Recife, 2004. 121 p.

FRANCO, A. Somente o desenvolvimento sustentável pode superar a pobreza no Brasil. Brasília. In: **Revista Promoção da Saúde.** Brasília, ano 1, n. 2, p.15-18, nov./dez, 1999.

\_\_\_\_\_. **Porque precisamos de desenvolvimento local integrado e sustentável.** 2. ed. Brasília: Instituto de Política, 2000. 116 p.  
FUNDAÇÃO ECONOMIA DE SÃO PAULO. **Projeto de combate à pobreza rural (Renascer): Funcionamento e Resultados Imediatos.** Campinas, 2004. 205 p.

IBGE. Pesquisa Nacional de Amostra Domiciliar, 2005. Brasília. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/trabalhoerendimento/pnad2005/default.shtm>>. Acesso em: 01 jun. 2007.

JARA, C. J. Globalização, desenvolvimento local e associativismo. In:\_\_\_\_\_. **A sustentabilidade do desenvolvimento local: desafios de um processo em construção**. Brasília: IICA, 1998. p. 63-77.

\_\_\_\_\_. **As dimensões intangíveis do desenvolvimento sustentável**. Brasília: IICA, 2001. 352 p.

KLIKSBERG, B. **Repensando o estado para o desenvolvimento social: superando dogmas e convencionalismo**. 2. ed. São Paulo: Cortês, 2002. 92 p. (Coleção questões de nossa época, v. 64).

LESBAUPIN, I. O crescimento da desigualdade social no Brasil. In: \_\_\_\_\_ . **Poder local x exclusão social: a experiência das prefeituras democráticas no Brasil**. Petrópolis: Vozes, 2000.

PERNAMBUCO. Secretaria de Desenvolvimento Social e Cidadania. **Estratégia de desenvolvimento local de Pernambuco**. Recife: CONDEPE/ FIDEM, 2004. 92 p.(Governo nos municípios).

PROGRAMA DAS NAÇÕES UNIDAS PARA O DESENVOLVIMENTO. **Atlas do Desenvolvimento Humano no Brasil**. 2003. Versão.1.1.0.

PROJETO RENASCER. **Relatório de atividades 2004**. Recife, 2004. 51 p.

\_\_\_\_\_. **Gestão do projeto renascer em Pernambuco: resultados e desafios de 2002 a 2006a**. Recife, 2006a. 24p.

\_\_\_\_\_. **Trajetória do projeto renascer: 1999 a 2006**. Recife, 2006b. 105 p.

PRORURAL. **Ação do PCPR I e do PCPR II no município de Buíque**. Recife, 2007. PCPR em Buíque.xls. 20.480 bytes.

RABELO, D. C. **Comunicação e mobilização na agenda 21 local**. Vitória: EDUFES/ FACITEC, 2003. 210 p.

SANTOS, B. S. (Org.) O processo de globalização. In: \_\_\_\_\_ .**A Globalização e as ciências sociais**. São Paulo: Cortês, 2002.

SEN, A. A perspectiva da liberdade. In:\_\_\_\_\_. **Desenvolvimento como liberdade**. São Paulo: Companhia da Letras, 2001.

SIGNATES, L. Políticas públicas de comunicação, alguns referenciais teóricos e práticos de um problema mais amplo do que se pensa. In: CON-

GRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 26., 2003, Belo Horizonte – **Anais...** São Paulo: Intercom, 2003. CD-ROM

TAUK SANTOS, M. S. A comunicação e desenvolvimento: a participação popular em tempo de globalização. **Temas y problemas de comunicación**. Rio Cuarto, ano 7, v. 9, p. 19-26, set. 1999. Disponível em: <[http://www.unrc.edu.ar/insti/05/comu/temasyproblemas/pdf/temasyproblemas\\_09.pdf](http://www.unrc.edu.ar/insti/05/comu/temasyproblemas/pdf/temasyproblemas_09.pdf)>. Acesso em: 01 jun. 2007.

\_\_\_\_\_. Comunicação rural – velho objeto, nova abordagem: mediação, reconversão cultural, desenvolvimento local. In: LOPES, M. I. V; FRAU-MEIGS, D; TAUK SANTOS, M.S. (Org.). **Comunicação e informação: Identidade e fronteiras**. São Paulo: Intercom; Recife: Bagaço, 2000.

\_\_\_\_\_. Comunicação Rural e mercado de trabalho na era tecnológica: o desenvolvimento local está em pauta. In: CALLOU, A.B.F. **Comunicação rural, tecnologia e desenvolvimento local**. São Paulo: Intercom; Recife: Bagaço, 2002. 258 p.

\_\_\_\_\_. Estratégias de comunicação para o desenvolvimento local e os desafios da sustentabilidade. In: LIMA, J. R. T. (Org.). **Extensão rural e desenvolvimento sustentável**. Recife: Bagaço, 2003. p. 09-22.

\_\_\_\_\_. **Planejamento da comunicação para o desenvolvimento local**. Recife, 2004. Mimeografado.

TAUK SANTOS, M. S.; CALLOU, A. B. F. Desafios da comunicação rural em tempo de desenvolvimento local. **Signo**, João Pessoa, ano 2, n. 3, p. 42-47, set. 1995.

\_\_\_\_\_. Ensino e Pesquisa da Comunicação para o Desenvolvimento Local: a Experiência do Mestrado em Extensão Rural da UFRPE. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 28., 2005. Rio de Janeiro. **Anais...** São Paulo: Intercom, 2005. CD-ROM.

TORO, J.B., WERNECK, N. M. **Mobilização social: um modo de construir a democracia e a participação**. Belo Horizonte: Autêntica, 2004. 104 p.

UNESCO. **Região nordeste**. 2007. Disponível em: <[http://www.unesco.org.br/Brasil/regiao\\_nordeste/index\\_html/mostra\\_documento](http://www.unesco.org.br/Brasil/regiao_nordeste/index_html/mostra_documento)>. Acesso em: 01 jun. 2007.

ZAPATA, T. Desenvolvimento territorial endógeno: conceitos, dimensões e estratégias. In: \_\_\_\_\_. **Desenvolvimento territorial a distância**. Florianópolis: SEaD/UFSC, 2007 p. 23-61.