

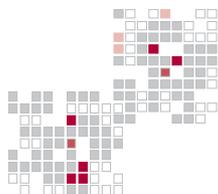
O ALERTA VERDE: DISPUTAS DE SENTIDO E PODER NAS CAMPANHAS DE COMUNICAÇÃO PARA PREVENÇÃO A INCÊNDIOS FLORESTAIS NA AMAZÔNIA



Luciana Miranda Costa

■ É jornalista formada pela PUC-SP, Mestre em Planejamento do Desenvolvimento (Naea-UFPA), Doutora em Desenvolvimento Sócio-Ambiental (Naea-UFPA) e Profa. Dra. do Departamento de Comunicação Social da UFPA. Autora da tese de doutorado *Sob o fogo cruzado das campanhas: ambientalismo, comunicação e agricultura familiar na prevenção ao fogo acidental na Amazônia*, que recebeu os prêmios Naea e Sober de tese de doutorado 2005.

■ E-mail: lucianac@amazon.com.br



RESUMO

Baseado em uma pesquisa de doutorado que teve como objeto de estudo as campanhas de comunicação voltadas à prevenção de incêndios florestais na Amazônia, este artigo demonstra que é a partir da construção e da reprodução de uma imagem negativa dos agricultores familiares por entidades ambientalistas governamentais e não-governamentais, que se desenvolve uma disputa de sentidos e poder entre os ambientalistas (produtores da campanhas) e os agricultores familiares (receptores das informações). A pesquisa de campo foi realizada no período 2000-2004, totalizando mais de 320 entrevistas. O referencial teórico de análise baseia-se principalmente na obra de Pierre Bourdieu e Jesús Martín-Barbero.

PALAVRAS-CHAVE: CAMPANHAS DE COMUNICAÇÃO; AGRICULTURA FAMILIAR; AMAZÔNIA; MEIO AMBIENTE; DESMATAMENTO.

ABSTRACT

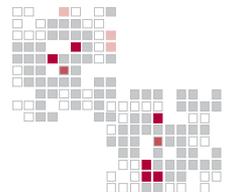
This article is based on a Doctorate research that had as object of study the communication campaigns to prevent the forest fire in the Amazon. They were implemented by governmental and non-governmental organizations, especially from 1998. The aim is to show how the social relations of power and communication were established among the agents from environmental institutions (the producers of information) and from small agricultural institutions and peasants (the receptors of information). The research was done in seven cities in the state of Pará, Brazil, where 320 people were interviewed. The Bourdieu's and Martin-Barbero's theoretical concepts were important references for the research.

KEY WORDS: COMMUNICATION CAMPAINS, FAMILIAR AGRICULTURE, AMAZONIA, ENVIRONMENT, ENVIRONMENTAL QUESTIONS.

RESUMEN

Este artículo trae las principales conclusiones de una búsqueda de doctorado que tuvo como objeto de estudio las campañas de prevención de incendios forestales (en el ámbito de la producción, circulación y recepción de las informaciones) aplicadas en Amazonia a partir de 1998. El artículo busca demostrar, a partir de la esfera de producción de informaciones, la construcción de una imagen negativa de los agricultores familiares, como estrategia de comunicación de las campañas. Se trata de una disputa de poder expresa a través del sentido de las acciones, que reafirma la tensión existente entre las instituciones ecologistas (productoras de la campañas) y los agricultores familiares (receptores de las informaciones). El referencial teórico-analítico se basa principalmente en las obras de Pierre Bourdieu y Jesús Martín-Barbero.

PALABRAS-CLAVE: CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN; AGRICULTURA FAMILIAR; AMAZONIA; MEDIO AMBIENTE; DEFORESTACIÓN.



Introdução

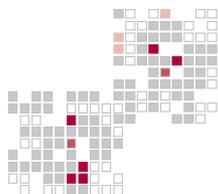
Em 1998, sob os olhares da mídia internacional, potencializados pelas “lentes” dos satélites, Roraima ardia em chamas. A resposta governamental, com o apoio financeiro de instituições e governos de outros países, foi rápida. Nos dois anos seguintes surgiram ou se intensificaram várias campanhas de comunicação voltadas para a prevenção a incêndios florestais e direcionadas, preferencialmente, para os agricultores familiares. Este artigo traz as principais conclusões contidas em uma pesquisa de doutorado (Costa, 2004) que teve como tema o “fogo acidental”¹ na Amazônia e particularmente no Estado do Pará. O objeto de estudo foram as campanhas de comunicação² voltadas para a prevenção ao fogo acidental (no âmbito da produção, circulação e recepção das informações) implementadas por órgãos governamentais e não governamentais, principalmente a partir de 1998.

O objetivo deste artigo é mostrar, no âmbito das campanhas, como se estabeleceram as relações de poder entre os agentes de instituições ambientais e as instituições e os agentes voltados para a agricultura familiar. Portanto, as relações de comunicação explicitadas pela pesquisa e estabelecidas pelas campanhas são relações de poder que reafirmam o desequilíbrio e a tensão entre o

campo ambiental e o *campo da agricultura familiar*³. Quatro projetos e suas respectivas campanhas foram escolhidos para compor o *corpus* de análise: o *Proteger* (concebido e coordenado pelo Grupo de Trabalho Amazônico-GTA), o *PGAI Queimadas* (sob coordenação da Secretaria de Estado de Ciência e Tecnologia do Pará), o Projeto *O bom manejo do fogo* (idealizado e executado pelo Instituto de Pesquisa Ambiental da Amazônia - Ipam) e o projeto *Fogo emergência crônica* (implementado pela organização não-governamental Amigos da Terra).

Embora se destinem a um público variado, que envolve diferentes categorias de agentes sociais, como agricultores familiares⁴, fazendeiros, políticos, professores, agentes de saúde, jovens, jornalistas e empresários, os receptores preferenciais das campanhas são os agricultores familiares. A eles é destinada a maior parte das informações, do tempo das atividades e do material produzido para as campanhas (como cartilhas, cartazes e peças radiofônicas). O fogo, devido à sua praticidade e baixo custo, é usado anualmente pelos agricultores visando à limpeza da área para o roçado ou para a manutenção dos pastos (neste último caso, o tempo médio é de três em três anos).

A base de informações, além do levantamento bibliográfico, foi obtida entre os meses de abril e



¹ Trata-se do fogo usado como um instrumento agrícola, que escapa do controle do agricultor, causando incêndios.

² As “campanhas de comunicação” incluem as mais variadas estratégias de comunicação com o público, desde o contato pessoal em reuniões e cursos, até a produção e a utilização de material de apoio (por exemplo, cartilhas e cartazes), até inserções de propaganda em veículos impressos, rádio ou TV. Essa comunicação estrategicamente planejada tinha como objetivo principal a mudança de comportamento de agricultores familiares no que concerne às práticas agrícolas com o uso do fogo.

³ O conceito de campo de Bourdieu remete à idéia de um sistema no qual as instituições e os agentes, assim como seus atos e discursos, adquirem sentido apenas relacionalmente, através do jogo das oposições e das distinções. A materialização da história de um campo social está presente nas instituições e nas atitudes dos agentes que fazem funcionar estas instituições ou que as combatem. Dessa forma, um campo é um sistema específico de relações objetivas que podem ser de aliança e/ou de conflito, de concorrência e/ou de cooperação, entre posições diferenciadas, socialmente definidas e instituídas, independentes da existência física dos agentes que as ocupam (Bourdieu, 1998, p. 133).

⁴ A categoria “agricultores familiares” refere-se a proprietários ou ocupantes de terras, geralmente com cerca de até cem hectares (no caso da Amazônia), onde desenvolvem diversas culturas, principalmente mandioca, arroz, milho e feijão, além da criação de gado em

novembro de 2001 e em julho de 2003, durante pesquisa de campo em sete municípios paraenses (Belterra, Santarém, Altamira, Paragominas, Marabá, Conceição do Araguaia e Santana do Araguaia) e um no estado do Mato Grosso (Guarantã do Norte)⁵, nos quais foram visitadas catorze localidades e realizado um total de 326 entrevistas. Para a escolha dos municípios paraenses foram consideradas a comprovada incidência de incêndios florestais ou queimadas fora de controle⁶ e a realização de campanhas de prevenção ao fogo acidental coordenadas por órgãos governamentais ou não governamentais⁷.

A pesquisa partiu da seguinte problemática: as campanhas de prevenção ao fogo acidental não correspondiam às expectativas de redução do número de incêndios ou “focos de calor”⁸ provenientes de queimadas praticadas por agricultores familiares. No caso do estado do Pará, por exemplo, assim como na maioria dos estados da Amazônia, foi registrado, inclusive, um aumento no número de focos em alguns anos⁹.

O instrumental teórico utilizado para análise das campanhas baseou-se principalmente na obra de Pierre Bourdieu e, particularmente, nos conceitos de *campo* e *habitus*¹⁰ formulados pelo autor. Os dois conceitos mostraram-se mais adequados para fundamentar a análise em virtude do alcance explicativo que estes possibilitaram para a compreensão das relações existentes entre os agentes envolvidos na concepção e recepção das referidas campanhas. Concomitantemente, foram utilizados outros conceitos elaborados por Bourdieu e por autores que trabalham sobre uma base teórica que compreende as relações sociais como estruturadas e estruturantes do mundo social, ou seja, que localizam na disputa do *poder simbólico* o eixo que organiza os interesses e estratégias dos agentes sociais, como no caso de Jesús Martín-Barbero (conceito de “mediações”¹¹).

Portanto, o que se propôs foi uma análise das *campanhas* que não as tomasse somente sob o prisma de um recorte particularizado, no qual, a partir de um olhar para dentro, abstrair-se-iam

⁵ O município de Guarantã do Norte (MT) foi incluído naquele trabalho com o objetivo de verificar a possibilidade, posteriormente descartada, de empreender uma pesquisa de cunho comparativo entre os estados do Pará e Mato Grosso. Questões relacionadas principalmente ao alto custo da pesquisa de campo e ao tempo disponível para realizá-la foram determinantes para que isto não ocorresse.

⁶ A exemplo da metodologia adotada por Tura e Costa (2000), procurou-se também escolher municípios com diferentes características relacionadas ao tipo de ecossistemas (terra firme e várzea), formas de ocupação territorial (antigas e recentes), origens dos agricultores familiares (paraenses, nordestinos, sulistas) e práticas produtivas com o uso do fogo (pecuária, agricultura).

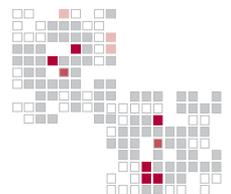
⁷ De modo sucinto, os quatro projetos citados se distribuem da seguinte forma nos municípios onde foi realizada a pesquisa de campo: Proteger: Marabá, Paragominas, Altamira, Conceição do Araguaia, Santana do Araguaia e Santarém, além de Guarantã do Norte-MT; PGAI Queimadas: Conceição do Araguaia, Santana do Araguaia, Marabá e Belterra; “O Bom Manejo do Fogo”: Paragominas e Belterra; e “Fogo Emergência Crônica”: Marabá-PA e Guarantã do Norte-MT.

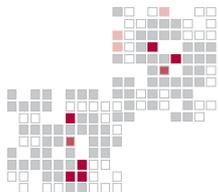
⁸ “A expressão “focos de calor” é utilizada para interpretar o registro de calor captado na superfície do solo pelo sensor AVHRR, que viaja a bordo dos satélites da série Noaa. Esse sensor capta e registra qualquer temperatura acima de 47 graus centígrados e a interpreta como sendo um ‘foco de calor’”. <<http://www2.ibama.gov.br/proarco/apresentacao.html>>. Acesso em: 19 set. 2003.

⁹ Para um acompanhamento diário do número de focos de calor registrados no Estado do Pará consultar www.sectam.pa.gov.br.

¹⁰ Trata-se de um sistema de disposições estruturadas e estruturantes, portanto, duráveis e aplicáveis a diferentes situações, que se constituem na prática e são sempre orientadas em seu sentido prático. É principalmente no convívio familiar e na trajetória escolar que tais disposições vão sendo incorporadas pelo indivíduo (Bourdieu, 1998).

¹¹ Para Jesús Martín-Barbero (1997), o estudo das “mediações” significa recolocar os problemas de comunicação em outro lugar, o dos processos socioculturais. Desta forma, ele propõe o estudo dos fenômenos de comunicação através das mediações, ou seja, pelo estudo das instituições, organizações e sujeitos, pelas diversas temporalidades sociais e multiplicidade de matrizes culturais.





explicações sobre seu formato, conteúdo e resultados. Essa abordagem nos remeteria a um enfoque de tipo funcionalista, que predominou na primeira metade do século XX e ainda embasa muitos estudos do campo da comunicação. O caminho foi mais longo. Partiu-se do *locus operandi* (campo) dos agentes envolvidos nessas campanhas – onde eles encontram legitimidade social para efetivar suas práticas – e dos *habitus* destes agentes – estruturas incorporadas de percepção e ação – para compreender as lutas pelo *poder simbólico*¹² que as campanhas concretizaram em um dado momento histórico.

A “eficiência reprodutiva” dos agricultores

As campanhas foram produzidas predominantemente por agentes e instituições do campo ambiental, quer se tratasse de órgãos governamentais como a Secretaria de Meio Ambiente do Pará, quer se tratasse de ONGs ambientalistas, como o Ipam e o Amigos da Terra. A exceção parcial foi o Proteger, coordenado por uma entidade que congrega mais de quinhentas instituições, da qual participam ONGs ambientalistas, mas também federações de trabalhadores na agri-

cultura e sindicatos de trabalhadores rurais. A idéia básica das campanhas, apoiada no “modelo mecânico”¹³ de comunicação, é a de que através da transmissão de informações sobre técnicas de prevenção¹⁴ ao fogo acidental, supostamente desconhecidas ou “inadequadamente” utilizadas pelos agricultores, é possível “conscientizá-los” sobre a importância da proteção ambiental como uma prioridade absoluta, o que os levaria, por sua vez, a uma mudança de comportamento.

A partir de um discurso ambiental e pretensamente universalista, as campanhas seguiram e seguem (embora, mais recentemente, já com incorporações de demandas do campo da agricultura familiar¹⁵) uma espécie de “roteiro” discursivo muito semelhante. Ou seja, não se trata de “campanhas singulares” do ponto de vista discursivo, apesar das diferenças institucionais e especificidades metodológicas existentes entre elas. Há muitos elementos convergentes, tanto do ponto de vista teórico/ metodológico, dos destinatários das informações, dos objetivos, do formato e do conteúdo dos materiais produzidos ou das áreas geográficas trabalhadas; quanto da “imagem” forjada dos principais destinatários das campanhas: os agricultores familiares.

12 O poder simbólico, conceito caro a Bourdieu que tem suas raízes na teoria durkheimiana, pode ser definido como o poder de construção da realidade, ou seja, do sentido imediato do mundo social. Os símbolos tornam possível o consenso acerca do mundo social e contribuem, desta forma, para a reprodução da ordem social (Bourdieu, 1998, p. 9). Trata-se da forma transformada de outras formas de poder (como o econômico, por exemplo), portanto, irreconhecível, ignorada como arbitrária. O poder simbólico é baseado em um crédito que aquele que lhe está sujeito dá àquele que o exerce, o que só é possível porque aquele que lhe está sujeito crê que ele existe.

13 A concepção de comunicação implícita no “modelo mecânico” é a de transferência de informação entre dois pólos: o emissor (que tem a intenção de intervir na realidade social considerando as características sociais e culturais do seu público) e o receptor (que participa no processo de comunicação de forma relativa e do qual se espera receptividade às propostas do emissor). A preocupação principal é em relação à clareza das mensagens (ajustadas às possibilidades de decodificação do receptor) e à eficácia da transmissão. A intenção é provocar um determinado efeito no receptor, que poderia ser avaliado através do feedback (adequação entre o dito, a forma de dizer e o compreendido, tomado como medida da eficácia).

14 As principais técnicas de prevenção ao fogo acidental divulgadas através das campanhas são: a construção de aceiros – faixas limpas de vegetação ao redor do terreno a ser queimado, evitando que o fogo ultrapasse a área a ser queimada – (entre 1,5 e 3 m - conforme sugerido pela cartilha do Ibama), queimar somente após a segunda chuva depois do período de estiagem, avisar os vizinhos sobre o dia e horários da queima, acompanhar o fogo com a ajuda de vizinhos e fazer contra-fogo (colocar fogo próximo ao aceiro na direção oposta ao fogo principal).

15 Sobre a formação histórica dos campos ambiental e da agricultura familiar, consultar Costa, 2004.

O conceito de meio ambiente não é “neutro”, mas uma construção histórica e social, que adquire sentidos diferentes quando referida por agentes do campo ambiental e, de outro lado, por agentes do campo da agricultura familiar.

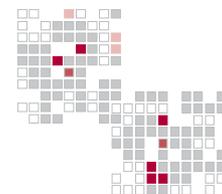
Essa imagem, de conotação negativa, era a de agricultores que não sabiam lidar corretamente com o meio ambiente e que, em alguns casos, até conheciam técnicas de prevenção ao fogo acidental, mas raramente as utilizavam. Os motivos para este comportamento, do ponto de vista da esfera da produção das campanhas, seriam uma suposta falta de iniciativa individual ou coletiva para que isto ocorresse, desinteresse em relação aos prejuízos ambientais e econômicos que pudessem ser causados a terceiros, o custo econômico e de alocação de mão-de-obra como fator desestimulante e o “hábito” de não utilizá-las por razões “culturais”. Motivos estes que supostamente poderiam ser “solucionados” a partir da “conscientização” e da “boa vontade” dos agricultores. Em casos mais específicos, como o verificado em algumas cartilhas, essa imagem era ainda reforçada por menções, em forma de desenhos, a uma suposta “irresponsabilidade” consciente deste agricultor em relação ao meio ambiente, que estaria “dormindo” ou “namorando” enquanto o fogo se alastrava em sua propriedade¹⁶.

Estabeleceu-se então, a partir desta imagem presente e reafirmada nos materiais de apoio, toda a estratégia de comunicação posterior, baseada em uma relação de poder, do tipo “professor-aluno”, na qual o primeiro, emissor das informações e detentor do conhecimento “correto”, deixou

pouco espaço de interlocução para o segundo. Ao receptor das informações coube a tarefa da complementaridade (com sua experiência pessoal) das orientações dadas, sua suposta autoconscientização e a decorrente boa vontade para mudar seu comportamento, mas com poucos espaços possíveis de interlocução para incluir suas próprias demandas ambientais, seus valores, sua visão de “meio ambiente”.

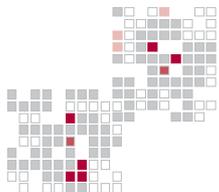
O conceito de meio ambiente não é “neutro”, mas uma construção histórica e social, que adquire sentidos diferentes quando referida por agentes do campo ambiental e, de outro lado, por agentes do campo da agricultura familiar. Em outras palavras, uma visão com enfoque muito mais “protecionista e conservacionista”, no primeiro caso – que valoriza a floresta em pé –, e uma outra visão sobre meio ambiente que incorporou também um forte enfoque *utilitarista*, além de *protecionista*, no qual a prioridade não é somente a proteção das florestas em si, mas esta proteção entendida e compoado a lógica reprodutiva específica dos agricultores familiares, diretamente vinculada à sua própria sobrevivência.

Isso significa que qualquer decisão que coloque em risco a *eficiência reprodutiva*¹⁷ da família camponesa somente será tomada quando não houver outra alternativa possível. A adoção de técnicas de prevenção ao fogo acidental, pre-



¹⁶ Particularmente a cartilha Fogo bom é fogo controlado: prevenção aos incêndios florestais. Proteger II, 2003.

¹⁷ Conforme resumiu Costa, o nível de eficiência reprodutiva de uma família camponesa é avaliado como adequado quando permite aos membros de uma dada estrutura supor uma condição de perenidade no sentido físico e social, ou seja, “ganhos suficientes ao preenchimento de necessidades biológicas culturalmente delineadas e realização de valores pessoais compreensíveis e alcançáveis nos quadros de uma identidade coletiva” (Costa, 1994, p. 20).



conizada pelas campanhas, enquadra-se muitas vezes neste caso, quando, por exemplo, “queimar” somente após a segunda chuva (logo após o período de estiagem), quando a mata fica mais úmida, pode significar perda do roçado, principal fonte de sustento da família. A terceira, quarta ou sucessivas chuvas podem ocorrer em um intervalo de tempo que impeça a queima adequada em virtude do excesso de umidade na mata. Se a área for mal queimada será necessária a capina manual, considerada improdutiva dado o excessivo trabalho demandado para esta finalidade. As áreas, neste caso, são abandonadas na maioria das vezes. Isso ocorreu em localidades dos municípios de Conceição do Araguaia e Guarantã do Norte em 2001, provocando a migração forçada de algumas famílias para as áreas urbanas.

As campanhas, portanto, não consideraram suficientemente em suas estratégias e conteúdo, o risco à *eficiência reprodutiva* das famílias, ou seja, as “mediações” nas quais estão envolvidas. Quando este risco existe, devido, por exemplo, ao uso de técnicas de prevenção consideradas ineficazes ou de alto risco, elas tendem a não ser adotadas pelos agricultores. Na mesma medida, se o risco está ligado à não adoção das técnicas, o que pode representar prejuízos irreparáveis (quer do ponto de vista econômico, quer do ponto de vista legal: multas e prisões por parte do Ibama), elas tenderão a ser adotadas, mesmo que isso signifique sobrecarga de trabalho e, em alguns casos, também ameace, em menor grau, a *eficiência reprodutiva* das famílias.

Estratégias de comunicação e intervenção social

Como observou Araújo, políticas de comunicação são políticas de apoio à intervenção social e, nesse sentido, são políticas sociais. As práticas de comunicação das organizações correspondem à sua política de comunicação, que,

por sua vez, corresponde ao seu projeto de intervenção social. “Não podem, portanto, ser entendidas como um mero conjunto de técnicas e materiais, sendo avaliadas e aperfeiçoadas apenas por uma perspectiva instrumentalista” (Araújo, 2000, p. 16-17).

A comunicação estrategicamente planejada, geralmente demandada por órgãos governamentais ou ONGs, se dá por meio de “campanhas” e visa, em última instância, a gerar a adoção de comportamentos para a efetiva implementação de políticas públicas. As práticas comunicativas, de carácter intervencionista, de ONGs e de órgãos governamentais destinadas aos agentes do campo da agricultura familiar estão ligadas à idéia da “comunicação voltada para o desenvolvimento”, objetivando, em termos genéricos, atingir uma melhor qualidade ambiental e de vida.

Um dos pressupostos básicos dessa prática comunicativa voltada para a intervenção social e baseada no “modelo mecânico” de comunicação é o de que a solução dos problemas de desenvolvimento encontra-se na comunicação, cujos instrumentos de viabilização e operacionalização são os meios (Araújo, 2000, p. 56).

Essa concepção de comunicação passa a ter a aparência de um processo de interação, no qual existe a fusão de interesses comuns. No entanto, a relação entre os pólos emissores e receptor através de um canal (adequado às possibilidades institucionais e/ ou às características culturais do receptor) é concebida como se pudesse ocorrer independentemente dos mecanismos de construção de sentidos, ou seja, das condições de produção, recepção e circulação da mensagem, e do contexto histórico no qual os agentes e a mensagem estão inseridos. Araújo (2000) observa que a *teoria behaviorista* subjaz esses modelos, na medida em que buscam a obtenção de comportamentos e atitudes desejáveis.

Desta forma, as campanhas não operam com a idéia de um comportamento estratégico dos

A comunicação estrategicamente planejada, geralmente demandada por órgãos governamentais ou ONGs, se dá por meio de “campanhas” e visa, em última instância, a gerar a adoção de comportamentos para a efetiva implementação de políticas públicas.

destinatários de seus discursos, considerando-os mais “receptores” do que “interlocutores”. Eles não são tratados como interlocutores na maioria das situações, na medida em que antes mesmo do desenvolvimento das atividades da campanha, a partir da própria concepção dos trabalhos, a imagem construída sobre este destinatário das mensagens é a de alguém cujo comportamento é incorreto, que precisa reaprender para se desenvolver adequadamente. Estabelece-se aí uma hierarquia do tipo professor-aluno (com a autoridade que compete ao primeiro), na qual quem detém o conhecimento é o emissor, restando ao receptor a tarefa de interagir com ele, complementá-lo com sua própria experiência pessoal e até mesmo questioná-lo, mas sem abalar os princípios que regem a campanha, ou seja, sem corromper a idéia principal de que a proteção ao meio ambiente deve ser uma prioridade passando todas as demais, inclusive, a própria “eficiência reprodutiva” dos agricultores.

A cartilha do Ibama/ GTA é um exemplo desta relação de poder estabelecida pelas campanhas e refletida nos materiais de apoio. Ela reafirma o desequilíbrio entre o emissor e o receptor, ao construir a imagem de cada um deles. Ao utilizar o mecanismo de *pergunta e resposta* na construção do texto e ao adotar o formato de estória em quadrinhos e o tamanho de um caderno usado pelas primeiras séries escolares, a cartilha “infantiliza” o receptor das mensagens ao mesmo tempo em que destaca a sapiência de um emissor qualificado que ensina. A própria idéia de “cartilha” remonta ao início da alfabetização, para quem está começando a aprender. A citação a

seguri aponta nesta direção. “A gente já tem escola de berço. É feito assim um gíbi, né? Mais pra criança” (agricultor da localidade Del Rei, em Paragominas).

Busca-se suprir a suposta carência de informação dos receptores e o fato de muitos serem analfabetos, utilizando um discurso no qual existe a imagem de um leitor que necessita aprender o *bê-á-bá* das técnicas de prevenção. Convém ressaltar que a cartilha foi feita para os adultos e não para as crianças, embora as últimas demonstrem bastante interesse por ela, dadas as características mencionadas. Abaixo, alguns trechos do texto da cartilha:

Eu sou o tamanduá Bandeira, me chamam de “Labareda”.

Fui escolhido como animal símbolo para representar a prevenção e o combate aos incêndios florestais.

Preocupado com os danos ambientais causados pelos incêndios florestais, venho ensinar algumas técnicas para se fazer uma queimada controlada.

Seja cuidadoso e siga minhas instruções (Ramos e Santos, 2001, p. 5). (Grifos meus).

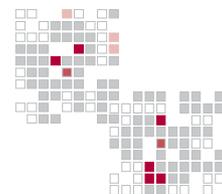
Labareda, dá para explicar cada um dos pontos?

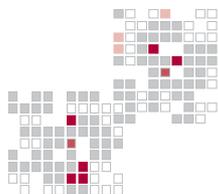
Calma, Pessoal...

Eu vou explicar tudo direitinho.

(Ramos e Santos, 2001, p. 9). (Grifos meus).

O tom “professor-aluno” fica bastante explicitado nos trechos reproduzidos acima. Note-se também o “diálogo” entre os personagens, em que





os assuntos tratados vão adquirindo o formato do atendimento de uma “demanda” do receptor (“Labareda, dá para explicar cada um dos pontos? Calma pessoal...”). Os receptores da cartilha *Queimada controlada* acabam sendo “espectadores” e não interlocutores. A cartilha fala deles, não com eles, ou melhor, fala com eles mas a partir de uma imagem do agricultor familiar construída pelo emissor. Cria a situação ideal da limpeza de uma roça preparada a partir das recomendações do Ibama, mas sem mencionar os “custos” que isso irá trazer ao agricultor familiar, quer em termos financeiros ou de tempo. Um aceiro de três metros, por exemplo, em volta de toda a área a ser queimada, requer um número de trabalhadores disponíveis para a tarefa muito além da realidade dos agricultores. Mesmo a troca de diárias, como é sugerido na cartilha, suporia uma disponibilidade de tempo significativa para trabalhar também nas roças de vizinhos. Na citação abaixo, destacam-se as atividades de caráter pontual e temporário que caracterizam as campanhas (“o povo vem e deixa aí”).

Nem os filhos obedecem, imagina cartilha que o povo vem e deixa aí (agricultor de Santana do Araguaia).

O alerta verde nas ondas sonoras

O rádio foi um veículo usado com regularidade pelas campanhas de prevenção ao fogo accidental. Além das emissoras comerciais, também foram veiculadas peças radiofônicas em rádios comunitárias, neste último caso, com destaque para o Proteger. No entanto, conforme pode ser observado durante a pesquisa de campo, em muitas casas não havia o aparelho ou ele não se encontrava em condições de funcionar. “Tem gente que sente até vergonha do vizinho quando não tem mais pilha” (agricultor de Marabá). A citação aponta para uma das causas deste fato, que também está ligada a problemas de captação de

ondas, ao tipo de aparelho necessário (somente o modelo “motoradio” funciona bem em algumas localidades), ao custo das pilhas e do próprio aparelho, e em virtude da ausência de rede de energia elétrica na maioria das localidades.

Apesar disso, sempre que importante (como no caso de “recados” transmitidos pelas emissoras), os vizinhos comunicavam-se uns com os outros para repassar uma determinada informação. Em Santarém, por exemplo, as emissoras avisam os moradores de certas localidades sobre o horário e os dias de reuniões, a chegada de parentes no município e o horário da saída dos barcos.

As peças radiofônicas sobre “fogo” variaram em formato e tempo de duração conforme a campanha, mas foram comuns os *spots* (frases curtas, com mensagens geralmente afirmativas: “com fogo não se brinca, previna-se”, “queimar sem autorização é crime ambiental”), as dramatizações em forma de estorinhas (com um texto muito parecido com o das cartilhas) e as entrevistas com coordenadores das campanhas e/ ou com agricultores (indicados pelos primeiros) na época das queimadas, geralmente em programas matutinos dedicados ao “homem do campo”.

Essas mensagens, a exemplo dos demais materiais de apoio das campanhas, funcionaram como “alerta” para os agricultores familiares e reforçaram a visão ambiental de que a solução para os problemas ligados ao fogo depende da “vontade”, “iniciativa” ou “conscientização” dos agricultores familiares. Além disso, o uso do veículo foi uma estratégia das campanhas para dar mais credibilidade ao discurso do emissor, apoiado, por sua vez, na credibilidade do próprio veículo junto aos agricultores.

Se deu no rádio a pessoa já fica ligada. Acredita mesmo. Às vezes é uma entrevista, é o apresentador que comenta. A gente já fica atento, né? (agricultor de Maguari, Flona Tapajós).

O grau de “credibilidade” da informação ouvida irá depender de vários fatores como o tipo da mensagem [...] a emissora e o programa nos quais a informação foi inserida, a pessoa que a transmitiu

O grau de “credibilidade” da informação ouvida irá depender de vários fatores como o tipo da mensagem (as reportagens foram consideradas mais “sérias” e com maior peso de “verdade”, ao contrário das “estorinhas” dramatizadas com personagens fictícios), a emissora e o programa nos quais a informação foi inserida, a pessoa que a transmitiu (os locutores das emissoras contavam com bastante prestígio junto aos agricultores), a menção a multas ou punições (reforçando a idéia do “alerta”), a presença simultânea de técnicos do Ibama e de ONGs nas localidades, e uma avaliação da viabilidade do que foi proposto na mensagem, para ficar no principal.

As citações abaixo abordam a questão. Nota-se que a mensagem ouvida no rádio adquiriu o mesmo “peso” de uma informação colocada durante uma reunião. Além disso, o mecanismo de *pergunta e resposta*, presente nas cartilhas, também apareceu nas peças radiofônicas, porém, “fortalecido” pela credibilidade do veículo (“a gente [...] até se conforma”). O objetivo da mensagem do emissor, no entanto, esbarrou na exequibilidade do que foi proposto ao chegar na esfera da recepção (“não dá condições de fazer”).

Diz no rádio que não pode queimar. A gente fica ouvindo as respostas das perguntas e até se conforma, mas não dá condições de fazer (agricultor de Marabá).

É bom pra quem não vai pra reunião, fica ligado, dá no mesmo (agricultor de Conceição do Araguaia).

Ah, o colono já pensa assim: o que fulano tá falando é verdade porque deu no rádio (agricultor de Altamira).

Assim como as cartilhas e os cartazes, o rádio contribuiu para reforçar, nas várias peças ra-

diofônicas que foram criadas pelas campanhas (particularmente o *Proteger* e *O bom manejo do fogo*), a imagem do agricultor que precisa aprender e cuja “conscientização” vai levá-lo a uma mudança de comportamento que, por sua vez, trará benefícios individuais e sociais, através da proteção ao meio ambiente. Os custos desta mudança dificilmente foram mencionados, assim como a quem caberia boa parte dos ônus destes custos.

A seguir, a reprodução de uma peça radiofônica produzida pelo *Proteger*¹⁸ e divulgada principalmente em rádios comunitárias nos municípios nos quais o projeto atuou.

Peça: Spot

Tempo: 30”

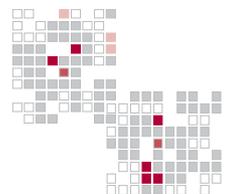
Título: Queima segura

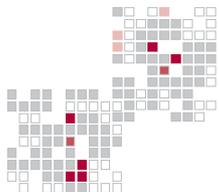
Trilha: Ambiente

Slogan: “Incêndios, evite esse prejuízo”.

- *Bom dia, cumpadre Edgar ?*
- *Bom dia cumpadre.*
- *Levantou cedo hoje?*
- *É cumpadre, hoje vou colocar fogo na minha derrubada, pra começar o plantio.*
- *Cumpadre, sei que é difícil o plantio sem a queima, mas ouvi no rádio, lá no Jornal Proteger, que por causa das queimas, várias partes do Brasil e do mundo tão um fogaréu só, é que nessa época do ano, quase não tem chuva e os ventos são muito fortes, qualquer foguinho pode virar um grande incêndio se não tomarmos cuidado.*

18 A peça radiofônica em questão foi encontrada nos arquivos do *Proteger*, mas não havia menção quanto à sua autoria ou data de elaboração. O período de veiculação desta peça radiofônica concentrou-se, conforme entrevistas feitas nos municípios, particularmente em Marabá, nos seis últimos meses de 1998.





• *Ah cumpadre é mesmo, então como é que eu faço ?*

• *Homi, vamos reunir a vizinhança e planejar a queimada comunitária, assim fica mais fácil preparar os aceiros e todo mundo se ajudá no dia da queima, para o fogo não escapuli e queimar tudo.*

• *Sabe cumpadre, vamos reunir o pessoal agorinha mesmo e pedir a solicitação de queima comunitária no Ibama. Organizando nossas queimadas, não corremos o risco de perder nossas roças, nossos animais, nem essa nossa mata.*

• *Pois é, cumpadre! E pro ano que vem, vamos discutir com o sindicato como preparar a terra e fazer o plantio sem queimar!*

Loc.1: “Queimadas acidentais, evite esse prejuízo.”

Assinatura: Informativo do GTA, Grupo de Trabalho Amazônico. Projeto Proteger. (O uso de grifos e negrito reproduzem o texto original).

A peça radiofônica alerta para a necessidade de legalização da prática das queimadas e sobre os benefícios que uma “postura adequada” e solidária irá trazer para todos, inclusive para o meio ambiente (“organizando nossas queimadas, não corremos o risco de perder nossas roças...”). Utiliza uma linguagem pontuada por “sotaques” (“pois é, cumpadre...”) e reproduz uma imagem idealizada pelo emissor em relação ao “agricultor responsável”: que trabalha coletivamente, que é solidário, que está sintonizado com as informações veiculadas pelo rádio, que é preocupado com o meio ambiente (“qualquer foguinho pode virar um grande incêndio”), que participa do sindicato de trabalhadores rurais – STR, que se interessa por inovações agrícolas ambientalmente adequadas (“vamos discutir no sindicato como preparar a terra e fazer o plantio sem queimar”), que utiliza técnicas de prevenção (aceiros, planejamento...) e que tem acesso ao Ibama e interesse em cumprir a legislação (“[...] e pedir a solicitação de queima comunitária no Ibama”).

Durante as entrevistas, muitos agricultores demonstravam, sempre que lembravam do conteúdo e do formato das mensagens das campanhas ouvidas pelo rádio (o que foi mais difícil, pois as referências eram, em sua maioria, feitas a reportagens), um “estranhamento” em relação ao uso de certas palavras ou expressões como: “cumpadre”, que já não são mais usadas em muitas localidades como forma de cumprimento. “Eu estranhei porque a gente não usa mais essas palavras não. Será que falam assim em outros lugares?” (agricultor de Marabá). O questionamento aponta para o desconhecimento de palavras não mais utilizadas pelos agricultores e para uma imagem/sotaque que ainda correspondem ao do “caipira”, tão presentes em livros infantis, como os de Monteiro Lobato.

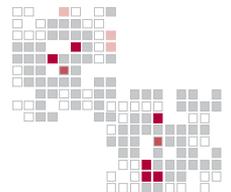
As análises feitas acima, como a das cartilhas ou peças radiofônicas, não significam, no entanto, que as instituições que estavam à frente das campanhas tinham uma estratégia explícita ou “conciente” para contrapor-se de modo deliberado aos interesses dos agentes do campo da agricultura familiar. O que ocorreu, de modo geral, é que os agentes responsáveis pela produção das informações, predominantemente do campo ambiental, mesmo com a “melhor das boas intenções”, tinham por base um modelo de comunicação que restringiu as possibilidades de interlocução com os destinatários das informações. Além disso, a proteção ao meio ambiente entendida como uma prioridade absoluta é a base do discurso ambiental e de seus agentes, justificando suas práticas e pressupostos, e alimentando a própria dinâmica do campo. Convém não esquecer que o comportamento dos profissionais responsáveis e executores das campanhas, suas ações e estratégias dentro e fora do campo ambiental estão também diretamente vinculadas às práticas, rotinas e normas institucionais já interiorizadas por eles em suas condutas.

A gênese dessas práticas apoiadas sobre um discurso pretensamente universal, no entanto, nem sempre é clara, e muitas vezes encontra-se tão “naturalizada”, que dispensa reflexão a respeito, com todas as conseqüências possíveis. A construção da imagem do agricultor familiar explicitada acima e a busca de generalização de valores tidos como legítimos pelo *campo* ambiental (possibilitando a este último um acúmulo mais expressivo de *poder simbólico* e indicando uma relação de forças com o campo da agricultura familiar marcada pelo desequilíbrio) foram, no escopo da pesquisa e conforme procurou demonstrar sucintamente este artigo, algumas dessas conseqüências.

É importante ressaltar também que os agricultores familiares não são os maiores responsáveis pelos elevados índices de desmatamento e queimadas registrados na Amazônia nos últimos anos (Fearnside, 2001), portanto, vale formular a pergunta: por que então as campanhas são direcionadas preferencialmente a eles? As instituições que estão à frente das campanhas, predominantemente do campo ambiental ou tendo como eixo norteador de ações, valores e conhecimentos geridos por aquele campo,

trabalham com o pressuposto do desconhecimento ou conhecimento inadequado por parte do agricultor familiar de técnicas de prevenção ao fogo acidental. Sob este prisma, seria preciso “ensiná-los” a agir corretamente, o que justifica, por exemplo, o uso de cartilhas.

No caso de outros agentes, como os monocultores, pecuaristas ou madeireiros, o pressuposto não parece ser o mesmo, indicando uma diferenciação valorativa e até mesmo preconceituosa em relação aos agricultores familiares. Ou seja, supostamente não se trataria, neste último caso, de “desconhecimento” ou de “falta de informação”, mas, principalmente, de interesses econômicos se sobrepondo a valores ambientais. Eles não precisariam “aprender” porque já saberiam e porque possuem recursos econômicos para utilizar alternativas consideradas ambientalmente mais adequadas ao modelo de corte-queima. O objetivo, neste caso, seria então conseguir reverter o enfoque predominantemente econômico das atividades praticadas por monocultores e pecuaristas. Esta, porém, é apenas uma das hipóteses que merece ser aprofundada e que deixo ao leitor, por ora, para reflexão.



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ARAÚJO, I. “Ligações estratégicas: comunicação, políticas públicas e intervenção social”. In: MOTTA, L. G. et al. *Estratégias e culturas da comunicação*. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2002.
- _____. *A reconversão do olhar*. São Leopoldo: Ed. Unisinos, 2000.
- BOURDIEU, P. *O poder simbólico*. Trad. Fernando Tomaz. 2ª ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1998.
- COSTA, F. “Racionalidade Camponesa e Sustentabilidade”. In: *Paper do NAEA*, vol. 1, n. 29, Belém: Naea, 1994, p. 5-48.
- COSTA, L. *Sob o fogo cruzado das campanhas: ambientalismo, comunicação e agricultura familiar na prevenção ao fogo acidental na Amazônia*. Tese de Doutorado. Belém: UFPA-Naea, 2004.
- FEARNSIDE, P. M. “Efeitos do uso da terra e manejo florestal no ciclo de carbono na Amazônia”. In: *Causas e dinâmica do desmatamento na Amazônia*. Brasília: MMA, 2001.
- MARTÍN-BARBERO, J. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Trad. Ronald Polito e Sérgio Alcides. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.
- RAMOS, P. C. M. e SANTOS, L. *Queimada controlada*. 2ª ed. revista e atualizada. Brasília: Prevfogo, 2001.
- SANTOS, R. A. O. “Ocupação econômica do espaço rural e a política do meio ambiente”. In: OLIVEIRA, N. P. de. (org.) *Comunidades rurais, conflitos agrários e pobreza*. Belém: Editora da UFPA, 1992, p. 23-41.
- TURA, L. R. e COSTA, F. de A. (orgs.). *Campesinato e Estado na Amazônia: impactos do FNO no Pará*. Brasília: Brasília Jurídica/ Fase, 2000.