

**UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS - UNISINOS
UNIDADE ACADÊMICA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
NÍVEL MESTRADO**

MARIA DEVANIR FREITAS RODRIGUES

**O DESEMBARQUE DO BRASIL NA ÁFRICA:
O CASO EMBRAPA EM MOÇAMBIQUE**

**SÃO LEOPOLDO
2015**

MARIA DEVANIR FREITAS RODRIGUES

**ODESEMBARQUE DO BRASIL NA ÁFRICA:
O CASO EMBRAPA EM MOÇAMBIQUE**

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Comunicação, pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS.

Orientador: Prof. Dr. Antonio Fausto Neto

São Leopoldo

2015

R696d Rodrigues, Maria Devanir Freitas

O desembarque do Brasil na África: o caso Embrapa em Moçambique/ Maria Devanir Freitas Rodrigues. -- 2015.

162 f. : il. ; 30cm.

Dissertação (mestrado em Comunicação) -- Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, São Leopoldo, RS, 2015.

Orientador: Prof. Dr. Antonio Fausto Neto.

1. Comunicação. 2. Midia. 3. Midiatização. 4. Campo social. 5. África. 6. Embrapa. I. Título. II. Fausto Neto, Antonio.

CDU 659.3


MARIA DEVANIR FREITAS RODRIGUES

“O DESEMBARQUE DO BRASIL NA ÁFRICA: O CASO EMBRAPA EM
MOÇAMBIQUE”

Dissertação apresentada como requisito
parcial para obtenção do título de
Mestre, pelo Programa de Pós-
Graduação em Ciências da
Comunicação da Universidade do Vale
do Rio dos Sinos - UNISINOS.

Aprovada em 26 de março de 2015

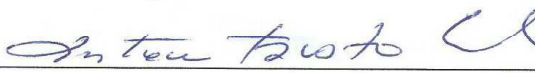
BANCA EXAMINADORA



Profa. Dra. Ana Paula da Rosa – UNISINOS



Profa. Dra. Christa Berger – UNISINOS



Prof. Dr. Antonio Fausto Neto – UNISINOS

Para Antônio Heberlê e Fernando Rodrigues

AGRADECIMENTOS

Agradeço a meu marido Antônio, amigo, colega de profissão e incentivador desta pesquisa. Obrigado pela parceria e cumplicidade. Obrigado pelas leituras e críticas ao meu trabalho. Esta dissertação é uma maneira de retribuir tua confiança nesta pesquisa.

Ao meu filho Fernando por compreender a importância deste trabalho enquanto oportunidade para meu crescimento pessoal e profissional.

Ao meu orientador, Antonio Fausto Neto pelos ensinamentos, pela dedicação e pelo entusiasmo com minha pesquisa.

Aos meus colegas Paulo Roberto Galerani, José Luiz Bellini Leite e Cláudio Bragantini, por me receberam em Acra, Gana, e pela convivência fraterna durante o período que lá permaneci para desenvolver ações de comunicação na Embrapa África, o que muito me auxiliou na construção desta dissertação.

Aos colegas do mestrado pela parceria e excelentes momentos de convivência.

À Embrapa sem o qual não teria realizado este trabalho.

Muito Obrigado.

Alguns pretendem entender África e mergulham em análises dos fenômenos políticos, sociais e culturais. Para entender a diversidade africana, porém, é preciso conhecer os sistemas de pensamentos e os universos religiosos, que frequentemente nem sequer têm nomes. (COUTO, 2011, p. 20).

RESUMO

O estudo analisa as estratégias e ações comunicacionais que articuladas com lógicas e operações de vários campos sociais, especialmente as situadas no âmbito do campo comunicacional, constroem o *desembarque* do Brasil na África, tendo a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa) como seu principal operador. A análise dos materiais toma por base as teorias da comunicação, dos campos sociais e da midiatização. Um conjunto de ações comunicacionais é analisado com base nos conceitos centrais desenvolvidos e que mostram como tais ações operam neste caso emblemático, construindo o *desembarque*. Após as avaliações observamos que os campos da política e da diplomacia tiveram um papel definidor em todas as demais ações desenvolvidas no evento em estudo e inclusive sobre as ações comunicacionais. Chama a atenção à auto geração proporcionada pelos processos de midiatização quando as notícias se projetam em escala, sem controle para outras esferas e suportes tomando proporcionalidades multidimensionais e imprevisíveis.

Palavras-chave: Comunicação. Mídia. Midiatização. Campos sociais. África.

ABSTRACT

The study analyzes the strategies and communication actions, articulated with logical and various social fields operations, especially those located in the communication field, build landing of Brazil in Africa, with the Brazilian Agricultural Research Corporation (Embrapa) as its main operator . The analysis of materials is based on the theories of communication, social fields and mediatization. A set of communication actions are reviewed based on the central concepts developed and that show how the communication actions operating in this emblematic case, building *landing*. After the evaluations noted that the fields of politics and diplomacy played a defining role in all other actions taken in the event under study and even on the actions and communication strategies. Draws attention to self generation provided by mediatization processes, when the news protrude scale without control to other spheres and media, taking multidimensional and unpredictable proportionalities.

Key-words: Communication. Media. Mediatization. Social fields. Africa.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
2 CONTEXTOS E CENÁRIOS DO DESEMBARQUE	15
2.1 Laços Indissociáveis	16
2.2 A Celebridade de Lula e os BRICS	18
2.3 A Agricultura Tropical Brasileira	20
2.4 O Projeto Plataforma em Moçambique.....	21
2.5 A Magia e o Pesadelo na Savana	23
2.6 O Comunicacional na Dimensão Institucional na Embrapa	24
2.7 Do Difusionismo à Comunicação Organizacional: a Experiência da Embrapa	28
2.8 A Comunicação da Embrapa <i>desembarca</i> na África.....	35
2.8.1 As Fases da Comunicação na Linha do Tempo.....	37
3 DOS CAMPOS SOCIAIS ÀS ESTRATÉGIAS COMUNICACIONAIS	41
3.1 O Comunicacional na Perspectiva de Palo Alto	45
3.2 A Perspectiva Cultural da Relação Brasil-África	47
3.3 Modelos Comunicacionais de Inspiração Linear Difusionista	48
3.4 A Concepção Difusionista	55
3.5 Dos Campos à Mídiação: das Estruturas aos Processos.....	68
3.6 O Desembarque Emerge Também da <i>Mídiação</i>	75
3.7 A Circulação e as Possibilidades de Interação	80
4 AÇÕES COMUNICACIONAIS	84
4.1 Universo, Material e Procedimento de Análises.....	84
4.2 Materiais e Procedimentos de Pesquisa	85
4.3 Primeira Fase: antes do <i>Desembarque</i>	88
4.3.1 Pronunciamento do Presidente e a 1ª Mediação Mediática	90
4.3.2 O Enunciado que prepara uma Viagem à África	92
4.3.3 Um Plano de Comunicação para África?.....	96
4.4 Segunda Fase: a Comunicação do <i>Desembarque</i> cai no Esquecimento...	102
4.4.1 Inauguração do Escritório ou apenas uma Visita?	104
4.4.2 Lula Inaugura o Escritório na África	114
4.5 Terceira Fase: Após o <i>desembarque</i>	118
4.5.1 Prosavana na Mira da Mídia Internacional	121

4.5.2 Circulação Trimídia: o Foco são os Países Lusófonos.....	127
4.6 A Abordagem oficial de “O País”	131
4.7 A Angulação no Jornalismo Moçambicano	133
4.8 A Comunicação Digital em outras Instâncias.....	135
4.9 A Abordagem Institucional sobre o Prosavana.....	137
4.10 A Abordagem da Embrapa	143
5 CONCLUSÃO	147
REFERÊNCIAS.....	154
APÊNDICE A – ENTREVISTAS	159
ANEXO A – CRESTANA QUERIA DIVULGAR A EMBRAPA NA ÁFRICA	162

1 INTRODUÇÃO

O presente estudo analisa estratégias e ações comunicacionais, articuladas em torno de lógicas e operações de vários campos sociais, no contexto de um complexo processo de intervenção político-comunicacional denominado “O *desembarque* do Brasil na África: o caso Embrapa em Moçambique”.

Antes, contudo, de ingressarmos na exposição mais detalhada desta pesquisa, nos detemos um pouco naquilo que nos motiva e como amadurece a ideia do que denominamos *desembarque*, enquanto signo para designar o começo das atividades da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa) em alguns países do continente africano.

Por que o vocábulo *desembarque*? Não se trata de uma escolha por uma palavra de efeito. Com ela vem à tona, em um primeiro momento, é a ideia da chegada dos africanos na formação do Brasil colônia, em uma das maiores imigrações forjada na violência do qual se tem notícias na história da humanidade. Falamos do *desembarque* de homens e mulheres que desembarcaram no Brasil na condição de escravos. Foram *desembarques* da dor humana, da saudade, da separação, da cultura, da religião, das crenças, da culinária.

Contemporaneamente o *desembarque* reaparece pelo discurso político, porém revestido pelo contexto da fraternidade entre os povos – embora também tenha outro sentido, o de ampliação das fronteiras geopolíticas e econômicas do Brasil. Assim, decidimos chamar a chegada da Embrapa na África de *desembarque* e ampliamos tal acontecimento dizendo tratar-se do *desembarque* do Brasil porque temos a percepção de assim se tratar tal momento. Logo, trata-se de uma decisão pessoal, mas que segue os indícios deixados em discursos políticos e em matérias jornalísticas que, mesmo não se utilizando da palavra que designa nosso objeto de pesquisa, deixa de certa maneira o entendimento de que naquele continente terem sido desembarcadas, com a força do campo comunicacional, estratégias e ações que constataremos ao longo deste trabalho.

Por outro lado, ainda nos cabe aqui esclarecer o que nos motivou a fazer esta pesquisa. A motivação está relacionada à visita a uma Embaixada Brasileira na África. Cumpria tal protocolo quando me chamou atenção a importância de estudos com maior ênfase ao papel do campo da comunicação nas interações internacionais. Após ouvir as apresentações protocolares de colegas das ciências

agrárias, da economia e das relações internacionais, chegou nossa vez de comentar a expectativa em desenvolver um trabalho comunicacional, na condição de jornalista de uma empresa pública de pesquisa agropecuária, a Embrapa. Começara a fazer menções sobre o assunto, mas, mal concluía as primeiras frases e fui interrompida pelo embaixador do Brasil: “comunicação aqui não funciona. Se funcionasse, não existiriam tantos casos de AIDS”, argumentava o embaixador, com a convicção de quem já acompanhara inúmeros casos de insucesso no campo de minha atividade.

A missão recém começara e havia a certeza de que a lição de casa não fugiria de um melhor entendimento sobre a realidade local e, sobretudo refletir aquela afirmação do diplomata – cujo nome não é relevante para esta pesquisa. No entanto, o que ele dissera fora e continua sendo relevante. Tanto assim que, a partir daquela frase, a meu ver distante à tradição diplomática de boas-vindas, brotaram as primeiras dúvidas e questionamentos sobre as minhas atividades profissionais naquele continente – iniciadas em maio de 2009, em Gana, e mais tarde passando por Angola, Mali e Moçambique.

Tudo o que vinha fazendo ou tivera feito em ações comunicacionais, fruto das observações e interações com atores do mundo rural africano e brasileiro, do campo científico, das relações internacionais, da transferência de tecnologia, entre outros campos sociais, de certa forma aguçavam novos questionamentos – que certamente imergiram pela incisiva provocação daquele embaixador. Ali, então, começavam as primeiras reflexões que originaram esta pesquisa e delas a pergunta que norteia este trabalho: “como estratégias e ações comunicacionais articuladas com lógicas e operações de outros campos sociais constroem o *desembarque* do Brasil na África, tendo a Embrapa como seu principal operador”? Buscamos, com a realização desta pesquisa, que recobre o período de 2003 até meados de 2014 responder a esta pergunta que, afinal, serviu de parâmetro ao presente estudo.

Os objetivos desta dissertação visam analisar as estratégias e ações de comunicação que foram utilizadas por um conjunto de instituições brasileiras no *desembarque* no continente africano. Também o universo de outras ações que emanam do próprio contexto estudado e que se encontravam em articulação com aquelas implementadas pelo Brasil. Destacamos que nosso entendimento para ações de comunicação é o de operações técnico-simbólicas que, submetidas a certas lógicas e racionalidades, geram produtos que são as marcas de exteriorização do seu processo de produção, tais como releases, plano de

comunicação (denominado Comunicação: ferramenta estratégica para a atuação da Embrapa na África), matérias jornalísticas, entre outros que serão mostrados nos próximos capítulos, particularmente no último.

As conexões e os enquadramentos nos quais se situa o nosso objeto de estudo se dão nas intersecções dos campos da comunicação, da geopolítica, da diplomacia, da economia, da agricultura, entre outros.

Para que possamos compreender este *desembarque* do Brasil na África: o caso Embrapa em Moçambique se faz necessário imergir e dialogar com as teorias da comunicação, dos campos sociais e dos processos de mediação, com especial atenção às suas especificidades no sentido de lhes retirar referências que possam alimentar a realização da pesquisa. Com base nestes recursos teóricos conceituais e metodológicos é que desenvolvemos a análise das ações comunicacionais em três distintas fases deste *desembarque* aqui denominadas antes, durante e após. Cada uma destas fases tem suas particularidades, conforme expomos a seguir.

Antes

Ocorre entre 2003 e 2007. Neste período observamos os preparativos para o *desembarque*, sendo que nela está contida uma forte interação entre os campos comunicacional e político.

Durante

Este período se dá entre 2008 e 2010. Nesta fase há uma intensificação da cobertura da mídia nacional sobre as atividades da estatal em Gana e das missões técnicas a países africanos com intuito de elaborar projetos de cooperação técnica.

Após

Esta última fase se desenvolve a partir de 2010 e se estende até meados de 2014. A característica deste período se dá pelo trabalho da Embrapa em conjunto com profissionais de diferentes campos, entre eles o da comunicação, do Instituto de Investigação Agrária de Moçambique (IIAM). Porém, sob o ponto de vista comunicacional o caso Embrapa em Moçambique é centrado nesta fase e tem nas repercussões do projeto Prosavana na mídia a intensificação das ações e estratégias comunicacionais deste *desembarque*. Além disso, é nesta fase que verificamos com destaque os processos da mediação.

Nosso pressuposto é que o *desembarque* em terras africanas, especialmente em Moçambique, ao tempo que atende a políticas governamentais, da mesma forma demonstra o comportamento dos diferentes atores e, assim, pode ser observado,

por meio daquilo que se expressa no fluxo de produção e circulação das ações comunicacionais – sejam elas matérias jornalísticas, releases, discursos, plano de comunicação.

Embora tenhamos um cenário no qual é enfático o entrelaçamento dos campos sociais, ao longo das fases antes, durante e após o *desembarque* observamos e descrevemos as complexidades de cada um destes campos e como eles afetam e são inegavelmente afetados pela matriz comunicacional. Nosso eixo é, sem dúvida, as ações e estratégias deste acontecimento que chamamos de *desembarque* e que tem seu ponto alto durante a chamada “era Lula” (ou durante os dois mandatos do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva), entre os anos de 2003 a 2010 e se estende até meados do primeiro mandato da presidente Dilma Rousseff, em 2013 -2014.

Para compreender a complexidade do *desembarque* nos valem da análise de um conjunto de ações comunicacionais, examinaremos em cada uma delas suas características, dinâmicas e especificidades. Teremos análises de releases, discursos políticos, plano de comunicação, matérias jornalísticas produzidas pela mídia nacional e internacional, matérias jornalísticas produzidas por assessorias governamentais. A partir da análise destas ações colhemos elementos para apontar como este desembarque do Brasil na África foi construído. É o que veremos nos três próximos capítulos, cujos títulos e contextos serão descritos a seguir.

No Capítulo 2, Contextos e cenários do *desembarque* são apresentados os contextos geopolítico, cultural, econômico e comunicacional, bem como referências macro indicativas.

No Capítulo 3 Dos campos sociais às estratégias comunicacionais nos dedicamos às reflexões a respeito das matrizes e dos modelos comunicacionais aos quais se estruturam as ações e estratégias que tratam deste evento, bem como às iniciativas e características dos campos sociais. Também à natureza e angulações dos processos de mediatização.

No capítulo 4 passamos a relacionar os conceitos teóricos aos fragmentos das ações de comunicação colhidas nas três fases deste acontecimento (antes, durante e após) para análise. Nele vamos nos deter na análise de matérias jornalísticas produzidas por instituições governamentais, discursos políticos, matérias jornalísticas produzidas por mídias nacionais e internacionais, além da análise de um plano de comunicação.

Os materiais em análise estarão presentes, em sua maioria, no corpo deste texto. As entrevistas e informações colhidas por meio de correio eletrônico (e-mail) estão contidas no Anexo, assim como documentos comprobatórios do que aqui utilizamos para fortalecer este estudo.

Este texto reflete nosso olhar sobre o que nos dispusemos a investigar para responder ao nosso questionamento de pesquisa. No entanto, não nos detemos nele. Acreditamos ser possível ultrapassar tal possibilidade e, apoiados nos conceitos teóricos e nas informações colhidas, construir uma alternativa de ver este *desembarque* para além das versões e convicções com as quais esta forma de contato foi argumentada e apresentada por seus atores e protagonistas.

2 CONTEXTOS E CENÁRIOS DO DESEMBARQUE

Neste capítulo apresentamos o contexto geopolítico, cultural, econômico e comunicacional, bem como as condições de produção nas quais ocorre a pesquisa. É o nosso lugar de *desembarque*. Partimos da ideia de que esta pequena viagem pelo texto é fundamental para que possamos compreender os diversos contextos, as conexões e os enquadramentos onde se situa o objeto de estudo, tensionado pela pergunta: como estratégias e ações comunicacionais, articuladas com lógicas e operações de fundo midiático, também realizadas em outros campos sociais, constroem o *desembarque* do Brasil na África, tendo a Embrapa como seu principal operador?

O que chamamos de contexto envolve dimensões que se expressam neste objeto de trabalho, como as expressões geopolíticas, socioeconômicas, culturais, comunicacionais e históricas nas quais se desenrolam as ações e estratégias de comunicação. Desse contexto aparecem pistas indicativas sobre de que forma se desenvolvem e são executadas as estratégias e operações comunicacionais do *desembarque* do Brasil na África: o caso Embrapa em Moçambique. Sabemos que se trata de espaço de cruzamentos e enfrentamentos onde é possível observar o que Augé (1994) chama de lugar heterogêneo, de muitas operações que se afetam. O Desembarque midiático ocorre, portanto, por meio de produções simbólicas, se expressa em textualidades, mas também configura espaço social, de tensão, de discursos que registram pontos de vista consoantes, mas eventualmente dissonantes sobre a temática. Espera-se, nesta rota, encontrar manifestações e operações do campo midiático, mas também de outros campos interessados nesta disputa pelos valores deste acontecimento.

Do ponto de vista do espaço da pesquisa, a cena pública se desenvolve numa temporalidade que se desenvolve em torno da *era Lula*. Trata-se de características específicas da passagem pelo mundo da política externa no período de 2003 a 2010, da cooperação internacional, pelas relações entre Brasil e África e como o governo de Luiz Inácio Lula da Silva, por meio de ações de comunicação e da diplomacia, traduz os laços de aproximação com os governos africanos. Interessa-nos a trajetória e o entrelaçamento do campo da comunicação com outros campos sociais, ou ações deste campo com outros, entre eles o da agricultura, economia, política, dentre outros. Assim, além de se obter uma visão do cenário desse trabalho em

profundidade, podemos iluminar o nosso estudo de caso, emoldurado por Moçambique e seus contextos.

2.1 Laços Indissociáveis

A causa africana e em especial o combate à fome e ao subdesenvolvimento daquele continente foi eleito como prioridade para as ações internacionais pelo então presidente brasileiro, Luiz Inácio Lula da Silva. Os pedidos de ajuda humanitária emergiram dos próprios líderes africanos, e Lula fez inúmeras incursões naquele continente. No primeiro ano de governo, em 2003, o ex-presidente esteve em mais de 20 países, em 10 viagens. (DIALOGO BRASIL-ÁFRICA..., 2010). Na bagagem, ele carregava discursos com soluções diversas, com destaque para as tecnologias geradas e desenvolvidas pela Embrapa e que deveriam proporcionar o desenvolvimento agrícola e, com isso, saciar a fome que habita os campos e as cidades africanas, conforme o trecho do discurso no *desembarque*, em 20 de abril de 2008, em que são inauguradas as instalações do Projeto Embrapa África na capital de Gana, Acra¹.

Cito este projeto como um marco, como a pedra fundamental de uma nova estratégia da política exterior brasileira, e a ponta de lança de nosso compromisso de estender aos países em desenvolvimento, particularmente aos africanos, os benefícios que a Embrapa trouxe e continuará trazendo ao Brasil. A escolha de Gana para sediar uma instituição tão importante reflete a presença estratégica que Gana ocupa no continente africano. Espelha também a confiança que o Brasil deposita neste país como modelo do potencial de cooperação solidária entre países em desenvolvimento. Por meio do apoio que presta ao Escritório, Gana está ajudando a todo o continente africano. (SILVA, 2008).

A fala do ex-presidente, embora esteja no espaço comunicacional da diplomacia, vai adiante, irradia-se, ganha dimensões de midiaticização e aparece em diferentes suportes de comunicação. Tal expansão se dá por ações comunicacionais

¹ Os pesquisadores Paulo Galerani e Cláudio Bragantini, selecionados por meio de um edital da Embrapa, já estavam sediados em Gana, tratando das instalações do escritório, dos detalhes de infraestrutura e também das relações de interação com as instituições de pesquisa da África e com as embaixadas do Brasil naquele continente. Eles organizaram a etapa preparatória ao *desembarque* do Brasil naquele continente. Era 2007 e esta fase se dava mais fortemente por meio das interações conversacionais, face a face (BRAGA, 2001, p. 24). Somente em abril de 2008 é que ocorre a inauguração das instalações, com a presença de Lula que elege a data no mesmo período em que vai a Gana visita oficial aquele país, entre os dias 19 e 21 de abril de 2008 para cumprir agenda de natureza da cooperação bilateral e participa da XII sessão da Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento-UNCTAD (ITAMARATY, 2008).

e o fluxo percorrido em várias mídias vai cristalizando a fala da solidariedade, do compartilhamento de conhecimento tecnológico. Percebemos que daí emerge um contexto para além da geopolítica: o comunicacional, que aponta para o *desembarque*, por meio de cenas e argumentos. Apesar de assessorado pelo corpo diplomático, do ponto de vista prático Lula propunha que as ações objetivas fossem desenvolvidas pela Embrapa, que se transformaria no instrumento operacional das estratégias propostas pelo governo brasileiro para “ajudar” a programar o desenvolvimento no continente africano. E tal intenção é colocada mostrando como este operador (a Embrapa) deveria funcionar a fim de atingir os objetivos pelos quais o Brasil se faria presente naquela região do mundo.

Na perspectiva geopolítica, o campo da agricultura estava sendo conclamado pelo líder político para ser um dos motores para transformação econômica e social dos países do eixo Sul-Sul, com aportes da política externa brasileira. A proposição era de reforçar a chamada cooperação técnica² por meio de projetos de grande impacto. A Embrapa apresenta esse perfil inovador em seu DNA e por isso transformou-se em um dos pilares do *desembarque* do Brasil na África. O argumento sócio-político foi buscar a história de solidariedade e um simbólico pagamento de uma dívida para com os povos africanos, conforme anunciam os textos institucionais de documentos publicados pela Agência Brasileira de Cooperação (ABC) do Itamaraty:

A agricultura para muitos povos africanos é mais do que uma atividade produtiva: é o centro da própria vida. Por isso, o Brasil se orgulha de contribuir para gerar emprego, renda e desenvolvimento no campo de nossos parceiros africanos [...] (DIALOGO BRASIL-AFRICA..., 2010, p.6).

O discurso institucional toma as primeiras páginas de uma publicação trilingue elaborada pela Agência Brasileira de Cooperação (ABC), publicada para o evento homônimo a ela, intitulado Diálogo Brasil-África em Segurança Alimentar, Combate à Fome e Desenvolvimento Rural³, realizado em maio de 2010, em Brasília. Em

² É um instrumento do Governo Brasileiro para apoiar ações de capacitação e transferência de tecnologia em países em desenvolvimento. Neste modelo são priorizadas ações que contribuam para a redução da pobreza e da fome em países em desenvolvimento, levando em consideração os processos socioeconômicos e ambientais de cada país (ITAMARATY, 2014, online) Disponível em <http://www.itamaraty.gov.br/temas/cooperacao-tecnica>. Acesso em 22/10/2014.

³ Evento lançado pelo ex-presidente Lula ao participar como convidado da Cúpula da União Africana (UA), realizada em Sirte, na Líbia, em 2009. Na ocasião Lula abre a Cúpula da UA com um pronunciamento sobre desenvolvimento agrícola. (UNIÃO..., 2009). Em maio de 2010 o Diálogo Brasil-África em Segurança Alimentar, Combate à Fome e Desenvolvimento Rural é realizado na capital brasileira com a participação de ministros da Agricultura, de representantes da UA, das Nações Unidas, do Banco Mundial, assim como organizações privadas e não governamentais (DIALOGO BRASIL-AFRICA..., 2010).

português, francês e inglês o documento, cuja tiragem não é informada, é distribuído aos ministros da Agricultura dos países africanos, instituições e organizações não-governamentais. Em 130 páginas da qual a apresentação é do ex-diretor da ABC, ministro Marco Farani, o documento é utilizado para apresentar, sob o ângulo da diplomacia, as agências brasileiras de pesquisa e desenvolvimento, entre elas a Embrapa, bem como um fotogênico retrato ilustrado com fotos e gráficos dos projetos em andamento nos anos de 2009 e 2010 sob a responsabilidade daquela agência do Ministério das Relações Exteriores.

Por outro lado, o que o Itamaraty chama de “contribuição brasileira” *desembarca* em terras africanas mostrando o poder de influência do país, atendendo políticas de negócios e eventualmente estratégias de governo ou mesmo interesses pessoais. O trecho do artigo “O Brasil tem sede da África”, de autoria do ex-ministro das relações Exteriores Celso Amorim (2011), deixa isso claro.

E para quem nunca se deu ao trabalho de olhar, além do interesse comercial (a África seria hoje, tomada como país individual, o nosso quarto parceiro comercial, à frente do Japão e da Alemanha), o continente africano é um vizinho muito próximo com o qual temos interesses estratégicos. A distância do Recife ou de Natal a Dacar é menor que a dessas cidades a Porto Velho ou Rio Branco. Nossa zona marítima exclusiva praticamente toca aquela de Cabo Verde. Isso sem falar no enorme benefício que uma maior relação com o Brasil traria para a África, contribuindo para afastar a sombra do colonialismo renascente, agora movido não só por capitais, mas por tanques e helicópteros de combate.(AMORIM, 2011, online).

Ainda que os motivos expostos pelo chanceler brasileiro Celso Amorim sirvam, nesta pesquisa, à compreensão do fenômeno e dos motivos que nos levam a denominar a entrada do Brasil, por meio de ações e estratégias comunicacionais executadas pela Embrapa de *desembarque*, o que nos interessa na fala é o lugar de sua circulação: na ambiência digital. Isso nos dá indícios de que as ações de comunicação de nosso objeto vão além dos meios tradicionais estão em dispositivos diversos. Além disso, tais discursos ilustram os diferentes sentidos de *desembarque* e nos leva a ter uma maior compreensão do objeto deste estudo.

2.2 A Celebridade de Lula e os BRICS

No contexto onde se dá a movimentação de Lula no cenário internacional, acontece a criação de um organismo estratégico para equilibrar as forças

geopolíticas emergentes, a criação dos BRICS⁴, com marcante atuação do presidente brasileiro. Lula passa a ser um interlocutor privilegiado, está em todas as instâncias políticas do mundo, discursa na Organização das Nações Unidas (ONU), e passa a ser articulista do New York Times, fechando um contrato para uma coluna mensal⁵, que seria distribuída pela agência de notícias do jornal norte-americano, tendo como temas a política, economia internacional e iniciativas para o combate à fome (INSTITUTO LULA, 2013). Este teria sido o primeiro contrato⁶ com uma empresa de comunicação a ser assinado pelo ex-presidente (G1, 2013, online).

Enfim, a mídia acolhe o “corpo significante” do presidente Lula como uma celebridade internacional, assumindo-o como um dos atores principais da política internacional e não um mero coadjuvante. Esse reconhecimento da comunidade internacional aparece como forte indiciamento nos 28 títulos de Honoris Causa que Lula recebe em mais de duas dezenas de Universidades do Brasil e do Exterior⁷, além de diversas comendas e prêmios de reconhecimento depositados em seu acervo (INSTITUTO LULA, 2014).

A presença do ex-presidente se impõe e se destaca e já não é relevante se isso acontece como mais uma estratégia pessoal para alavancar suas pretensões políticas. De fato, os preparativos para o *desembarque* não são construídos tão somente nos gabinetes da diplomacia, mas deixam marcas importantes em diferentes suportes midiáticos, indo de notas em jornais impressos, documentos oficiais na versão impressa a um conjunto de ações comunicacionais que tomam fluxos diversos e se midiaticizam.

⁴ Acrônimo que se refere aos países membros-fundadores do grupo, formado inicialmente por Brasil, Rússia, Índia, China. A ideia do BRIC foi formulada pelo economista-chefe da Goldman Sachs, Jim O'Neil, em estudo realizado em 2001, intitulado “Bulding Better Global Economic-BRICS”. Fixou-se, então, como categoria da análise nos meios econômico-financeiros, empresariais, acadêmicos e de comunicação. Em 2006 o conceito deu origem a um grupamento, propriamente dito, incorporado à política externa de Brasil, Rússia, Índia e China. Em 2011 a África do Sul passou a fazer parte do grupo, por ocasião da III Cúpula, e a sigla então passou a ser BRICS (ITAMARATY, 2014).

⁵ O contrato para a produção mensal de artigos, cujo valor e tampouco o prazo foram revelados pela assessoria de Lula, por meio de nota publicada no site do Instituto Lula, foi fechado em 23 de abril de 2013, em reunião com o diretor-geral do serviço de notícias do New York Times, Michael Greenspson (INSTITUTO LULA, 2013).

⁶ De acordo com matéria publicada no site da G1 da Rede Globo Lula não havia tido nenhum contrato semelhante com veículos de comunicação, embora já tivesse colaborado com o periódico norte-americano, que cedeu espaço para ele para publicar um artigo sobre a morte do presidente da Venezuela Hugo Chávez, em 7 de março de 2013 (LULA..., 2013).

⁷ O 28º título Honoris Causa recebido pelo ex-presidente Lula da Silva foi em 21 de maio de 2014, da Universidade Aquino Bolívia- Unabol, em Santa Cruz de la Sierra (INSTITUTO LULA, 2014).

2.3 A Agricultura Tropical Brasileira

No plano o Brasil passou a ser um interlocutor importante no *player* internacional, sendo chamado a dizer de seus interesses, como nos parece indicar a matéria da publicação *This is Africa*⁸ sob o título “Brasil aspira a ser parceiro, não doador” (tradução da autora), na qual trechos deixam transparecer a expectativa de que a tecnologia da agricultura tropical brasileira é um desejo dos países:

Para enfrentar os desafios, um número cada vez maior de países está olhando para o Brasil, que já teve sua própria revolução verde. Sob a bandeira da cooperação Sul-Sul, o comércio e a cooperação política entre Brasil e África subiram sob a presidência de Luiz Inácio Lula da Silva. Há muita esperança no desejo do Brasil em compartilhar a experiência e o domínio da sua agricultura tropical e desbloquear o potencial agrícola de um continente que muitos acreditam que será vital para garantir a segurança alimentar no futuro global (AKINOLA, 2010, tradução da autora).

O domínio brasileiro sobre as tecnologias, produtos e serviços para a agricultura dos trópicos pautam a mídia internacional especializada em economia e assuntos políticos e de sustentabilidade para o continente africano, como o site *This is Africa*, que se dedica a explorar as potencialidades para aquela região, bem como analisar como os investidores estão se relacionando com o mundo africano. É neste espaço internacional que a Embrapa é “convocada” para ser o braço operacional das estratégias políticas do governo federal, mediado pelo Ministério das Relações Exteriores (MRE), mesmo sem ter seu nome citado no parágrafo que trata do assunto.

O Brasil passa a comparecer em publicações institucionais e em circuitos onde as interfaces do comunicacional, da economia internacional e a geopolítica têm espaço assegurado, seja na revista online *This is Africa*, seja no tradicional jornal inglês para assuntos econômicos, o *Financial Times* (FT). E note: *This Africa* é uma das publicações do FT – cuja combinação da versão impressa e a digital somam um público de 665 mil leitores diretos (FT, 2014). Esta é uma fotografia do cenário no qual a agricultura do Brasil é observada pelos canais de comunicação do mundo.

⁸ *This is Africa* é uma publicação do The Financial Times Ltda. que tem a proposta de analisar o contexto econômico e político do continente africano. Segundo o próprio site desse veículo a intenção é a de investigar a política externa em relação à África e as relações que o continente está construindo com o resto do mundo. Além disso, dizem querer acompanhar a ascensão do consumidor africano e identificar as oportunidades de investimento nos países do continente, bem como os riscos (AKINOLA, 2010).

No cenário político o governo brasileiro solicita ao Ministério das Relações Exteriores para providenciar uma ação objetiva na África. O MRE não tem expertise para executar ações deste tipo e busca as instituições do Estado para tais tarefas. Assim é que de forma natural e recorrente a Embrapa é chamada a dar suporte, seja por sua experiência científica e em transferência de conhecimento, seja por seu histórico em cooperação técnica com os países do eixo Sul-Sul. A ideia central do projeto encomendado é de que a estatal desenvolvesse ações na África, especialmente na produção primária, voltada para o fomento de produtos agrícolas para alimentar o grande contingente de subnutridos e a expansão de áreas com capacidade de abrigar culturas para exportação.

À época, a Agência Brasileira de Cooperação do Itamaraty (ABC) anunciava a manutenção de projetos em mais de 30 dos 53 países africanos em diversos campos, com destaque para a agricultura (DIALOGO BRASIL-AFRICA..., 2010). Os recursos na carteira de projetos na modalidade da cooperação técnica em execução e em elaboração alcançava a ordem de US\$ 100 milhões (DIALOGO BRASIL-AFRICA..., 2010). É nesta modalidade que a Embrapa executa os projetos de cooperação no eixo Sul-Sul.

A Embrapa passa a atuar com os chamados projetos pontuais e estruturantes. No primeiro caso são ações de curto prazo e, dados da instituição apontam que estão em execução mais de 50 destes projetos. No entanto, os que demandam nossa atenção sob o ponto de vista comunicacional são os direcionados ao fortalecimento das bases tecnológicas, institucionais e de recursos humanos, considerados necessários ao desenvolvimento sustentável da agricultura. Estes programas são de longo prazo e incluem componentes complementares nas áreas de validação e transferência de tecnologias, fortalecimento de instituições de pesquisa e de capacitação de profissionais.

Trata-se de projetos com alto volume de investimento financeiros, sempre acima de US\$ 1 milhão e, normalmente, nos países onde são desenvolvidos há permanência de um profissional da Embrapa para coordenar as atividades.

2.4 O Projeto Plataforma em Moçambique

O Brasil tem história de cooperação com Moçambique desde a década de 80, com base em um acordo geral firmado entre os dois países (ABC, 2014). No

entanto, na era Lula as relações diplomáticas se fortaleceram e com salto no que se refere ao número de programas cooperativos, em todas as áreas: são 21 projetos em execução e nove em processo de negociação. É importante enfatizar que os moçambicanos têm na agricultura a principal fonte de renda e de trabalho, conforme diagnóstico realizado (pela autora deste trabalho) em novembro de 2009, em missão aquele país. Na época, a Embrapa começa a executar as ações de cooperação técnica com o Instituto de Investigação Agrária de Moçambique (IIAM), para a construção de dois programas de longa duração (quatro anos cada um), que no vocabulário da cooperação segue o modelo estruturante. São eles: Programa de Apoio à Plataforma de Inovação Agropecuária para Moçambique (aqui chamado somente de Plataforma), realizado entre os governos moçambicano, brasileiro e norte-americano e o Prosavana, assinado entre o Brasil, Japão e Moçambique.

No projeto Plataforma, que têm vários componentes nos campos da agronomia, economia, treinamento de recursos humanos, infraestrutura, também há o componente de comunicação. Neste caso, o objetivo é o de fortalecer as ações deste campo no IIAM. Isso ocorre por demanda da própria instituição africana. A solicitação parte da direção e da equipe de comunicação do instituto, que observa na filosofia da estatal brasileira uma grande referência em várias áreas do conhecimento.

As ações de comunicação para o Plataforma se inserem no subprograma denominado *reforços das capacidades estratégicas transversais*, nos quais estão os temas informação e transferência de tecnologia e divulgação institucional. É importante salientar neste estudo que as demandas por estas temáticas surgem da identificação de necessidades dos técnicos moçambicanos e demandadas à ABC que, por sua vez, as repassa à Embrapa. É desta maneira que se pode considerar a estatal brasileira como uma operadora das ações de diferentes campos sociais, planejadas pelo governo brasileiro por intermédio da sua agência de cooperação. Nesse contexto é que se destaca um projeto em especial, o Prosavana, que se transformou em pouco tempo no maior emblema (e problema) da presença do Brasil naquele continente.

2.5 A Magia e o Pesadelo na Savana

O caso Embrapa em Moçambique exige uma especial atenção ao Prosavana, projeto controverso desde seu nascimento. Primeiro é preciso considerar o que representa falar da Savana, no seu aspecto simbólico para a humanidade, em função de suas peculiaridades naturais. Savana no imaginário carrega o sentido de uma ampla área de preservação ambiental, onde os animais criam-se na natureza em contato com os homens, nativos da região, que convivem em harmonia com a vida selvagem. As marcas desta construção simbólica saltam do imaginário para a realidade africana que mostra organizações não governamentais se unindo ao esforço de manter o bioma de Savana africana como um dos últimos repositórios naturais do planeta.

A vida atual nestes amplos territórios, entretanto, não apresenta as mesmas características do imaginário cinematográfico construído especialmente pelo cinema de Hollywood da metade do século XX. Essa constatação não invalida o fato de a sociedade pensar o bioma Savana como um espaço cultural e de equilíbrio ambiental e que pretenda mantê-la como um patrimônio da humanidade. Dessa forma, quando a sociedade mundial toma conhecimento da ameaça de ocupação deste território pela utilização de suas amplas áreas com cultivos anuais, é natural que a comunidade internacional se levante quanto ao impacto advindo desta possibilidade e que as vozes sejam bastante ruidosas em relação aos “invasores” que pretendem ocupar esta área cheia de significados.

Nesse contexto é que o projeto Prosavana, idealizado pela cooperação entre Brasil, Moçambique e Japão é objeto de alta tensão, observada em manifestações de medo e preocupação por parte de pequenos agricultores e de representantes de Organizações Não governamentais (ONGs). Estas instituições se levantam na luta contra a ocupação da região do Corredor de Nacala, uma faixa de terra de 11 milhões de hectares que comparada às produtivas terras do Cerrado brasileiro após a década de 70, quando Brasil e Japão colocam em prática projeto desenvolvimentista semelhante. Assim como no Cerrado brasileiro, a Savana africana aguça a cobiça de grandes empresas do agronegócio internacional.

Esta contenda é preciosa nesta pesquisa porque o registro das tensões se dá no campo midiático – jornais online, blogs entre outros espaços que têm a internet como “local” de expressão. Vivendo um sonho e desconhecendo os pesadelos das

populações rurais da região em questão, o governo moçambicano produz um site (www.prosavana.gov.mz) que trata especificamente dos benefícios do programa para seu povo. Na visão do governo do país africano, o projeto se apresenta como uma alavanca para o desenvolvimento moçambicano, com a ocupação de terras consideradas improdutivas, para modelos de ocupações com grandes culturas anuais, de alto rendimento, com ocupação de mão de obra local.

Em contraponto a esta visão carregada pelos pacotes tecnológicos, começa uma reação articulada de agricultores familiares da região, revoltados com a ocupação massiva das terras onde hoje eles cultivam e moram em suas unidades produtivas, denominadas de machambas. Com auxílio de organizações locais e ONGs os agricultores passam a denunciar este caso e se articulam com mídias de grande circulação internacional, como é o caso do jornal inglês *The Guardian*.

Estudar o Prosavana, portanto, é entrar no fulcro de uma tensão de interesses de toda ordem, que são estrategicamente midiaticizados e por isso nos parece estratégico entender como isto acontece, especialmente do ponto de vista comunicacional.

Quanto aos reflexos destas ações na África para a imagem do Brasil e em especial para a Embrapa, os indícios aqui levantados também podem ajudar a compreender esse contexto. Para facilitar esta visada, primeiro é preciso observar o funcionamento da estatal brasileira de pesquisa agropecuária. Sua forma de operar pode nos auxiliar a ver como ela opera na sua dimensão comunicacional, o que nos interessa desvelar nesta pesquisa.

2.6 O Comunicacional na Dimensão Institucional na Embrapa

A Embrapa é uma das empresas públicas do Brasil que tem atuado e fortalecido as ações de cooperação científica e as de cooperação técnica com países desenvolvidos e em desenvolvimento, respectivamente. Tem uma forte tradição em programas cooperativos na área internacional, especialmente no intercâmbio de material genético, mas também na formação de seus quadros técnicos. Em sua trajetória ampliou as relações com suas congêneres do exterior, em função da necessidade de manter-se atualizada com as inovações do conhecimento agrário em áreas estratégicas para o desenvolvimento brasileiro. Isso ocorreu de tal maneira que um número significativo de empregados inseridos na

atividade fim (a pesquisa científica) recebeu treinamento formal fora do Brasil, em especial quando da criação da Empresa, a partir de 1973 (CABRAL, 2005).

A empresa ampliou sua presença no cenário internacional, criando programas e mecanismos de cooperação que permitem sua atuação junto aos centros mundiais de excelência em ciência, tecnologia e inovação. Em 1998, a instituição criou o primeiro Programa Laboratório Virtual da Embrapa no Exterior (Labex), nos Estados Unidos (A MODEL ...2010). De lá para cá a estatal brasileira acrescentou mais três Labex em diferentes continentes: Labex Europa, Labex Coréia e Labex China, entre os anos 2004 e 2012. O programa Labex visa intensificar a cooperação científica com instituições de ponta em sua área fim – a pesquisa em ciência, tecnologia e inovação (RODRIGUES, 2008).

A Embrapa também passou a ter maior presença na cooperação técnica em atenção às demandas e à agenda do Governo Federal. Embora já o fizesse nos anos 80 e 90, em projetos denominados pontuais ou de curtíssima duração, a Embrapa do século XXI é uma das empresas públicas que, conforme matéria publicada no site do Ministério das Relações Exteriores (MRE) é um dos principais atores na cooperação Sul-Sul brasileira – coordenada pela Agência Brasileira de Cooperação (ABC-MRE).

A divulgação da ciência, entretanto, tem sido objeto de muita preocupação na instituição, especialmente porque o lugar desta atividade tem se mostrado disperso na estrutura da Empresa. Ela se expressa em pelo menos dois grandes espaços de atuação: o da comunicação organizacional e o da comunicação para transferência de tecnologia. Na esfera organizacional a comunicação cumpre um papel importante na formação da imagem da empresa, reforçando o conceito de uma empresa sólida na área da geração do conhecimento em agropecuária no Brasil. As metodologias das áreas de comunicação social, especialmente as da habilitação em jornalismo, tem sido a principal estratégia para este fim.

Por outro lado, a comunicação das atividades de transferência de tecnologia tem exigido outras configurações para os profissionais de comunicação, pois neste espaço o processo da comunicação é estratégico para a internalização da informação científica, o que exige conhecimentos em formas de interação social que foge às habilidades de formação acadêmica. A habilidade em transcodificar de uma linguagem científica, por vezes de difícil acesso, para outra, de divulgação; a

comunicação com os agricultores e técnicos; a escuta atenta dos problemas do campo; a preparação de textos para folhetos e sites, por exemplo, precisam ser aprendidas fora das universidades.

Ou seja, o campo da comunicação tem papéis diferenciados nesse contexto e precisa estar em sintonia com as ações dos demais campos sociais, como os da política, da diplomacia, da agronomia e da ciência, apresentando-se com as configurações necessárias para cada um dos segmentos onde se aplica. Também é importante observar que todo o esforço científico se traduz, em sua linha de produção final de apresentações de textos científicos. Ou seja, a ciência oferta como produto final um bem simbólico, informações tecnológicas, que precisam de tratamento e adequação para chegar aos usuários potenciais. A comunicação da ciência e da tecnologia é, portanto, fundamental para que a missão da empresa de pesquisa atinja os seus objetivos, por meio da geração e da disseminação do conhecimento.

O reconhecimento ao trabalho da Embrapa, como estratégica no sistema brasileiro do conhecimento agropecuário, faz com que o próprio Ministério das Relações Exteriores (MRE) use registros midiáticos, mesmo diante da complexidade na tradução deste tipo de informação para as pessoas em geral. As informações são apresentadas em publicações, mas também e cada vez mais em sites, no espaço *on line*, onde as estatais brasileiras mostram as suas operações institucionais, informam sobre os seus status, enquanto operadoras das ações consideradas estratégicas pelo MRE. Tal posição ocupada pelas instituições no âmbito da cooperação internacional é rapidamente assimilada e replicada em outros espaços midiáticos, dado o interesse pelas pautas.

No caso da Embrapa, a internacionalização se reflete numa mudança na própria estrutura interna da estatal que, até o ano de 2010, estava habilitada para operar no território nacional e agora tem ampliado seu espectro de atuação⁹. Esse movimento institucional busca atender às expectativas do governo Lula no cenário internacional. A instituição percebe a necessidade de algumas mudanças, no

⁹ Em março de 2011 foi assinada, pela presidenta Dilma Rousseff, a Lei nº 12.383/11⁹, que altera o texto da Lei nº 5.851⁹, que tratava da criação da Embrapa. De acordo com o texto da nova Lei, a Empresa poderá arrecadar, administrar recursos oriundos de doações, contratos específicos de pesquisa e desenvolvimento, transferência de tecnologia e capacitação, além de licenciamento de propriedade intelectual, bem como atuar fora do território nacional. O estatuto social da Embrapa, cujo texto está nivelado à referida Lei, foi assinado pela presidenta Dilma em julho de 2012.

momento em que pensa formas de sua integração na comunidade científica internacional, especialmente para gerir os recursos financeiros para aplicação em projetos de cooperação, os oriundos de organismos estrangeiros, além de atender às demandas do MRE e do Ministério da Indústria Comércio e Exterior. Por isso, em fevereiro de 2010, a Diretoria Executiva (DE) da Empresa deliberou pela criação da Secretaria de Relações Internacionais (SRI), de status maior em relação à Assessoria de Relações Internacionais (ARI), que operava até então.

A SRI tem como missão planejar e coordenar os processos de articulação, programação e gestão de cooperação científica e tecnológica internacional. É neste espaço institucional que, com maior ênfase ocorrem as interações com os públicos africanos. As negociações iniciais, preparativos dos projetos de cooperação, bem como as fontes para ações de comunicação têm lugar nesta instância da organização, em unidade localizada na sua Sede central, em Brasília.

A comunicação formaliza a sua ação nas três esferas operacionais estratégicas, a gestão da pesquisa (Diretoria de Pesquisa e Desenvolvimento), a transferência (Diretoria de Transferência de Tecnologia) e Administração (Diretoria de Gestão) e assim migra para os seus respectivos departamentos. Estas instâncias recebem atenção específica de comunicadores ligados à Secretaria de Comunicação (Secom), ligada diretamente à presidência da Embrapa.

Nas Unidades as ações de comunicação são menos de fôro institucional e corporativo e mais ligadas à atividade fim, relativas às pesquisas realizadas ou em andamento. Por isso é comum observar a comunicação relacionada às ações de transferência nas Unidades descentralizadas do que na Sede da Empresa.

Não se pode desconhecer, no desenrolar das interações entre a Embrapa e os atores envolvidos com a cooperação técnica internacional, o papel das estratégias comunicacionais, embora neste âmbito a comunicação como processo e operação não seja objeto de uma política interna. Os indícios destas ações podem ser encontrados nas práticas comunicacionais factuais, como aquelas anunciando, por meio de releases nas páginas institucionais da própria estatal, do MRE, da Agência Brasil, ou mesmo na assinatura de memorandos de entendimento ou em visita de comitivas governamentais dos países cooperados.

Estas ações de comunicação são realizadas, por um lado, pela Secretaria de Comunicação Social (à época Assessoria de Comunicação Social, por meio de veículos internos) e também para as mídias com as quais a instituição se relaciona e que repercutem o trabalho da estatal. A Embrapa desfruta de uma experiência considerada positiva no campo da comunicação e isso tem forte relação com o foco na formação da imagem corporativa, carregada pela densidade do conhecimento científico e pelas atividades de transferência de tecnologia, o que veremos a seguir. Para este fim vamos levantar elementos sobre as ações comunicacionais e de como esta modalidade de interação social se desenvolveram nos últimos anos. As mais significativas destacamos e as subdividimos em fases.

2.7 Do Difusionismo à Comunicação Organizacional: a Experiência da Embrapa

Embora tenhamos um espaço maior a ser dedicado ao que poderíamos chamar de *desembarque* da comunicação da Embrapa no continente africano, pois é este o campo desencadeador desta pesquisa, antecipamos aqui a forma pela qual a estatal brasileira trabalha com o campo comunicacional desde a sua criação, na década de 70, até os dias de hoje.

Logo nos 10 primeiros anos da instituição, em 1983, praticamente inexistia um departamento para tratar de comunicação. Na Sede, em Brasília, a necessidade de tratar com a imprensa deu início ao trabalho embrionário para esta área, na então denominada Assessoria de Imprensa e Relações Públicas (AIRP). Ou seja, no início havia certa redução da comunicação a uma matriz de cunho promocional. Outras atividades comunicacionais, com foco nas atividades fins da estatal, eram desempenhadas pelo Departamento de Difusão de Tecnologia (DDT), que por sua vez recorria aos aportes da comunicação social para chegar aos diferentes públicos com os quais a estatal se relaciona.

Funcionava neste período de forma bastante expressiva a vertente difusionista, baseada nos estudos do norte-americano Everett Rogers. Esta matriz influenciou a pesquisa e a extensão rural em praticamente todo o ocidente, especialmente entre os países periféricos no pós-guerra. Neste período a comunicação, como instrumento de internalização de conceitos e tecnologias cumpriu papel relevante nas modelagens desenvolvimentistas da agricultura brasileira. Vivia-se no Brasil o Regime Militar, iniciado em 1964 e a produção

agrícola configurava-se como estratégica da âncora do “milagre econômico” brasileiro. O sistema agrícola proporcionou a formação de uma leva significativa de técnicos no exterior, sustentáculo da “revolução verde” da década de 1970.

Por isso, a comunicação mais especializada, vinculada à ciência agrícola desenvolvida na Embrapa, ocorreu inicialmente nas unidades de pesquisa, porque é nelas que o conhecimento gerado precisava das ações comunicacionais para a sua práxis cotidiana. Tudo isso tinha por base a inspiração difusionista para seguir seu curso. Na década de 1980 algumas unidades já contavam com jornalistas, a maioria junto às áreas de difusão de tecnologia. Com a missão de viabilizar soluções de pesquisa, desenvolvimento e inovação para a sustentabilidade da agricultura em benefício da sociedade, a estatal brasileira cresceu bastante ao longo de seus 41 anos - seja em número de centros de pesquisa, seja no que se refere ao quadro institucional ou quanto aos territórios de atuação. Conta atualmente com 47 unidades descentralizadas ou centros de pesquisa; 15 unidades centrais localizadas na Sede, em Brasília; Laboratórios Virtuais no Exterior (Labex) nos Estados Unidos, Europa, China e Coreia do Sul, escritórios na África e na América Latina. Desenvolve pesquisas em todo o território brasileiro, para todos os públicos. Passou a ser muito visibilizada em função das estratégias de comunicação adotadas e pelas coberturas de veículos privados de grande alcance, como O Globo Rural.

Porém, foi com o advento da crise vivida pela Empresa em 1990, quando foi cogitado a sua transformação (a Embrater foi fechada neste ano), que a Embrapa reuniu seus técnicos e passou a pensar estrategicamente a sua comunicação com a sociedade. Em 1996, surge a primeira versão da sua Política de Comunicação, na qual foram definidas as modalidades de atuação da comunicação. As versões mais recentes atualizam as referências básicas sobre as atividades desenvolvidas na empresa, com este fim, o que significa os primeiros passos para credenciar a comunicação na instituição e a partir do qual é possível analisar os seus efeitos e dizer da importância da cultura dos meios e da forma de estruturação das mensagens.

À medida deste crescimento, a comunicação precisou se reorganizar, aparelhar (no sentido de equipar) e atualizar (adotando novas mídias, descobrindo novos parceiros e nichos onde até então não se fazia presente, como por exemplo, a comunicação para com os consumidores). O suporte para esta expansão é o meio privado e a Embrapa passou a estar presente em revistas e jornais alinhados com

qualidade dos alimentos, saúde e bem estar e outros campos correlatos do jornalismo especializado.

A matriz para este alinhamento continua a ser o conceito de comunicação como estratégia de oferta, o informacional é predominante, como até hoje continua a ser. Trata-se de enunciação pelo jornalismo, com muita carga de publicização, ou mesmo de publicidade, pois se impõem a ofertar ou “vender” suas pautas no mercado da informação para midiaticizar-se. Hoje, devido à interação com estas diversas esferas, a Embrapa centra suas ações às dimensões econômica, social e ambiental para as desigualdades regionais e também para a inserção soberana na mundialização. A sua presença tem se ampliado para além das fronteiras do Brasil e segue a lógica da geopolítica internacional, com focos Norte-Sul; Sul-Sul; e triangular.

A comunicação é utilizada, ainda, para prestar contas das atividades desenvolvidas tanto do ponto de vista institucional quanto tecnológico. Esta característica utilitária e instrumental do campo comunicacional é percebida ao longo da história da Embrapa, em suas diferentes fases, quando os recursos de comunicação são convocados invariavelmente quando do final do processo de desenvolvimento tecnológico. Por outro lado, a visão utilitarista da comunicação também se manifesta pelo uso que dela se faz nas diferentes fases, conforme veremos a seguir.

A primeira fase da comunicação da Embrapa, entre 1973 a 1994, é fortemente influenciada pelo difusionismo, especialmente o modelo de pacotes tecnológicos, demarcado pelo trabalho dos centros de pesquisa, que tinham nas áreas de difusão uma das principais atividades de contato com a sociedade. Este período tem aportes importantes das atividades comunicacionais que precedem a criação da estatal, quando eram realizadas pelo próprio Ministério da Agricultura, por meio de seus institutos. A comunicação da pesquisa estava alinhada com outro órgão importante naquela época, a Associação Brasileira de Crédito e Extensão Rural (ABCAR). A extensão e a pesquisa, portanto, estavam muito alinhadas, sob o mesmo ordenamento. Porém, quando é criada a Embrapa ocorre também a instalação da Empresa Brasileira de Extensão Rural (Embrater). Elas deixam de ser ligadas ao Estado, embora tenham sido programaticamente instruídas para trabalhar articuladas, fazer a transposição entre a geração da tecnologia e sua utilização pelos agricultores.

A matriz comunicacional ampara todas estas ações de interação com a sociedade, por meio de estratégias específicas. A natureza desta matriz, como já se disse, é o projeto difusionista, linear, transferidor de conhecimentos, tanto para a extensão rural quanto para a pesquisa agropecuária. As advertências de Paulo Freire, contidas no seu livro *Comunicação ou Extensão?* Editado em 1967, no Chile, pouco serviram para reflexão dos técnicos da época.

A realidade mostrou um paulatino afastamento entre a pesquisa e a extensão com o decorrer dos anos. A relação pretendida se desfaz por completo com a extinção da Embrater em 1990, no governo Fernando Collor de Mello, sob o argumento político de que a estatal da extensão não cumpria seus objetivos. Entretanto, os profissionais da área sequer foram ouvidos a respeito, sendo surpreendidos pela decisão unilateral.

Apesar das mudanças propaladas, esforços e intenções; esta fase encerra-se em 1990, com a extinção da EMBRATER, pelo governo Collor de Mello; com poucas ou melhor nenhuma voz foi ouvida em defesa da Extensão Rural, nem da classe política, que durante 15 anos usou o sistema em benefício de suas bases e, em muitos casos, em benefício pessoal, não foi possível reverter a situação, instaurando-se o caos no setor; isto porque com a extinção da EMBRATER, as Empresas Estaduais ficaram acéfalas (MARQUES; VIELMON, 2006, p. 8).

A Embrapa seguiu seu rumo e teve que fortalecer suas ações comunicacionais especialmente as corporativas, direcionadas para formar uma imagem positiva da instituição na sociedade. Passou a investir em comunicação organizacional de forma mais efetiva, mantendo foco secundário em difusão de tecnologia. O resultado desse investimento tem heranças atuais, já que a maioria dos comunicadores tem mais atividades ligadas ao sistema corporativo do que na atividade fim. Nas Unidades os jornalistas, por exemplo, estão ligados diretamente às chefias, por meio dos Núcleos de Comunicação Organizacional (NCOs), conforme decisão da Diretoria Executiva.

Voltando à história, nas primeiras décadas era da Sede da Empresa, do seu Departamento de Difusão de Tecnologia (DDT) que emanavam as orientações para os setores de Difusão das Unidades. Curiosamente estes setores eram em sua maioria coordenados por agrônomos sem qualquer treinamento na área de comunicação (HEBERLE, 2006). Com o tempo ocorreu investimento em capacitação, em áreas correlatas, como extensão rural, mas são poucos os técnicos

que retornaram com suporte teórico capaz de influenciar nos destinos da ação estratégica de interação com a sociedade e superar o modelo difusionista, ainda muito influente na instituição.

É nesta época, na década de 90, que a Embrapa, a exemplo de outras instituições, passa a incorporar a comunicação em seu organograma de gestão, estruturando suas assessorias de imprensa, relações públicas e marketing. A matriz passou a ser a comunicação pública, por meio do fortalecimento da imagem corporativa.

Na Embrapa esta fase demarca uma reação ao episódio Embrater, que poderia levar ao fechamento também da Embrapa. A reação veio com a decisão institucional de criar um grupo de trabalho para desenvolver um plano de comunicação para a empresa, com o objetivo de fortalecer a imagem institucional. Profissionais de diversas unidades foram chamados à Brasília para se aliar na estratégia que levou à contratação de um consultor, sendo escolhido o professor da USP, Wilson da Costa Bueno. Assim, com estes aportes, em 1995 a estatal começa a desenvolver sua política de comunicação, cuja primeira versão é adotada a partir de 1996.

Quadro 1 – Modelos comunicacionais da Embrapa

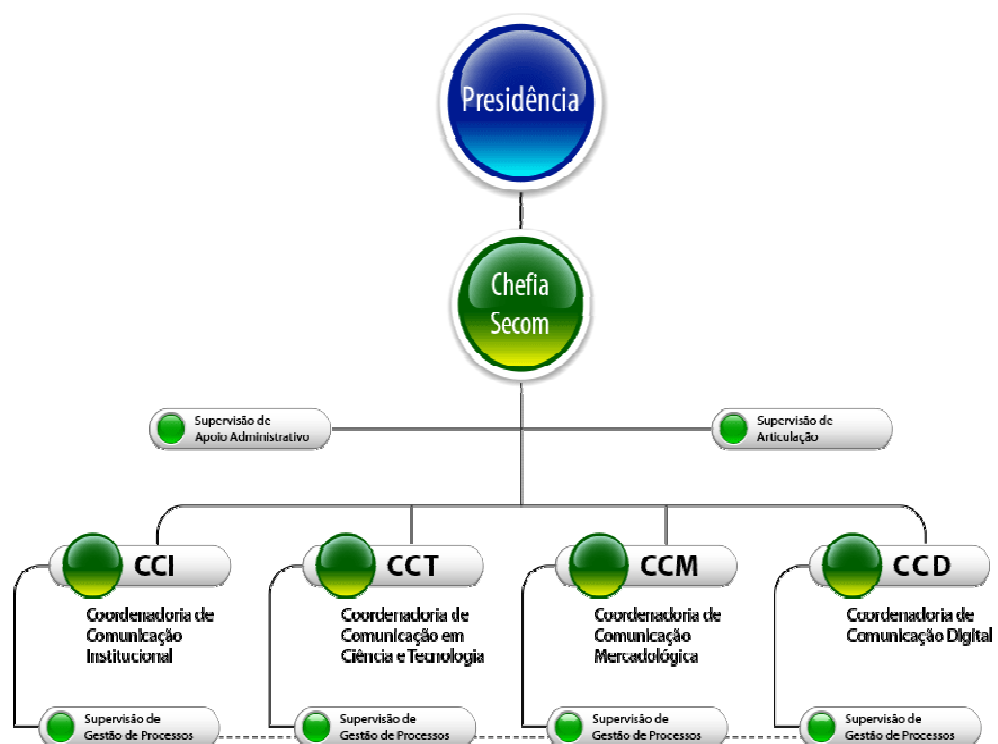
<p>De criação, em 1973 até a década de 1990</p> <ul style="list-style-type: none">• Modelo de comunicação: difusionista• Gestão da comunicação: pesquisadores <p>Nesta fase os serviços de comunicação se dão de forma basicamente utilitaristas.</p> <p>Do período de 1995 – aos dias de hoje</p> <ul style="list-style-type: none">• Modelo de comunicação: organizacional• Gestão da comunicação: comunicadores <p>Nesta fase as ações de comunicação especializada passam a ocupar mais destaque e a gestão da transferência passa a ser dos pesquisadores.</p>

Fonte: Elaborado pela autora.

Desta breve contextualização da comunicação da Embrapa podemos de forma objetiva resumir suas fases, que reproduzimos no quadro.

A responsabilidade pela coordenação das ações de comunicação da estatal brasileira é da Secretaria de Comunicação – Secom. Sua estrutura atual se dá seguindo quatro modelos comunicacionais, dispostos em quatro coordenadorias, conforme ilustra o quadro a seguir.

Figura 1 - Organograma da Comunicação na Embrapa



Fonte: Secom Embrapa (2014).

O Fluxograma acima traduz a formatação da comunicação da Embrapa atualmente. Responsável pelo sistema comunicacional da estatal, em sua Sede (Brasília) e nas 47 unidades de pesquisa, bem como pela execução da Política de Comunicação, a Secretaria de Comunicação (Secom) está diretamente ligada à presidência da instituição. O modelo atual é composto por quatro coordenadorias que têm as seguintes atribuições:

Coordenadoria de Comunicação em Ciência & Tecnologia: comunicar a ciência, seu *modus operandis*, a sua contribuição para o desenvolvimento da sociedade, as soluções que opera. Popularizar a ciência. Tornar a ciência atraente a empregados, lideranças, parlamentares, estudantes, donas de casa, crianças, entre outros públicos. Seus produtos são: assessoria de imprensa à Diretoria Executiva da Embrapa, conteúdo de ciência e tecnologia, Revista XXI, newsletter, agência de notícias, atendimento à imprensa, Conexão Ciência (programa de televisão), capacitações.

Coordenadoria de Comunicação Digital: comunicar as diferentes informações de interesse da Embrapa e de seus públicos de forma digital. Seus produtos: assessoria à Diretoria Executiva em ações de comunicação digital, hotsites, blogs, novos aplicativos e outras mídias digitais, postagens e atualizações das mídias sociais, edição do boletim interno Todos.com.

Coordenadoria de Comunicação Institucional: comunicar missão, valores, estratégias, marca, responsabilidade social, cultura, diretrizes, normas, informações, corporativas e gerenciais para públicos internos e externos. Produtos: assessoria à Diretoria Executiva e à presidência, visitas nacionais e internacionais, eventos institucionais, edição da Folha da Embrapa (veículo dirigido ao público interno), folders e outras publicações institucionais, murais institucionais, comunicação instantânea (sistema Allert), identidade visual.

Coordenadoria de Comunicação Mercadológica: comunicar produtos, serviços e informações da Embrapa e seus parceiros com foco em negócios e no mercado público e privado dos resultados do trabalho da instituição. Produtos: assessoria à Diretoria de Transferência de Tecnologia, projetos de comunicação mercadológica, campanhas publicitárias, feiras e exposições, SAC, newsletter para públicos dirigidos.

Este modelo de funcionamento da Secom mostra formas diferenciadas de estabelecer relações com os segmentos ao tentar cobrir as diferentes instâncias da organização. Trata-se da forma encontrada pela Secretaria para estabelecer relações com as sociedades dos meios ao tempo que se articula com as formas específicas de

mediatização. As modalidades deixam perceber a centralidade das mídias no tipo de relação que a Embrapa estabelece com a sociedade, tanto interna quanto externamente.

As modalidades nos inspiram a compreender as ações realizadas pela Embrapa nesta relação sutil entre as lógicas de comunicação. De um lado tais lógicas são permeadas pelas operações dos meios e por outro, também pelas da mediatização.

As modalidades, desta forma, compõem a forma de operar da comunicação na Embrapa, que tenta, com seus tentáculos, abarcar as diferentes manifestações comunicacionais, diante da complexidade das operações realizadas pela instituição. A análise sobre este modelo será retomado no Capítulo 4, quando tratamos das ações e operações comunicacionais.

2.8 A Comunicação da Embrapa *desembarca* na África

Os movimentos que antecedem o *desembarque* do Brasil na África e também aqueles que ocorrem durante e depois dele, sob a luz da comunicação, carregam estratégias e ações comunicacionais e, em alguns deles, passam à cena midiática, com a publicação e veiculação em jornais e sites. Os preparativos burocráticos ou diplomáticos rumo aquele continente circulam em abril de 2006, tendo como cenário as comemorações dos 33 anos da Embrapa, na exposição Ciência para a Vida, conforme ilustra a matéria da Agência Brasil.

Figura 2 - Agência Brasil: Embrapa vai abrir escritório na África



Fonte: Lôbo (2006).

Assinada pela jornalista Irene Lôbo a matéria é estrategicamente veiculada durante o maior evento realizado pela estatal, no qual tradicionalmente reúne tecnologias, produtos e serviços para serem lançados a públicos distintos, entre eles políticos e a comunidade internacional representada pelas embaixadas.

O documento é a porta de entrada para a viagem comunicacional às terras dos baobás, dos Tabom e do escritor Mia Couto onde o protagonismo será, a partir de 2010, um robusto projeto para a Savana moçambicana – o Prosavana.

A partir de 20 de abril de 2008, data em que é inaugurado o Projeto Embrapa África, tendo como sede Acra, em Gana, um novo rol de notícias anuncia a presença da estatal na África. Começa, então, o *desembarque*. Com isso, as ações e estratégias comunicacionais da estatal, entre elas a produção de notícias sobre a presença de pesquisadores naquela parte do continente africano, a elaboração de um plano de comunicação com a finalidade de dar sustentação às relações institucionais da estatal com seus diferentes públicos, são realizadas e engendradas às atividades e ações de outros campos sociais que se inserem nos arranjos de cooperação técnica, sempre mediados pela ABC/Itamaraty. O desconhecido mundo da ruralidade africana começa a ser apresentado aos comunicadores da Embrapa.

Com experiência em comunicação empresarial e na transferência de tecnologia, a Embrapa embarca nessa nova ruralidade. Para enfrentar os desafios, a presidência da estatal toma uma iniciativa até então inédita: envia um profissional da comunicação à África e abre espaço para elaboração do projeto **Comunicação: ferramenta estratégica para a atuação da Embrapa na África**. Liderado pela jornalista Carina Gomes Rufino, lotada na Embrapa Soja (centro de pesquisa localizado em Londrina, no Paraná) o projeto tem a participação de profissionais da assessoria de Comunicação Social da Embrapa (ACS, atual Secom) e dos pesquisadores Paulo Galerani e Cláudio Bragantini, os primeiros a trabalhar na Embrapa África.

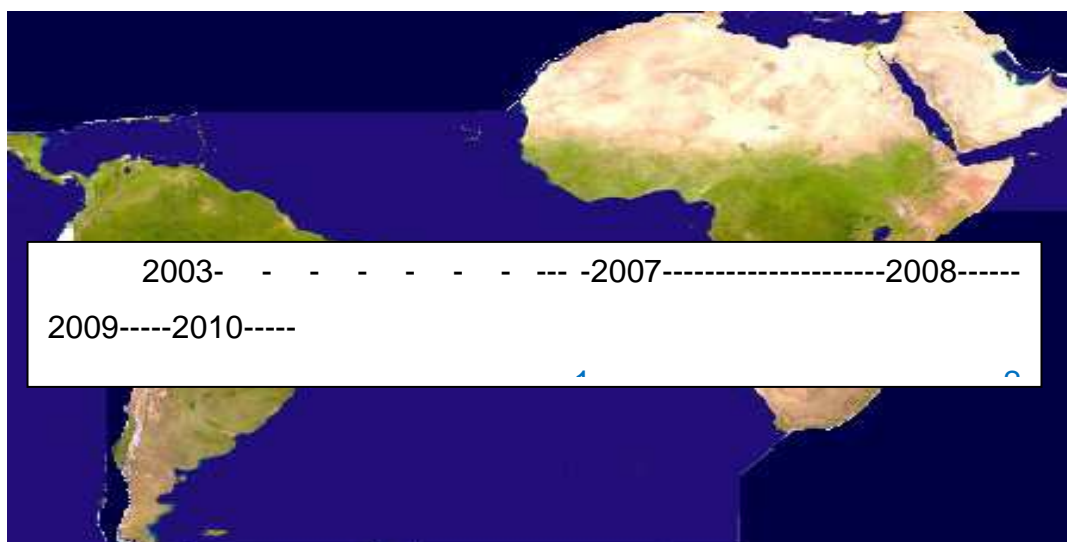
O projeto foi organizado com base em seis planos de ação¹⁰ e pretendia facilitar a aproximação dos atores da comunicação da estatal com os

¹⁰ Plano de Ação 1: gestão do projeto. Plano de ação 2-Organização das Informações Institucionais; Plano de Ação 3: estratégias para apoiar a apresentação da Embrapa África aos públicos estratégicos (embaixadas brasileiras na África, instituições de pesquisa locais, regionais e organizações não governamentais, doadores internacionais, agências de desenvolvimento, imprensa; Plano de Ação 4: relacionamento com o Brasil, com ênfase nos fluxos internos de informação; Plano de Ação 5: memória da Embrapa na África. O plano de ação 6: pesquisas de avaliação dos resultados alcançados pelo projeto. Período de realização do plano: 24 meses.

comunicadores, produtores e técnicos das instituições africanas e parceiros de empresas privadas instalados em países daquele continente. O plano é programado para ocorrer durante 24 meses. São executadas algumas das ações previstas, como a edição do Boletim Embrapa África, releases e elaboração de pautas que destacassem a atuação da estatal. O plano não é estendido por um novo período, mas as atividades mais pontuais têm prosseguimento. Para uma melhor compreensão do desenvolvimento delas decidimos apresentá-las numa espécie de linha do tempo, deixando os detalhes comunicacionais sobre o nosso estudo de caso, Moçambique.

2.8.1 As Fases da Comunicação na Linha do Tempo

Figura 3 – O desembarque na linha do tempo



Fonte: Elaborada pela autora.

As fases da comunicação para o desembarque

2003-----2007: Neste período observamos uma forte interação entre os campos político e comunicacional. Aqui ocorrem os momentos de discussões sobre como deve ser o modelo de cooperação, de que maneira a Embrapa se fará presente na África, qual país reúne condições de abrigar o primeiro escritório da estatal e quais os procedimentos diplomáticos a serem tomados nesse sentido. São produzidas notícias sobre o ir e vir dos acertos diplomáticos e técnicos. É também nesta fase em que a diretoria executiva publica edital para seleção de dois empregados que deveriam se encarregar da coordenação das atividades no projeto

Embrapa África. No campo da comunicação, contudo, o evento de maior ênfase é o envio de uma profissional do jornalismo para Acra, Carina Gomes Rufino, logo após a abertura das atividades naquele país, com o objetivo de fazer um diagnóstico da comunicação para o escritório. A diretoria pretendia compreender, tendo o olhar técnico como apontador balizador, as complexas interfaces de relacionamento com seus públicos prioritários na África, entre eles instituições congêneres, universidades e a mídia. As informações coletadas nesse diagnóstico deram origem a um planejamento denominado Comunicação: ferramenta estratégica para a atuação da Embrapa na África.

2008..... 2010: Nestes dois anos há uma intensificação da cobertura da mídia nacional sobre as atividades da estatal em Gana e das missões de técnicos a países africanos com o intuito de elaborar projetos de cooperação técnica, sempre mediados pela Agência Brasileira de Cooperação. A forte característica deste período fica por conta da inauguração do projeto Embrapa África, em Acra, de um novo deslocamento de jornalista aos países onde a estatal desenvolve projetos, da execução do planejamento elaborado por Carina Rufino, da produção de releases, da edição e veiculação do Boletim Embrapa África (interno); veiculação na mídia nacional e internacional da expansão das relações Brasil-África e das atividades da Embrapa no continente africano.

2010-----: A grande característica desta fase se dá com o trabalho da Embrapa em conjunto com os profissionais de comunicação e extensão do Instituto de Investigação Agrária de Moçambique (IIAM). São realizadas duas missões com comunicadores neste período, sendo duas delas em 2011, nas quais o resultado é a realização de um Plano Estratégico de Comunicação (PEC) para o IIAM e a elaboração de uma proposta de programa de rádio, com a capacitação de recursos humanos para esta finalidade, bem como a instalação de um estúdio de radiodifusão para dar suporte à utilização deste dispositivo no apoio à comunicação do IIAM com seus públicos. Também é nesta fase que começam as atividades do Prosavana, bem como sua repercussão na mídia nacional e internacional.

Sob o ponto de vista comunicacional o caso Embrapa em Moçambique, centrado no Projeto Prosavana é o nosso estudo porque é justamente neste país onde se concentram com maior intensidade as ações e estratégias comunicacionais deste *desembarque*.

Em todos os cenários e contextos apresentados neste capítulo percebemos a maneira como os campos sociais envolvidos no *desembarque* do Brasil na África: o caso Embrapa em Moçambique apropriam-se da mídia, em particular aqueles que atuam em projetos de solidariedade global. Tanto que não são raras as ações de comunicação envolvidas nos campos da política ou da economia, que dificilmente nos é possível perceber em uma primeira visada.

O caso Embrapa em Moçambique ilustra tal situação. As ações ora são de cunho institucional, ora se reportam ao público técnico e, em outros momentos, voltam-se para os públicos internos da estatal brasileira e do Instituto de Investigação Agrária de Moçambique (IIAM).

Parece-nos cada vez mais evidente o papel dos produtos comunicacionais na Embrapa, o que se manifesta por meio das falas, enquanto estratégias singularidade dos processos de midiatização. Observamos a diversidade que caracteriza as formas de midiatização no âmbito desses contextos. A midiatização, então, parece se dar por meio de uma diversidade de ações e produtos comunicacionais, entre eles o livro *Paralelos – Corredor de Nacala*, publicado pela Embrapa.

A publicação trata de detalhes técnicos, como clima, solo e enfatizando as similaridades entre o Cerrado brasileiro e a Savana moçambicana, chamando a atenção para as oportunidades de desenvolvimento para a agricultura daquele país da África. O lançamento do livro é uma ação do campo da comunicação que permeia o campo da ciência, da política, das relações internacionais.

Lançado em outubro de 2010, em uma feira de ciência e tecnologia – conforme release publicado na página da Embrapa Monitoramento por Satélite, unidade responsável por esta ação, em Campinas, o livro tem exemplares distribuídos a instituições de pesquisa e educação. Enfim, estes são alguns dos contextos, talvez os mais relevantes, que nos ajudam a compreender o objeto desta pesquisa.

Na sequência vamos entrar na formulação de alguns conceitos que nos ajudarão a descrever as ações comunicacionais que foram postas em execução em três momentos que envolvem tal *desembarque*.

A reflexão teórica que vem a seguir pode nos ajudar a entender a relação entre o objeto e a metodologia analítica, imprescindível para que se saiba e se

compreenda como tudo isso que até aqui foi narrado acontece na incidência e marca referencial dos fatos.

3 DOS CAMPOS SOCIAIS ÀS ESTRATÉGIAS COMUNICACIONAIS

No presente capítulo desenvolvo algumas reflexões sobre matrizes e modelos comunicacionais aos quais se estruturam as ações e estratégias comunicacionais que engendraram o ciclo do *desembarque* brasileiro na África, especificamente em Moçambique. Dialogo com elas no sentido de construir respostas sobre o meu problema de pesquisa: “como estratégias e ações comunicacionais articuladas com lógicas e operações de outros campos sociais constroem o *desembarque* do Brasil na África?” Tal providência visa ainda situar como horizonte os objetivos desta dissertação no sentido de “definir e analisar quais as estratégias e ações de comunicação foram utilizados em articulação com outros campos sociais pelo Brasil no desembarque na África”.

Observa-se um conjunto de iniciativas de diferentes campos sociais (político, tecnológico, educativo, agrícola, financeiro...) em diálogo, que se entrelaçam segundo várias práticas e estratégias. Eles podem ser observados segundo matrizes e modelos comunicacionais, por meio de suas principais bases teóricas, metodológicas e epistemológicas. Para um leitor desatento trata-se de mais uma notícia, mas quando observamos a sua dimensão geopolítica, o fato se amplia em função da complexidade. Diante do desafio, precisamos compreender as estratégias de contato entre realidades diferentes e como elas dialogam. São aspectos que destacam a importância da dimensão e do campo comunicacional como referência estruturadora de iniciativas voltadas para a promoção do desenvolvimento e outras naturezas e manifestações políticas.

Neste entrelaçamento dos campos sociais no cenário africano é possível entender suas complexidades e como eles afetam e são afetados pela matriz comunicacional. O eixo analítico passa a ser, então, as ações e estratégias deste acontecimento o qual chamamos *desembarque*. Este eixo é presidido pelas lógicas, estratégias e operações que estão formuladas segundo a inspiração de modelos comunicacionais que serviram como referência para os *desembarcados* na África, uma espécie de acontecimento que se engendrou segundo princípios e referências comunicacionais. Cada um destes modelos tem sua localização contextual e níveis de aplicação em épocas distintas, muitos deles mostrando complexas articulações com racionalidades de vários campos (da economia, da política e das ciências agrárias, enfim).

Estas expressões comunicacionais nascem e tomam a feição ou forma segundo lógicas e postulados das instituições nas quais foram forjados. Assim é que se pode reconhecer as manifestações de vários deles no acontecimento do qual nos ocupamos. Ou seja, há lógicas próprias que identificam os campos (político, institucional, econômico...) que podem ser identificados como tais.

A fim de enfrentar a compreensão sobre as lógicas institucionalizadas, precisamos compreender como elas funcionam, do que são feitas. Por exemplo, a forma de agir (discursivamente) da Embrapa, mostra muito dos seus fundamentos, expressos nas ações e estratégias pré-existentes, mas que constitui o mesmo ideal ou o ideológico do que foi *desembarcado* na África. Afinal, não há como separar a comunicação desembarcada na África daquela exercida e institucionalizada no Brasil, guardadas algumas singularidades.

Reconhecemos que, historicamente, o aspecto comunicacional sempre se fez presente em iniciativas voltadas para o desenvolvimento de ações que assegurariam a transferência de tecnologias e conhecimentos para realidades distintas. Porém, o nosso estudo de caso traz características muito específicas na medida em que os modelos comunicacionais não são acessórios, mas constituintes das ações e das estratégias, conforme teremos oportunidade de descrever em capítulo seguinte. Antes, porém, como disse acima, refletiremos sobre aspectos teóricos e metodológicos destas matrizes e modelos, conforme se descreve nas partes seguintes deste capítulo.

Nosso trajeto se fará da seguinte forma: em primeiro lugar, vamos refletir sobre algumas matrizes comunicacionais que se engendram na esfera de visões mais tradicionais das ciências sociais. Neste caso, procuraremos mostrar características de algumas delas, recorrendo a referenciais de matrizes psicológicas, sócio antropológicas, processuais, difusionista, de várias orientações de escolas (assim nomeadas como Funcionalista, a interacionista na versão de Palo Alto; Sócio antropológica, etc.).

Enfatizaremos algumas teorias que embora pensadas para o âmbito das ciências sociais servem como referências para orientar práticas comunicacionais. Recorreremos a conceitos que explicam o trabalho dos campos sociais e principalmente o do campo das mídias, no sentido de instituir novas formas de interações na organização da vida das instituições. Por fim, vamos privilegiar algumas noções sobre a midiatização em processo, valendo-se de visões mais

contemporâneas que procuram mostrar um deslocamento da problemática comunicacional da esfera da estrutura dos próprios campos sociais para as suas processualidades. Mas, desta feita, na forma de circuitos que dão novas dinâmicas às ações da comunicação. Entendemos que todos estes três ângulos, principalmente o que se refere ao funcionamento da mídiatização, segundo fluxos e processos, ajudam-nos a compreender os modelos comunicacionais utilizados e cujas ações se voltaram para instituir formas de ontem entre culturas distintas. Ou seja, envolvendo lógicas dos que produziram o *desembarque* e aquelas outras afins a vida da própria cultura e realidade moçambicanas.

No plano prático estas operações são realçadas à medida que são resgatados fragmentos desse *desembarque* e dão vida a um mundo das relações entre as lógicas comunicacionais de um conjunto de lógicas institucionais brasileiras, principalmente a da estatal brasileira que pilotou o processo de *desembarque*, e o ambiente africano, da Savana moçambicana. Neste sentido, busca-se compreender o campo da comunicação para o caso específico em que a situação é problematizada. Estas noções sobre o lugar teórico no qual tratamos os conceitos são fundamentais para iluminar a análise do nosso corpus de pesquisa.

Trata-se de observar, portanto, como alguns conceitos se manifestam em estratégias geopolíticas e também em vivências e acontecimentos de outros campos sociais. Infere-se que diferentes campos sociais são afetados pela forma institucionalizada de operar a comunicação. Vale também pensar no contrário, ou seja, que as formas institucionalizadas dos demais campos se expressem e possam ser captados pela da comunicação.

Conforme nos referimos acima, queremos saber como estratégias e ações comunicacionais articuladas com lógicas de operações de outros campos sociais constroem o *desembarque* do Brasil na África? Para tanto, perseguimos a compreensão mais ampla sobre a natureza dos campos sociais e partimos para o cenário onde tais campos se encontram, dialogam (ou não), interagem e se complexificam neste evento. De imediato admitimos que se trate de uma comunicação com processualidades e transversalidades que são engendradas antes mesmo do *desembarque*, se estendem durante este evento e, como um rio caudaloso, segue seu percurso expandindo-se para fases seguintes.

O foco e o recorte necessário para a execução da pesquisa nos exige iluminar as diferentes fases deste *desembarque* bem como suas ações preparatórias. O

primeiro recorte está condicionado ao campo de estudo, tendo as operações comunicacionais como alinhamento à frente da identificação destas lógicas ou formas de operar. Para isso escrutinamos o *desembarque* em seus desdobramentos, em sua complexidade política, econômica, cultural, mas, sobretudo, com ênfase ao aspecto comunicacional.

Ressaltamos, como lembranças, que muitas ações que foram implementadas neste *desembarque* se deram por iniciativas do governo brasileiro e se fazem através de textos, informações que referenciam a realização dos acordos diplomáticos, expressos em atos oficiais, mas também em outras modalidades de comunicação, como por exemplo, textos jornalísticos (releases). Também através do contato face a face, no âmbito de relações institucionais e organizacionais, bem como no de reuniões com embaixadores africanos, trocas de mensagens do corpo diplomático brasileiro, enfim, manifestações de toda ordem que também se situam na ambiência das comunicações de natureza digital. Faremos um recorte no universo destas ações, cujo corpus estudado procura destacar dimensões sobre a importância do paradigma comunicacional enquanto força propulsora.

As ações estudadas contêm rastros e indícios nas suas operações de comunicação, dos modelos sobre cuja arquitetura se faz o trabalho comunicacional. Elas nos ajudam a observar esta complexa estrutura formada por dinâmicas e engrenagens político-institucionais. Por meio da comunicação se pode observar esta viagem rumo ao continente dos baobás, das Savanas e, finalmente, entender como acontece o *desembarque*, em seus diversos sentidos e simbologias. Assim, tais elementos nos levam a compreender a comunicação como uma das forças, constituintes e inevitáveis da estruturação do *desembarque*. Isso é compreensível, pois dada a irreversibilidade da interação (conceito que aprofundaremos mais tarde neste capítulo), a comunicação é processo vivo, presente em todas as dimensões pessoais e nas ações institucionais. A comunicação é subjacente, porque sabemos que os sujeitos sociais em interação - pessoas ou instituições- não podem deixar de comunicar, conforme destacamos a seguir num dos principais paradigmas da Escola de Palo Alto.

Desta maneira, a seguir começaremos a descrever os princípios de algumas das escolas que favorecem a interpretação do que pretendemos mostrar nesta pesquisa.

3.1 O Comunicacional na Perspectiva de Palo Alto

A visada sobre o conceito de irreversibilidade do processo comunicacional surge no âmbito da chamada Escola de Palo Alto¹, na Califórnia-EUA. Ficou também conhecida como “Colégio Invisível”, dado que muito dos seus membros não se encontravam fisicamente. Esse núcleo de investigação nas áreas da psicoterapia e psiquiatria foi fundado em 1959, oriundo do Mental Research Institute. Teve como base uma equipe liderada por Gregory Bateson. Essa linha de pesquisa entende que existe uma regra do comportamento que os seres humanos utilizam nas relações interpessoais e que afetam a comunicação. Os pesquisadores desta Escola recusavam a ideia de um esquema linear ou simplificado da comunicação e desenvolveram seus estudos com base em seus vários níveis de complexidade, contextos múltiplos e sistemas circulares, em que o receptor tem tanta importância quanto o emissor, segundo o contexto de uma nova atividade interacional.

Palo Alto entendia que é impossível não se comunicar principalmente porque a comunicação é um processo permanente que reúne vários tipos de comportamentos verbais e não verbais que compõem um conjunto integrado e irreversível. Os princípios fundamentais do Colégio Invisível são:

- a) A essência da comunicação reside em processos relacionais e interacionais;
- b) Todo comportamento humano possui um valor comunicacional;
- c) Observando a sequência de mensagens sucessivas e a relação entre os elementos e o sistema, é possível deduzir a lógica da comunicação.

Neste sentido os teóricos de Palo Alto afirmam que a comunicação acontece, mesmo que não seja intencional, consciente ou bem-sucedida (WATLAWICK; BEAVIN; JACKSON, 2007). Ou seja, a comunicação é um produto de relação entre atores ou instituições da qual resultam mensagens que não são conhecidas a priori, mas que de alguma maneira informam sobre o estágio da comunicação tentativa, enquanto registro de alguma informação. Para os teóricos de Palo Alto a princípio

¹ As teorias dos intelectuais que fizeram o colégio invisível têm como base o interacionismo simbólico; a teoria geral dos sistemas, a cibernética e a psicanálise. Além de Gregory Bateson é composta ainda por Erving Goffman, Edward Hall, Paul Watzlawick. Emergiram nas décadas de 40 e 50, quando os meios de comunicação são eleitos como objeto de várias disciplinas.

nada se sabe do que resulta da relação que instituições travam e, mesmo que o resultante destas interações não seja convergente com as intenções dos intercambiantes das mensagens, sempre geram algum tipo de informação. É desta lógica que temos a famosa proposição: é impossível não comunicar, tudo comunica.

Compreendemos que a complexidade das ações, estratégias e toda ordem de iniciativas do campo da comunicação decorrentes da relação Brasil-África podem ser tanto explícitas (como atos comunicacionais), quanto implícitas (históricas, culturais, políticas, enfim). Todas elas nos interessam. Comungamos, com a Escola de Palo Alto, que há neste contexto comunicacional intensas trocas de mensagens e interação que vão constituir as unidades histórico-comunicacionais. A análise deste estudo está centrada nestas unidades.

O cenário inicial deste amplo contexto pode ser as interações pretéritas da gênese portuguesa das viagens aos continentes, quando ao Brasil chegaram as primeiras *naus* com homens e mulheres africanos na condição de escravos. A ordem portuguesa de ocupação e exploração, fez com que a necessidade mecânica de mão de obra fosse o regimento normativo das operações desumanizadas. Ou seja, não havia preocupação com pessoas, mas com processos produtivos e concertação de mercados.

Observamos que os movimentos do Brasil na África, séculos mais tarde, podem conter algo dessa marca histórica. Talvez uma resignificância, que também pode ser interpretada como uma espécie de “pagamento” da dívida brasileira para com os povos africanos. Neste caso recente a moeda é a cooperação técnica – diplomaticamente chamada de solidariedade. Isso, entretanto, não parece claro, pois outros interesses, geopolíticos e comerciais, podem ser os reguladores. E, neste caso, pode-se dizer que na forma nada mudou de lá para cá.

Lidamos neste *desembarque* do Brasil na África, como visto, com ações e estratégias de diferentes ordens. Desde atividades político-institucionais, no que se pode chamar de filosofia do processo, até ações práticas, entre as quais as missões técnicas, produção de releases ou a condução de um experimento de hortaliças. Todas estas esferas nos fazem pensar no papel da comunicação, enquanto instituidora de sentidos em suas formas de interação, dada a inevitabilidade de comunicar.

Sem a linha d'água da comunicação dificilmente se poderia encontrar esse *desembarcar* e com ela entender como ocorrem as interações entre os atores desta

história, construída de diferentes tecidos sociais. Se, por um lado temos a cultura ocidental em sua brasilidade, *desembarcando* no continente africano com suas técnicas comunicacionais e agrônômicas, carregadas pela Embrapa, do outro lado do Oceano Atlântico está à diversidade dos povos africanos. Esta riqueza de trocas de toda ordem, de atores indo e voltando de um lado para o outro da África e de lá para o Brasil – e vice-versa, é também um processo de mobilidade que pertence ao comunicacional.

3.2 A Perspectiva Cultural da Relação Brasil-África

Outro olhar teórico, vizinho ao comunicacional, que nos ajuda a iluminar o nosso objeto de estudo pode ser encontrado na antropologia da cultura, aquela que Stuart Hall (2011) apresenta como uma necessidade de se compreender a força e a resistência das identidades culturais. Ou seja, nem tudo pode ser pasteurizado, mesmo na sociedade global. Os artefatos e as identidades locais são pontos de resistência de culturas que são muito fortes e devem de todas as formas ser respeitadas, especialmente pela modernidade ocidental. O rastro cultural dos negros africanos no Brasil nos mostram o quanto esta resistência é viva, seja na religião, na música, na culinária e em outros comportamentos culturais.

Hall (2011) diz que o valor do nacionalismo e da identidade e das particularidades, mesmo nos tempos do Século XXI constituem uma notável e inesperada virada cultural. Para ele “[...] a globalização não parece estar produzindo nem o triunfo do global, nem a persistência em sua velha forma nacionalista do local” (HALL, 2011, p. 97). Dessa forma, os deslocamentos da globalização são bastante contraditórios e sugerem o protagonismo de comunidades de resistência.

Parece-nos que estas observações também devem ser levadas em consideração quando o Brasil desembarca na África com a sua bagagem ocidentalizada, tecnológica e modernizante. A perspectiva de abordagem de Hall (2011) ajuda a compreender os tipos de contato intercultural, a ligação e a relação entre os povos. Observamos, no caso Brasil-África, que esse contato é ao mesmo tempo tão próximo (historicamente) e tão diferente (contemporaneamente), mas mantém ligações que se estruturam e possibilitam as relações. Elas passam a ser estruturadas num determinado *locus*, um espaço estruturado pelas políticas e dinamizado pelas mídias. Hoje, tais manifestações são estruturadas e dinamizadas

por códigos e operações que articulam mais diferenças do que convergências, como veremos mais adiante neste trabalho.

Trata-se, sobretudo, de compreender como se processa a migração de sentidos, ou dos quadros de experiência, como diz Adriano Rodrigues. Para ele, ao se traduzir a experiência carrega-se modalidades específicas de conhecimento e de domínio dessas regras. Neste sentido a comunicação da experiência não é só transmissão pura e simples, mas manifestação de um saber de que “se possui competência e autonomia. Ao contrário da experimentação, a experiência manifesta-se pelo domínio implícito de regras” (RODRIGUES, 1977)².

No caso Brasil-África, parece óbvio que a transmissão da experiência pressupõe um trabalho de aprendizagem, no decurso do qual se exige um número relativamente grande de experimentações para que se configure como válida a informação transmitida, já que a experiência situa-se para além das experimentações, como nos adverte Rodrigues (1977). Afinal, tudo depende da credibilidade da mensagem trocada entre os comunicantes e disso depende o reconhecimento atribuído pelo destinatário, ou do capital de credibilidade que está disposto a atribuir ao destinador da mensagem.

3.3 Modelos Comunicacionais de Inspiração Linear Difusionista

Compreender o *desembarque* das ações e estratégias de comunicação na África é um exercício que exige olhar pelo retrovisor. Primeiro para o Brasil e antes disso buscar no passado o modo de operar a sua comunicação, na esfera das instituições que se voltavam para comunicação como ferramenta de suas estratégias de transferência de conhecimento. Vamos encontrar alguns traços no que se convencionou tratar da divulgação do conhecimento ou de campos afetos a comunicar seus resultados.

Teremos que compreender neste contexto também estratégias de outros campos sociais, como já mencionamos, pois geração e a adoção de tecnologias sempre determinam impactos os mais diversos, diretos e indiretos. São vários os aportes necessários para iluminar a área da ciência e sua disseminação, dada a complexidade que a envolve. Há uma tendência da ciência moderna de especialização e setorização, além de certo isolamento de outras áreas. A

² Comunicação e experiência, texto de Adriano Rodrigues publicado na BOCC.

tendência, como resultado desta prática, é que as respostas científicas sejam muito específicas e isoladas de outras questões contextuais que envolvem os problemas de pesquisa. Respostas ofertadas pelas ciências naturais que não agregam olhares para as questões complexas da sociedade e das humanidades, por exemplo, geralmente revelam a falta de sintonia entre o que a sociedade deseja como resultados de pesquisa e aquilo que os cientistas ofertam como resultados.

A Embrapa também registra esses comportamentos, e sua ação comunicacional é reveladora destas contradições. As análises mostram que é necessário maior contato entre as ciências para executar as ações com a sociedade que se destina a servir (HEBERLE, 2012). Em termos de políticas que envolvem a transferência de conhecimento em realidades distintas ao âmbito tecno-econômico e político das instituições, o que geralmente acontece é que os departamentos de transferência trabalham “para” as comunidades. Ou seja, além de desprezar a dialogia interna das ciências, o procedimento ignora os conhecimentos tácitos dos sujeitos sociais.

Ao examinarmos alguns dos modelos que serviram de base para o difusionismo observamos inicialmente que eles seguem orientações lineares de origem da sociologia difusionista, pensada no contexto norte-americano, amparados em teorias positivistas, norteadas por princípios epistemológicos formulados naquele país ainda na década de 1950-60. Tais modelagens tinham como lastro comum a oferta de informação tecnológica como indutora do processo desenvolvimentista. As teorias se orientavam pela lógica positivista no estilo estímulo-resposta, preconizada pela teoria comportamentalista de Skinner. A ideia básica estava centrada no papel do emissor, numa dissociação arbitrária das funções do receptor, visto mais como objeto no processo informacional.

O funcionalismo (norte-americano) trouxe em seu rastro vários modelos, no qual a comunicação aparece singularizada como uma ação transmissora de mensagem entre um ponto a outro do sistema. Teorias do começo dos anos 1940 nos EUA, tinham sua centralidade nos problemas de comunicação daquele país.

Nos interessa aqui revisar alguns destes modelos com a finalidade de conhecer seus pressupostos comunicacionais, especialmente aqueles que inspiram a orientação difusionista de Everett Rogers. Neste caso em particular referimos aqueles que influenciaram a comunicação na área agropecuária.

A visão comportamentalista-linear influenciou vários modelos, inclusive aqueles que inspiraram a análise do funcionamento das mídias. Partindo de Claude Shannon e Warren Weaver, depois Harold Lasswell, Paul Lazarsfeld e Elihu Katz³ são personagens dentre outros que observam fundamentos da comunicação como ação transferencial (conforme as estruturas abaixo). Eles são os precursores das pesquisas de comunicação norte-americana, de natureza funcionalista, que vê a problemática dos efeitos. Nosso interesse ao descrevê-los é o de comparar as modelagens oriundas destes estudos e avaliar se ainda se fazem presentes nas operações comunicacionais para África aqui estudadas. Para tanto expomos a seguir os fundamentos de algumas delas.

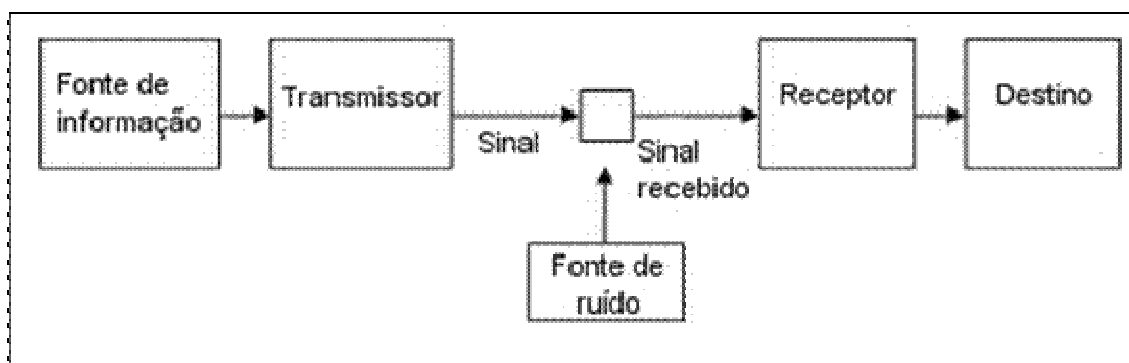
- Circular ou Matemático?

Na perspectiva aqui descrita, a ideia central é a comunicação enquanto uma atividade de transmissão de mensagens. Ela nasce do trabalho de Claude Shannon e Warren Weaver elaborado sob o título: *A Teoria Matemática da Informação* (1949). Este modelo propõe que uma fonte que passa a informação a um transmissor que coloca num canal, que a leva a um receptor, que a passa a um destinatário.

Trata-se de uma modelagem linear de observar a comunicação para o qual seus criadores dizem que não serve apenas como um modelo que funciona na detecção e resolução dos problemas técnicos da comunicação. Segundo eles, se aplicaria às questões semânticas e aos problemas pragmáticos da comunicação.

³ Lasswell, Katz (1938), Lazarsfeld (1945) juntamente com Bernard B. Berelson (1948) e Wilbur Schramm (1953) faziam parte do conselho editorial da *Revista de Public Opinion Quarterly*, editada pela Universidade de Princeton, que se converteu na porta voz da American Association for Public Opinion Research (AAPOR). Esta revista surge como resultado da necessidade política de obter e divulgar conhecimentos sobre o controle da opinião pública e das atitudes públicas, em pleno andamento da Primeira Guerra Mundial.

Figura 4 - Modelo circular ou Matemático



Fonte: Infopédia (2015).

Este é o modelo clássico de onde emergiram as reflexões sobre a eficiência da transmissão dos sinais constituintes da mensagem telegráfica, já que foi desenvolvido no cenário dos laboratórios da Bell Company, onde Shannon e Weaver trabalhavam. Portanto, trata-se de explicação lógica para a matriz da engenharia de telecomunicações.

Elaborado durante a Segunda Guerra Mundial, pode-se dizer que este é um modelo típico para explicar o processo da informação com base na teoria matemática que visa a precisão e a eficiência do fluxo informativo. Neste sentido ele é fonte inspiradora para vários outros modelos oriundos de outras matrizes, dentre elas a proposta de Lasswell (1987), explicitada em seu famoso artigo: “A estrutura e a função da comunicação na sociedade” largamente referido nos estudos da comunicação de massa, ainda no presente, mas sobretudo no apogeu do funcionalismo.

- Paradigma Linear de Lasswell: capturando a recepção

O paradigma de Harold Lasswell tem relação direta com as ideias de Shannon e Weaver, na medida em que observa o processo como linear, condutivista, de transmissão. Diz que a iniciativa de comunicar é sempre do emissor e que os efeitos são apenas no receptor.

O paradigma de Lasswell é uma das primeiras sistematizações da pesquisa funcionalista para estudar os *mass medias*. As comparações com os fluxos biológicos de funcionamento dos organismos são flagrantes. Para ele, qualquer ser vivo precisa da comunicação para manter-se em harmonia com o meio ambiente. Os

seres vivos passam a ter estímulos externos e os processam de maneira a assegurar a atuação de suas partes especializadas. Trata-se, portanto, de um dos textos fundadores que precedem os estudos mais específicos de campos sociais, por exemplo.

Por isso a escola funcionalista é uma vertente importante, ainda que de caráter conservador, dos estudos sobre o funcionamento da comunicação midiática, no âmbito da sociedade dos meios. Trata-se de uma angulação muito importante, por seus efeitos, em gerar muitos estudos que lhe sucederam. Em: “A estrutura e a função da comunicação na sociedade”, Lasswell descreve o funcionamento da comunicação, como aquele que responderia às questões principais do ato comunicativo.

As articulações que permitem descrever o funcionamento do modelo de Harold Lasswell podem ser sistematizadas da seguinte maneira:

Quem?	Estudos sobre o emissor e a estrutura e condições da emissão das mensagens
Diz o quê	Estudos das estruturas de conteúdo das mensagens
Por que canal?	Estudos dos suportes técnicos disseminadores das mensagens
A quem?	Estudos pioneiros sobre a constituição e funcionamento das audiências e dos efeitos,
Com que efeito?	Estudo das condições de geração de efeitos das mensagens e da comunicação

Fonte: LASSWELL (1987 apud COHN, 1987, p. 105-117).

A modelagem linear não tardou a receber críticas, especialmente a de que esse paradigma não estudou o ato comunicacional em sua totalidade, tendo concentrado esforços nos efeitos, ao ignorar o papel ativo do receptor. Mas além dele, outros teóricos sustentaram modelos positivistas, ainda que apresentando outras explicações para o fenômeno dos meios de massa emergentes na época, jornais e rádio.

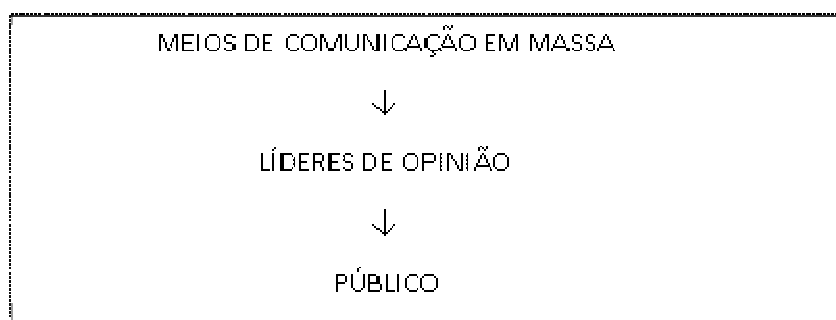
- Fluxo da comunicação em dois tempos

Neste modelo, o foco teórico também é de compreender os efeitos dos meios na sociedade. O principal pressuposto desta teoria parte da seguinte hipótese: a

massa não reage da mesma forma a todas as mensagens. Ou seja: não generaliza o público e sim sua formação com características particulares. Lazarsfeld e Katz contrariam a Teoria Hipodérmica, segundo a qual uma mensagem atinge a todos os receptores de maneira igual. O objeto de estudo dessa teoria eram os processos gerados pelos meios de massa a partir de sua presença, aqueles relacionados aos processos de formação de opinião. Hoje é inegável a contribuição dessa teoria, conhecida como *two-step flow*, a descoberta dos líderes de opinião e do fluxo de comunicação em dois níveis

Enquanto Lasswell usava o termo manipulação como palavra-chave de suas pesquisas, enfatizando assim a força unilateral da mensagem sobre o leitor, Lazarsfeld e Katz tratavam de influência chamando atenção, assim, para uma dimensão psicossocial sobre a qual repousava a pertinência da mensagem. Trata-se de uma influência que não funcionava diretamente, de um polo a outro. Pensando a noção de efeitos limitados, introduziram a importância de uma estrutura intermediária no fluxo da comunicação que se encarregaria, a seu turno, de fazer a passagem das intenções geradas em produção para os destinatários da mensagem, em recepção. Trata-se do fluxo da comunicação em dois tempos, ou seja, os efeitos somente podem ser efetivados se mediados por este elo intermediário, da emissão a recepção – mas sempre mediada. A síntese do modelo pode ser observada a seguir:

Figura 5 - Síntese do modelo



Fonte: Wolf (1999).

O modelo introduz uma dimensão intermediária como produtora e acionadora do fluxo dos efeitos, os quais não seriam produzidos apenas de modo linear, mas teriam mediadores, os líderes de opinião, que operariam nesta estrutura

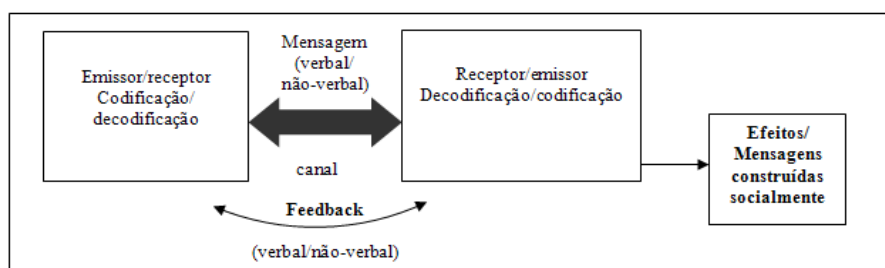
intermediária. Este seria outro modo de estudar os efeitos, amplamente usado nas estratégias de comunicação em geral e notadamente na comunicação rural.

Ao lado do paradigma de Lasswell, esta perspectiva talvez seja aquela que pressupõe mais fortemente o modelo de transferência, ao nortear a organização das formas de contato entre meios de comunicação e a sociedade. A perspectiva funcionalista se interessou pela linearização dos processos interativos entre produtores (instituições) e consumidores de mensagens. Suas teses foram de alguma forma uma espécie de primeiras fontes inspiradoras para muitos estudos críticos, ao precederem os ângulos de pesquisas norteadas pela noção de campos sociais, inspirados na sociologia crítica, de inspiração estrutural marxista. Ou seja, Lazarsfeld mostrava-se preocupado com os efeitos dos meios de comunicação de massa e as relações dos indivíduos na sociedade e deu à Teoria da Comunicação uma forte contribuição para a superação dos modelos lineares. Apontou para as normas sociais por serem as que revelam situações que vão além dos limites dos padrões morais públicos (WOLF, 1999).

- O modelo transacional de feedbacks controlados

Dentre as modelagens da escola norte-americana esta avança para outras dimensões de interpretação para o comportamento social, pois destaca a comunicação “two-way” e os processos recíprocos de trocas de mensagens mútuas, conforme Andres e Herchel (1996).

Figura 6 - Modelo Transacional de Comunicação



Fonte: Andrews e Hershel (1996).

Toda a centralidade deste modelo está condicionada ao agente de controle deste processo. Afinal, quem administra os processos de feed back, deve manter certos privilégios dessas operações. Neste sentido, a representação do modelo

gráfico não é suficiente. Esse modelo admite que as posições de emissor e receptor se confrontam, na possibilidade de retorno contínuo, de retroalimentação da informação. Pode ser considerado um primeiro passo na direção de entender o processo dinâmico da comunicação.

Este modelo e os demais revisados, bem como outros que nesta pesquisa não foram apresentados, mostram diferentes focos dos estudos, todos em busca de compreensão para o fenômeno emergente das comunicações veiculadas pelos meios técnicos, na sua maioria de âmbito dos estudos funcionalistas. Nós os tratamos como modelos, embora nem todos eles mereçam tal classificação. Reportavam também um determinado contexto histórico, estavam vinculados como também serviam de multiplicadores das expectativas dos governos norte-americanos daquela época, especialmente entre os anos de 1945-1950 quando os Estados Unidos organizam seus sistemas de comunicação internacionais, levando em consideração os fatores geopolíticos e econômicos.

Seguindo esta lógica é que o modelo de extensão rural daquele país, com sua matriz funcional-produtivista, faz seu *desembarque* no Brasil e nos chamados países do Terceiro Mundo. A “regra geral” para a aplicação das desta modelagem preconizava estratégias comunicacionais que proporcionassem a modernização do campo, proposta vivenciada na ruralidade brasileira e que veremos a seguir, numa espécie de sobrevoo mais econômico sobre esta repercussão.

3.4 A Concepção Difusionista

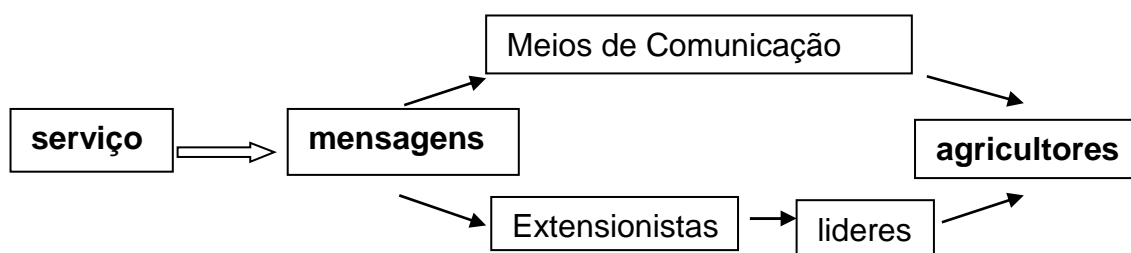
No Brasil, entre as décadas de 1940 e 1950, o Serviço de Informação Agrícola (SIA), ligada ao Ministério da Agricultura, desenvolve um programa de informação a partir do uso de meios de comunicação e de ensinamentos técnicos (BORDENAVE, 1988). Tais conteúdos referiam práticas agrícolas consideradas de alta relevância para os produtores rurais (modos de cultivo, controle de pragas e doenças, irrigação e drenagem, etc.), já que naquela época o Brasil era basicamente um país agrário. Ao longo deste período o SIA trabalhou com ferramentas comunicacionais e meios próprios⁴ e também com a veiculação de programas em emissoras oficiais e comerciais.

⁴ Rádio Rural com dois transmissores de ondas curtas, cinema (com a produção de 350 filmes)

No final dos anos 50 o SIA cedeu seu lugar a uma nova maneira de fazer informação agrícola: fortalecendo a tarefa persuasivo-comunicativa dos agentes da extensão Rural, e reduzindo a difusão direta de informação, pelos meios de comunicação de massa, a uma função de apoio ao contato *pessoal* (BORDENAVE, 1988, p.24-26).

Esta nova maneira de levar a informação para o campo que passou a chamar-se Extensão Rural chegava ao Brasil por meio da cooperação técnica dos Estados Unidos, com programas destinados aos campos da agricultura, saúde, educação, entre outros. Isso, conforme Bordenave (1988), significava estender ou transferir aos agricultores os resultados da pesquisa agrícola e ocorria de acordo com o modelo abaixo apresentado a seguir:

Figura 7 - Extensão rural



Fonte: Juan Bordenave (traduzido pela autora, 2015).

Como se observa, este modelo já prioriza a mediação mediática, por conta de sua matriz mais atualizada. Trata-se de um dos primeiros modelos que faz aproximação com a questão dos meios tecnológicos, como uma dimensão mediadora, mas que continua privilegiando também a importância do agente humano, no caso sujeito que faz a mediação entre os serviços institucionais e os atores sociais.

Os mobilizadores seriam os extensionistas, encarregados de levar o conhecimento técnico até os agricultores. Toda a lógica do fluxo sequencial repousa na linearidade, no difusionismo, o que reflete bem o cenário descrito na abertura deste item das matrizes, dada a influência norte-americana.

Na prática, para coordenar a aplicação de tal perspectiva no Brasil é criada a Associação Brasileira de Crédito e Assistência Rural (ABCAR), que substituiu o SIA e assumiu a orientação e capacitação para informação no contexto rural do país.

Essa mudança, contudo, não contribuiu para uma significativa alteração na forma de comunicar os resultados de pesquisa ao homem do campo, segundo avaliou Bordenave:

Basicamente não havia diferença essencial entre os modelos do SIA e da ABCAR quanto à ação informativa [...] a diferença radica-se no fato de que, enquanto o SIA difundia suas mensagens diretamente aos receptores através de meios impessoais como as publicações, rádios, o cinema, etc., a Extensão – sem deixar de utilizar tais meios – colocava maior ênfase na intermediação pessoal dos extensionistas e dos líderes rurais por ela mobilizados (BORDENAVE, 1988, p. 27).

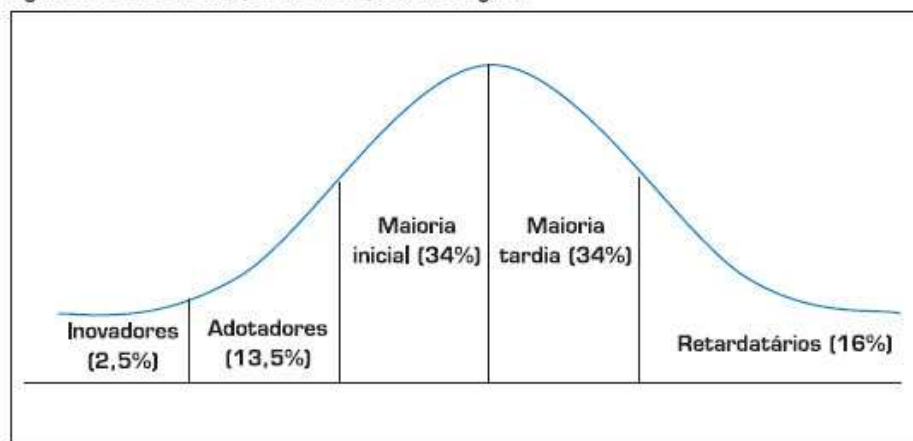
Mesmo que não tenham deixado rastros de grandes diferenças na aplicação de suas metodologias, ambos os sistemas (SIA e ABCAR) tinham em comum o objetivo: a difusão de inovações tecnológicas que incrementassem a produção e a produtividade no campo (BORDENAVE, 1988, p.28). É desta maneira que, desconhecendo fronteiras, o formato norte-americano para “incrementar” a produção agrícola - tendo o uso de fertilizantes, agroquímicos e sementes híbridas e também máquinas, além de incluir a concessão de crédito e a assistência técnica- e que ficou conhecido como “revolução verde” passa a ser adotado pelos países latino americanos, entre eles o Brasil.

- Experiência brasileira de modelos comunicacionais agrícolas

Entre 1960 e 1970 o difusionismo teve um terreno fértil para sua aplicação, pois os países sul-americanos necessitavam acelerar suas economias, baseadas na produção agrícola. É desta maneira que se tem a disseminação da lógica difusionista por um longo período, tendo tal inspiração em Everett Rogers para quem, na época, os fatores inovação, canais de comunicação, tempo e sistema social teriam influência na propagação de uma nova ideia.

Este processo baseia-se e depende fortemente na mudança de atitudes e comportamentos humanos. A ideia central da proposta é que a inovação deve ser amplamente adotada, a fim de se auto sustentar. Rogers desenvolve cinco categorias típicas do processo de adoção de inovação, que evoluem dos mais inovadores (innovators), adotadores (early adopters), maioria inicial (early majority), maioria tardia (later majority) e retardatários (laggards), conforme se pode observar no quadro a seguir (ROGERS, 1995).

Figura 8 Curva de adoção de inovação de Rogers



Fonte: Rogers (1995).

As cinco categorias de adotantes citadas por Rogers são:

- a) **Inovadores** (*innovators*) – são os primeiros 2,5 % de indivíduos que estão em contato com a inovação e que assumem os riscos de a utilizarem ou criarem;
- b) **Adotadores** (*early adopters*) – são os próximos 13,5 % dos indivíduos em um sistema a adotarem uma inovação. Eles são mais integrados ao sistema local que os inovadores e é a quem os potenciais adotadores pedirão conselho e informação sobre a inovação;
- c) **Maioria inicial** (*early majority*) – são os 34 % dos indivíduos a adotarem uma inovação antes da média das pessoas no sistema;
- d) **Maioria tardia** (*later majority*) – são os 34 % de céticos em um sistema. As inovações são recebidas com um ar cauteloso; assim, eles não as adotam até que a maior parte dos indivíduos do sistema tenha aceitado a novidade;
- e) **Retardatários** (*laggards*) – representam 16 % de indivíduos. São os últimos a adotarem a nova ideia. Como seus recursos são limitados, eles devem ter a certeza de que uma nova ideia não irá falhar e lhe trará bons resultados.

Everett Rogers mostra que a adoção de uma inovação sugere uma curva sinótica considerando uma distribuição de frequência que começa com o lançamento de uma tecnologia e cobre o uso que as pessoas fazem das informações científicas. No modelo de Rogers o fator tempo é muito importante, pois disso também depende

as tipologias de adoção, sugerindo que existem aqueles que são atraídos naturalmente pela inovação até aqueles retardatários ou aqueles que não adotarão as tecnologias ou inovações, ficando de fora do processo de inovação. Para estes últimos o sistema não prevê formas de inserção.

De forma muito peculiar esta proposta comunicacional de matriz positivista e inspiração linear mostra como a sociedade poderia ser observada e seus comportamentos sintetizados em padrões determinados. A matriz mostra, em termos sociológicos, o quanto a visão deixava à margem quem mais precisava de ajuda para avançar. A maioria. Trata-se de uma matriz adaptativa do contexto, condicionada a uma variável comportamental que lhe é externa, incontrollável. As variáveis sob controle, aliás, eram as apostas do sistema preconizado por Rogers.

- Contestações ao difusionismo

Os questionamentos sobre estes e outros fatores do modelo levou a que muitos autores contestassem as teses positivistas de Rogers. Entre elas, a mais emblemática foi protagonizada pelo próprio Rogers, que repensou a sua tese inicial. Ele admitiu que o sistema pode falhar: as inovações se manifestam de formas diferentes em várias culturas e campos de produção e são altamente sujeitas aos tipos de adotantes e ao processo de inovação-decisão então ele reescreve em parte o seu livro (ROGERS, 1995). Ou seja, ele encontra uma brecha no monolitismo linear de seu próprio modelo.

Antes disso, porém, Bordenave já havia feito críticas ao modelo difusionista, que não se detinham nas mesmas variáveis de Rogers. Para o comunicador paraguaio, o modelo que havia registrado êxito para os norte-americanos, nos países latinos e especialmente no Brasil, não encontrara o mesmo sucesso porque, entre outros fatores, deveriam ser consideradas as variáveis particulares dos agricultores, as experiências locais, em contato com as culturas institucionais. Note-se que há de certa forma um reencontro com a noção antropológica de Hall, quando fala em troca.

A falha radicou no fato de que o sistema de produção do agricultor não funciona somente com tecnologia mas também precisa de terra, capital, mão-de-obra e boa administração. Estes fatores não estavam, na América Latina, tão facilmente ao alcance da maioria dos rurícolas como nos Estados Unidos (BORDENAVE, 1988, p.35).

As falhas apontadas encontram ressonância também nas reflexões comunicacionais que o educador Paulo Freire faz em 1967, em seu exílio no Chile. Para ele não importa o nome que seja dado a este formato (extensão, de difusão ou de transferência). A ideia subjacente é a de “depositar” conhecimentos e ignorar a experiência do outro. Esta falta de alteridade, para ele, resulta numa visão curta do processo, que se resume em apenas transferir tecnologia ou conhecimento. Significa fazer a extensão enquanto ato culturalmente invasivo que, mesmo sem a pretensão consciente, indicia a ideia de superioridade daqueles que levam a informação, e que curiosamente pensam fazer comunicação, segundo observa o educador. Freire adverte, solicita atenção aos valores culturais, a experiências de vida dos agricultores. Ele contrapõe ao extensionismo vertical a ideia de uma comunicação centrada no diálogo, envolvendo os diferentes atores do processo.

Quando Freire pensa a noção de comunicação o faz projetando para uma práxis que possa se passar entre instituições, e seus agentes, e os atores sociais, no caso os educandos, camponeses. Isso não pode ser esquecido, pois o dialogismo em Freire é um conceito central e típico para enfrentar os problemas de uma nova interação, que se faz com alto grau de simetria.

Parece-nos, entretanto, que a ação extensionista envolve, qualquer que seja o setor em que se realiza, a necessidade que sentem aqueles que a fazem de ir até a “outra parte do mundo”, considerada inferior, para, à sua maneira, “normalizá-la”. Para fazê-la mais ou menos semelhante a seu mundo (FREIRE, 2011, p.20).

O pensamento de Freire, como se observa, é centrado num modelo dialético e dialógico de comunicação, embora ele mesmo dispensasse o rótulo de modelo ou teoria às suas teses. Ele está muito preocupado com as formas de interação. Dialogou muito com as ideias do interacionismo simbólico, com as vertentes teóricas de Irwing Goffman (1959) e George Herbert Mead (1934), especialistas sobre o tema do interacionismo.

Talvez se possa anotar comportamentos extensionistas lineares muito peculiares ao se observar o que acontece no Corredor de Nacala, em plena Savana de Moçambique, seguindo o que aconteceu com o Bioma Cerrado brasileiro, hoje completamente comprometido em função de grandes projetos agrícolas. Vimos a

comparação da Savana com o Cerrado em publicações, em releases e no próprio projeto Prosavana – materiais a serem analisados no Capítulo 4.

Naturalmente que há comparações de ordem técnica, quanto ao tipo de solo, clima, feitas após análise destes elementos. Porém, essas interpolações discursivas nos levam a pensar novamente sobre o que diz o educador Paulo Freire, relativo à forma com que a comunicação é utilizada e neste universo em particular, o comando da “extensão” parece nortear as ações. Ou seja, a pergunta de Freire, “Comunicação ou extensão?” continua atual e procedente, mesmo depois de tanto tempo.

- Transferência de tecnologia, o mesmo difusionismo?

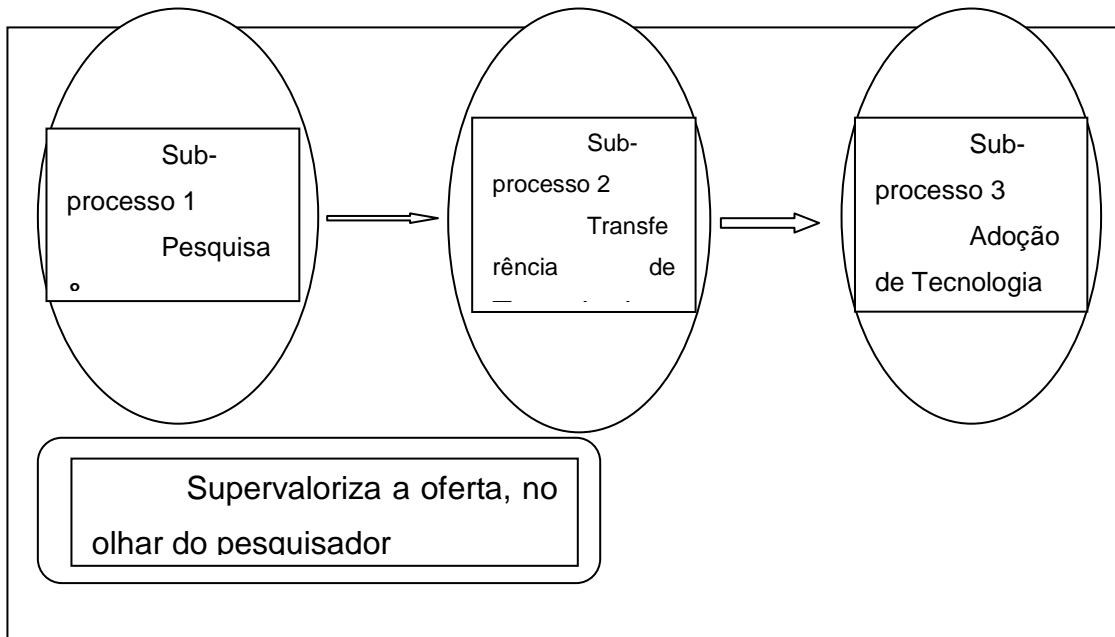
É interessante lembrar que a maioria das propostas sobre transferência estão ligadas à divulgação da ciência e tecnologia (C&T). Elas compõem os esforços institucionais que, por sua vez, estariam vinculados às estratégias de desenvolvimento. Tal momento é descrito por Bordenave (1988) como de organização/participação e demarcada pelo esforço dos governos em assumir os seus processos de desenvolvimento, ao tempo em que buscavam a superação à modelagem difusionista.

A ideia de transferência de tecnologias aparece na metade da década de 70, quando os estados incluem em seus planos de desenvolvimento uma maior autonomia no processo tecnológico, com reflexos nas operações dos processos comunicacionais. Substancialmente aparecem as mensagens originadas da divulgação científica, que cruzadas por fatores como a crescente competição pelo financiamento da pesquisa científica, especialmente em países de economia periférica como o Brasil. Pressionados pelos dispositivos econômicos, pesquisadores e instituições que geram ou adaptam tecnologia, passaram a considerar a comunicação com a sociedade como item fundamental para a manutenção de suas estruturas. Trata-se, na forma de operar, de um modelo indutor, centrado no positivismo, que prevê a mudança de comportamento social, fortemente articulado com as operações proporcionadas pelas mídias.

Observa-se, portanto, que as ações comunicacionais para transferir tecnologia não conseguem superar o modelo inaugurado por Rogers em 1962 sobre difusão de inovações. A orientação da transferência segue a lógica linear de

geração, validação, transferência e adoção de tecnologias. Nesta abordagem a inovação está baseada no desenvolvimento de tecnologias “para” os agricultores e demais atores do setor agropecuário. Em essência, tal abordagem trabalha com a perspectiva de oferta de tecnologias e informações tecnológicas, conforme pode se observar no esquema a seguir.

Figura 10: A supervalorização da oferta



Fonte: Marco Referencial de TT- Embrapa, 2014

No esquema apresentado acima, se observa o que é executado pela Embrapa, pelas suas áreas de Transferência de Tecnologia, como um dos principais agentes do processo comunicacional sobre o qual se dá a transferência de conhecimento. Neste escopo e lógica comunicacional em operação é que acontece o *desembarque* na África, pela estatal brasileira. Ela gera as tecnologia e pacotes tecnológicos, entre eles sementes melhoradas, recomendações para correção de solo e uso de fertilizantes, controle de pragas, sistemas mecanizados, dentre outros, transferidos/difundidos pelo sistema público e ou privado de assistência técnica e extensão rural para os agricultores.

Neste modelo linear, a expectativa é de que ao final, a adoção dos produtos tecnológicos resulte em maior produção, produtividade e ganhos econômicos. Em sua representação gráfica se pode observar que, embora seja mais complexo do que as modelagens dos pesquisadores norte-americanos, este modelo de processo

comunicacional é detentor de uma lógica muito semelhante aos formatos apresentados anteriormente.

Porém, a Embrapa está refletindo sobre estas formas de atuação e passa por mudanças institucionais. Além disso, a Embrapa utiliza de outras estratégias para contatar com a sociedade, o que ocorre em diferentes instâncias organizacionais, como veremos a seguir.

- Da transferência da Embrapa e sua complexificação

Ao se analisar o organograma da Embrapa, se pode observar os lugares onde as modalidades de comunicação aparecem e nos permite dizer que estão disseminadas em diferentes setores. Uma primeira visada mostra que a comunicação da Secretaria de Comunicação (Secom), como unidade central, está desconectada do processo de transferência de tecnologia. As caixas, os compartimentos, funcionam como unidades isoladas, cada uma delas tentando resolver os problemas comunicacionais. O fluxograma é um emblema de como funcionam os setores.

Esta percepção sobre os lugares institucionalizados de comunicação talvez se deva ao fato de que a abordagem comunicacional, para ser compreendida, necessita de um olhar mais dedicado e que admita a sua complexidade.

Massoni (2010), diz que a formulação da comunicação em geral deve ser feita desde uma perspectiva e abordagem multiparadigmática. Segundo esta autora nos encontramos em uma conformação de um campo de estudo complexo, “absolutamente novo e contemporâneo” (MASSONI, 2010, p.305).

A matriz epistêmica do modelo embrapiano de fazer comunicação, pelo que parece, ainda não consegue perceber a complexidade e a fluidez deste campo. Por isso a empresa tem várias instâncias comunicativas em suas unidades, a maioria desconectadas – portanto sem articulações.

Massoni procura entender a comunicação como processo, dentro do que ela chama, ao analisar o caso do INTA (Instituto Nacional de Tecnologia Agrícola da Argentina) como um sistema de “comunicação estratégica”. O INTA (uma congênere da Embrapa naquele país) criou o CICE (Coordenación de Investigación em Comunicación Estratégica), que é um espaço de integração das capacidades das equipes institucionais para trabalhar os processos deste campo.

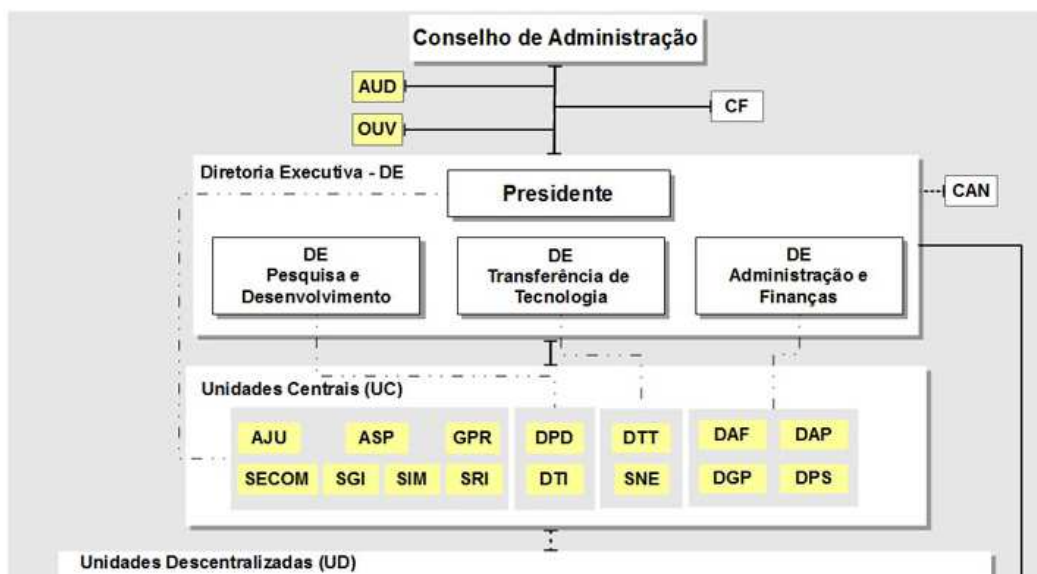
Nos propomos a sair da comunicação institucional, sair apenas dos produtos e integrar a tarefa institucional à comunicação como elemento condutor no processo de inovação; auxiliar a definição de políticas, normas, procedimentos e padrões em matéria de comunicação, com o fim de acompanhar as atividades substantivas e a gestão institucional; projetar a executar investigações, tanto em nível regional como nacional, para gerar insumos que melhorem o trabalho do INTA. (MASSONI, 2010, p. 35).

Como resultado desta ação, o INTA tem realizado jornadas nacionais sobre metodologias de comunicação estratégica, com a participação de técnicos da instituição nas 12 distintas províncias da Argentina. Este material está disponível na página do CICE.

No organograma da Embrapa (conforme ilustração abaixo) não é possível induzir para esta consideração de forma direta, mas as operações de trabalho apontam mais diretamente para certa desconexão entre as partes do sistema. A Secom, conforme a sua proposta de trabalho, tem a transferência como uma espécie de cliente. No seu organograma, a área é tratada como “negócios tecnológicos”, o que não encontra correspondência na estrutura do Departamento de Transferência (DTT).

Figura 11

Organograma



Fonte: Embrapa(2015)

Por seu turno, no organograma do DTT, não há especificidade para as ações de comunicação. Nas unidades, onde comunicação e transferência tem suas ações mais práticas, igualmente esta correspondência é dissonante. De acordo com as últimas decisões da Diretoria Executiva, a comunicação está diretamente ligada à Diretoria e, nas Unidades, aos chefes das mesmas. Isso pode ser observado no organograma, pela linha tracejada que liga a Diretoria Executiva à Secom. Por seu turno, a Transferência é um setor ligado à Diretoria de Transferência, na Sede, ou à chefia adjunta que leva este nome, nas Unidades Descentralizadas.

Em síntese, as ações de comunicação e de transferência operam em espaços diferentes, pois enquanto à Secom cabe a comunicação corporativa e de relações públicas, a Transferência está encarregada de toda a interação da instituição com a sociedade, carregando o seu principal ativo: a informação tecnológica.

Este modelo sem conexão direta entre comunicação e transferência é também o que *desembarca* na África, conforme veremos. Interessante observar esta desconexão, pois mesmo nos modelos positivistas implantados no Brasil a partir da década de 1960, comunicação e difusão de tecnologias eram considerados intimamente ligadas, de tal forma que um não funcionaria sem a articulação com o outro. As observações de Bordenave são bem claras em relação a “utilização” da comunicação. Entretanto, a Embrapa parece ter dificuldade em alinhar estas operações, tanto no plano prático quanto no discursivo.

A complexidade do cenário onde se dão as estratégias e ações comunicacionais do *desembarque* brasileiro na África, com a presença e atuação de diversos campos sociais, abre as possibilidades para pensar em uma comunicação complexificada, no qual os indivíduos levem em consideração a interação. Para tanto, outros modos interacionais, sustentado por teorias e metodologias mais abertas e participativas, como as de Bordenave e Paulo Freire, além de práticas em execução desde a década de 80 por pesquisadores da Universidade de Wagening, na Holanda, parecem estar mais alinhadas à realidade complexa que se observa neste evento e que será analisada no Capítulo 4.

Interessante que se observa também a perspectiva de uma proposta que reconhece as limitações das experiências anteriores, mas que ainda não está implementada. Desta maneira, o destaque é para o sintoma segundo o qual a busca por um modelo que reconheça as limitações dos usados, até então, ao mesmo

tempo em que parta para outras potencialidades, como o que descreveremos a seguir.

Um destes conceitos está no Marco Referencial de Transferência de Tecnologia aprovado pela Diretoria Executiva da Embrapa em dezembro de 2014. Nele são introduzidos conceitos sobre a construção coletiva do conhecimento e a interação social. Tal documento também prediz que se trata de mudar a forma de observar o circuito do desenvolvimento tecnológico, como novas formas de dialogar e “trocar” saberes com a sociedade. Precisamos esclarecer que este movimento não prevaleceu no *desembarque* do Brasil na África, especialmente no caso Embrapa em Moçambique, já que se trata de uma política de atuação posterior ao desembarque, que sequer foi internalizada.

A perspectiva inovadora de modelagem que a Embrapa busca incluir em seu processo produtivo surge a partir dos anos 80 e pressupõe maior interação entre o tecnológico, o institucional, o social, o econômico e o ambiental. Os agricultores passam a ser considerados atores, sujeitos, e não mais objetos dos planos das instituições. Por seu turno os conhecimentos científicos e os saberes tradicionais, bem como as estratégias de comunicação se articulam e propiciam a emergência de redes sociotécnicas⁵ locais e inovadoras.

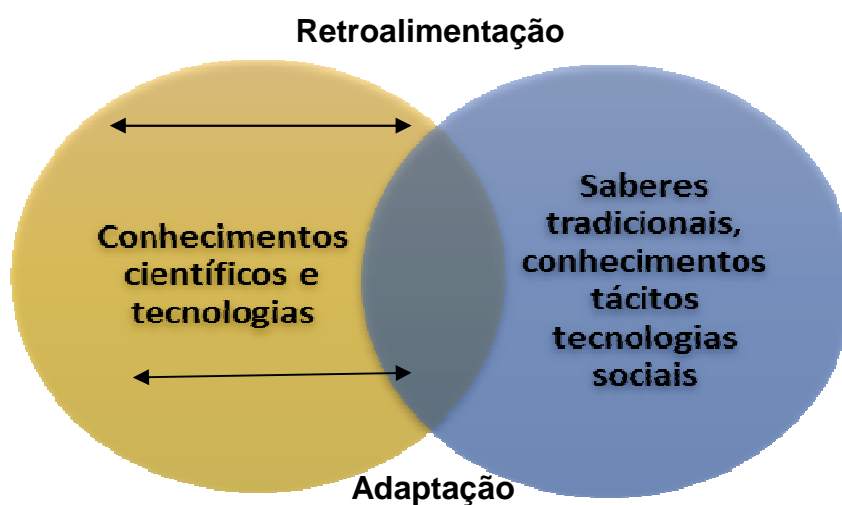
A Universidade de Wageningen, na Holanda, trabalha há muitos anos com esta perspectiva. Ela prediz que os agricultores participem das decisões do tipo de desenvolvimento que desejam. Entretanto, para atuar neste contexto é preciso pensar a realidade de forma complexa e transversal. “Vivemos numa realidade multidimensional, simultaneamente econômica, psicológica, mitológica, sociológica, mas estudamos estas dimensões separadamente, e não umas em relação às outras” (MORIN, 1999, p.2).

A perspectiva pressupõe grande interação social, com o intercâmbio de saberes laicos e conhecimentos científicos. Pressupõe abordagens participativas e interdisciplinares com o reconhecimento dos conhecimentos tácitos de sujeitos que têm diferentes visões e expectativas. O enfoque interativo permite que tecnologias e

⁵ Redes sociotécnicas são o que Bruno Latour (1994) define como a estrutura das redes, na qual o ser humano seria mais um nó numa estrutura não-linear, sempre aberta a novos componentes. A produção contemporânea de ‘coletivos híbridos’ sugere um modelo de redes como um espaço fértil para viabilizar a produção e a circulação de conhecimento e as novas configurações sociais que emergem na atualidade.

conhecimentos já desenvolvidos sejam interpretados e adaptados, mediante realidades específicas e valores particulares. Ou seja, não se trata de levar informações de forma linear e indutiva, mas discutir a apropriação, se realmente ela for necessária, do ponto de vista dos agricultores.

Figura 12: O intercâmbio



Modelo de intercâmbio de conhecimentos,

Fonte: Marco Referencial da Embrapa-2014

No Brasil esta modelagem tem avançado a partir de enfoques isolados, mesmo dentro da Embrapa, dada a percepção de alguns pesquisadores e agentes de transferência, sobre a complexidade do processo. Desloca-se a lógica da oferta de tecnologias para outra em que as demandas são a referência principal. Um dos resultados objetivos dos modelos interativos é a retroalimentação do ciclo pesquisa, desenvolvimento, validação, transferência e adoção. Um dos exemplos da Embrapa é o da pesquisa em melhoramento de batata, que conta com a articulação da comunicação em todas as fases de desenvolvimento, especialmente em seu início. Este case foi apresentado como destaque em comunicação para o desenvolvimento em outubro de 2014, na Organização das Nações Unidas para Agricultura (FAO), em Roma, por ocasião do Ano Internacional da Agricultura Familiar.

Uma curiosidade interessante sobre esta última visão do modelo é se, com esta proposta, o desembarque se daria de outra forma e suas repercussões (especialmente as negativas) seriam as mesmas. Afinal, o que os nativos da África e representantes de ONGs cobram da atuação da Embrapa naquele continente é justamente a falta de “escuta” às comunidades locais.

Espera-se que, ao analisar as ações comunicacionais no próximo capítulo, se reconheça, com base nos dados, como as ações comunicacionais operam. A observação deve nos levar a compreender o tipo de interação realizada, a possibilidade de a sociedade local ser escutada, ou se os locais constituem apenas atores passivos, cuja existência não é levada em conta pela atividade implementada.

Para compreender a complexidade do sistema ou do formato adotado pela Embrapa e as pressões dos diferentes campos sociais na produção e na disseminação do conhecimento, é importante saber como funcionam tais forças que interagem no sentido de determinar o jogo de pressões institucionais tanto interna quanto externa à organização.

3.5 Dos Campos à Miatização: das Estruturas aos Processos

Nosso interesse de observação nesta dissertação é examinar o trabalho dos campos e das ações comunicacionais neste processo de contato e de cooperação que o Brasil trava com Moçambique, a partir de decisões de caráter político. Observamos o campo da comunicação não situado apenas como uma dimensão específica, mas em articulação com um conjunto de interações de outros campos e suas práticas. Trata-se (a comunicação) de um bom e complexo lugar para observar como acontece o *desembarque* do Brasil na África. É importante saber que operadores de vários sistemas estão em jogo, interesses da ordem geopolítica, econômica, cultural, entre outros. Suas estratégias e ações se desenvolvem em um território com particularidades históricas e lógicas próprias e para as quais o exercício de colocar-se no lugar do outro – e este outro é o próprio anfitrião dos *desembarcantes*- é primordial para compreender os processos que se desenrolam no interior das diferentes sociedades residentes naquelas terras. Afinal, não tratamos de um produto, mas sim de processos que envolvem trocas, especialmente simbólicas, que alimentam laços estabelecidos entre os sujeitos sociais e destes com o meio ambiente (RODRIGUES, 1994, p. 22).

Queremos reafirmar um caminho para o *desembarque* comunicacional inevitável, compartilhado de ações, iniciativas, estratégias de vários campos sociais, que mostram um acontecimento em várias dimensões de espaço e temporalidade. Isso tudo compõe, articula, interage mas também pode dissipar-se gerando não apenas os sentidos previstos, mas outras reações que se engendram no curso dos processos com vários campos sociais. Não há como desatrelá-lo daqueles que regulam ou ditam as normas da conformidade e da convivência da linguagem e das ações ou, ainda, daqueles que também definem o estatuto e os papéis dos sujeitos sociais (RODRIGUES, 2001, p.141).

Embora esteja atrelada aos demais campos em situações diversas e da mesma maneira distintos e complexos, a comunicação não é apenas instrumento (passivo), à mercê das vontades dos indivíduos, das instituições, dos grupos organizados ou informais. Ao contrário é o processo instituinte, de organização e funcionamento de espaços, ao articular várias estratégias de campos diferentes, segundo diversificadas ações, de onde emergem produtos que trazem marcas de vários campos, mas sob a dinamização do vetor comunicacional. É neste complexo entrelaçamento onde ocorrem as ações e os seus discursos e no qual também se dá o próprio jogo dos papéis que as instituições lhe destinam (RODRIGUES, 2001, p.141).

Desta maneira, compreender a natureza da comunicação, enquanto ações organizadas segundo princípios de um campo ou de coletivos e suas conexões com ações de campos sociais, é examinar seus processos sob ângulos que propiciam ir adiante daquilo que têm sentidos múltiplos e que só podem ser vistos a partir da tensão interacional, dos campos e dos modelos que são eleitos para descrever tal funcionamento.

É sob este ângulo que buscamos responder a pergunta desta pesquisa: como as estratégias e ações comunicacionais, articuladas com lógicas e operações de outros campos sociais, constroem o *desembarque* midiático do Brasil na África? Para isso precisamos explorar a seguir, em termos teóricos, a noção de campo, suas interações e, particularmente, a importância do campo das mídias, notadamente suas lógicas e operações.

- Algumas noções sobre campo e campos sociais

Antes de descrever a dinâmica e as interações entre campos, é preciso aclarar o que estamos entendendo pelo conceito de campo, campos sociais e, particularmente o de campo das mídias. Há elementos estruturais e processos dinâmicos que precisam ser explicados a luz destes conceitos, especialmente a importância do comunicacional como dimensão que pode explicar a noção das estruturas e dos processos, no sentido de recuperar o comunicacional como elemento instituinte destas interações (RODRIGUES, 2001).

Pode-se descrever o campo social como um espaço multidimensional de posições tal que qualquer posição pode ser definida em função de um sistema multidimensional de coordenadas cujos valores correspondem aos valores das diferentes variáveis pertinentes: ou os agentes distribuem-se assim nele e, na segunda dimensão, segundo a composição do seu capital – quer dizer, segundo o peso relativo das diferentes espécies no conjunto das suas posses (BOURDIEU, 2012, p.135).

Um campo conforme a descrição de Bourdieu, compartilhada por Rodrigues (1999) é sempre resultado de um jogo de forças, no que tenta superar a visão de Marx, de uma sociedade de classes. Nos campos, todos existem em relação aos outros que o compõem e nesse cenário é que se dá o jogo de forças, de acordo com o capital relativo de cada um. Ou seja, os indivíduos têm um capital específico, que está se confrontando a todo tempo com o capital dos demais. Esse é o jogo que se dá no interior dos campos.

Um campo social é o resultado ou o efeito de uma gênese, de um processo de autonomização secularizante bem sucedido, graças à aquisição da capacidade de impor, com legitimidade, regras que devem ser respeitadas num determinado domínio da experiência, baseadas numa indagação racional metodicamente conduzida. Este processo está intimamente associado à constituição do sujeito e à sua progressiva emancipação das coações que impedem a sua autonomização no seio da tradição. Entre os factores desta coacção, contam-se os determinismos herdados da tradição e legitimados de maneira transcendente assim como a ausência de controlo dos fenómenos da natureza (RODRIGUES, 1999, online).

Ou seja, os campos se engendram, sendo possível que, em uma primeira visada, não identificamos relação entre eles, face a complexidade de suas relações.

Eles seriam como reflexos atravessando uma vidraça, formando suas próprias dimensões. Possivelmente devido a esta complexidade da dimensão de cada um é que se torne menos perceptível, sem uma observação mais determinada, verificar a atuação, o “poder”, o modo de ser das ações de cada campo social, em especial aquele que nos dedicamos aqui, o comunicacional.

A noção de campo social caracteriza bem a busca social pela autonomia em certo espaço simbólico. No interior dos campos há sempre intensa disputa social por espaços. Um campo não é, portanto, algo estável onde são facilmente identificáveis os seus contornos. Como os campos são forças vivas, compostas de individualidades com seus respectivos interesses, eles são espaço social.

Um campo social constitui uma instituição social, uma esfera de legitimidade, o religioso, a família, o militar, o político, o científico, o econômico, são indiscutivelmente campos sociais. Por isso os designamos quase sempre com um artigo definido. Definem esferas de legitimidade que impõem com autoridade indiscutível atos de linguagem, discursos e práticas conformes, dentro de um domínio específico de competência. A legitimidade é, assim, o critério fundamental de um campo social (RODRIGUES, 2001, p.143-44).

Cada espaço de legitimidade corresponde, assim, a um campo específico – cultural, econômico, educacional, científico, jornalístico etc -, no qual são determinados a posição social dos agentes, seus perfis, crenças, ethos, e onde se revelam, por exemplo, as figuras de “autoridade”, que manifestam maior ou menor volume de capital, especialmente capital simbólico – aquele que todos perseguem, em função do prestígio necessário para ter forças para permanecer na disputa pelo campo.

Os conceitos de campos sociais, tomando como base as descrições de Pierre Bourdieu (2012) e Adriano Rodrigues (2001) facilitam, portanto, o andamento deste capítulo que traz à tona características e ações do campo da comunicação em interação, trocas, completudes e tensões com outros campos sociais. Neste ponto é importante reafirmar que cada campo social coexiste com outros campos, compondo uma espécie de jogo de forças, em busca de autonomia e visibilidade (Rodrigues, 2001, p. 149).

O Campo das mídias, da mesma forma, faz parte desse contexto e articulação de forças na sociedade. Afinal, os processos comunicacionais estão

relacionados com a própria constituição da esfera pública, onde se expressam os campos. E a esfera pública, diz Rodrigues (2001) é responsável pela criação e pela manutenção de regularidades que ditam normas comportamentais, pois é a cena onde acontecem os jogos das interações sociais.

Pode-se dizer, desta forma, que a mídia não pode ser considerada apenas como instrumento ou como campo de passagem. Dada a relevância das operações que realiza, as mídias, enquanto campo, é um processo instituído no espaço público. Rodrigues(2001) anota que este é um paradoxo da comunicação, pois é ao mesmo tempo instituinte e instituída, dado que também faz parte do mundo prosaico das coisas da vida, como qualquer outro campo.

- Campo das mídias e suas articulações com os outros campos

Há uma relação direta e ambivalente entre o campo da mídia e os outros campos sociais. Os demais campos precisam do campo dos media para publicizarem seus objetivos, seu funcionamento. Por outro lado, como o campo da mídia utiliza um discurso que é próprio desse campo, os demais campos não se reconhecem no discurso que as mídias produzem sobre eles. Mas acontece que os agentes das instituições precisam falar dos seus projetos e a sua mobilização em torno deles para se relacionarem com a sociedade precisa do campo publicizador por excelência. Porém é natural que os demais campos não se reconheçam no discurso sobre suas atividades que os jornais publicam diariamente, pois é outro texto. Ou seja, há aqui o privilégio de uma atividade sócio-técnica, um conjunto de técnicas e disciplinas, dentre as quais está o jornalismo.

Isso acontece por que para cumprir a sua missão, cada campo acaba por formar ou captar peritos especificamente destinados para fazer a intermediação entre a área da sua especialidade e as mídias. São estes profissionais que produzem os comunicados e “dão conta daquilo que os autênticos detentores do campo não estão dispostos a realizar, ou não querem misturar-se com essa função de mediatização” explica Rodrigues (2015, online).

Vamos adentrar no campo das ciências agrárias e das políticas atreladas a elas, por exemplo, e observar as suas estratégias para transferir conhecimento, ou o campo da diplomacia que se utiliza dos discursos solidários, ou mesmo o campo da economia, em muitas das vezes submerso em projetos desenvolvimentistas. Todos

eles são campos que, dada a publicização, ao passar pela mídia, compõem outra coisa, mais ou menos desenvolvida sobre suas atividades. Isto se dá porque de um lado atendem às lógicas internas de publicização e de outro porque são campos atravessados pelas lógicas midiáticas, das quais não podem fugir ao participarem deste campo, como é o caso cada vez mais crescente do campo da política.

Para compreender a publicização dos demais campos, portanto, é preciso entender os pressupostos do campo midiático. Com tal ferramental se pode observar o modo de operar utilizado pela estatal Embrapa para estabelecer suas atividades em território africano. Pode-se também observar, por exemplo, o expediente usado pelo campo político, na comunicação do governo Lula para levar a sua imagem enquanto político e sujeito social investido de grande capital simbólico na esfera internacional da época, a tal ponto que pôde apresentar-se como benemérito aos olhos dos países africanos na cooperação Sul-Sul.

Temos, portanto, espaços ocupados simbolicamente, seja pela figura do ex-governante brasileiro, seja por uma ação técnica das ciências agrárias ao tratar da tradicional relação de emissão de informação a um receptor de tal mensagem, seja ele(a) um técnico(a) e um (a) agricultor (a). São as dimensões dos campos da comunicação, da política, da diplomacia e das ciências agrárias. Nesse sentido, é que o conceito de campos sociais, como áreas moles e instáveis, parece se apropriar e se aplicar com pertinência.

Enquanto espaço multidimensional, os campos sociais no *desembarque* do Brasil na África abrigam dimensões diversas, dialogando ou se colocando em situações de disputas de sentidos e de pontos de vistas, como pretendemos mostrar nos materiais empíricos, parte final deste estudo. A reflexão sobre isso é para além daquilo que observamos grosso modo por meio das notícias veiculadas sobre a atuação da Embrapa naquele continente ou, ainda, das reuniões e preparativos para conduzir experimentos em campos de teste na Savana moçambicana.

O que há neste neste espaço multidimensional que nos leva a analisá-lo? Poderes, o jogo de linguagem que nele é jogada (BOURDIEU, 2012) e todo o simbólico presente. Não se trata, portanto, de compreender o conceito de campo tão somente e, desta maneira, se atentar sobre o que cada uma das dimensões envolvidas faz. Trata-se de entender a complexidade daquilo que Bourdieu (2012) chama de a gênese social de um campo, na qual residem os elementos que o sustentam, o simbólico e o material.

Tratamos aqui dos seus objetivos com lógicas e dinâmicas comunicacionais, visando, dentre outras metas, a questão da visibilidade, do agendamento temático e de possibilidades de produção de sentidos que se fazem cada vez mais via protocolos comunicacionais.

Isto acontece porque há íntima relação entre a formação do espaço público moderno e a forma de atuar do campo das mídias. Eles não estão limitados a espaços e a momentos separados, mas se articulam no mesmo conjunto do tecido social, fazendo a própria experiência do (e no) mundo. Trata-se de uma relação vicária, que não se pode se descolar uma da outra (dos campos), em termos sociológicos, mas sobretudo comunicacionais.

A natureza vicária da legitimidade do campo dos media, o facto de se tratar de um campo constituído pelo conjunto das funções expressivas destinadas a impor ao conjunto do tecido social moderno, a pluralidade dos valores expressivos e pragmáticos dos diferentes campos autónomos, faz com que se trate de um campo formado pelos reflexos projectados pela multiplicidade que se confrontam no seio das sociedades modernas (RODRIGUES, 2001, p.159)

O que configura esta característica vicária do campo da comunicação com os outros campos, portanto, resulta da necessidade de mediação dos campos, de diálogos e de instituição social. Em alguns deles isto é ainda mais impositivo, como é o caso dos comércios, dos negócios, da justiça, da política, enfim, de campos que precisam normativamente de publicização nas operações que realizam.

Esta análise situacional no enfrentamento e na relação entre os campos da política, das ações agrárias, das tecnologias (ciência) e da comunicação vão se configurar na prática analítica no Capítulo 4 deste estudo, quando da visada dos produtos do campo da comunicação no qual será possível observar, por exemplo, a apropriação do campo da política ao alimentar projetos de solidariedade global, ou o movimento da ciência, em legitimar suas ações tecnológicas.

A partir deste cenário de conflitos entre campos e a proeminência da mídia, como vimos, nos interessa avançar para a dimensão mais sensível deste estudo. Trata-se do fenômeno da midiatização e de seus processos, algo muito mais do que ações de campos, pois atravessa e é atravessado pelas práticas de todos os campos ao constituir novos padrões e estratégias. Isso acontece pela materialização

de produtos, definição de enquadres, em um contexto no qual se apresenta a esfera da modalidade digital, justamente a que possibilita tais atravessamentos.

3.6 O Desembarque Emerge Também da *Midiatização*

Aqui a proposta é mostrar um conjunto de conceitos que vão ajudar a explicar o *desembarque*, especialmente a complexificação das ações comunicacionais que cuidaram de implementar as diferentes estratégias pensadas e executadas por diferentes instituições sob a ótica da *mediatização* da sociedade. Neste sentido, conceitos nos interessam de maneira mais direcionada ao estudo, considerando-se as dinâmicas da *mediatização* que estruturam e dinamizam novas formas de contato entre instituições, sociedades, atores sociais diversos - como é o caso da nossa pesquisa.

Naturalmente que conceituar este fenômeno também nos interessa e pretendemos fazê-lo, pois fazem parte de algumas ações e estratégias comunicacionais que já são atravessadas por lógicas dos processos de *mediatização*, conforme mostraremos no capítulo seguinte. São fundamentais as noções aportadas por autores que têm sistematizado formulações sobre este conceito, particularmente Fausto Neto, que a formula como prática social e de sentido (2005); Pedro Gomes ao definir a comunicação como ambiência (2009); Eliseo Verón que situa a *mediatização* como um fenômeno de processualidade, que afeta a todas as práticas sociais, ainda que de modo diverso (1997); Ferreira quando a pensa a partir das dimensões sociocultural, discursiva e técnica; e Braga (2012) ao nos fornecer referenciais sobre este fenômeno enquanto algo que se desloca da órbita da estrutura dos campos para processualidades dos circuitos e dos fluxos. Temos, assim noções que parecem centrais para descrever pelo menos parte das ações que envolvem o estudo do caso por nós escolhido.

Nos parece lógico compreender o próprio termo *mediatização*, pois sem isso o deixaremos como uma palavra órfã, passando a ideia de que não tem uma origem e que a ela falta conteúdo ou que pouco representa frente a problemática comunicacional que caracteriza a sociedade onde ocorre. Logo, recorreremos ao que diz Fausto Neto ao elucidar o conceito:

A *mediatização* resulta da evolução de processos midiáticos que se instauram nas sociedades industriais, tema eleito em reflexões analíticas de

autores feitas nas últimas décadas e que chamam atenção para os modos de estruturação e funcionamento dos meios nas dinâmicas sociais e simbólicas (FAUSTO NETO, p. 90, 2008, online).

Esta reflexão do autor é clara no sentido demonstrar que tratamos de algo recente e para os quais os estudos da comunicação ampliam o leque de interesse sobre o mesmo nas últimas décadas. Também deixa transparecer que é um fenômeno no qual observamos a dinâmica de funcionamento dos meios em uma sociedade na qual os sujeitos praticam algo que lhes permite ir além do papel de mero ouvinte, leitor ou espectador – tal qual na sociedade dos meios. Verificamos, assim, o que Martín-Barbero (1997) dizia ao se referir ao papel estratégico das mídias se estas estivessem articuladas às práticas sociais. Ou seja, as lógicas culturais e todas as demais relacionadas às operações midiáticas afetam a sociedade e são afetadas por esta.

É desta maneira que nos vemos diante de uma nova ambiência, conforme Gomes (2009). Ou seja, se na sociedade dos meios as mídias eram suportes, agora elas são a nova ambiência da qual se refere o autor. E não se trata, aqui, de algo diferente do ponto de vista da utilização de meios tecnológicos, de dispositivos modernos (ou dispositivos sociotécnicos)⁶, mas de uma questão que transcende as dimensões dos dispositivos tecnológicos e aponta para um projeto de “totalidade de unificação social”, segundo Gomes (2011, online). Isso nos leva a refletir que lidamos com um fenômeno comunicacional mundial, dinâmico, que se concretiza por meio da produção de processos complexos que envolvem atores sociais, instituições midiáticas e aquelas não midiáticas.

Assim, teríamos na fase da sociedade dos meios - na qual há uma ênfase e a expansão do uso dos meios, uma sociedade mediática, na qual os chamados aportes tecnológicos se instalam e constituem uma “classe de espelho” na qual a sociedade industrial “se enxerga e pela qual se comunica” (VERÓN, p.14, 2001). No entanto, com a “revolução das tecnologias de comunicação” há uma transformação e a sociedade dos meios transforma-se em uma sociedade em vias de midiatização,

⁶ Aqui nos referimos a dispositivos segundo conceitua Foucault (2000, p.244) e Jairo Ferreira (. Para o primeiro dispositivo é um conjunto heterogêneo que engloba discursos, instituições, organizações arquitetônicas, decisões regulamentares, leis, medidas administrativas, enunciados científicos, proposições. Resumindo: tudo aquilo que é dito e não dito são os elementos do dispositivo. O dispositivo é, portanto, a rede que se pode tecer entre estes elementos. Jairo Ferreira diz que dispositivo é, por um lado um conjunto de materialidades e, por outro, o conjunto de relações e intersecções com processos sociais e de comunicação. Disponível em: <http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/196/197>

aquela na qual o funcionamento das instituições, das práticas, dos conflitos, da cultura, começa a estruturar-se em relação direta com a existência dos meios (Ibidem, 2001).

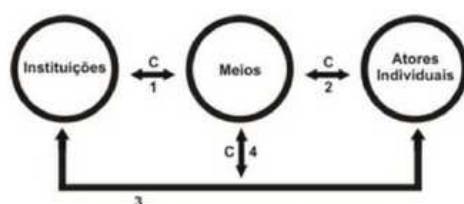
É interessante enfatizar uma característica da mediação sob o ponto de vista de seu funcionamento em diferentes campos sociais: seus processos não se dariam ou se expandiriam de igual maneira, devendo ocorrerem em ritmos diferentes (VERÓN, p.41, 2001). Ou seja, é possível que nas instituições governamentais ela tenha mais visibilidade do que em outros setores ou, ainda, seja mais facilmente percebida isso porque, segundo este autor:

A mediação opera através de mecanismos diferentes segundo os setores da prática social que afeta, produzindo em cada setor efeitos diferentes. Ou seja, uma sociedade mediada é mais complexa do que aquelas que lhe precederam (VERÓN, 2001, p. 42).

Para Verón o conceito de mediação está completamente ligado às mudanças sociais e, além disso, tem sua centralidade nas instituições midiáticas. Por isso acredita que a sociedade mediada é aquela onde os meios estão entrelaçados com o próprio funcionamento daqueles processos significativos às organizações sociais – e dos sujeitos individuais.

O autor argentino, nesse sentido, simplificou sua visão sobre tal processo por meio de um esquema, abaixo ilustrado (figura 12). Ao analisar o esquema, conforme ilustração, veremos que ele sistematiza de maneira didática e simples (em três instâncias ou setores) como se dão as interações no fenômeno da mediação.

Figura 12. Esquema Simplificado da semiose da mediação



Esquema para a análise da mediação*

- 4 Zonas de produção de processos de mediação:
- C1 - relação dos meios com as instituições e vice-versa;
- C2 - relação dos meios com os indivíduos e vice-versa;
- C3 - relação das instituições com os indivíduos e vice-versa;
- C4 - a maneira que os meios afetam as relações entre as instituições e os indivíduos e vice-versa;

Fonte: Adaptado de modelo desenvolvido por Eliseo Verón (1997).

O esquema apresentado resume-se em apontar o papel dinamizador da comunicação, midiática, via expansão dos meios sobre instituições e atores, algo que o leva a considerar ainda a ação protagônica dos meios, mas desta feita tendo suas lógicas deslocando-se para outras práticas sociais, como as das instituições e dos atores. O esquema foi formulado certamente em um momento em que se engendrava as práticas seminais da midiatização, no contexto dos anos 1980. Verón optou por evidenciar os perfis dos atores sociais na sua condição de representantes da coletividade e dos indivíduos, enquanto sujeitos membros de uma sociedade, presentes e atuantes na complexa sociedade em vias de midiatização. O modelo criado por Eliséo Verón ainda tem nas figuras das flechas duplas uma forma demonstrar como ocorrem os circuitos interacionais (não lineares).

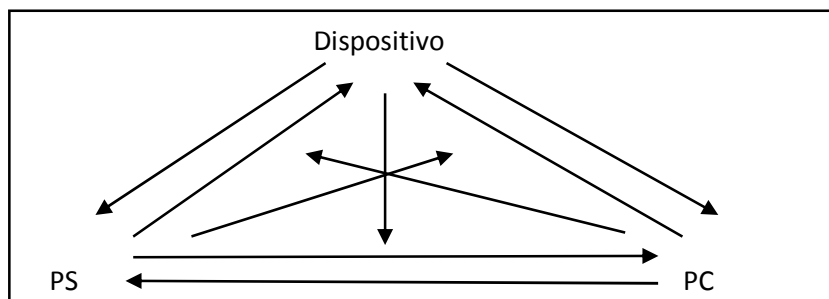
Nesta visão as chamadas zonas de produção são representadas pelas flechas 1, 2, 3 e 4, com referências a relação: dos meios com as instituições sociais; dos meios com os sujeitos ou atores individuais; das instituições com os atores individuais; como os meios afetam a relação entre instituições e os atores. Embora pareça simplificada tal representação, é interessante destacar que cada um dos três setores tem outras múltiplas e complexas interações com os demais, afetando-se mutuamente, o que ele chama de *feedbacks* complexos.

Ao compreender como podem ser complexas e o quanto há afetação mútua entre os setores (ou campos), conforme reflexão ilustrada no esquema de Verón, verificamos o porquê de alguns discursos terem mais ou menos visibilidade. Ou seja, vemos como alguns campos processam suas informações com maior ou menor “lastro” ou, ainda como diz Verón, tudo dependerá das condições de produção e de reconhecimento, que são diferentes em cada campo onde se dão (Ibidem, 2001).

O conceito de midiatização, considerando sua complexidade e a ambiência onde ocorre, pode ser resumida enquanto um conjunto que reúne as interações e os processos entre os polos dos dispositivos (DIS), dos processos sociais (PS) e os processos de comunicação (PS). Com base nesta matriz é que Jairo Ferreira (2006, online) determina para conceituar tal fenômeno, segundo ilustração a seguir.

Figura 13- Mídiação: dispositivos, processos sociais e de comunicação

Matriz do processo de mediação



Fonte: Ferreira, 2006, online.

Para o autor da matriz acima ilustrada, temos um conjunto de relações para as quais podemos exercitar diferentes interpretações porque estamos diante de um conjunto teórico e que, tendo esta natureza, pode também ser considerado abstrato – por sua composição com base em processos sociais. A interpretação de tal figura nos sugere que cada intersecção está associada a processos que, por sua vez, estão relacionados a um dos polos e, estes, também têm suas interações com os demais. Esta maneira de analisar e conceituar este fenômeno demonstra sua complexidade e dinâmica, especialmente se observarmos que, cada vértice demonstrado no diagrama se intensifica e se amplia quando do uso de dispositivos midiáticos.

Um outro viés sobre a mediação é tê-la enquanto um processo no qual a sociedade possui mecanismos para fazer críticas, repensar os produtos da indústria cultural, além de deixar espaços para segmentos sociais diversos se reportarem às mídias e por meio delas é adicionada às reflexões sobre tal fenômeno. É como se as instituições e os indivíduos dispusessem de uma imensa janela aberta às interações, segundo Braga. Este autor se refere ainda a outro ponto interessante: o desenvolvimento e uso de novos aportes tecnológicos propiciam a mediação a instituições e indivíduos que não se inserem no “mundo midiático”. Possivelmente por conta dessa possibilidade é que segmentos sociais, ao descobrir tal espaço, passam a criar suas próprias formas de interação com setores e campos de seu interesse – o que teremos poderemos analisar no próximo capítulo, em ações comunicacionais com estas características.

Ao verificar este cenário e como são colocados os conceitos até aqui, podemos dizer que na sociedade em vias de midiatização a mídia se expande para diferentes práticas sociais e assim assume o protagonismo. Esse processo não é engendrado apenas por seus especialistas, mas pelos demais atores sociais, em suas diferentes práticas, fazendo com que as interações sociais se propiciem, se tornem concretas nas operações das mídias. Em outras palavras, estamos vivenciando um ambiente diferente daquele da sociedade dos meios ou, uma nova ambiência (GOMES, 2009). Afinal, nos encontramos vivendo um fenômeno contemporâneo, no qual as manifestações do seu funcionamento residem em operações de mídias que, a seu turno, permeiam orientações, decisões e fundamentos mesmos sobre os quais repousam práticas sociais várias, originadas em diferentes campos sociais. Temos, então, uma “arquitetura” comunicacional complexa e na qual as possibilidades interacionais são tão dinâmicas quanto o cenário no qual circulam tais interações características desta sociedade midiatizada, conforme veremos a seguir ao tratar das funções e do novo perfil da circulação neste cenário.

3.7 A Circulação e as Possibilidades de Interação

O conceito de circulação é muito importante para se compreender a forma como ocorrem os cenários em deslocamento das mensagens (instituições ou não), próprias da realidade social, o que se dá por meio de várias estratégias e produtos. Para isso é indispensável recorrer às reflexões feitas por José Luiz Braga (2012), quando ele faz emergir os conceitos de circuitos e de fluxos. Por muitos anos pensávamos a circulação como uma espécie de “corredor” por onde transitavam as mensagens entre o chamado produtor e o receptor. De fato tratava-se de uma formulação funcionalista que condicionava esta etapa como uma espécie de atividade com um ponto de começo e outro de finalização, sem nenhuma complexidade, sem afetar nada em sua trajetória e também sem sofrer afetações. Porém, tal conceito em uma sociedade em vias de midiatização é considerado ultrapassado. A antiga fórmula funcionalista parece ter ficado no passado. O que temos hoje é um novo desenho, no qual há atravessamentos diversos, inúmeras possibilidades de interação e, portanto, de saberes, experiências e realidades resultantes das manifestações de dinâmicas comunicacionais.

É por isso mesmo que a noção primária da circulação deixa de existir, concedendo lugar a um intenso processo envolvendo instituições e atores sociais vários, dinamizando informações e gerando novos ambientes e situações interacionais – cenário este que pode muito bem ser ilustrado com as ocorrências de ações comunicacionais decorrentes do *desembarque* do Brasil na África, particularmente em Moçambique.

Segundo Braga (2012, p. 38), a circulação enseja, por exemplo, novas possibilidades de contato entre os atores sociais – internos externos ao ambiente social, podendo participar de novos protocolos de trocas de mensagens. É um proveitoso espaço posterior à recepção e no qual percebemos as intervenções dos receptores, dos atores sociais ativos e, portanto, em condições de participar neste intervalo e dar novos rumos à mensagem. Desta maneira é que passamos a contar com um espaço de maiores possibilidades para as interações entre os sujeitos, entre descobertas e práticas sociais.

A circulação configura-se enquanto espaço no qual é possível a interação entre produtores e receptores, sendo que ambos se encontram em jogos complexos de oferta e de reconhecimento de sentido (FAUSTO NETO, 2010). Este conceito certamente contribui para que se possa, no próximo capítulo, descrever arquiteturas e marcas da circulação deste *desembarque* brasileiro em solo africano. É com tal conceito que se pode intuir de que maneira os receptores passeiam por várias mídias para saber sobre este evento, não mais presos à fidelização, a oferta de produtos midiáticos elaborados para tratarem com especificidade do desembarcar na África. É a partir disso que se entende de que maneira o acontecimento que pesquisamos é replicado em diversos e diferentes ambientes midiáticos. E, note-se que as formas desse chamado “fluxo adiante” (BRAGA, 2012, p .39) ocorre de maneiras variadas e que não são sabidas previamente.

Ao pensarmos o *desembarque* na África enquanto acontecimento que se engendra no contexto da sociedade em vias de midiatização temos indicativos de que, neste estudo, as mídias não se configuram somente enquanto instrumentos a serviço da organização dos processos interacionais dos campos sociais. Mas, além de se converterem numa realidade complexa de interação com os demais campos, temos suas lógicas e operações operando como condições de produção de várias estratégias do desembarque, conforme mostraremos. Esta interação e as características nominadas anteriormente é o que verificamos à medida que cada um

tem sua contribuição específica. Tal reflexão está contida no que diz Fausto Neto em Fragmentos de uma analítica da midiatização:

Já não se trata mais de reconhecer a centralidade dos meios na tarefa de organização de processos interacionais entre os campos sociais, mas de constatar que a constituição e o funcionamento da sociedade – se suas práticas, lógicas e esquemas de codificação – estão atravessados e permeados por pressupostos e lógicas do que se denominaria a cultura das mídias (FAUSTO NETO, 2008, p. 92).

Na perspectiva da sociedade em vias de midiatização, as mídias não se configuram somente enquanto instrumentos a serviço da organização de novos e complexos processos interacionais dos campos sociais, pois se converteram numa realidade mais complexa de interação com os demais campos (FAUSTO NETO, 2008, p. 93). No entanto, é interessante observar que, nesta nova ambiência forjada pela força da midiatização o jornalismo não desaparece, apesar de passar por mutações, algumas das quais observadas por nosso estudo. O próprio papel do comunicador também sofre modificações, ao se engendrar em campos nos quais nos quais sua presença é “convocada” a cooperar na construção de lógicas e sentidos nos campos da agronomia, das relações internacionais, o que também se localizará na análise dos materiais empíricos desta pesquisa.

Assim, podemos dizer que não só constatamos como podemos colher e analisar situações nos quais tal fenômeno engendra uma nova realidade, pois a midiatização parece afetar todas as práticas sociais – ainda que de modo distinto, embora não se imponha de maneira totalizante à sociedade. Cada campo social é permeado e aciona o processo de midiatização de acordo com suas lógicas, com suas estratégias. Esta característica que se dá nos processos de midiatização pode ser percebida quando um determinado setor cria mecanismos para expor seu entendimento sobre determinada ideologia, ou emite seus pontos de vista.

Neste estudo as marcas da midiatização, considerando sua presença num contexto social no qual há preponderância do analfabetismo em comunidades urbanas e rurais podem parecer contraditórias. Porém, veremos em boa parte das ações comunicacionais em análise no Capítulo 4 que este fenômeno viabiliza diferentes formas de interação dos sujeitos sociais, mesmo em lugares longínquos. Ou seja, a nova ambiência na qual a sociedade midiatizada organiza as interações tem suas marcas em boa parte das ações comunicacionais em análise do capítulo a

seguir, em especial naquelas centradas na fase após o *desembarque*, centrada em Moçambique.

4 AÇÕES COMUNICACIONAIS

O cenário a ser visitado a seguir também possibilitará analisar como ocorrem, conforme Braga (2012), o surgimento de modos diversificados para interagir na sociedade, nos quais observamos novas lógicas de negociação sendo conduzidas não mais por campos específicos, mas por vários campos em diversos formatos.

4.1 Universo, Material e Procedimento de Análises

Este capítulo visa estudar ações comunicacionais que foram empreendidas no sentido de instituir e materializar a presença brasileira na África, o que se dá por meio de intervenções e estratégias organizadas por diferentes campos sociais e inclusive pelo da mídia. Para a análise examina-se as ações comunicacionais com o fim de compreender as diferentes iniciativas de natureza e fundo comunicacional que visam a construção de contato entre Brasil e África, no universo do recorte escolhido, no contexto desta pesquisa. Como forma de delimitar tais ações, divide-se em três fases: antes, durante e após aquilo que estamos chamando de *desembarque* do Brasil na África, conforme designação nomeada anteriormente nesta pesquisa. De maneira mais específica trata-se de ações de comunicação realizadas durante os dois governos do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva (entre 2003 e 2010) e se estende até meados do primeiro mandato de Dilma Rousseff.

Cada uma das ações comunicacionais realizadas nestes momentos tem características singulares e a análise das mesmas levará em conta suas singularidades e inserção no contexto do universo estudado. Os materiais de pesquisa são constituídos tanto pelos informes oficiais, mas também pelos informes jornalísticos sobre o acontecimento. Ou seja, selecionamos materiais que mais diretamente solicitam análises peculiares a cada caso. Além disso, alguns desses materiais recolhidos se estendem desde o *antes* enquanto outros são típicos de uma única fase.

Neste último caso estão as ações de comunicação relacionadas ao projeto Prosavana, em Moçambique. Encontramos tratamentos que mostram a presença de mobilizações que apontam para tratamentos singulares da mídia internacional sobre o assunto, ao levantar questionamentos e se posicionar sobre a ação de cooperação tripartite executada pelos governos brasileiro, moçambicano e japonês naquele país.

Para que se compreenda como estratégias e ações comunicacionais, articuladas com lógicas de operações de outros campos sociais constroem o *desembarque do Brasil na África*, tendo a Embrapa como seu principal operador, faremos a análise das mesmas a partir do universo de materiais a ser analisado de acordo com momentos e fases diferentes. Pode-se dizer, contudo, que embora as fases sejam diferentes, específicas, existe forte entrelaçamento entre os três momentos e que somente poderão ser melhor analisados e compreendidos seguindo a linha do tempo, de acordo com a especificidade da materialidade comunicacional em diferentes dispositivos e operações de ações do campo da comunicação. Portanto, a apresentação de cada um destes períodos com suas peculiaridades, sentidos e lógicas é nosso próximo movimento. Antes, porém, apresentamos quais os critérios a serem utilizados para analisar os materiais no contexto das três fases (antes, durante e após o *desembarque*), o que faremos logo abaixo.

4.2 Materiais e Procedimentos de Pesquisa

Nesta pesquisa analisamos um conjunto de ações comunicacionais constituídas de vários materiais, ou seja, de matérias jornalísticas, discursos políticos, planos de comunicação, textos jornalísticos institucionais, dentre outros.

Salientamos que os materiais jornalísticos aparecem de formas e em contextos variados, como em sites de empresas privadas, textos institucionais produzidos e veiculados em portais do governo brasileiro, matérias jornalísticas publicadas por empresas jornalísticas brasileira e internacionais na versão online, dentre outros. Além destes também temos materiais que são duplamente aproveitados, ou seja, veiculam em uma mesma plataforma (um site) com versão texto e também são fontes de entrevista para rádio. Temos ainda peça comunicacional que se difere das demais, como a proposta de comunicação para a África, construída pela Embrapa.

Na diversidade destas ações, busca-se a descrição de suas estratégias, a identidade dos seus atores, as lógicas que presidem sua produção e veiculação, a natureza e possíveis impactos de seus produtos. Em suma, a ênfase que a

dimensão comunicacional teve na produção de visibilidades das ações institucionais que visam produzir, como efeito último deste desembarque, os enlaces e contatos entre os que desembarcam e suas instituições, atores, anfitriões. Conforme preocupações mencionadas em nossos objetivos e marco teórico, além de descrever as ações, visamos também refletir sobre como experiências/práticas administrativas, políticas, culturais, diplomáticas de diferentes universos se contatam e mesmo se articulam, segundo as operações comunicacionais que se realizam nas três fases que constituem este *desembarque*.

É importante deixar claro que toda narratividade sobre o *desembarque* em suas três fases se faz por meio de ações comunicacionais, cujas lógicas presidem seu engendramento e construção é de fundo midiático. Para tanto, a comunicação desempenha uma atividade central e não auxiliar, movendo as lógicas e operações dos demais campos sociais. É com esta linha de raciocínio que pretendemos proceder esta análise, seguindo as categorias abaixo, bem como as subcategorias as quais se manifestam em níveis diferentes das ações e das estratégias estudadas. Desta maneira, apresentamos as categorias a serem consideradas nas análises.

- Angulações:

Aqui a análise recai sobre as características dos ângulos abordados em termos temáticos pelas ações comunicacionais, segundo observações a serem feitas junto aos materiais midiáticos e também nos Planos. Portanto, buscamos saber como são apresentadas as matérias recuperadas, ou seja, por meio do título, corpo, enunciadores, enunciado, promessa. É sob estes elementos que destacaremos os diferentes ângulos abordados. Eles podem ser identificados tanto nos títulos quanto no corpo dos materiais. Podem estar presentes em todos os materiais ou em apenas alguns. Nesta categoria temos condições de encontrar e analisar angulações acima indicadas levando em consideração, ainda, algumas das subcategorias abaixo relacionadas.

- Processos enunciativos:

O que nos interessa é descrever algumas marcas discursivas que identifiquem os lugares de fala dos atores envolvidos nas ações comunicacionais (do

enunciador e do enunciatório), visando mapear indiciamentos das operações por eles realizadas. Neste caso, o trabalho estará centrado na observação especialmente de marcadores discursivos que chamam atenção ou deixam revelar as motivações, por exemplo, dos discursos proferidos. Também busca-se conhecer as promessas segundo estudo de conteúdos dos discursos políticos veiculados, com objetivo de esclarecer a relação entre a proposta dos que desembarcam e possíveis efeitos de escuta por parte da comunidade receptora, além de marcas daquilo que se efetiva com o decorrer do processo do desembarque em suas várias fases.

- Lógicas das ações:

Visa-se também conhecer as lógicas das ações comunicacionais de cada fase, considerando a diversidade de campos sociais envolvidos, segundo manifestações de instituições e atores protagonistas deste projeto de contato entre Brasil-África.

- Noticiabilidade:

Trata-se do *desembarque* segundo processos de noticiabilidade que são realizados tanto por instituições desembarcantes como pelas locais, onde serão analisados a sua natureza, estratégias, ângulos de construção do acontecimento, especialmente as condições de sua midiatização, na medida em que o *desembarque* é objeto apresentações diversas naturezas do campo da comunicação, assim como de várias formas de veiculação, especialmente as de caráter jornalístico.

- Circulação:

Interessa-nos analisar as marcas ou os indícios da circulação na processualidade das notícias. Trata-se de observar as formas, a amplitude e a dimensão das informações e como elas se apresentam e como são endereçadas no plano midiático, ao serem subsidiadas pelos campos de onde partem.

- Processualidades:

Trata-se de como os campos sociais são apresentados em processos e as estratégias comunicacionais pelas quais se dá o processo de engendramento da anunciabilidade de suas presenças. Não se trata de uma mera utilização, pois as ações comunicacionais são protagonistas, estão no centro deste acontecimento. As processualidades manifestadas no campo da mídia sobre os outros campos é o que nos interessa nesta análise.

Com base nos critérios acima definidos o próximo passo é a apresentação e análise dos materiais, seguindo a cronologia das fases propostas nesta pesquisa, conforme já comentamos.

4.3 Primeira Fase: antes do *Desembarque*

Muitas ações comunicacionais são preparatórias para aquelas que foram desenvolvidas na África. Elas acontecem no período compreendido entre 2003 e 2007, recorte temporal que nesta pesquisa representa o conjunto de ações de comunicação, e suas estratégias, que situamos antes do desembarque. Esta fase é caracterizada por intensos diálogos, por meio de operações de comunicação, entre os campos político, diplomático e tecnológico, dentre outros. Estes três campos sociais formulam o que poderíamos chamar de preparação para a *viagem* ao continente africano, tomando como justificativa a ajuda humanitária aos países em desenvolvimento e o fortalecimento das relações com a África, como reciprocidade à dívida histórica do Brasil para com aquele continente.

Os motivos para estender as mãos aos povos africanos partem, neste caso, da determinação do Governo Federal brasileiro de fomentar o desenvolvimento na África. Esta aposta se daria pela indução à adoção de tecnologias, tendo a agricultura como sua âncora principal. Por estas vias é que o Governo chega à Embrapa, tida como referência na área e capaz de ser o braço para impulsionar a produção de alimentos. Os registros institucionais e midiáticos recolhidos pela pesquisa e que serão objeto de análise mostram trocas protocolares, comunicação entre chefes de estado, embaixadores e representantes de instituições governamentais e documentos da estatal brasileira, entre eles o intitulado: “Proposta

de criação do escritório da Embrapa na África”¹. Muitos destes diálogos travados entre atores dos campos da política, das relações internacionais, das ciências agrárias e da economia passam por construções das ações midiáticas, sem as quais este acontecimento não existiria. Afinal, conforme já enfatizado nesta dissertação, o *desembarque* tem como alicerce forte vertente das estratégias comunicacionais.

Toda a experiência de construção deste acontecimento se condensa a partir das ações dos campos, em formulações de fundo comunicacional, manifestas em diferentes aportes, lógicas e processos midiáticos. São materiais caracterizados por uma diversidade de produtos em formatos diversos, como textos jornalísticos apresentados em jornais impressos e eletrônicos, discursos presidenciais, plano de comunicação, manifestações oficiais, etc. Ações que visam fortalecer a imagem institucional num espaço geopolítico diversificado e que ao mesmo tempo narra fatos objetivos e conta e ao mesmo tempo aponta para determinado acontecimento.

Trata-se, como se observa, de uma fisionomia diversa, que precede ao *desembarque* e que denominamos de “*antes*”. É um período norteado pela interação dos campos sociais, mas segundo uma articulação que já se manifesta em termos de ações comunicacionais. Acreditamos que “*antes*” do *desembarque* as ações e estratégias para tal acontecimento foram desenvolvidas especialmente nos campos da política e das relações internacionais, estruturadas e manifestas segundo fundamentos de natureza comunicacional. As ações de comunicação desta fase, bem como as fases seguintes, têm sua apresentação publicizada. Isso se deve em parte pela característica intrínseca de operar do campo político, que se vale da mediação de processos comunicacionais, inclusive os midiáticos.

As ações comunicacionais que se caracterizam no *desembarque* reúnem materiais cuja elasticidade aponta em primeiro lugar para os entrelaçamentos que se verificaram nos diversos campos. Assim sendo, decidimos por examinar este conjunto de ações iniciando pelo discurso de posse de Lula, que é o que vamos considerar o primeiro passo no contexto do momento que precede o *desembarque*. Recém-eleito, Lula fala objetivamente de suas metas e inclui a ajuda aos povos africanos e diz como pretende tratar da temática voltada para fortalecer as relações com o continente africano.

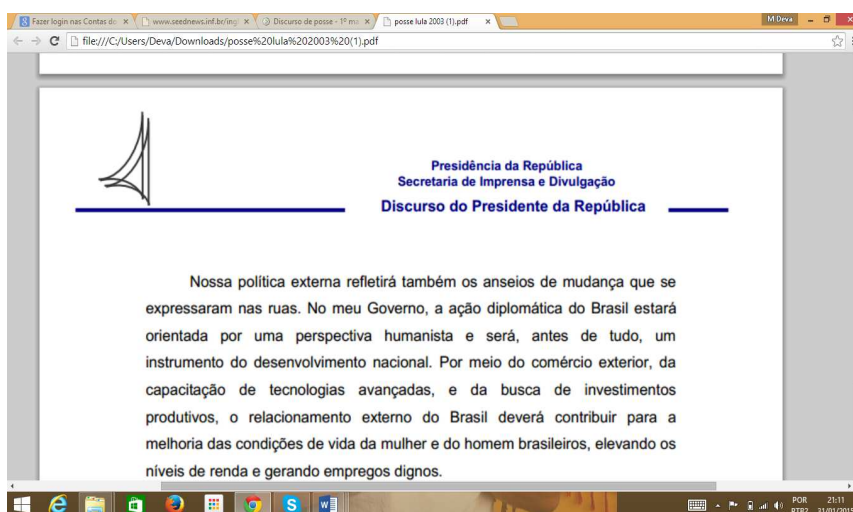
¹ Documento interno da instituição disponível no arquivo da Secretaria de Relações Internacionais (SRI) da Embrapa (EMBRAPA, 2006).

4.3.1 Pronunciamento do Presidente e a 1ª Mediação Mediática

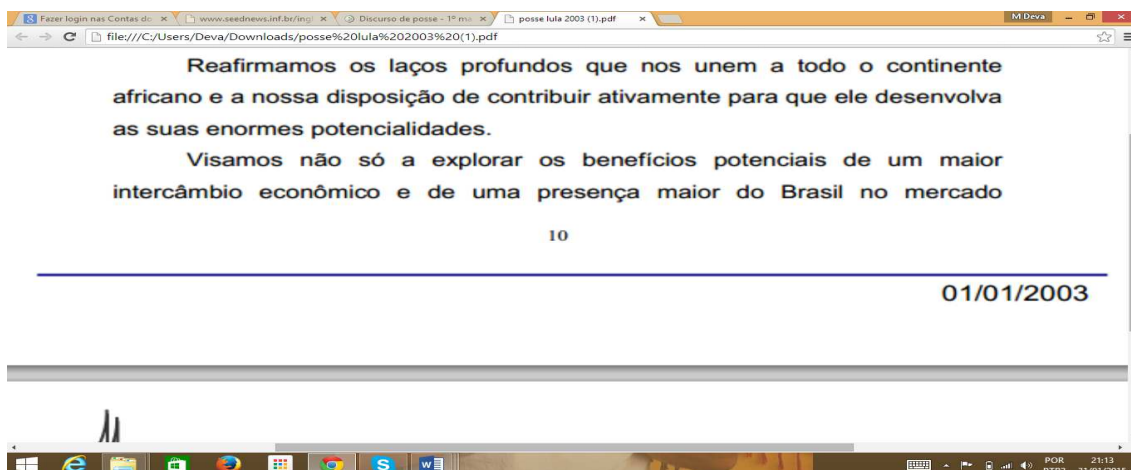
O material em análise trata do discurso do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva, na sessão solene de posse no Congresso Nacional, em 1º de janeiro de 2003. Trata-se de um discurso que passa por um intenso trabalho midiático, conforme demonstraremos a seguir ao analisar suas respectivas marcas. Sem a mediação ofertada pelos suportes das mídias teríamos apenas uma virtualidade no discurso presidencial, mas não foi isso o que aconteceu. Isto, fala antes de mais nada desta intensa atividade midiática neste processo de produção/veiculação do discurso.

A página do discurso, logo acima do texto, tem a marca do enunciador – a Presidência da República e a Secretaria de Imprensa e Divulgação e sua logomarca, à direita. Ou seja, está evidenciada a figura de um aparelho enunciativo institucional e midiático. Temos, também o entrelaçamento dos campos político e comunicacional, sendo que este último cuida da noticiabilidade da fala presidencial em um vasto circuito de recepção, inclusive internacional, conforme mostramos na figura I, a seguir.

Figura14 – A fala oficial de ajuda à África



Fonte: Biblioteca da Presidência da República



Fonte: Biblioteca Nacional da Presidência da República

Tomamos este discurso da posse de Lula em janeiro de 2003 porque nele já está contida a determinação do ex-presidente e de uma das políticas de Estado, em termos de cooperação internacional, em fortalecer as relações com o continente africano, conforme segue: “Reafirmamos os laços profundos que nos unem a todo o continente africano e a nossa disposição de contribuir ativamente para que ele desenvolva as suas enormes potencialidades”.

O texto acima traz o humanista que ele pretendia dar a sua política externa – o que perceberemos mais adiante em outras falas do ex-presidente ao se referir aos países do eixo Sul-Sul, especialmente os africanos. Esta fala de Lula traduz as primeiras estratégias políticas rumo ao continente africano, conforme angulações ressaltadas abaixo.

- Angulações:

O discurso tem um título protocolar, sendo o formato de apresentação do material sob o ponto de vista gráfico em concordância com a natureza deste tipo de produto comunicacional, contendo informações sobre a data do discurso e local onde foi proferido. Trata-se de uma co-enunciação, no qual discurso político e midiático se encontram para que, efetivamente, a anunciabilidade do primeiro ocorra. Ou seja, temos ações feitas especificamente para o campo político e outra pelo campo midiático, na sua disseminação, em termos de release e outros possíveis formatos.

Ainda sobre o discurso, Lula destina parte das 13 páginas ao tratamento que dará a sua política externa e a compara aos anseios da sociedade brasileira, como diz a seguir: - Nossa política externa refletirá também os anseios de mudança que se expressam nas ruas (LULA, 2003, online)

No trecho acima o ex-presidente ensaia uma resposta para os movimentos sociais usando um discurso que ele sabe ser midiático para dizer sobre sua política, que busca os anseios populares e, estende tal situação à política externa. Trata-se, portanto, de uma marca midiática de Lula. Tanto é, que ele insiste nesta estratégia de comunicação. A mudança a qual ele se refere está na escolha pela perspectiva humanista para toda e qualquer ação diplomática brasileira, conforme a frase: “no meu Governo, a ação diplomática do Brasil estará orientada por uma perspectiva humanista e será, antes de tudo, um instrumento de desenvolvimento nacional (LULA, 2003, online, idem).

Tal promessa ou intenção do ex-presidente e as afirmações feitas neste discurso serão observadas em momentos diferentes, em outros discursos e falas, passando também por construções de textos jornalísticos que, por sua vez, seguem suas regras de produção de notícias, definidas no contexto dos jornais e das assessorias especializadas em comunicação.

Não tardou, aliás, para que as primeiras atitudes fossem tomadas pelo novo governo no sentido da integração. Três meses após o discurso de posse, órgãos governamentais de comunicação dão continuidade a construção discursiva daquilo que Lula havia anunciado. Vemos isso, por exemplo, no texto jornalístico a seguir, publicado pela Agência Brasil, no qual é anunciada a viagem do chanceler Celso Amorim à África. Trata-se de uma ação comunicacional característica de assessoria de imprensa governamental, um produto de elaboração da estratégia traçada em outra instância, conforme veremos na análise feita sobre o material já citado, na qual o campo da diplomacia anuncia uma ação que prepara estratégias de aproximação entre Brasil e África – típicas desta fase que antecede ao *desembarque*. A análise desta ação é o que faremos a seguir.

4.3.2 O Enunciado que prepara uma Viagem à África

Temos um enunciado emblemático da ação de comunicação do campo da diplomacia, que se constitui numa das marcas da assinatura do enunciador

mediático, a Agência Brasil. Trata-se, antes de tudo, de uma ação midiática na qual o enunciador, portanto, é o próprio governo brasileiro, por meio de um dos canais da Empresa Brasil de Comunicação (EBC)², conforme nos mostra a Figura 2.

Figura 15- Celso Amorim e as viagens à África



Fonte: Agência Brasil, 2003, online.

Outro indício midiático que nos fornece pistas sobre a construção desta notícia a partir da assessoria do Itamaraty ou com base em texto do campo diplomático reside em não ter nome do jornalista autor do material produzido.

A seleção deste texto para análise se deve ao fato de reunir informações sobre o começo das ações comunicacionais do Itamaraty, que para este trabalho são indiciárias do *desembarque*. Diz em vários trechos o que motiva a visita em cada um dos seis países (Moçambique, Zimbábue, São Tomé e Príncipe, Angola, África do Sul e Namíbia). É um dos primeiros textos jornalísticos sobre esta missão preparatória ou precursora, liderada por Celso Amorim, numa espécie de abertura dos caminhos para que Lula visite o continente e coloque em prática a prometida aproximação entre Brasil e África, conforme havia dito em seu discurso de posse, o que aconteceu apenas quatro meses antes desta viagem de Amorim, realizada entre os dias 1º e 10 de maio de 2003.

Chama a atenção o fato de a viagem começar por Moçambique, país que protagoniza nossa pesquisa e no qual a Embrapa executaria mais tarde grandes

² A Empresa Brasil de Comunicação, a EBC, é uma instituição do governo brasileiro. Foi criada em 2007 com o objetivo de fortalecer o sistema público de comunicação. A EBC é gestora dos canais TV Brasil, TV Brasil Internacional, Agência Brasil, Radioagência Nacional e do Sistema Público de Rádio-composto por oito emissoras (EBC, 2015, online). Disponível em <http://agenciabrasil.ebc.com.br/sobre-ebc>. Acesso em 12/02/2015.

projetos de cooperação no campo da agricultura, entre eles o Projeto Prosavana, que aqui será alvo de atenção, face sua repercussão e amplitude.

- Angulações:

A matéria tem um título direto, característico de release. Não existem fontes, pois afinal neste caso quem fala é quem profere o discurso. Trata-se de um registro institucional de uma agência de comunicação do governo e que, conforme expressa o próprio lead da matéria denota a intenção de anunciar a viagem do chanceler Celso Amorim, o que podemos observar na reprodução do um trecho abaixo:

A visita tem por objetivo iniciar contatos do atual Governo com alguns dos principais parceiros brasileiros no continente africano, como Angola, Moçambique, África do Sul e Namíbia, bem como identificar novas oportunidades de cooperação e diálogo com os Governos de casa um desses países, com vistas a aproximação mais estreita e dinâmica com o continente africano (AGENCIABRASIL, 2003, online).

Também observamos, em muitas partes do texto, construções semânticas do vocabulário diplomático, entre elas “oportunidades de cooperação”, “processo de reconstrução”, “densidade da agenda de cooperação”, “negociar programas de cooperação bilateral”, “relações bilaterais”, “dar forma concreta”, o que se pode constatar abaixo em frases extraídas da versão online da matéria:

- ...bem como identificar novas oportunidades de cooperação e diálogo com os governos.... (AGENCIABRASIL, 2003, online)

- ...como explorar possibilidades de ampliação da cooperação bilateral... (Ibdem, 2003, online)

- Na Namíbia, última etapa de sua viagem oficial, o ministro Celso Amorim, como primeiro ministro das Relações Exteriores do Brasil a visitar aquele país, reciprocará as inúmeras visitas de autoridades namibianas ao Brasil e buscará ampliar o quadro das relações bilaterais, hoje.... (Ibdem, 2003, online).

Sobre os registros informativos acima podemos dizer que o uso de jargões da diplomacia presentes em todo o texto demonstram a afetação semântica da narrativa das relações internacionais sobre o do campo da mídia. Uma segunda observação é que tal matéria foi produzida por uma agência do Governo Federal e,

portanto, pode ter sido construída em cima de uma nota técnica ou release do Itamaraty, pois além de não possuir fontes o material também não é assinado.

A matéria informa, contudo, o passo a passo do chanceler Amorim nos seis países e de maneira indireta adianta quais os temas deverão ter prioridade nas relações do novo governo brasileiro com os países em questão, inclusive a composição da delegação que o acompanhou.

Outro ângulo importante: a viagem começa, segundo registro da agência oficial, por Moçambique e, naquela oportunidade o tema agrícola havia sido arrolado à agenda das ações de cooperação da política externa brasileira. O começo das visitas da diplomacia brasileira dá-se em Maputo, capital daquele país, e nos parece um indicativo de que naquele momento o rascunho de projetos na área da agricultura teria sido iniciado - fato esse que seria concretizado mais tarde, no período que denominamos após o *desembarque*, em 2009.

O texto é finalizado com um comentário que denota a opinião do enunciador midiático interferindo no relato diplomático. Segue o possível comentário de apoio as ações do governo, que vem de um enunciador que não se explicita, se um jornalista ou um técnico ou algum tipo de porta-voz?

Há muitos anos que nenhum chanceler brasileiro visitava tantos países africanos em uma única viagem ao continente. O gesto traduz o empenho da chancelaria brasileira em dar forma concreta à prioridade africana, ressaltada pelo presidente da República desde o início de seu governo, com vistas à promoção, diversificação e adensamento das relações do Brasil com a África (AGENCIABRASIL, 2003, online).

A matéria da Agência Brasil sinaliza como o campo da diplomacia agiu para tornar visível à mídia a missão precursora para o fortalecimento das relações entre o Brasil e o continente africano. O campo jornalístico adotou a linguagem diplomática para informar os objetivos da viagem e, inclusive, para listar o que ocorreria em cada um dos seis países.

Notamos ainda que os campos sociais aos quais se filiam mais de uma dezena de ministérios e instituições públicas que fizeram parte da delegação da referida viagem não foram citados. Pode-se dizer que o campo diplomático certamente organizou e finalizou tal missão de acordo com suas estratégias.

É interessante o fechamento da matéria ao tratar a viagem, de interesse do governo Lula, como um gesto concreto para demonstrar aos governos africanos que o Brasil passava a dar prioridade aquele continente. Novamente percebemos de que maneira os campos político e diplomático foram arrumando a bagagem político-simbólica para o *desembarque* do Brasil na África. O campo diplomático parece ter construído a enunciação do texto em sua íntegra, especialmente seu fechamento, ao lembrar que a política externa brasileira havia se ausentado ou se afastado daquele continente. Nesta matéria fica claro haver uma complexa “contaminação” entre os discursos midiático, político e diplomático.

Nesta fase antecedente ao *desembarque*, outras estratégias e ações comunicacionais para a África tiveram lugar, entre elas o plano elaborado pela Embrapa em 2007 por meio da jornalista Carina Gomes Rufino, denominado “Comunicação: ferramenta estratégica para a Embrapa na África”. É sobre esta ação que trataremos a seguir.

4.3.3 Um Plano de Comunicação para África?

Compreendendo que o problema de comunicação seja para ela talvez mais do que divulgação de releases, e neste caso a formulação de metas e ações racionais, a Embrapa decide encaminhar uma profissional de comunicação para a África a fim de complementar as suas ações, com a modalidade de “comunicação e transferência de tecnologia”, amplamente adotadas na instituição. Dessa estratégia resultou um plano proposto pela jornalista Carina Rufino, que estava previsto para ser executado entre abril de 2008 e março de 2010. O plano “Comunicação: ferramenta estratégica para a Embrapa na África” visava contribuir para a proposta da Embrapa em transferir, testar e adaptar tecnologias desenvolvidas no Brasil para contribuir com o aumento da capacidade das instituições de pesquisa agrícola africanas a desenvolverem o seu setor agropecuário. Com tal intuito a profissional estabeleceu as seguintes metodologias visando a sua confecção e ação: organização das informações institucionais; apoio a apresentação da Embrapa África aos públicos estratégicos; programa de relacionamento entre o escritório e o Brasil, com ênfase nos fluxos internos de informação; memória da Embrapa África; pesquisas de avaliação dos resultados alcançados pelo projeto.

Tomamos como ferramenta para levantar informações sobre esta ação comunicacional uma entrevista (feita pela autora por e-mail), com o então chefe da Secretaria de Comunicação da Embrapa (Secom) Edilson Fragalle (por meio do aplicativo Skype e gravada). Também selecionamos para análise uma circular expedida pelo presidente da estatal, à época Silvio Crestana, solicitando ao Ministério da Agricultura a autorização para a jornalista ir a Acra em missão técnica para desenvolver o referido plano.

O plano “Comunicação: ferramenta estratégica para a Embrapa na África” foi desenvolvido com base em estudos, contatos, observações, entrevistas, obtidos durante a permanência da jornalista Carina Rufino em Acra (capital de Gana), por um período de 23 dias. O valor estratégico do plano pode ser visto a partir da decisão de permanecer na capital de Gana para diagnosticar, enquanto uma das fases de sua elaboração, o ambiente no qual a Embrapa África passaria a atuar³. Compreendemos que tal fator foi uma oportunidade na qual a proponente pode conectar-se à realidade de Gana, considerando especialmente o ponto de vista comunicacional e de interação com as instituições locais – sejam elas do campo das ciências agrárias, que também mantinham suas estratégias e suas ações de comunicação.

Do ponto de vista de uma estratégia para conhecer o território no qual estaria *desembarcando* a Embrapa, o direcionamento para Acra é interessante. Porém, como o título da proposta refere-se a um plano para a Embrapa na África, entendemos que a realidade específica da capital de Gana é pouco representativa da diversidade cultural, política e social do vasto continente africano, formado por 54 países e mais de 30 milhões de quilômetros quadrados. Além disso, é o segundo continente mais populoso do mundo, ficando atrás apenas da Ásia e tem nada menos do que cerca de 820 milhões de habitantes. Trata-se de uma área basicamente agrária, com cerca de 63% da população habitando o meio rural e os 37% restantes morando em cidades. No geral a África é pobre e subdesenvolvida, com uma renda per capita baixa, em torno de U\$ 850 e o Produto Interno Bruto (PIB) corresponde a 1% do PIB Mundial. Afora todas estas características é preciso

³ É interessante lembrar que, embora a inauguração das instalações do escritório em Acra tivesse ocorrido em 20 de abril de 2008, já em 2007 – época em que a jornalista Carina se desloca aquela capital – a equipe da Embrapa África, formada por dois pesquisadores Claudio Bragantini e Paulo Galerani já estava instalada. A inauguração oficial só ocorreu mais tarde. Por isso, dizemos que o *desembarque* ocorreu somente quando da ida do ex-presidente Lula.

considerar, ainda, as diferenças idiomáticas, pois além das línguas oficiais (Inglês, Francês, Português e Árabe), os povos africanos falam mais de 1.000 línguas locais – o que pode ser uma barreira à comunicação interna e externa⁴.

Porém, é possível que tal decisão em fazer o diagnóstico da ambiência naquela cidade, elaborando um plano com base em uma única realidade, tenha se dado pelo fato de que, naquela fase, as estratégias institucionais da estatal estivessem iniciando naquele local. Esta, inclusive, é a explicação do ex-presidente da Embrapa, Silvio Crestana em circular da presidência da Embrapa (ANEXO 1) enviada ao ministro da Agricultura, Pecuária e Abastecimento Reinhold Stephanes, em 27 de abril de 2007, o que denota que o plano de comunicação foi tratado enquanto objeto de interesse governamental e estatal – já que foi elaborado pela Embrapa. As marcas desta ação comunicacional envolvem a Embrapa e o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, conforme podem ser observados em trecho da circular:

... O continente africano tem se tornado uma prioridade nas relações internacionais... A Embrapa tem sido sistematicamente acionada não somente a oferecer cooperação técnica, proferir palestras e receber visitantes africanos. Nesse sentido nos ressentimos da carência de material de divulgação... (CRESTANA, Embrapa, 2007).

Como se observa, a comunicação é entendida como um processo transferidor, divulgador e sua ação sintetizada em materiais de “divulgação”. Tanto assim que o texto da circular não se refere à elaboração de um plano de comunicação, a uma estratégia comunicacional, mas sim à produção de material informativo, segundo ainda diz o texto da circular assinada por Silvio Crestana no texto abaixo reproduzido:

Por esta razão detectou-se a necessidade de envio a Gana de um profissional de comunicação do quadro da empresa para incumbir-se da tarefa de produzir material informativo visando atender não só à demanda acima citada como também auxiliar na divulgação da “Embrapa África” junto a organismos financiadores aos quais temos recorrido frequentemente em busca de apoio para manutenção daquela unidade... (CRESTANA, Embrapa, 2007).

⁴ Dados da Infoescola. Disponível em www.infoescola.com/geografia/africa. Acesso em 17/02/2015.

Notamos o reforço da noção esperada da comunicação no desembarque. O foco em Gana estava motivado para a divulgação da presença da Embrapa naquele continente, numa espécie de preparação para o que viria mais tarde, como o acontecimento que leva Lula a Acra para inaugurar as instalações da sede da Embrapa no continente.

Em relação às lógicas das ações não fica claro no plano as adaptações feitas para aplicar a metodologia (mencionada no Plano) usada pela Organização das Nações Unidas para a Agricultura (FAO) para atividades naquele continente. De acordo com a perspectiva da FAO, a imersão do comunicador na realidade e a caracterização real dos problemas dos indivíduos é uma condição elementar do processo de intervenção comunicacional nas comunidades. Entretanto, o plano desenvolvido por Carina não esclarece como foi feita a etapa de coleta de dados e como foi adaptado o roteiro preconizado pela FAO.

Além disso, no que se refere à estratégia de ação o que nos chama a atenção é para ações que preveem a criação de meios, entre eles folder institucional, construção de site, edição de publicação. Os meios são eleitos quando diagnosticados os problemas de comunicação (de acordo com a FAO). Os meios não resolvem tudo e não podem ser confundidos com um plano, que vai bem além do que apenas alguns produtos de mídia podem acionar.

Isso é interessante, porque a autora atende de forma coerente com as expectativas da direção da Embrapa, que espera do Plano uma maior popularização das ações da Instituição na África, mais alinhada com as ações de marketing e de propaganda. Porém, o Plano não se adere ao que expõe a FAO, quando trata da comunicação voltada para os processos de desenvolvimento. Neste sentido, a referência aos procedimentos da FAO parece apenas um recurso discursivo, ou de performance do discurso sobre a África.

O primeiro Congresso Mundial de Comunicação para o Desenvolvimento foi realizado entre os dias 25 e 27 de outubro de 2006, pela Organização para Alimentação e Agricultura (FAO), em Roma, Itália. A definição apresenta esta área do conhecimento como um processo social baseado no diálogo, usando uma ampla gama de ferramentas e métodos. Trata-se de buscar mudanças em diferentes níveis, incluindo as formas de escuta, construção de confiança, partilha de conhecimentos e de competências, políticas de construção, debates e aprendizagem

para mudança sustentada e significativa. “Não é relações públicas ou comunicações corporativas” diz objetivamente a definição tirada no Congresso de 2006 (FAO, 2007, p.33). Como se observa, o conceito desenvolvido pelos comunicadores por ocasião deste evento internacional deixa muito claro o papel da comunicação quando se trata de processos de desenvolvimento e sua vinculação com o rural.

As ações comunicacionais da Embrapa na África, ao contrário, não se baseiam na perspectiva desenvolvida pela FAO, pois as atividades comunicacionais da estatal são orientadas pelo institucional e corporativo convencionais, conforme se pode observar no Capítulo I deste trabalho. A elaboração do plano de comunicação para a África previa naturalmente certos produtos comunicacionais, alinhados com a perspectiva embrapiana, e não exatamente com aquilo que a própria FAO distingue como afeto à definição de comunicação para o desenvolvimento, o que exclui a comunicação corporativa e as operações de relações públicas.

O Plano para a África, produto de uma consagrada cultura comunicacional da Embrapa, não se desafiaria a fazer algo que não tivesse no horizonte e na filosofia da organização. Ou seja, não poderia mesmo gerar peças em desacordo com as referências desta cultura comunicacional. As articulações e formas de operação da comunicação na Embrapa deixam-se revelar em apresentações marcadamente explícitas, mas também nos interstícios dos discursos e permitem apontar, nestas manifestações conceituais, os ângulos que presidem as ações realizadas.

Voltando ao Plano, não se observou sob este aspecto a preocupação com as estratégias, mesmo as centradas em produtos de mídia. Por outro lado, não foram localizadas pesquisas de avaliação dos resultados alcançados com o plano. Numa entrevista feita por e-mail (concedida a esta autora) se obteve algumas considerações da técnica encarregada de fazer o Plano sobre o trabalho desenvolvido em Acra e sua avaliação a respeito do desenvolvimento desta ação de comunicação que antecedeu ao *desembarque*. Na mesma direção, o ex-chefe da Secom Edilson Fragalle ao ser entrevistado comentou que não poderia afirmar se o plano não teve continuidade devido à mudança de gestores, em 2009 (a previsão era de o prosseguimento até 2010):

Infelizmente com a mudança de gestões no setor público você acaba descontinuando as coisas e então muda o modelo da África (modelo de atuação da Embrapa para a África) e o modelo de comunicação acaba sendo afetado. Na época da inauguração da Embrapa África o presidente

Lula e o presidente Koufour de Gana estiveram presentes. Você tinha um peso grande nisso. Mas a própria mudança de orientação do Governo Federal, do Itamaraty tem um efeito cascata. E a própria Embrapa acabou mudando seu modelo de atuação e a comunicação acaba sendo afetada (FRAGALLE, 2015, entrevista por Skype à autora).

A entrevista de Edilson Fragalle denota o quanto a comunicação da estatal é vulnerável aos campos sociais e particularmente ao campo da política. No entanto, as observações (dele) reforçam a dificuldade em saber se efetivamente o plano produzido por Carina foi colocado em prática. Carina Rufino, no entanto, explica uma das causas de não poder acompanhar as ações desta atividade – o que possivelmente esteja vinculada à descontinuidade do mesmo, segundo afirma em e-mail:

Na minha percepção, o plano de comunicação construiu um diagnóstico muito claro dos caminhos que precisavam ser percorridos. Vários gargalos de comunicação foram detectados. Mas acho que a maior contribuição foi dar a dimensão para a empresa que a abertura de escritório no exterior vai muito além das questões de gestão e técnica. Acho que outro aprendizado grande é que a comunicação depende do contexto e que a distância você não consegue fazer um bom trabalho. É preciso entender muito bem o contexto onde de fato ocorre a comunicação. Por outro lado, acho que na execução do plano tivemos algumas limitações. Eu voltei para o meu trabalho no dia a dia da Unidade e isso comprometeu de certa forma a capacidade de execução. Terminei esse projeto com a sensação de que poderíamos ter avançado mais se eu pudesse ter me dedicado integralmente a ele (RUFINO, 2015, online).

A autora faz inicialmente uma defesa do seu trabalho, dizendo que “vários gargalos de comunicação foram identificados” e emite autocrítica, embora tímida, sobre as ações não desenvolvidas em sequência. São registros interessantes, pois a própria autora reconhece que houve limitações para que se observasse a realidade e assim fosse construído um Plano de Comunicação. Observa-se, por outro lado, que a comunicação de um lado é percebida como importante para as operações desta natureza, mas por outro é realizada de forma descontinuada. Como diz Carina: “Eu voltei para o meu trabalho no dia a dia da Unidade e isso comprometeu de certa forma a capacidade de execução”. Não se tem dados se tais debilidades se devem à falta de clareza sobre as dimensões da comunicação necessárias em tais

ocasiões ou mesmo se isso se deve à inconsistência técnico-metodológica dos profissionais da área de comunicação e da Embrapa.

Isso parece claro quando a jornalista destaca a importância desafiadora do Plano, enquanto uma ação comunicacional valiosa para os horizontes das ações na África, mas registra o reconhecimento dos seus limites, que resultaram na descontinuidade do mesmo, dada a sua imersão nas atividades da Empresa. Ao que parece, foi algo fortuito, descontinuado, que resultou em produto sem grande relevância, ainda que fosse importante fazê-lo, dado que se efetivou.

Assim, as ações previstas no Plano, entre elas a construção de um site para a Embrapa África e sua própria execução até 2010 não foram concretizadas, embora a produção de releases a respeito das ações da estatal na África tenha sido mantida, já que se trata de tarefa corriqueira a cargo do jornalismo da Secretaria de Comunicação (Secom), à época Assessoria de Comunicação Social (ACS).

A respeito de outros produtos de comunicação, houve entre 2009 e 2010 a preparação e veiculação de folder sobre o trabalho da Embrapa na África pela Secom em parceria com a Assessoria de Relações Internacionais, mas nenhum exemplar desta atividade foi encontrado nos arquivos da Embrapa. O folder teve baixa tiragem e distribuição dirigida, segundo os comunicadores envolvidos na elaboração.

Não se tem notícias sobre a realização de outros produtos comunicacionais preconizados pelo Plano, o que confirma as informações dadas pela própria autora. As ações de comunicação a serem analisadas a seguir seguem a cronologia estabelecida no começo deste capítulo. Ou seja, serão aquelas que tratam do *desembarque* em si, ou da fase que chamamos *durante*.

4.4 Segunda Fase: a Comunicação do *Desembarque* cai no Esquecimento

O momento do *desembarque propriamente dito (durante)*, é aquele considerado oficial ou seja, aquele no qual o Brasil “faz sua base”, inaugura o escritório da Embrapa África. Aqui identificamos um conjunto de ações comunicacionais (textos jornalísticos veiculados em sites oficiais e de meios privados) e um discurso de Lula que ocorre na mesma data da inauguração, em 20 de abril de 2008) institucionais e não-oficiais, relatando esta chegada brasileira em

Gana – país que à época teve o papel de porto. Aquilo que poderíamos chamar da base brasileira para ações de cooperação técnica no campo da agricultura. Temos, a respeito deste acontecimento discursos dos atores políticos e algo a mais: os textos jornalísticos feitos pela mídia brasileira e de Gana. O Brasil enfatiza que está criando o escritório de uma de suas principais estatais – embora o trabalho deste braço do governo brasileiro na África já estivesse em operação há mais de um ano. Assim, temos um fato com diferentes interpretações.

Na prática esta fase do *desembarque* ocorre mediante análise em que estamos associando o desembarque a um acontecimento em si que, por sua vez, envolve discursos de campos sociais que se entrelaçam: o midiático, o diplomático e o político, elaborados e disseminados por autores e instituições do Brasil e de Gana. O ex-presidente Lula é o principal protagonista deste acontecimento, está no centro das atenções, em função da sua representatividade política e do espaço que ocupa na mídia internacional, como interlocutor dos países emergentes.

Por isso, de um lado o político brasileiro aproveita a popularidade conquistada pela eleição no Brasil e de outro talvez a própria diplomacia dos campos políticos brasileiros e africanos tenham se valido dessa investidura para usá-la como legenda. Importante lembrar que na mesma ocasião estava acontecendo a XII Reunião da Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (Unctad) e este contexto certamente tem a mão do campo diplomático, para alavancar e aproveitar o staff em outro acontecimento: a inauguração da Embrapa África.

Para realizar a análise da fase “durante” o *desembarque*, tomamos como principal estratégia e ação de comunicação textos jornalísticos oficiais e produzidos por veículos de comunicação. O ciclo desta fase é curto porque está centrado principalmente na inauguração do escritório da Embrapa na África que ocorreu em 20 de abril de 2008. Isso se deve ao fato de esta ação, do ponto de vista da comunicação, ser uma espécie de marco referencial para as estratégias e ações comunicacionais que ocorreram antes deste evento e aquelas posteriores.

Há um aspecto interessante e que se faz necessário esclarecer quanto ao material jornalístico produzido pela Embrapa sobre esta fase e que está diretamente relacionado à memória comunicacional da instituição (ou ausência da mesma). Com a construção e entrada no ar do novo portal da Embrapa⁵, a busca de textos

⁵ Em 24 de abril de 2014 entrou no ar o novo portal da Embrapa, conforme informação do coordenador de Comunicação Digital da Secretaria de Comunicação da Embrapa (Secom), Daniel

jornalísticos sobre este período do *desembarque*, especificamente no site da instituição, ficou prejudicada. Anotamos na rotina desta pesquisa sérios comprometimentos em relação a manutenção e cuidado com a memória da comunicação institucional. Em muitos casos a memória já não existe mais, porque com a entrada de novos sistemas digitais não houve preocupação em guardar os arquivos mais antigos, de alta relevância histórica.

Neste caso específico a memória desapareceu simplesmente, porque ao ser construído um novo portal da Embrapa, muitas das matérias produzidas e veiculadas antes de 2012 não foram – até o fechamento desta dissertação – migradas para a nova plataforma virtual⁶. Não se sabe o destino destes materiais e infere-se que a sua existência tenha sido preservada apenas por alguém que a guarde em papel, ou mesmo em outros arquivos digitais, por interesse pessoal.

Não há pistas sobre as fontes que guardam estes materiais históricos. Entre estas matérias desaparecidas está a que se refere a inauguração da primeira representação da estatal no continente africano. A nossa análise da ação comunicacional que registra tal evento só foi possível porque a pesquisa para este trabalho ocorreu antes de o novo portal entrar no ar e este material ter sido salvo e arquivado em dispositivo (disco rígido) que não depende de busca no atual site a fim de reconstituir os materiais históricos.

4.4.1 Inauguração do Escritório ou apenas uma Visita?

Nossa análise sobre a inauguração do escritório da Embrapa na África se detém em matérias que tratam da referida inauguração com produção e veiculação em várias mídias públicas e privadas. Dentre elas estão a Embrapa em seu antigo site (com o mesmo nome da estatal), o Clic RBS (online), G1 (Globo) e no General News of Sunday, site de Gana. Além destes materiais, analisaremos ainda o

Medeiros. Por isso usamos o termo “antigo site da estatal” ao nos referirmos ao portal que foi mantido no ar até entrar em vigor o atual. A matéria em análise foi veiculada no antigo portal e não foi localizada na atual versão.

⁶ Sobre a migração de material jornalístico anterior ao ano de 2012 esta pesquisadora foi informada pelo coordenador da Comunicação Digital de Secretaria de Comunicação da Embrapa (Secom) que a mesma ainda não havia sido feita. Para pesquisar material antigo fomos informados de que seria preciso acessar o link, porém, o mesmo não funcionou.

discurso (divulgado pelo serviço oficial de comunicação governamental) de Lula no descerramento de placa alusiva às instalações da Embrapa África.

A notícia sobre o episódio da inauguração do primeiro escritório da Embrapa no continente africano, ocorrido em 20 de abril de 2008, com o protagonismo do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva repercutiu em diversos veículos. Vamos fazer um percurso visando reconstruir o fluxo informativo sobre o qual circula a notícia da inauguração ou de uma visita, cuja ambiguidade é fundamental para se entender as relações das ações comunicacionais com o acontecimento. Inicialmente partimos da matéria produzida e veiculada no site da Embrapa, para observar a forma de operar contida nos discursos, a fim de analisar certo gênero. Ou seja, uma maneira de operar, de gerar sentidos. Suspeitamos que, ao analisar tais discursos, teremos uma ideia que, no decorrer das análises, tenderão a se confirmar, a se configurar como modos de operação institucional.

A matéria apresentada pela Embrapa sobre a inauguração foi veiculada, curiosamente, somente quatro dias após o evento. Enfatizamos o fato de a mesma veicular no site produzido pela equipe da comunicação da Sede, em Brasília, porque a empresa possui 47 Unidades disseminadas pelo território nacional, todas com profissionais do campo da comunicação e com seus próprios portais.

Figura 16- A cerimônia em Gana



Fonte: Embrapa

O texto jornalístico sob o título “Presidentes do Brasil e de Gana conhecem as instalações da Embrapa África” foi publicado com destaque na página da Embrapa

em 24 de abril de 2008. Trata-se de um material assinado pela jornalista Carina Rufino⁷, traz marcas discursivas identificáveis, como por exemplo a informação de que os Presidentes “conhecem as instalações” evitando a palavra “inauguram” e serão aqui analisadas em suas formas singulares de apresentação denotadas em qualitativos, interjeições, apresentações, representações. Suspeitamos que, ao analisar tais discursos, teremos uma ideia que, no decorrer das análises, tenderão a se confirmar, a se configurar como modos de operação de comunicação institucional.

Além de seguir a análise de acordo com as variáveis já eleitas, neste caso também voltaremos nosso olhar para o material fotográfico, a fim de se fazer inferenciais que corroborem as interpretações que emanem do texto. Esta exceção se deve ao entendimento de que o registro fotográfico que acompanha o texto nos oportuniza uma análise mais detida sobre como a imagem do evento expressa o que os campos sociais deixam de dizer ou não pretendem que sejam ditos, mas a natureza da fotografia denuncia.

A informação da inauguração não trata de um objeto de territorialização de uma das Unidades da estatal apenas, mas assume aspecto corporativo. O título: “Presidentes do Brasil e de Gana conhecem as instalações da Embrapa África” sugere algo distinto - que os ex-presidentes do Brasil e de Gana, Lula e John Koufour estariam conhecendo a atuação da estatal- e não a inauguração de um escritório da estatal brasileira, conforme está descrito no corpo da matéria. Porém, tanto a foto como o lead indiciam que há algo maior do que uma visita. O lead fala num dia especial para a Embrapa e da presença de dois chefes de governo, o que demonstraria o peso e o simbolismo do evento e do reconhecimento da própria Embrapa na aliança de Países.

A foto de Lula e Koufour juntos num espaço aberto pela política externa brasileira em acordo com os governos africanos, para exaltar (e transferir) a tecnologia brasileira, por meio da Embrapa indicia, ainda, que a estatal ocupa um espaço simbólico de reconhecimento fora do território nacional. Tal registro fotográfico e textual deixa indícios da aliança entre os continentes e países e de que a instituição de pesquisa agropecuária do Brasil seria uma espécie de “braço” do

⁷ Carina Gomes Rufino foi autora do plano denominado Comunicação: uma ferramenta estratégica para atuação da Embrapa na África, desenvolvido em 2007, conforme relatado na fase que antecede ao desembarque.

governo brasileiro em suas relações com os países em desenvolvimento, na chamada cooperação Sul-Sul.

Temos no registro fotográfico uma observação interessante quanto ao crédito da foto (foto: Embrapa). No entanto, verifica-se na segunda matéria em análise logo a seguir, que as fotos referentes a cobertura deste evento foram feitas pelo fotógrafo de uma outra empresa de comunicação- da Agência Brasil, Valter Campanato, que disponibilizou o material fotográfico no site desta agência no dia 20/04/2008 (data da inauguração). A identificação correta nos parece importante, quando se trata de transmitir sentidos de precisão, o que é relevante para empresas de pesquisa científica. Nossa reflexão é no sentido de que tenha ocorrido alguma sensibilidade em relação a autoria da foto (captada por um leigo, não fotógrafo) ou, ainda, pode ser uma operação de omissão ou mistificação em contradição ou conflito com o marco regulatório para utilização destas próprias marcas por se tratar de dois órgãos do governo.

Em relação às fontes utilizadas na matéria, observa-se que as informações são fornecidas por autoridades e técnicos de fontes institucionais, entre elas o ex-presidente da Embrapa Silvio Crestana, o ex-coordenador técnico da Embrapa África, Cláudio Bragantini e do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva. Tal operação é evidenciada no primeiro parágrafo da notícia (lead), que abre nominando os atores acima citados, segundo pode ser observado a seguir:

- Dia 20 de abril foi uma data especial para a Embrapa África. O presidente Luiz Inácio Lula da Silva e o presidente de Gana, John Koufour, inauguraram o prédio que vai abrigar a sede da Embrapa para a África.

Observa-se que enquanto o título fala em visita, o lead destaca outra coisa, a inauguração. Enquanto as falas dos técnicos são objeto de citações nominais, a fala do ex-presidente Lula não é recolhida diretamente pela jornalista da instituição (Embrapa), que assina a matéria. Isso fica evidente quando a matéria diz que: - “O presidente Lula enalteceu a importância do comprometimento da Embrapa com o desenvolvimento da agricultura nos países africanos”. Entretanto, não aparece a fala nominal de Lula, nem nesta passagem e tampouco em outra parte da notícia.

Observamos que a fala do ex-presidente foi possivelmente recortada de outro dispositivo midiático, ou contexto, o que mostraria como este texto é objeto da circulação, pois a sua fala aparece antecida pelos denominativos:

“O presidente Lula enalteceu...”

“Lula destacou...”

“O presidente também mencionou...”

O mesmo ocorre com relação à fala do ex-presidente de Gana, John Koufour, em única referência na matéria:

Já o presidente de Gana, John Koufour, reforçou a atenção que seu país está dando ao assunto de regulamentação do uso de biocombustíveis. No mesmo tema a Embrapa estará, num futuro próximo, implementando um projeto de cooperação com Gana financiado pela Agência Brasileira de Cooperação (ABC).

É interessante que a única referência feita ao anfitrião Koufour na matéria trata justamente do tema biocombustíveis – o mesmo que norteou o discurso de Lula em Gana, horas depois da visita/inauguração da Embrapa África, ao abrir a Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (Unctad). E neste caso há um outro ponto importante e que nos permite pensar como foram feitos os arranjos e estratégias dos campos político e diplomático para que Lula, ao mesmo tempo que participasse de um evento internacional (a conferência da Unctad) inaugurasse a sede de uma das estatais que seria seu braço direito nas ações de sua política externa do seu governo.

Cabe destacar, portanto, o acoplamento dos dispositivos de comunicação da Embrapa, que ao ser integrado por vários segmentos, produziu um acontecimento transversalizado por diferentes agendas de várias mídias que co-produzem esta ação comunicacional. Aparece associado a uma agência oficial de comunicação (Agência Brasil) e em decorrência em atender a estas interfaces, produz um acontecimento com as marcas dos processos produtivos. Verificamos aqui as sutilezas com que são produzidos os materiais de comunicação estatais, a partir das forças do campo político e as ações de Governo e de Estado. São estes campos que se articulam e a comunicação aparece como caudatária do processo. Percebe-se que por vezes a comunicação não sabe bem o que acontece, porque toma para si um prato pronto, cujos ingredientes fica sem saber direito quais são.

Pode-se dizer que o desembarque do Brasil na África acontece em meio a este imbróglgio demarcado pela produção dos acontecimentos e das ações de produção dos relatos sobre o mesmo. Esta coisa aparentemente *non sense*, é central para se entender a ação comunicacional deste momento do desembarque, algo que revela equívoco ou despreparo na construção semântica do acontecimento

por parte dos gestores políticos e de comunicação, ao anunciarem como visita a inauguração de um serviço internacional.

Afinal, foi uma visita dos Presidentes ao escritório na África ou a sua inauguração? Em busca desta resposta encontramos um release anterior, veiculado no dia 18 de abril de 2008, uma sexta-feira, na página do Ministério da Agricultura brasileiro, a partir de informações fornecidas pela Embrapa. Ele foi aproveitado no mesmo dia pelo Portal Pagina Rural (www.paginarural.com.br). É este release que fala em inauguração, como se observa a seguir, na reprodução da página do Ministério da Agricultura:

Figura 17 – Embrapa inaugura nova sede na África

www.agricultura.gov.br/comunicacao/noticias/2008/04/embrapa-inaugura-nova-sede-na-africa

Notícias

- ▶ Galeria Multimídia
- ▶ Publicações
- ▶ Publicidade
- ▶ RSS
- ▶ Notas e Declarações
- ▶ Artigos Técnicos

Notícias

18/04/2008 17:53
Notícia

Embrapa inaugura nova sede na África

Brasília (18.4.2008) - As novas instalações da Embrapa África em Acra-Gana serão inauguradas pelo presidente Luiz Inácio Lula da Silva e pelo diretor-presidente da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária, Silvio Crestana, neste domingo (20), às 11 horas (horário de Brasília). Crestana assinará memorando de entendimento com Constran S/A Construções e Comércio para execução de projetos nas áreas de monitoramento da produção de cana-de-açúcar em Gana.

Na nova sede, serão desenvolvidas atividades como treinamentos para técnicos africanos, em parceria com o Conselho para Pesquisa Científica e Industrial (CSIR) a Agência Brasileira de Cooperação (ABC).

O memorando de entendimento terá duração de cinco anos, com expectativa de produzir 180 milhões de litros de álcool por ano, em 30 mil hectares de plantio de cana-de-açúcar na região norte de Gana. Para Silvio Crestana, o projeto contribuirá para abertura de fronteiras para a iniciativa privada brasileira, em termos de negócios ou de contribuição social. "Ao transferir tecnologia, produtos e serviços, sempre haverá mercado para máquinas, equipamentos e investimentos" ressaltou.

Essa cooperação incluirá as atividades de avaliação técnica das áreas de produção da cultura, do projeto de produção, elaboração de estudos de viabilidade para o uso de irrigação, acompanhamento e monitoramento das atividades de campo, agricultura de conservação, entre outros pontos. *(Dilma Duarte com informações de Deva Rodrigues/ Embrapa)*

Fonte: Duarte, Dilma, 2008⁸.

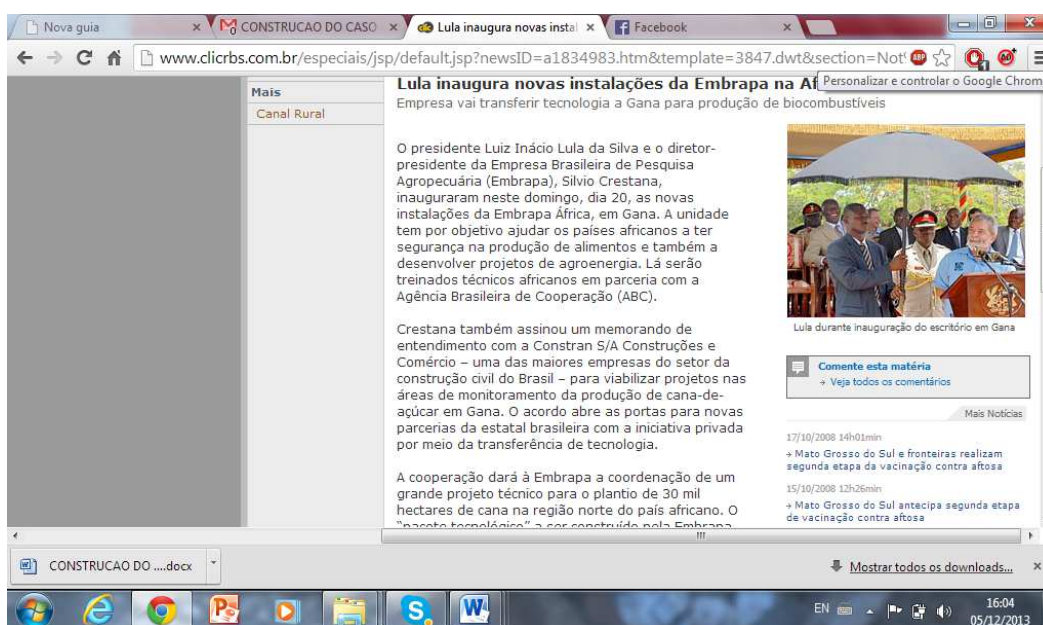
Observa-se que há neste release as informações elementares sobre o que vai acontecer em Gana, com informações que mostram as pretensões técnicas mas

Disponível em: <http://www.agricultura.gov.br/comunicacao/noticias/2008/04/embrapa-inaugura-nova-sede-na-africa>. Acesso em: 17 fev. 2015

também apontam para as oportunidades de mercado, conforme a fala do ex-presidente Silvio Crestana. Também destaca para o ato de inauguração que ocorreria naquela oportunidade.

Quando se analisa o texto do Clic RBS, observa-se que os dados para a construção daquele informe recuperam partes do release elaborado pela Embrapa na preparação para os atos de inauguração (e não de visita) do escritório. O texto deste release é da jornalista da Secom (autora deste trabalho), e o Clic RBS destacou a matéria com este enfoque no dia 20 de abril de 2008. Observa-se que os atores políticos (presidentes), que tem grande peso na matéria produzida pela Embrapa, desaparecem na versão da empresa comercial de comunicação. Aliás, não há na notícia qualquer referência ao presidente de Gana, John Koufour, que aparece na foto reproduzida pelo site do Grupo RBS, logo atrás do Presidente brasileiro.

Figura 18- A inauguração sob o ponto de vista da mídia gaúcha

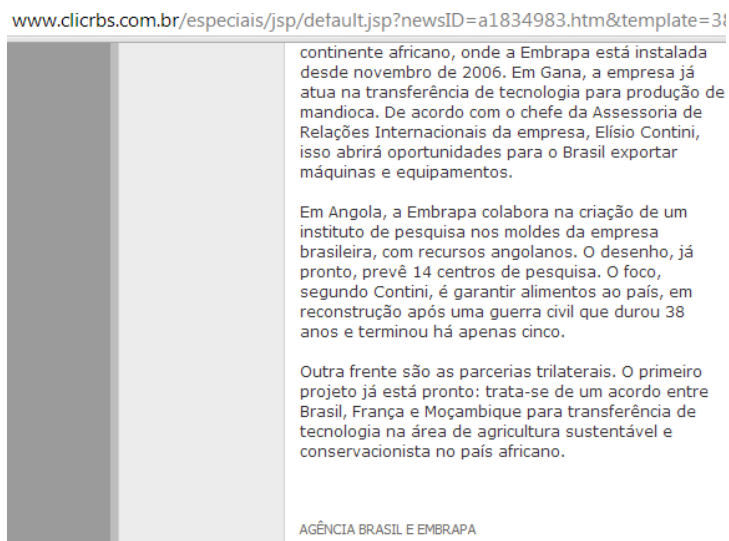


Fonte: Clic RBS

A matéria veiculada no Clic RBS – baseadas no texto da própria Embrapa agregou uma fonte para falar do evento e assim ofertar um diferencial de conteúdo jornalístico. Mesmo assim não tem muitas diferenças da anterior no que se refere a enunciação, pois o uso de fontes oficiais também está presente neste material.

Pode-se dizer, também, que tanto a enunciação do texto da Embrapa como da mídia privada convergem em sua estruturação enunciativa, ou seja, confirmam a inauguração, e não exatamente visita às instalações como foi curiosamente enunciado pelo site da Embrapa após os atos de inauguração, estabelecendo uma confusão em relação ao acontecimento

Embora tenham utilizado informações da Embrapa e da Agência Brasil a ênfase dada pela empresa gaúcha de jornalismo na matéria é para o campo econômico, conforme veremos a seguir no trecho extraído do material original que circulou no site do Clic RBS, tendo como fonte Elísio Contini, então chefe da Assessoria de Relações Internacionais (ARI)⁹ da Embrapa. Observamos que a expectativa era de que ao levar tecnologias brasileiras para aquele continente, no pacote também fossem levados outros produtos. Vejamos a fala de Contini: – ... “isso abrirá oportunidades para o Brasil exportar máquinas e equipamentos” (Clic RBS, 2008, online). Depreendemos que o Clic RBS, que não tinha correspondentes no local do acontecimento, constrói a notícia a partir do discurso oficial – tanto assim que no pé da matéria há citação das fontes de informação, Embrapa e Agência Brasil – conforme se observa na figura abaixo.



Fonte: Clic RBS

Como se observa a matéria do Clic RBS anuncia vários ângulos, inauguração, investimentos, convênios, transferência de tecnologia, etc. O mesmo se pode dizer em relação ao G1 (Globo) que reproduz uma matéria praticamente igual sobre este acontecimento, também no dia 20. São as fotos que vêm da África, enviadas pela

⁹ A ARI é a instância que atualmente tem a denominação de Secretaria de Relações Internacionais (SRI).

Agência Brasil que dão caráter de veracidade para aquilo que foi pautado pela Embrapa dois dias antes do acontecimento. Antes da publicação do acontecimento pelo site da RBS, o site da Globo G1, às 9hs34min, já anunciava que naquele dia deveria ocorrer a inauguração do escritório, conforme transcrição abaixo.

Observa-se que o sete G1, a partir do release, se mostra mais ponderado, pois admite apenas a inauguração como acontecimento, quando diz: que o Presidente Lula “deve inaugurar”, mas apoiando-se em outra fonte, no caso a diplomacia do Itamarati.

O presidente Luiz Inácio Lula da Silva deve inaugurar neste domingo (20), em Gana, na África, um escritório da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa), de acordo com a agenda divulgada pelo Ministério das Relações Exteriores (GLOBO.COM, 2013, online).

Como a fonte do portal (Globo.com) foi uma nota encaminhada pelo Ministério das Relações Exteriores, o texto difere um pouco (mas não significativamente) daquele apresentado pelos sites de notícias Clic RBS e G1, ainda que alinhados pelas mesmas agências. Temos então diferentes fontes de Governo que implicam em resultados diferentes nas abordagens das mídias. Observa-se que não há uma unidade de comunicação no Governo, pois parece que os órgãos não se alinham no discurso sobre os acontecimentos. Esse fato repercute nas diferenças que observaremos na apresentação ofertada pelas mídias sobre os mesmos fatos e por isso é possível que uma inauguração de um escritório do Brasil seja tratada como uma visita.

Além disso, há uma questão relativa a acesso ou mesmo amplitude de distribuição das notícias pelos agentes de Governo, o que também afeta as versões apresentadas. Por exemplo, não se verifica neste caso qualquer referência sobre a ação da estatal brasileira para o continente africano na mídia africana, que também repercute o assunto. Ao se observar a matéria veiculada pelo site de Gana, o General News of Sunday, em 20 de abril de 2008, sob o título Accra Hosts Brazil Agri Research Office, parece que o acontecimento de Gana está relacionado a outra coisa ou a outra causa conforme a reprodução a seguir:

Figura 19- A inauguração do ponto de vista de Gana



Fonte: General News of Sunday

Na matéria, já no primeiro parágrafo (lead) aparece claramente que o vocábulo “parceria” tem outro sentido: aquele de melhorar ou tornar possível as condições de sustentabilidade da agricultura na África, conforme vamos observar na transcrição do mesmo a seguir, numa tradução livre:

Gana e Brasil fazem uma parceria como marco estratégico para liderar a revolução agrícola na África, com a inauguração de um escritório da famosa Empresa de Pesquisa Agropecuária do Brasil (EMBRAPA) em Accra-Gana, para onde foram disponibilizados 500.000 para a implantação do escritório (General News of Sunday, 2008).

Observa-se, portanto, que o sentido dos vocábulos leva a uma interpretação distinta do acontecimento. Afinal, é esperada uma revolução agrícola para a África a partir do acordo com o Brasil. Este ângulo não foi abordado ou mesmo sugerido nas avaliações brasileiras. A versão africana para o caso não converge com a nomeação das mídias – privadas e governamentais brasileiras. Vemos que em nenhuma das matérias até aqui analisadas há referências quanto ao montante disponibilizado pelo governo de Gana para que o escritório pudesse ser viabilizado e tampouco os textos anteriores se referiam à revolução agrícola na África.

A partir da observação sobre tais angulações das matérias percebemos que nos discursos públicos as palavras têm endereçamentos de significação apropriadas

não apenas dos campos de onde elas saem (política, economia, desenvolvimento, etc.), mas também das comunidades de pertença. Desta maneira, quando um político brasileiro fala em parceria, é possível pensar numa articulação que envolva algum tipo de vantagem de parte a parte. Porém, para o campo político da África, os sentidos podem ser totalmente diferentes, ao denotar para ajuda internacional, o que pode abrir uma nova era de desenvolvimento para a sua primitiva e histórica forma de produzir alimentos.

Pode-se chegar então a pelo menos três versões conflitantes e diferentes para o acontecimento em Gana. Parece se configurar claramente que se tratou de uma inauguração e não de uma visita presidencial. Outra versão aponta para ajuda à África, enquanto outra fala de interesses comerciais. Finalmente enquanto o olhar brasileiro é para transferência de tecnologia, os africanos o veem como oportunidades de desenvolvimento. Outras contradições são igualmente possíveis, na medida em que se avança para o que as comunidades africanas pensam desses acordos políticos, em termos de sustentabilidade e de cultura locais, mas isso é assunto para os próximos passos desse estudo.

4.4.2 Lula Inaugura o Escritório na África

O discurso do presidente da República, Luiz Inácio Lula da Silva, durante a cerimônia de descerramento de placa alusiva à visita às instalações do escritório regional da Embrapa na África – Acra, Gana, 20/04/2008 reitera que estava visitando o Escritório em Gana. Isso vai na contramão daquilo que a mídia parece ter resolvido em termos de fato e angulação: de que se tratou de uma inauguração. A diplomacia brasileira, entretanto, por razões que desconhecemos, evitou tratar o fato como inauguração, conforme se pode observar no texto lido pelo presidente brasileiro, com a sustentação da diplomacia.

O título da nota apresenta, a exemplo de discurso analisado anteriormente neste capítulo, as características do material oficial e com indícios de construção baseado em vocabulário da diplomacia, especialmente quando diz “escritório regional”. Isso porque, o Itamaraty denomina os assuntos relativos aquele continente de “Divisão África”. Assim, parece que escritório e regional seria uma espécie de analogia à maneira como é tratada esta representação da Embrapa naquele continente. Tal analogia no título seria uma outra marca do Ministério das Relações

Exteriores, além daquela localizada na parte superior da página, à esquerda. O discurso do presidente brasileiro, seguindo a lógica do Ministério das Relações Exteriores, fala tão somente em visita e se refere ao escritório como algo consolidado (como se já funcionasse), embora os atos seguintes do Presidente, sua comitiva e as demais autoridades, fossem todas conduzidas para uma visitação oficial às novas dependências, o que consagra os atos de inauguração.

Figura 20- Lula e a solidariedade à África



Fonte: Gabinete de Imprensa do MRE

O tom amistoso, de pedido de desculpas de um país responsável pela maior imigração forçada na história da humanidade e de reforçar os laços fraternos com os “irmãos africanos” é novamente enfatizado no discurso de Lula. Ele, no entanto, não deixa evidenciar a posição da política externa brasileira de estar junto aqueles países até então considerados de terceiro mundo, mas que têm um bem precioso: terras cultiváveis. Entre os países com este perfil está Gana e a maioria dos países africanos. É para eles que o ex-presidente promete as tecnologias da Embrapa, especialmente quando diz ao anfitrião, o ex-presidente de Gana John Koufour:

- Eu acredito, Presidente, que este escritório aqui poderá, em pouco tempo, trazer para Gana e para o continente africano, um pouco da revolução que aconteceu no meu País. No meu País tem uma região, chamada região do Cerrado, que há 30 anos dizia-se que não valia nada, só nasciam umas árvores pequenas, tortas, e a gente era educado de que onde a árvore não crescia era porque a terra não prestava. Eu acho aquela região muito parecida com a Savana africana (MRE, 2008).

Ao se referir à Savana africana, Lula anuncia, de certa forma, uma comparação que mais tarde volta a ser feita – por especialistas da Embrapa, sobre a Savana localizada em Moçambique e que origina o Projeto Prosavana – de que esta região pode dar bons frutos. A fala do ex-presidente brasileiro busca apoio na institucionalidade do então presidente da Embrapa, Silvio Crestana. E, ainda, deixa para este o compromisso de trabalhar no sentido de viabilizar sua “impressão” sobre a semelhança entre o Cerrado brasileiro e a Savana, conforme se observa no costumeiro e consagrado improvisado do ex-presidente.

E tenho pedido ao meu companheiro Silvio Crestana, da Embrapa, para que pesquisemos, façamos tudo o que for necessário, porque se o meu pensamento estiver certo, e as condições das terras na Savana forem semelhantes às terras do Cerrado, daqui a alguns anos a África deixará de ser vista pelo mundo como um continente pobre, onde as pessoas passam fome, e passará a ser um continente verde, produtor de comida, para saciar não apenas a fome do povo africano, mas para saciar a fome daqueles que já não têm mais terra para plantar e querem comer (MRE, 2008).

Ou seja, percebemos que o campo político lida muito bem com a estratégia de comprometer campos sociais que atuam com temas especializados, como o da agricultura com foco na análise de solos, de clima. E isso ocorre neste discurso. A fala de Lula deixa transparecer que ele tem informações sobre a semelhança de solo e clima entre Cerrado e Savana e usa disso para colocar nas mãos do campo das ciências agrárias a sequência de sua própria estratégia para novos projetos para a África, de produzir em terras que teoricamente – a exemplo do que ocorreu com o Cerrado brasileiro, pareciam improdutivas.

Neste discurso de Lula, feito à frente do prédio que abriga a Embrapa África, com o ex-presidente vestindo uma típica camisa com grafismos de Gana, ele procura informalizar o ritual mostrando uma simetria entre pares. Trechos do texto estão direcionados aos representantes de campos sociais que faziam parte da delegação que acompanhara esta missão a Gana, entre eles ministros e empresários brasileiros. Também aos chefes de Estado africanos que, devido ao fato de a visita-inauguração ocorrer na mesma data da reunião da Unctad, se faziam presentes aquela cerimônia. Sobre esta constatação vejamos o que dizia Luiz Inácio Lula da Silva, ao aproveitar a ocasião para antecipar o tema que também seria

ênfatisado no discurso dele na abertura da Unctad, numa referência clara de como passaria a lidar sobre biocombustíveis:

Os biocombustíveis, Presidente Koufour, é a segunda revolução que fizemos no Brasil. E quando lançamos a proposta de produzir biodiesel no Brasil, eu imaginava que não iríamos ter muitos adversários no mundo desenvolvido. Afinal de contas, todo o mundo está de acordo de que é preciso diminuir o aquecimento do planeta Terra, de que é necessário diminuir a emissão de CO₂. Por isso foi assinado o Protocolo de Quioto, por todas as nações desenvolvidas do mundo. Mas, até agora, fizeram muito pouco para cumprir o acordo que fizemos. E estão a exigir dos países pobres que não desmatem. Criaram até uma coisa chamada "sequestro de carbono", passando a ideia que iriam pagar, para os países que não desmatassem e que não contribuíssem com a emissão de CO₂, um dinheiro que compensasse a preservação das nossas matas e das nossas florestas. E nós queremos preservar. Até porque não pensamos apenas na floresta, pensamos também na biodiversidade. Mas é importante que as pessoas percebam que o etanol e o biodiesel são possibilidades concretas e objetivas de que o Brasil detém tecnologia de produzir combustível, diminuir a emissão de CO₂ e gerar milhões de empregos no mundo todo (MRE, 2008).

Este discurso, disponibilizado pela oficialidade brasileira, portanto sob o ângulo da diplomacia e endereçado às (boas) relações exteriores, ajustado com os interesses do campo político mostra, na perspectiva do suporte comunicativo digital, as aspirações dos diferentes campos sociais que também desembarcaram em Gana. Tratou-se de uma cerimônia festiva de inauguração da Embrapa África, tratou-se de projetos de cooperação que ocorreriam após o *desembarque*, mas tratou-se, sobretudo, de estratégias de visibilidade de projetos políticos, todas elas com links para ações de comunicação.

Falamos, neste final de capítulo, portanto, de um caso de um "*affaire*" que envolveu a visita-inauguração de um escritório de uma estatal brasileira na África, o que significa uma demarcação de território feita por um político brasileiro, no que é plenamente atendido pelo campo diplomático que serve ao Estado. Imagina-se que sempre foi e será assim, ou seja, que o acionamento político faz da máquina pública aquilo que está no horizonte de suas pretensões. Entretanto, há implicações diversas e aqui recolhemos aquelas que cabe à comunicação e aos seus processos de significação, e enfim, o que chega à sociedade.

Neste caso, podemos dizer que chegou informação desencontrada, que não permite um juízo correto dos acontecimentos e pelo que se apurou, isso se deve à forma conturbada com que esses processos de geração de informação ocorrem no

entrechoque entre a política de governo e a esfera do Estado. Estas esferas se combinam (sem se falar obviamente), para que as coisas não sejam muito claras, talvez porque os interesses que as regulam não possam ser revelados. Entendemos que esse velamento de informações ocorre tanto por parte do campo político brasileiro quanto africano, dados os respectivos interesses em jogo.

Entendemos também que a Embrapa e o campo da comunicação são `entes passivos` nesse jogo de cartas altas do campo político e diplomático. Por isso, emblematicamente, é interessante se manter a dúvida sobre um acontecimento, como o que ocorreu em Gana. Enfim, parece ter faltado “gana” para a comunicação compreender o que efetivamente estava acontecendo em Gana. Uma descoberta interessante e esclarecedora, por exemplo, seria a de investir no acontecimento em si, saber as razões diplomáticas que exigiam mostrar ou publicizar apenas a visita. Esta operação, parece-nos, cabe ao jornalismo.

4.5 Terceira Fase: Após o desembarque

A terceira e última fase em análise nesta pesquisa se refere às estratégias e ações comunicacionais que ocorrem após o *desembarque*, entre os anos de 2009 e 2013.

- Quando a comunicação complexifica práticas dos campos:

Nas fases anteriores – antes e durante o evento do Brasil desembarcando no continente africano – houve um significativo trabalho comunicacional que foi desenvolvido por meio da performance midiática. Porém, neste período ao qual nos reportaremos agora, as ações midiáticas aparecem com maior intensidade. Mas isso não ocorre só na mídia. Notamos que tal crescimento se deve porque os relatos passam a ser construídos por outras instituições. Ou seja, o tratamento comunicacional se manifesta no trabalho comunicacional em instituições de campos sociais diversos, entre eles sites de organizações não-governamentais (ONGs), associações, sindicatos, etc.

Logo, o que veremos daqui para frente é um período no qual várias práticas sociais se apropriam da comunicação na sua apresentação mais complexa, que se faz já apresentando marcas de manifestações de processos de midiaticização.

Conforme veremos trata-se da manifestação de várias mídias, sendo que desta feita se destaca com mais nitidez a presença de novas tecnologias na forma de meios. Neste estágio pós-*desembarque* destaca-se também a performance de práticas segundo referenciais da comunicação. Porém, já não estão restritas às mídias convencionais, mas subordinadas a novas formas de comunicação, especialmente as de natureza digital que são tomadas como referenciais e reveladoras das instâncias política, sindicais, associativas, entre outras.

Assim, temos algo novo e diferente das fases *antes* e *durante* o *desembarque*. Se nas duas anteriores mostramos os ângulos comunicacionais que apontam ações comunicacionais sustentadas em matrizes mais clássicas, agora nos deparamos com um outro fato: um embate de sentidos que tem como cenário o contexto de Moçambique, na Savana daquele país, na região denominada Corredor de Nacala e que parece ter origem na política, com desdobramentos no campo da mídia. Falamos do caso Embrapa em Moçambique, particularmente do projeto Prosavana – assinado entre Brasil, Japão e Moçambique em novembro de 2010 com o objetivo de promover o desenvolvimento da agricultura moçambicana, conforme comentamos no Capítulo 2.

As ações comunicacionais referentes ao Prosavana são nosso objeto neste pós-*desembarque* porque nelas constatamos, por meio de várias estratégias e meios – textos, de áudios e vídeo -, os embates dos diferentes campos sociais sobre a ocupação da Savana moçambicana para fins de plantio comercial – o que transforma tal região em objeto de disputa e envolve certa tensão. Nas análises a serem feitas nesta terceira e última fase veremos que as ações comunicacionais dos governos envolvidos – Brasil, Moçambique e Japão – têm angulações e interpretações diferentes daquelas observadas na mídia jornalística, como é o caso da cobertura do jornal inglês The Guardian, que mostra em tom de denúncia o transtorno vivenciado pelas comunidades locais, provocado pelo anúncio de ocupação de grandes projetos agrícolas na Savana onde vivem.

O foco para análise está nas ações de comunicação das instituições oficiais (Embrapa, Governos brasileiro e moçambicano), as quais promovem a ideia de transformação da Savana de Moçambique, cujo bioma pode ser comparado ao Cerrado brasileiro, equiparando-se em clima e condições de solo similares. Uma das ações comunicacionais mais representativas e que denotam este esforço é a publicação “Paralelos-Corredor de Nacala”, publicado pela Embrapa. A agência

Japonesa de Cooperação Internacional (Jica) e o Instituto de Investigação Agrária de Moçambique (IIAM) também desenvolveram estudos nesse sentido.

O contexto nos remete para algo similar ao que aconteceu no Brasil na década de 1970, quando o governo japonês, também por meio da Jica, operou de forma semelhante no Programa Nipo-brasileiro de Cooperação para o Desenvolvimento do Cerrado (Prodecer), que transformou o Centro-Oeste do país em uma das regiões brasileiras mais produtivas. A história se repete e novamente o Japão, curiosamente, se mostra interessado na ampliação das áreas agrícolas mundiais, em biomas de alta complexidade ecológica, como são o Cerrado e a Savana.

Embora a história seja semelhante, com pelo menos dois dos mesmos atores em um novo cenário (Brasil e Japão), o Prosavana tem provocado muitas dúvidas e debates na comunidade internacional, especialmente por parte de organizações não-governamentais que têm trabalhos socioambientais na África. Tal preocupação é demonstrada claramente em matérias jornalísticas, em declarações de instituições representativas dos camponeses moçambicanos, a partir de diferentes dispositivos midiáticos. Logo, o embate entre o que poderíamos chamar de público e privado, sobre o institucional e o não-oficial é o que enriquece esta análise. O embate de sentidos envolve campos sociais distintos, desconhecendo fronteiras, línguas e culturas. Para que possamos enxergar como se dá tal embate, seus campos de batalha aqui representados por dispositivos midiáticos, nomeamos a seguir as ações comunicacionais que serão analisadas nesta fase.

- “Mozambique’s small farmers fear Brazilian-style agriculture”, publicada em 1º/01/2014 na versão online do The Guardian.

- Carta aberta para debater de forma urgente o Programa Prosavana, texto veiculado no site da Associação das Organizações em Defesa dos Direitos e Bens Comuns (Abong), em 28/05/2013.

- “Camponeses moçambicanos desconfiam do projeto Prosavana”, matéria veiculada pela empresa alemã DW em 12/11/2012 nos formatos texto e áudio.

- “Pronunciamento da Unac sobre o programa Prosavana”, veiculado em 11/10/2012 no site da União Nacional dos Camponeses (Unac).

- Site do Prosavana, produção do governo de Moçambique

- Página do Prosavana disponível no portal da Embrapa

- Textos sobre Prosavana produzidos e veiculados na página da Jica
- Livro Paralelos Corredor de Nacala, editado pela Embrapa

Para a análise destes materiais manteremos como método de trabalho analítico as mesmas referências e categorias já mencionadas deste o início deste capítulo, a fim de possibilitar que se descreva as características dos materiais, ângulos de tratamento, natureza das lutas de sentidos e quais problemas se ocupam as lutas e se faça as devidas comparações e se prepare o alinhamento necessário para que se chegue às considerações finais deste estudo. Na sequência apresentamos cada uma das ações comunicacionais a respeito desta fase.

4.5.1 Prosavana na Mira da Mídia Internacional

Figura 21: The Guardian dá voz aos agricultores



Fonte: Zacarias, Amos (2014, online).

Observa-se que se trata de uma página inserida na tipologia dos novos suportes digitais que abrigam o jornalismo na atualidade. A matéria veiculada em 1º de janeiro de 2014 sob o título: “Pequenos agricultores moçambicanos temem o modelo da agricultura brasileira”¹⁰ é uma das ações comunicacionais produzidas pela cobertura da mídia internacional que denuncia, já no título, a problemática

¹⁰ Tradução da pesquisadora.

vivenciada pelas comunidades rurais de Moçambique ao compararem a agricultura local à do Brasil. O subtítulo dá continuidade e adianta aquilo que o leitor encontrará no texto ao afirmar, de maneira direta, que “o modelo para aumentar a produção de culturas trás o agronegócio (ou modelo do agronegócio de grande escala), deslocando as populações agrícolas tradicionais (ou os pequenos agricultores)”, conforme podemos observar abaixo, no texto original da publicação inglesa:- Programme to increase crop output by bringing in large-scale agribusinesses is displacing traditional farming populations (ZACARIAS, 2014). Numa tradução livre, diz que um programa que visa aumentar a produção agrícola, por meio do agronegócio, está deslocando populações agrícolas tradicionais.

A frase da linha de apoio reforça o título, chama a atenção para o modelo brasileiro de agricultura e coloca sob suspeita o agronegócio. Assinada pelo jornalista moçambicano Amos Zacarias, a matéria reúne uma riqueza de elementos que serão a seguir analisados do ponto de vista das angulações.

- Angulações:

Esta é uma ação de comunicação com diferentes angulações, que vão muito além do fato de se tratar de uma matéria de denúncia, na qual a voz das comunidades rurais da região da Savana é ouvida e suas histórias de vida relatadas. E tal afirmação é facilmente constatada logo no primeiro parágrafo da matéria, aberta com a fala do agricultor Rodolfo Razão:

Rodolfo Razão, um pequeno agricultor idoso de Moçambique, obteve um certificado de uso da terra oficial pelos seus 10 hectares em 2010, mas ele só foi capaz de usar sete hectares. O restante foi ocupado por uma empresa sul-Africana que cultiva soja, milho e feijão em cerca de 10.000 hectares no nordeste do país. Ele não tem para quem se queixar da sua situação junto às autoridades do distrito de Monapo, onde vive, na província de Nampula. E com a idade de 78, ele não pode esperar muito mais (ZACARIAS, 2014, online, tradução da autora).

A opção por abrir o texto contando a vida do agricultor Rodolfo Razão indicia que o enunciador pretendia dar ao relato oportunidade de manifestação aos moradores do distrito de Monapo, exemplificando com este caso as dificuldades que vivem os camponeses da região onde se desenvolve o Prosavana. O enunciador

comunica ao mundo (pois a história por ele escrita circula em um dos mais conceituados jornais mundiais, com tags¹¹ e links¹² para outros veículos, sendo ele próprio repórter de uma agência de notícias e seu material, possivelmente, tenha sido distribuído a outras mídias) a situação naquele país. A angulação do The Guardian sustenta a insatisfação e a denúncia do agricultor sobre o fato de não ter a quem recorrer. Se não há a quem recorrer, Rodolfo Razão, um homem idoso, recorre à mídia. É o campo midiático que identifica este ator social e mostra como o campo político parece deixar de dar atenção aos cidadãos daquela região. Um misto de mediação e de denúncia transformam Rodolfo em personagem.

Seguindo na estratégia de porta-voz da causa, o jornal inglês assume a causa também da agricultora Brígida Mohamad. A história dela ilustra mais uma situação de denúncia e demonstra o equilíbrio com a questão de gênero, na matéria, segundo texto a seguir:

Brígida Mohamad, uma viúva de 50 anos, está preocupada com um de seus sete filhos, cujas terras também foram invadidas por uma empresa. "Meu filho não tem para onde aumentar seu plantio. Nossas machambas (lavouras) não estão à venda", queixou-se ao encontrar a reportagem do Gardian em Nacololo, uma aldeia localizada em Monapo, onde viveu toda a sua vida (ZACARIAS, 2014, tradução da autora).

O texto explica os objetivos do Prosavana, traz fontes oficiais, entre elas do coordenador do Prosavana em Moçambique, Calisto Bias, que sustenta que o programa incentiva a produção de alimentos (ZACARIAS, 2014). Também aborda o posicionamento de representantes de organizações não-governamentais. Do ponto de vista da noticiabilidade há pistas de uma severa crítica aos governos envolvidos e ao modelo de agricultura que o Brasil (Embrapa) leva à região de Nacala, inspirado em sua própria experiência.

Um componente importante desse modelo é o Programa de Cooperação Brasil-Japão para o Desenvolvimento do Cerrado, que teve início em 1978

¹¹ Comando de formatação de texto em HTML, acompanhado dos sinais diplé (<) e antilâmbida (>). Marca, rótulo usado para identificar parte de uma instrução na memória do computador (RABAÇA, BARBOSA, 2002, p.705).

¹² Neste caso trata-se da ligação entre páginas ou informações de um mesmo site ou de diferentes sites. Os links, recursos característicos da linguagem de hipertexto, aparecem nos documentos como palavras grafadas em destaque (sublinhadas ou em cor diferente) do restante do texto (RABAÇA, BARBOSA, 2002, p.433).

na região central do Brasil e agora está servindo de inspiração para o Prosavana. A tecnologia que será transferida para os agricultores no corredor de Nacala vem do Brasil. A Embrapa está treinando extensionistas e equipes do Instituto de Investigação Agrícola de Moçambique (IIAM).... (ZACARIAS, 2014, tradução da autora).

O The Guardian conclui a matéria ampliando a voz dos camponeses moçambicanos. O jornal inglês usa como fonte a Carta aberta de 2013, documento assinada por organizações moçambicanas e internacionais e endereçada às autoridades dos três países envolvidos no Prosavana (material esse que também está incluído nesta análise no âmbito da apropriação da comunicação por parte de instituições não midiáticas). Com isso, parece fortalecer a ação dos signatários da carta, o que pode ser conferido a seguir, em trecho traduzido pela autora:

A amplitude e grandeza do programa Prosavana contrasta com o fracasso da lei e à ausência total de um profundo e amplo, transparente e democrático debate público, diz uma carta aberta assinada por 23 organizações sociais e movimentos moçambicanos e 43 organizações internacionais. A carta, endereçada aos líderes do Brasil, Japão e Moçambique e assinada em 23 de maio, em Maputo, também chama a atenção para a necessidade de uma avaliação de impacto ambiental exigida por lei. Os signatários exigem a suspensão imediata do programa, um diálogo oficial com todos os segmentos afetados da sociedade, prioridade na agricultura familiar e agroecologia, e uma política baseada na soberania alimentar. Eles também disseram que todos os recursos alocados para Prosavana deveriam ser realocados para definir e implementar um Plano Nacional de Apoio à Agricultura Familiar Sustentável (ZACARIAS, 2014, tradução da autora).

Um dos ângulos curiosos da matéria reside nas características típicas do processo de midiaticização, no qual percebemos complexos entrelaçamentos de campos sociais, com uso intenso de suportes digitais e do “ir adiante” com o reaproveitamento das notícias, algo que é permeado pelo processo de circulação da noticiabilidade. Tais particularidades são percebidas justamente nos seguintes elementos: a matéria é produzida por um jornalista da IPS (Inter Press Service), uma agência de notícias voltada para os países do terceiro mundo, com sede em Roma.

A veiculação ocorre no site Global Development, produzido pelo The Guardian e que está inserido na editoria Guardian development network. O site, por sua vez, tem apoio da Bill & Melinda Foundation – instituição norte-americana que

tem sua logomarca associada às temáticas ligadas à África, à sustentabilidade e desenvolvimento.

O The Guardian estampa o apoio da fundação norte-americana, mas, estrategicamente, deixa um link que permite ao leitor checar o que motiva o site, sua independência editorial e de que maneira ocorre o apoio, conforme diz parte do texto transcrito a seguir:

Este site tem o apoio e é financiado, em parte, pela Fundação Bill e Melinda Gates. O conteúdo é editorialmente independente e seu objetivo tem foco no desenvolvimento global, com especial referência para as metas de desenvolvimento do milênio e sua transição para as metas de desenvolvimento sustentável a partir de 2015 (THE GUARDIAN, 2015, online, tradução da autora).

A preocupação do jornal The Guardian em esclarecer a assinatura da fundação Bill e Melinda Gates parece fazer parte de uma estratégia para mostrar isenção ou independência do jornal e, ao mesmo tempo, expõe uma questão controversa atual, a contrapartida de milionários com as questões sociais e os desequilíbrios mundiais. Estas operações compensatórias são observadas também como reforço de imagem corporativa associado com redução de impostos sobre rendas institucionais e pessoais.

É interessante observar outra angulação desta ação comunicacional: a origem da pauta. É possível que a matéria do The Guardian tenha sido pautada a partir da “Carta aberta de 2013”, redigida em Maputo e assinada por 23 organizações moçambicanas e 43 entidades internacionais, endereçada aos governos do Brasil, Japão e Moçambique. O objetivo da carta era uma sentença das populações africanas: a suspensão do Prosavana.

O documento é citado na matéria do Guardian e havia sido publicado no site das Organizações em Defesa dos Direitos e Bens Comuns (Abong), em 28/05/2013 (oito meses antes da matéria em análise), conforme demonstra o material reproduzido a seguir:

Figura 21- A carta digital



Fonte: Abong, 2013, online.

O site da ONG traz vários links para os assuntos ligados aos interesses da organização, mostra-se bastante simples e centrado nos temas objeto da veiculação e neste caso o destaque é para a questão que envolve a Savana moçambicana e a crítica explícita ao comportamento dos governos que o incentivam.

Entre outros destaques, a carta apresentada tem uma mensagem específica endereçada ao Brasil e mais especificamente à presidência e a presidente brasileira. Pela sua importância reproduzimos na íntegra esse texto, o qual vem a seguir:

Senhora Presidente Dilma Vana Rousseff, a solidariedade entre os povos moçambicano e brasileiro vem dos difíceis tempos de luta de libertação nacional, passando pela reconstrução nacional durante e após os 16 anos de guerra que Moçambique atravessou. Mais do que ninguém, a Senhora Presidente Dilma sofreu a opressão e foi vítima da ditadura militar no Brasil e conhece o custo da liberdade. Atualmente, dois terços dos alimentos consumidos no Brasil são produzidos por camponeses e camponesas e não pelas corporações que o Governo Brasileiro está a exportar para Moçambique através do Prosavana. Senhora Presidente Dilma Rousseff, como se justifica que o Governo Brasileiro marginalize o Programa de Aquisição de Alimentos de Moçambique, o qual nós camponeses e

camponesas apoiamos e incentivamos? Paradoxalmente, todos os meios financeiros, materiais e humanos, a vários níveis, são alocados para o desenvolvimento do agronegócio promovido pelo Prosavana? Como se justifica que a cooperação internacional entre o Brasil, Moçambique e Japão que devia promover a solidariedade entre os povos converta-se num instrumento de facilitação de transações comerciais obscuras e promova a usurpação de terras comunitárias que de forma secular usamos para a produção de comida para a nação moçambicana e não só? (ABONG, 2013, online).

Como se observa, a carta termina com fortes interrogações ao comportamento brasileiro e há referências diretas para a ação da Embrapa no continente africano, o que por um lado põe dúvidas sobre os propósitos da ação de ajuda à África proposta pelo governo brasileiro e nomeado pelo ex-presidente Lula, quando da inauguração do escritório em Gana. A falta de atenção com as questões locais, culturais e ambientais e sua repercussão internacional fere o Governo (e o Estado) Brasileiro e também a sua mais importante instituição de pesquisa agropecuária. Porém, a questão de imagem aqui mencionada nem de perto pode ser considerada mais importante, diante das ameaças ao bioma africano, detectada pelo seu povo.

Estas questões, ainda que não sejam objeto de estudo deste trabalho parecem importante para que se compreenda, afinal, como se apresenta e se revela midiaticamente uma complexa situação mundial que envolve o Governo do Brasil e uma de suas mais destacadas estatais. Como se observa o *desembarque* no continente africano tem desdobramentos imprevistos bastante sérios e o programa Prosavana passou a ser também um “caso” de repercussão, muito além de suas fronteiras. Avaliar as respectivas formas de (ou como se dá a) circulação dos discursos midiáticos sobre este episódio nos parece indispensável.

4.5.2 Circulação Trimídia: o Foco são os Países Lusófonos

O Prosavana como marca de um projeto de grande alcance logo se projetou e passou a abastecer as mídias internacionais por meio de diferentes procedimentos

mediáticos. O site alemão Deutsche Welle (DW)¹³, por exemplo pauta o tema sob o ângulo dos agricultores moçambicanos. Neste caso o que nos interessa não é apenas a análise do conteúdo, mas trazer as características do tratamento dado aos materiais midiáticos e ainda as manifestações destas questões em termos de processos de midiatização, ainda que de forma incipiente.

O DW ao mesmo tempo em que publica o texto em página específica dedicada a “Programas; África; Moçambique” sobre os temas africanos, em língua portuguesa, oferta o áudio da entrevista para os países lusófonos. É o que ocorre nesta ação de comunicação aqui em análise sob o título “Camponeses moçambicanos desconfiam do projeto Prosavana”, conforme se pode observar na reprodução a seguir:

Figura 22- Site alemão comenta Prosavana



Fonte: DW

¹³ A Deutsche Welle (DW) é uma empresa de radiodifusão da Alemanha, com sedes em Bonn e Berlim, que transmite para o exterior programas de rádio, além de oferecer uma programação televisiva e um amplo portal de conteúdo on-line em 30 línguas, entre elas o Português. A empresa dedica um espaço para as questões sobre a África. O programa de rádio em Português da DW dirige-se aos países africanos lusófonos (Angola, Cabo Verde, Guiné-Bissau, Moçambique e São Tomé e Príncipe). Recentemente, o Parlamento Alemão aprovou uma lei que transforma a Deutsche Welle em uma empresa trimídia. Diferentemente de outras emissoras públicas alemãs, na Deutsche Welle a oferta de conteúdo online foi equiparada aos departamentos de rádio e TV. A DW-WORLD está disponível em 30 idiomas, com ênfase em alemão (<http://dw-world.de/german>), inglês (<http://dw-world.de/english>), espanhol (<http://dw-world.de/spanish>), português para o Brasil (<http://dw-world.de/brazil>), russo (<http://dw-world.de/russian>) e chinês (<http://dw-world.de/chinese>). Em janeiro de 2005, foi inaugurado o serviço em árabe (<http://www.dw-world.de/arabian>) (DW, 2015, online). Disponível em: <http://www.dw.de/as-emiss%C3%B5es-completas-portugu%C3%AAs-para-%C3%A1frica/a-1962804>. Acesso em 19/02/2015.

O título da matéria do DW, publicada em 12/11/2012 na editoria África (versão para o Português), a exemplo das que a sucederam também relata a preocupação dos agricultores de Moçambique com o programa. O texto aponta o engendramento das ações dos campos da economia, do agronegócio e das relações internacionais. Nota-se, assim, que o enunciador preocupa-se em demonstrar que além da produção de alimentos e do incentivo ao uso de tecnologias sustentáveis e de apoio à agricultura de Moçambique, o que existe nos bastidores do Prosavana são interesses comerciais que visam a expansão do mercado brasileiro na área do agronegócio. Tal situação é percebida na matéria do site alemão, especialmente no trecho a seguir:

A missão brasileira composta por empresários e políticos deslocou-se à capital moçambicana para conhecer as principais oportunidades de negócios no país. Atualmente, Moçambique tem sido considerado uma das principais promessas de África no que diz respeito à captação de recursos externos. Este evento é uma das apostas do país para impulsionar ainda mais estes investimentos. Fábio Vale, da Câmara de Comércio Brasil-Moçambique, diz que sua organização levou a Maputo vários empresários brasileiros para conhecerem o mercado, fazerem visitas técnicas, reuniões comerciais, e uma aproximação ao empresariado nacional em busca de parcerias e novos negócios. Empresariado brasileiro com focos bem definidos. Relativamente às expectativas do evento Fábio Vale diz: “o que podemos esperar desta semana é a efetivação de alguns negócios, especialmente nas áreas de infraestrutura, mineração e energia”. Outro destaque da Semana do Brasil em Moçambique será o agronegócio, mas precisamente o projeto Prosavana, que prevê a participação de Moçambique, Brasil e Japão (DW, 2012, online).

Note-se que, apesar da ênfase ao problema dos camponeses, a matéria deixa fortes evidências do trabalho dos campos sociais, evidenciados no entre título da matéria (frase situada com destaque no alto da notícia) “empresariado brasileiro com focos definidos”. Ou seja, ao mesmo tempo em que o site trata do campesinato, também comenta as estratégias do Brasil em investir em um dos países que mais tem atraído investimentos estrangeiros no continente africano.

Considerada uma empresa “trimídia”, a DW disponibiliza na mesma página em que publica a matéria, o link para o áudio da entrevista com o diretor executivo da União Nacional dos Camponeses (Unac), Luis Muchanga, segundo demonstrado na ilustração a seguir.

Figura 23 – basta clicar e ouvir¹⁴

Fonte: DW

As possibilidades de esta notícia proliferar e ir adiante e de ter grande circulação nos países lusófonos é incontável. Além disso, na esfera virtual não é mais possível dimensionar sua recepção, devido as peculiaridades das mídias digitais. Neste caso em particular o que ocorre é que o programa em Português da DW-Rádio (<http://dw-world.de/portugues>), transmitido diariamente em dois programas de 30 minutos, é dirigido principalmente para o continente africano por onda curta, internet e satélite. Ou seja: tem uma amplitude sem limites. Além disso, também existem estações parceiras do site alemão que retransmitem o programa em frequências locais, como a Rádio Bombolom FM na Guiné-Bissau, a Rádio Capital (Rádio Trans Mundial - Trans World Radio) de Maputo e a Rádio Encontro de Nampula em Moçambique.

Ou seja, o meio rádio associado às tecnologias digitais, especialmente às disponibilizadas pela internet, amplia a circulação das ações comunicacionais da emissora alemã. Somados a isso, outra alternativa ao usuário (leitor ou ouvinte da DW) são as vantagens do Podcast, sistema que permite que o conteúdo em questão seja ouvido e debatido por públicos de diferentes interesses. Isso porque o podcast é uma forma de transmissão de arquivos multimídia na internet na qual os usuários falam e expõem suas opiniões. Ou seja, é uma espécie de blog no qual as pessoas falam ao invés de escrever. Tal característica do processo de midiatização permite

¹⁴ Disponível em: <http://www.dw.de/camponeses-mo%C3%A7ambicanos-desconfiam-do-projeto-prosavana-a-16372527> Acesso em 17 fev. 2015

que o usuário faça sua própria programação e crie sua rádio virtual direcionada ao tema que lhe convier (TECMUNDO, 2015, online).

Estas explicações são importantes porque as notícias sobre os impactos do projeto do Brasil na África, pelos braços da estatal Embrapa, se comparada com aquelas a respeito dos seus propósitos iniciais (inauguração do escritório em Gana), nem de perto pode se comparar, em termos de repercussão. Neste caso, extremamente negativas para o Brasil e para a Embrapa.

4.6 A Abordagem oficial de “O País”

O jornal “O País” é um veículo privado moçambicano, que traz como slogan “A verdade como notícia”. Em suas versões impressa e online concede voz a uma única fonte oficial e elege a informação e linguagem dos campos técnicos envolvidos no Prosavana para falar do assunto. Os títulos de ambas as matérias em suas devidas versões são idênticos, conforme pode-se verificar nas figuras a seguir. Tanto o texto como a linha de apoio indiciam a produção de um texto com fortes características de um release. A versão completa da matéria, no entanto, está no jornal impresso. A página de O País na internet publica o texto resumido e anuncia que maiores detalhes podem ser conferidos na versão impressa. Estas são manifestações típicas de processos de circulação indicação referências de uma mídia a outra.

O formato do site é bem simples, com título em duas cores mas com destaque em vermelho para algo que parece ser suspeito e que se confirma. A palavra “Garantido” induz que havia no ar dúvidas sobre o fato. A matéria está editada na página de economia, o que também denota para e faz referência para o espaço simbólico onde se enquadra.

Há uma força afirmativa no título que chama a atenção para um aspecto da economia regional, pelo que se depreende. O subtítulo é mais um comentário do que mesmo informação.

Figura 23 – O País versão impressa



Fonte: O País, 2012, p.12

Figura 24 - A versão online de O País, veiculada em 13 de janeiro de 2012.



Fonte: O País, 2012, online.

O texto da versão digital repete o que está no impresso. Ao mesmo tempo em que a mídia internacional entrevista os camponeses e dá voz a lideranças de organizações que representam os agricultores e também ouve o governo moçambicano sobre o Prosavana, o que denota uma pauta de interesse mundial sobre uma das regiões do mundo que desperta o imaginário das pessoas, a Savana, o jornal O País, em sua editoria de economia (nas versões online e impressa), conforme as figuras acima dispostas, dá uma abordagem diferente do que constatamos nos veículos até agora analisados. O próprio título aponta que o não há como o programa da cooperação tripartite ser interrompido, uma vez que seu desenvolvimento está garantido. Esta garantia é dada por um Vice-Ministro moçambicano, conforme veremos na sequência desta análise.

4.7 A Angulação no Jornalismo Moçambicano

O enunciador descreve o Prosavana, trata de explicá-lo do ponto de vista econômico e agrônomo, se valendo do vocabulário do campo agrícola, tais como no trecho abaixo:

O projeto consiste numa testagem, no solo, de sementes destinadas ao desenvolvimento de culturas de rendimento, está a ser desenvolvido numa área de 700 mil hectares na província de Nampula e o mesmo já deu os seus passos iniciais há mais de um ano, com a pesquisa de solos para as sementes adequadas [...] A ideia principal é fortalecer a capacidade de pesquisa agrícola em áreas estratégicas, por forma a garantir a base tecnológica para o aumento da produção agrícola, modificar a dispersão física e institucional das ações de pesquisa, assistência técnica [...] (O PAÍS, 2012, p.12)

Como se observa as informações enaltecem as promessas do Prosavana. A linguagem utilizada pelo enunciador e observada acima, na transcrição de trechos da matéria, se vale de material (ou informações diretas) de fundo técnico a respeito do programa, especialmente ao usar os termos característicos do campo agrônomo, como “culturas de alto rendimento”. O uso dos termos oriundos do campo das ciências agrárias e da extensão rural aparecem antes do corpo do texto, logo na linha de apoio do título quando o enunciador usa a frase “Na essência, o

programa, avaliado em mais de 13 bilhões de dólares norte-americanos, tem como objetivo fundamental incrementar a capacidade de pesquisa e de difusão tecnológica para o desenvolvimento agrícola do corredor de Nacala”.

O enunciador deixa rastros dos ângulos de interesse destacados na matéria, entre eles os relacionados à economia e às relações de cooperação com outros países. Isso é percebido pelo fato de a notícia ter uma única fonte, oficial, sendo ela o vice-ministro de Negócios Estrangeiros de Moçambique, Eduardo Koloma. Ou seja, a fonte tem ligação direta com a estrutura de poder local, envolvido nos campos da economia e da política. É possível, no entanto, que a escolha de Koloma para tratar do assunto se deva ao fato de o enunciador ter produzido uma matéria para a editoria de economia de O País. Mas é igualmente considerável que, conforme é anunciado logo no segundo parágrafo da matéria, o enunciador e a fonte tenham tratado do assunto em um evento do campo das relações internacionais, segundo o que extraímos da matéria:

A garantia do arranque do projeto, que conta com a participação do Brasil, foi-nos dada esta terça-feira pelo vice-ministro Negócios Estrangeiros de Moçambique, Eduardo Koloma, que falava durante a cerimónia de assinatura de um acordo de ajuda alimentar a Moçambique pelo Japão (O PAÍS, 2012, p.12).

Notamos, ainda, que o enunciador enfatiza a origem da informação, usando a primeira pessoa do plural para se referir a si próprio (foi-nos). Talvez esta forma de tratar a informação esteja relacionada à cultura do jornalismo moçambicano, valorizando a proximidade do enunciador com a fonte.

Por fim, a exemplo de outros materiais jornalísticos aqui analisados, a referência ao modelo agrícola brasileiro também está presente na matéria de O País, sendo que não há comentários se o mesmo é positivo ou se prejudicará os camponeses de Moçambique – conforme afirmavam as matérias do The Guardian e do site alemão DW. O texto que traduz tal situação é usado no encerramento da matéria e diz:

O projeto baseia-se no que foi levado a cabo em regiões áridas do Brasil, onde o Japão, em 1970, implementou um programa de desenvolvimento regional, e hoje é uma área de maior produtividade daquele país da América do Sul (O PAÍS, 2012, p.12).

O texto reitera a similaridade da Savana com o Cerrado, sem observar qualquer crítica às questões dos impactos aos biomas. A prática do jornalismo, como se sabe, implica em desvelar as diferentes faces das pautas a fim de que se tenha como resultado as apreciações que permitirão ao leitor (no caso do jornal impresso e eletrônico) ter uma determinada leitura sobre os acontecimentos. Ao que parece, não apenas o brasileiro, mas o jornalismo mundial se ressentem com os desvios de suas práticas.

4.8 A Comunicação Digital em outras Instâncias

O uso da internet enquanto ferramenta de trabalho e cenário para denúncias ou praça para os discursos das organizações moçambicanas contrárias ao projeto Prosavana, é o que tratamos neste item do pós-*desembarque*, tendo como material de análise o site da União Nacional de Camponeses (Unac).

A organização moçambicana tem travado embate com as autoridades governamentais e abriu uma campanha com objetivo de parar a execução do programa assinado pelos governos do Brasil, Moçambique e Japão. As tecnologias da sociedade em vias de midiatização têm sido as principais aliadas dos dirigentes da Unac, que têm transformado sua página na internet numa espécie de “praça virtual” para dizer um vigoroso “não” ao prometido desenvolvimento que o Projeto incentivado pelo Brasil estabelece para a Savana moçambicana.

Não se trata aqui de dizer que o processo de interação de uma organização de classe com seus públicos de interesse só ocorre devido à midiatização. Constatamos que a voz oficial da Unac se dá por meio de sua página na internet ao postar o documento “Pronunciamento da Unac sobre o Programa Prosavana”, e assim temos um indicativo de que embora tal movimento possa existir independente da apropriação da tecnologia e da comunicação, agora ele se organiza “pensando no olhar midiático (BRAGA, 2009, online).

Figura 25 – Camponeses têm página na internet



Fonte: Unac

A página da Unac tem uma apresentação visual muito atrativa e sintonizada com a moderna diagramação digital, com o uso de imagens em contraste que ajudam a identificar e dar identidade ao conceito. A organização dos camponeses moçambicanos, que abriga 86 mil membros agrupados em 2.200 associações e cooperativas, passa a enfrentar o embate pelas terras da Savana em “sua própria casa”. Ou seja, o site da Unac é seu abrigo. É nele que a entidade se auto enuncia, conforme o trecho do texto publicado em 11 de outubro de 2012, na página da Unac, o qual faz referência ao Brasil, critica o modelo de agricultura do Cerrado brasileiro e a falta de diálogo com os camponeses:

Este projecto inspira-se no projecto de desenvolvimento agrário levado a cabo pelos governos brasileiro e japonês no Cerrado brasileiro, onde hoje em dia se desenvolve uma agricultura industrial de larga escala e monocultura (principalmente a soja), que levou a uma degradação ambiental e à quase extinção das comunidades indígenas que viviam naquelas áreas. O Corredor de Nacala foi escolhido pela sua Savana ter características climáticas e agroecológicas semelhantes ao Cerrado brasileiro, bem como pela facilidade de escoamento dos produtos para o mercado externo. Desde que ouvimos falar do Programa Prosavana, temos notado uma insuficiência de informação e reduzida transparência por parte

dos principais actores envolvidos (Governos de Moçambique, Brasil e Japão), daí a realização da reflexão acima referenciada. Nós camponesas e camponeses, condenamos a forma como foi elaborado e se pensa implementar o Prosavana em Moçambique, caracterizado pela reduzida transparência e exclusão das organizações da sociedade civil em todo processo, em particular as organizações de camponeses (UNAC, 2012, online).

Verificamos acima que a Unac usa dados e uma linguagem técnica para explicitar como avalia as ameaças do Prosavana aos camponeses. A entidade se autodenomina, enquanto lugar de fala: “nós camponesas e camponeses” para dizer que não aprova o programa. Ainda se valendo de um texto objetivo o enunciador explicita os motivos pelos quais a entidade repudia o programa e chama a atenção das autoridades envolvidas sobre os riscos da monocultura.

A organização dos camponeses se apropria da tecnologia e da comunicação para desenvolver e colocar em prática suas próprias ações comunicacionais. Ou seja: produzir e editar sua própria notícia, influir nas decisões políticas e pautar a mídia empresarial. Tal produção é feita a partir de seus próprios parâmetros e interesses e, sendo assim, não se pode esperar nada além de um material com o viés da filosofia expressa neste site – o que não é incomum na sociedade midiaticizada, em que se experimenta possibilidades de auto comunicação.

4.9 A Abordagem Institucional sobre o Prosavana

As ações comunicacionais das instituições governamentais diretamente envolvidas no Prosavana seguem a linha informação institucional, na qual a preponderância é para produtos que informam- por meio de textos ou fotos ou ambos e ainda áudio - os objetivos do programa.

As informações estão centralizadas pelo chamado “Gabinete de Coordenação do Prosavana”, formado por uma equipe coordenada por um membro do governo de Moçambique e estão contidas num site criado especificamente para tal finalidade, conforme podemos verificar a seguir, especialmente no texto de boas-vindas:

Figura 26 – Prosavana oficial¹⁵

Fonte: Prosavana

O site do Prosava é bem típico de informes digitais de origem institucional bem tradicionais, com quadros e boxes específicos para as informações e sem apresentar a atratividade e diagramação modernas mencionadas nos sites anteriores. Nos interessa reproduzir aqui trechos do texto acima, no qual há uma mensagem aos internautas. Trata-se de um texto no qual o enunciador institucional é o MINAG, Ministério da Agricultura de Moçambique (pessoa física não identificada), ao mesmo tempo em que parece desejar maior proximidade com o leitor reforça o tom formal e oficial. O próprio título indicia a informalidade, como se o visitante do site estivesse “entrando em uma casa”, em uma ambiência enquanto convidado. Ou, ainda, “na casa do Prosavana”. É o que podemos analisar a seguir:

¹⁵ Disponível em: <http://www.prosavana.gov.mz/index.php>. Acesso em 20 fev. 2015.

Bem-vindo ao Prosavana Caros visitantes: É com grande prazer e honra que damos as boas vindas ao sitio oficial do Prosavana. O sítio foi desenhado com objetivo de proporcionar a todos os interessados com as informações sobre os desenvolvimentos mais recentes, notícias e atividades que estão sendo realizadas. Além disso, procura-se transmitir uma visão ampla sobre o papel instrumental que o Prosavana desempenha no contexto da implementação do Plano Estratégico para Desenvolvimento do Sector Agrário (PEDSA)... Esperamos que o sítio proporcione aos seus visitantes uma visão aprofundada sobre o amplo espectro do Prosavana e de objetivos, visão, missão e projectos..... Mais uma vez, desejar-lhes boas vindas à página oficial do Prosavana, o qual esperamos possa ser ao mesmo tempo útil e benéfico (PROSAVANA 2015, online).

O enunciador institucional apresenta o site, trata de dizer os motivos que levaram à produção e colocação do dispositivo no ar e promete que em tal espaço digital os leitores vão encontrar todas as informações sobre o produto em foco e que o mesmo deverá ter utilidade e benefícios.

O site tem visivelmente uma finalidade didática e também de posicionamento do Estado. Com a opção de ser lido na versão em Inglês, o site – que é assinado com as logomarcas do Ministério da Agricultura e Segurança Alimentar (MINAG) de Moçambique, da Agência Brasileira de Cooperação (ABC) e da Agência Japonesa de Cooperação (Jica) – é em Português, língua oficial do país, porém, a grafia é da língua do colonizador de Moçambique, Portugal.

Por se tratar de uma ação de comunicação institucional e que envolve outros dois países, a coordenação do site parece tomar para si a responsabilidade pelo produto e todos os seus conteúdos, embora divida a assinatura do mesmo com as instituições que representam os países parceiros, a ABC e a Jica.

Todas as logomarcas ou marcas¹⁶ disponibilizadas ao pé da página, à esquerda, são links que conduzem o leitor às páginas destas organizações de governo, o que se observa a seguir:

¹⁶ Marca símbolo que funciona como elemento identificador e representativo de uma empresa, de uma instituição, etc. Diz-se também desta acepção marca-símbolo. Diz-se ainda logotipo e logomarca, respectivamente, representação gráfica do nome, em letras de traçado específico. Sobre Logomarca: o conjunto destes símbolos numa só composição gráfica, permanente e característica, constituída pelo nome, pelo símbolo e pelo logotipo (RABAÇA, BARBOSA, 2002, p.455-456).

Figura 27 - Detalhes da página oficial do Prosavana



Fonte: Prosavana

As logomarcas parecem protocolares. Ou seja, estariam indiciando dois tipos de protocolos. O primeiro que atende ao campo diplomático e das relações públicas e está relacionado à ordem de precedência na apresentação das logomarcas. Não temos informações sobre as considerações de Moçambique sobre tais critérios. O segundo seria uma espécie de “protocolo comunicacional”, típico de produtos disponibilizados em meios digitais. Neste caso nos referimos ao fato de as logomarcas do Minag, da Jica e da ABC funcionarem como links às páginas destas organizações governamentais. Ao clicar em cima das mesmas o internauta terá acesso aos conteúdos das instituições citadas.

O que depreendemos do material disponibilizado no site em análise é de que o mesmo, apesar de suas características institucionais marcadamente expressas nos conteúdos de comunicação (como os releases disponibilizados no link “notícias” e os próprios textos de apresentação, conforme já demonstrado) indicia a intenção de Moçambique em se apropriar das técnicas comunicacionais e dos suportes midiáticos com a finalidade de assegurar e enfatizar sua política de governo, especialmente no campo das relações internacionais. Também o de se aproximar das comunidades rurais onde se desenvolve o Prosavana, o que constatamos no

espaço disponível para veiculação de programas de rádio produzidos para falar do projeto de cooperação tripartite. Vejamos o que diz parte do texto sobre a ação que lança o programa de rádio:

O Prosavana, em parceria com as Direcções Provinciais de Agricultura (DPAs) de Nampula, Niassa e Zambézia e com os Serviços Distritais de Actividades Económicas (SDAEs) nos 19 distritos da área de estudo do Programa, firmou convénio com as rádios comunitárias e com grupos culturais das três Províncias para implementar um programa de comunicação junto das comunidades residentes no Corredor de Nacala. Tal programa tem como objetivo esclarecer as comunidades na região do Corredor de Nacala sobre o que é o Prosavana, seus objectivos e actividades, informando sobre suas estratégias e os benefícios para os produtores daquela região (PROSAVANA, 2015, online).

Aqui parece que temos uma missão didáctica ou instrumental que busca a aproximação das comunidades por meio do dispositivo rádio, talvez numa tentativa de amenizar e dar uma resposta oficial às críticas feitas pela mídia internacional e pelas organizações não governamentais (análises estas já feitas aqui), conforme podemos constatar no link que dá acesso ao áudio do programa: <http://www.Prosavana.gov.mz/index.php?p=noticia&id=19>>

Outro ângulo desta ação de comunicação é que uma vez disponibilizada em meio digital, a mesma pode ser reproduzida em diferentes ambiências e para finalidades diversas.

Figura 28 – A voz oficial do Prosavana

The screenshot shows a web browser window displaying the ProSAVANA website. The address bar shows the URL: www.prosavana.gov.mz/index.php?p=noticia&id=19. The website has a green and white color scheme with the ProSAVANA logo at the top. A navigation menu includes links for INÍCIO, SOBRE O PROGRAMA, PROJECTOS, BIBLIOTECA, ARQUIVO DE NOTÍCIAS, CONTACTOS, and STAFF PAGE. The main content area features a title: "Programa de comunicação do ProSAVANA junto das comunidades do Corredor de Nacala." Below the title is a short text summary of the program, followed by a paragraph detailing the objectives and activities. At the bottom of the article, there is an audio player with a play button and a progress bar showing 00:05 out of 04:49. The browser's taskbar at the bottom shows various application icons and system tray information, including the date 20/02/2015 and time 17:02.

Fonte: Prosavana

No site do Prosavana se pode observar uma logotipia própria para o programa, o que revela o esforço por conferir-lhe identidade. O site tem as mesmas preocupações didáticas mencionadas anteriormente, é bastante simples e sem grandes recursos e inovações, a não ser o link para um spot de áudio. Ainda há outros dois ângulos observados aqui: temos uma ação de comunicação institucional com características da midiatização, entre elas: o programa de rádio é um produto midiático inserido em um site de uma organização governamental com amparo de outras duas instituições internacionais (no caso a Jica e a ABC).

Há, portanto, uma apropriação das práticas comunicacionais e das técnicas digitais com a finalidade de ampliar a voz oficial, a voz do Estado. Um outro aspecto que nos chama atenção é a preocupação em fazer o programa (para o qual não há referência sobre o nome) em Português e em línguas locais especialmente Makhuwa, Lomwe e Yaawo. Pelo menos um programa foi disponibilizado no site.

Trata-se de um programa produzido na língua Lomwe e que teria veiculado pela Rádio Comunitária do Gurue, na província da Zambézia.

Figura 29 - Prosavana no rádio



Fonte: Prosavana, 2015, online.

O programa veiculado na Rádio Comunitária do Gurue, cujo áudio está disponível em <http://www.Prosavana.gov.mz/index.php?p=noticia&id=20>, é um diálogo nitidamente lido, no qual dois agricultores falam sobre o Prosavana. Trata-se de um recurso de dramaturgia, com diálogos que reforçam o formato publicitário. Tem 5min11seg. e contém a referência explícita “clique para ouvir o spot publicitário” evidenciando que se trata de uma peça promocional do Prosavana, possivelmente com o objetivo de reforçar a fala do governo.

A produção do site do Prosavana e as informações da Embrapa sobre o programa pouco se diferem em termos de conteúdo, uma vez que os objetivos e demais elementos do acordo tripartite para implementação do mesmo estão seguramente alinhados, seja na institucionalidade moçambicana, seja no contexto institucional da estatal brasileira. Tal semelhança no tratamento do assunto é o que veremos a seguir, ao analisar a página no qual estão os conteúdos referentes ao Prosavana.

No Brasil, como será que a apresentação do Prosavana se mostra? Como é tratado no contexto da Embrapa e das suas alianças, é o que veremos a seguir, quando chegamos ao final destas manifestações sobre o acontecimento que levou o Brasil à desembarcar na África no século XXI.

4.10 A Abordagem da Embrapa

As informações sobre o Prosavana estão inseridas no portal¹⁷ da Embrapa, na página interna que trata da atuação internacional da instituição. A empresa disponibilizou um texto pontual no qual faz uma apresentação do programa, com texto cuidadosamente institucional, conforme pode ser conferido na ilustração a seguir, bem como no trecho que transcreve parte do conteúdo, logo abaixo da reprodução da página:

¹⁷ Um site grande, impessoal, com foco em vários públicos e com conteúdos verticais. Normalmente traz conteúdo informativo de determinado setor, interesse, organização, pois possui ferramentas de relacionamento com os seus públicos, que se beneficiam de navegação privilegiada pelos conteúdos (TRADSTAR, 2015, online). Disponível em: <http://tradstar.info/blog/qual-diferenca-entre-site-blog-portal-e-hotspot/>, acesso em 20/02/2015.

Figura 30: Prosavana no portal da Embrapa



Fonte: Embrapa

O site da Embrapa talvez seja o mais diretamente noticioso entre os demais, e o que menos se preocupa com a apresentação visual. Vai direto para texto e foto e neste sentido é o que menos funciona como publicizador, em relação, por exemplo, com o site de Moçambique. O texto é basicamente descritivo e explicativo, sem grandes avaliações.

Denominado "Projeto de Melhoria da Capacidade de Pesquisa e de Transferência de Tecnologia para o Desenvolvimento da Agricultura no Corredor de Nacala". Iniciativa trilateral entre Brasil, Japão e Moçambique, que visa contribuir para o aumento da produção agrícola nesta região de Moçambique.

O corredor de Nacala se estende desde a região central até o norte do país africano, onde o bioma predominante é a Savana. Esse tipo de vegetação tropical é semelhante à do Cerrado brasileiro. Por isso, o projeto Prosavana aplica as experiências e técnicas desenvolvidas pela Embrapa no Brasil aos cerca de 400 mil produtores rurais de Nacala (EMBRAPA, 2015, online).

A instituição brasileira, segundo podemos observar usa do vocabulário técnico e típico do campo das ciências agrárias para descrever as semelhanças entre os biomas Cerrado e Savana. O texto indicia, por outro lado, explicita a prática da tradicional transferência de tecnologia, especialmente na frase “por isso, o projeto Prosavana aplica as experiências e técnicas desenvolvidas pela Embrapa no Brasil

aos cerca de 400 mil produtores rurais de Nacala”. Somente neste trecho que define a concepção do programa fica evidenciada como a comunicação da estatal trabalha sua comunicação: enquanto algo divulgador e transferidor.

- Avaliações pós-desembarque:

Em termos gerais esta última fase que acabamos de descrever talvez seja a mais interessante e esclarecedora dos modos de agir deste *affaire* das ações das políticas e dos políticos e de sua combinação tácita com o campo comunicacional e mais especificamente pela operação das mídias e de processos de mediatização.

Pensamos que estes últimos episódios que envolvem o Projeto Prosava é um emblema de um modo de operar muito curioso aos comunicadores e ao mesmo tempo grave, pois mostra que a comunicação, enquanto campo, não é capaz de ser estratégico para os Estados. A comunicação pública, estratégica e de risco, em nenhum momento aparece para dizer algo sobre esse *Mise en scène*. Trata-se aqui de algo muito próximo mesmo com a expressão francesa que está relacionada com encenação ou o posicionamento de uma cena. Neste caso, na cena pública a comunicação parece sempre vir depois dos casos consumados e não há qualquer resquício de seu uso fora deste contexto.

Observamos neste estudo a inexistência da comunicação pública, pois caberia a ela prever aos cientistas que falar de um projeto que transforma em plantação de soja e outros grãos a Savana africana não é algo simples e sem repercussões de todos os tipos. Cabe perguntar então: onde esteve ou está a comunicação do Prosavana? Não a encontramos a não ser como “coisa dada” e mesmo assim, há um paulatino desaparecimento da comunicação pública sobre o Prosavana, pelo Brasil, pelo menos.

Por outro lado, esta etapa permite reiterar o modo de operar entre os campos no embate que se estabelecem entre eles, dados os seus interesses. A mídia opera nestes entornos mas o mais interessante é observar como se autogera a partir dela mesma. A auto geração comunicacional proporcionada pelos processos de mediatização chama especial atenção, quando uma notícia se projeta em escala e segue sem controle para outras esferas e suportes, tomando proporções multidimensionais e imprevisíveis.

Dissemos no início deste capítulo que a ideia central era de estudar as ações comunicacionais que foram empreendidas no sentido de instituir e materializar a presença brasileira na África. Também tínhamos ciência de que ela se dá por meio de intervenções e estratégias organizadas por diferentes campos sociais e inclusive pelo da mídia.

As análises nos possibilitam confirmar a relevância das ações comunicacionais para se compreender o contexto das diferentes versões que emergem de outros campos e que se apresentam cristalizados no comunicacional. A cena, deste *mise em scène* é mesmo uma orquestração em três atos (antes, durante e depois do desembarque), nos mostra aspectos da frente do palco (frontpage) mas também do que acontece atrás dele (o backstage).

E o que se pode ver, do que se pode ver? Indícios curiosos dos modos de operar numa disputa intensa de sentidos sobre o que de fato é um programa de internacionalização de um País, com o suporte de uma das suas principais estatais. Observa-se movimentos frenéticos dos campos políticos e regulações diplomáticas, salpicados por motivações econômico-comerciais que os guiam. As ações comunicacionais são subservientes a esses campos mais estruturados, funcionam mesmo como “serviços”.

O espaço do fluxo destas expressões dos campos nas esferas das mídias e em seus processos de midiatização nos permite esta navegação na direção de compreender aspectos interessantes e curiosos das formas de desembarcar e os significados do desembarque.

Ao analisar as expressões das ações comunicacionais e da midiatização sobre o acontecimento em foco (o desembarque), se observa que o embate não aparece, porque os posicionamentos estão em espaços muito próprios e condicionados pelos interesses dos campos. Fica-se com a impressão que tudo que foi noticiado e apresentado a respeito do Prosava, por exemplo, serve mesmo para des-informar, porque não se observa interesse pelo esclarecimento no circuito entre os bastidores e o palco. Talvez, por isso, este trabalho talvez seja também um espaço de aportes ao processo de agendamento, dada a reunião singular a respeito de uma temática de tanta relevância que, pelo menos no Brasil, não causa qualquer repercussão maior.

5 CONCLUSÃO

Esta pesquisa é norteadada por conceitos e procedimentos metodológicos que nos ajudaram na construção das respostas ao nosso problema de pesquisa, assim formulado: como estratégias e ações comunicacionais articuladas com lógicas e operações de vários campos sociais, especialmente aquelas situadas no âmbito do campo comunicacional, constroem o *desembarque* do Brasil na África? Examinamos como lógicas de diferentes campos se contatam, mas especialmente, como as de caráter comunicacional - segundo a mídia, promovem tais articulações entre eles – de acordo com estratégias específicas e outras de caráter heterogêneo.

O trabalho observacional e de descrição de estratégias das ações comunicacionais visaram examinar “O *desembarque* do Brasil na África: o caso Embrapa em Moçambique”. Análises realizadas nas fases antes, durante e após o *desembarque* descrevem as ações caracterizando as especificidades de cada momento. Deste processo resulta a manifestação de atividade comunicacional, segundo várias matrizes, especialmente aquelas que apontam para a complexificação da comunicação no estágio que corresponde ao dia seguinte, pós-desembarque.

Os períodos aos quais nos referimos antes, durante e após (ou pós, depois) ao *desembarque* ocorrem entre 2003 e se estendem até meados de 2013. A fase que corresponde ao antes se desenvolve a partir de 2003, ano em que o ex-presidente Lula toma posse do seu primeiro mandato e vai até 2007. O durante o *desembarque* é entre 2008 e 2009. A partir de 2010 até meados de 2013/2014 está o pós-desembarque.

Sobre os processos de entrelaçamento de práticas de diversos campos sociais no cenário africano e sua complexificação, depreendemos que em todas as fases (antes, durante e pós) existem ocorrências de sua manifestação e de suas dinâmicas. Isso é, nas fases antes e durante os campos da política e da diplomacia, juntamente com o da agricultura parecem agendar o campo das mídias. Seja as de caráter público ou privado, em suas manifestações mostram marcas da presença de operações feitas por assessorias especializadas dos respectivos campos. Nesse sentido, há o posicionando em termos enunciativos, de angulações e de tematizações, sendo a noticiabilidade associada com o ângulo do acontecimento.

Portanto, nas fases antes e durante o *desembarque* notamos mais claramente a relação direta e, em alguns momentos ambivalentes, entre o campo da mídia e os outros campos sociais que precisam das operações e lógicas midiáticas para efetivarem a publicização dos seus objetivos, ações, etc. Constatamos este quadro na análise dos materiais jornalísticos produzidos pelas agências governamentais, no Capítulo 4. Porém, à medida que as ações comunicacionais dos *desembarcantes* se entranham em território africano, uma nova dinâmica de movimentação dos campos sociais vem à tona. Apontamos um contraste entre as duas primeiras fases e a última, algo que enriquece em termos empíricos nosso problema de pesquisa. É, portanto, no pós-*desembarque* que constatamos o aumento dos níveis de tensão e de conflitos.

Enquanto nas duas primeiras fases as ações de comunicação se caracterizavam por uma forte associação à atividade dos meios - jornais, assessorias, serviços de imprensa, etc., na terceira fase temos outro cenário de produção. A característica deste período aponta para o papel exercido por manifestações incipientes da midiatização sobre o cenário do estudo. Verificamos as manifestações de tecnologias que são convertidas em meios que, por sua vez, são apropriados por diferentes práticas dos campos sociais e que, em função do daquilo que estas tecnologias ensejam, redesenham, por assim dizer, o modo de construção e de operacionalização das ações comunicacionais. É desta maneira que são asseguradas as novas possibilidades de interação de mensagens, retirando dos dispositivos governamentais e privados, por exemplo, em termos jornalísticos, a centralidade da narratividade sobre a presença do Brasil na África. Instituições e outras formas de coletivos entram em ação na tarefa de construção de sentidos em torno deste acontecimento.

Observamos que o *desembarque* apresenta duas concepções de comunicação: uma relacionada às lógicas dos *desembarcantes* (por meio de seus serviços de comunicação e afins) e outra produzida pelos anfitriões, mas segundo articulações mais autônomas em relação aos dispositivos comunicativos dos que ali desembarcam. No primeiro caso, conforme dissemos, a agenda da ação comunicacional é elaborada e executada, grosso modo pelas organizações governamentais que chegam à África. As ações de comunicação estão voltadas à produção de releases, veiculação de matérias jornalísticas que oportunizam a fala dos atores institucionais em concordância com os interesses dos campos sociais

envolvidos. Tal situação é notadamente construída e ocorre nas estratégias e ações de comunicação que preparam o *desembarque* (antes) e durante este evento.

A segunda concepção trata de uma comunicação complexificada na qual ao analisarmos os fragmentos das ações comunicacionais da última fase (após) observamos não mais lidarmos com ações de comunicação produzidas e praticadas e/ou induzidas pelo *desembarcante*. Se antes constatamos a prática de ações informativas, matérias jornalísticas sem questionamentos, reprodução de falas institucionais, nesta a angulação é outra. Ou seja, a ênfase é para ações midiáticas com fundo, dentre outras preocupações, no jornalismo de investigação, de denúncia, envolvendo outros procedimentos de apuração e de semantizações. Emerge a presença das práticas de uma comunicação feita pelas mãos daqueles que não estão inseridos no contexto das mídias políticas, empresariais e de outros matizes afins (atores sociais moçambicanos e/ou apoiadores públicos e privados já de uma causa) operando estratégias e ações comunicacionais no âmbito das organizações não governamentais.

Todo esse engendramento se dá na ambiência incipiente da midiaticização, tendo nos dispositivos digitais a plataforma e o cenário para debater e ampliar em dimensões incalculáveis o que se configurou nesta pesquisa como o principal embate do *desembarque*: o projeto Prosavana. No início da pesquisa não se tinha a dimensão desta problemática.

Observou-se que a instância desembarcante, que inicialmente era autônoma na formulação e operacionalização das ações desenvolvidas desde os discursos de Lula rumo à África até o *desembarque* em Acra, capital de Gana e cidade sede da Embrapa África, não mais controlou o que se passou naquele continente sob o seu ponto de vista. De um lugar anfitrião, a África é re-situada pelos circuitos de comunicação em um novo cenário no qual se disseminam sentidos diversos e não apenas promocionais, sobre a natureza da proposta e ações de cooperação apresentadas pelo *desembarcante*.

Com base nos materiais analisados, os processos incipientes de algumas operações de processos de midiaticização apontam não apenas para inserção da África no circuito de um debate que já não pertence apenas a alguns países cooperantes, mas também novos processos midiáticos e novas formas de funcionamento dos meios que ensejam embates de sentidos, envolvendo as lógicas dos *desembarcantes* com as dos atores locais.

As ações comunicacionais daqueles que chegaram (as instituições brasileiras) são permeadas no tecido social do cenário africano. Os meios com os quais é avaliada e anunciada a chegada à África já não seguem as mesmas lógicas de mídias da comunicação governamental, nem de produtos dos que desembarcaram naquelas terras, tampouco de marketing, mas sim de processos comunicacionais que repousam no know-how das lógicas e das estratégias do meio local.

Portanto, aquele cenário do *desembarque* do Brasil na África: o caso Embrapa em Moçambique não é mais o mesmo. Outras expressões jornalísticas construídas segundo novos ambientes e processos editoriais demonstram que os embates de sentidos travados pelas dissonâncias do projeto Prosavana repercutem. Constatamos que a comunicação governamental dos países envolvidos (entre eles o Brasil) não dá conta de tal embate – emblemático, espalhado na sociedade dominada pelos segmentos que expressam opinião.

Esta nova situação vem à tona e se fortalece na medida em que se expandem as tecnologias nas formas de meios, sendo as mesmas manejadas por vários grupos sociais – características da midiatização, criando novos circuitos e fluxos de sentidos, em escala que atravessa várias instancias da sociedade local e, especialmente, se ampliam em nível internacional. Constatamos tal dinâmica discursiva nos embates entre o uso das práticas comunicacionais pelas ONGs moçambicanas no caso Prosavana e de suas apoiadoras em nível internacional – sejam empresas midiáticas ou não. É assim que se configura ou se redesenha o *desembarque* que, na primeira fase (antes) e ainda na segunda (durante) parecia pertencer ao *desembarcante* e devido à complexidade das estratégias e ações comunicacionais passa a ser um processo de compreensão diverso, polêmico, crítico, controverso, heterogêneo, etc.

Observamos a transformação ocorrida nas formas da disseminação em escala planetária de uma circulação de signos no interior desta sociedade que também se midiatiza, ainda que em passos modestos. Só que tal processo dinamiza-se em outra ponta, em outra sociedade representada por mídias de países desenvolvidos, como é o caso do The Guardian, da Inglaterra. Não há domínio sobre o acontecimento, especialmente quando entra em cena o jornalismo analítico, internacional, completamente diferente daquele apenas informador. Este jornalismo

opera em outras lógicas, para além daquelas interessadas apenas nos serviços de comunicação e de promoção comercial e diplomático.

Porém, a despeito de tais construções jornalísticas serem autônomas em relação a serviços de comunicação, ou de mídia privados, este jornalismo internacional que se observa na fase pós-*desembarque*, nos materiais analisados representados pelo The Guardian ou o site DW é também caudatário de uma matriz de lugar de fala e de interesses característicos de seus próprios países, crenças, culturas, e demais afetações dos campos sociais de suas origens. No campo do embate emblemático do Prosavana, o Brasil *desembarcante* disputa em simetria terreno em igualdade com o Japão. Ou seja, o *desembarque* se faz em meio a uma diversidade de construções discursivas que apontam para a complexidade da comunicação enquanto uma dimensão de construção de contatos entre experiências de realidades diferentes.

Manifestam-se, então, as práticas que buscam demarcar território simbólica e literalmente. O jornalismo também aparece neste contexto, referindo as práticas locais dos camponeses que usam dos meios digitais como porta-vozes da defesa da Savana e colocam em xeque o *desembarque* e sua fé exposta no discurso solidário de saciar a fome da África. Além de outras que foram aqui examinadas.

Com base nisso pontuamos algumas das principais reflexões finais sobre este trabalho. Elas apontam para o aprendizado de questionar, comparar conceitos e analisar a concretude das ações comunicacionais e da complexificação das mesmas no processo de midiatização. Os aprendizados deste estudo podem ser traduzidos nas reflexões a seguir.

A autossuficiência não foi nossa companheira neste trabalho. Por isso, a iniciativa primeira para enfrentar o desafio desta pesquisa está referendada no estado da arte sobre os modelos comunicacionais, colocando o problema do conhecimento como centro da questão. Ou seja, de que maneira as instituições desenham as possibilidades da comunicação para que o conhecimento seja compartilhado. Levamos em consideração vários modelos, grosso modo, à permanência de transportabilidade de signos advindo de uma instancia para outra. Esta transferência de dados de um para outros sendo compreendida como comunicação. Em função destes modelos estudamos, na visita que fizemos aos mesmos, a engenharia destas ações em modo geral, especialmente as fases antes e durante o *desembarque*, o que nos leva à conclusão de que o pensamento

comunicacional de governos e de instituições governamentais é construído em meio ao paradigma transferencial.

Este comportamento linear reforça hoje aquilo que o educador brasileiro Paulo Freire já havia observado, na década de 1960, sobre a forma com que a comunicação é utilizada neste universo em particular, o da agricultura, quando questiona o comando da “extensão” como norteador das ações. Portanto, nesse sentido, a pergunta de Freire, “Comunicação ou extensão?” segue com atualidade e precedente, mesmo depois de tanto anos.

No entanto, à medida que entendemos a comunicação como interação, tentativamente mais simétrica, um dos desafios colocado ao campo comunicacional é justamente enxergar o ideal de um governo para outro, enquanto o deslocamento de um saber, e que como tal é um processo interacional de experiências compartilháveis. Referimos-nos a um contato de experiência comunicacional com interação, não como informação.

Os modelos vistos no estado da arte nos equiparam para ver a grande engenharia desta experiência. Isso se aprende. O modelo velho com outras retóricas, com outras motivações. Uma prova disso é que na terceira fase do nosso trabalho, aquela que chamamos de *pós-desembarque*, emergem outras experiências e elas só acontecem devido ao fato de os dispositivos comunicacionais se expandirem também para as mãos de outros atores sociais. Assim, são inauguradas outras práticas de produção de sentidos, que em uma dinâmica conflitual, trazem à tona novas experiências que, por sua vez, não coadunam com as expectativas comunicacionais do desembarque brasileiro.

Finalmente, referimos aqui o pensamento de uma das maiores expressões de Moçambique, o escritor e biólogo Mia Couto. Ele refere em uma entrevista ao jornal Estado de São Paulo seu desapontamento quanto à presença brasileira em terras moçambicanas:

Com o Brasil havia uma expectativa ingênua de que iríamos nos entender melhor. E depois se revelou algo que é igual à lógica dos outros, dessas empresas poderosas do mundo inteiro. Há uma desilusão. Se viesse uma empresa da França, da Inglaterra, não havia expectativa de que fosse diferente. (COUTO, 2013).

A fala de Mia Couto nos parece emblematizar tudo o que observamos nesta pesquisa que mostra um desembarque complexo e multidimensional. Entretanto, ele

não é percebido assim pelos desembarcantes que em sua saga não compreendem e respeitam as lógicas maiúsculas das culturas e das estruturas sociais. As ações comunicacionais mostram como acontece o desembarcar do dissenso e a circulação midiática nos permite compreender o quanto a informação é incontrollável hoje. Podemos enfatizar que a midiatização afeta todas as práticas sociais, mesmo que de modos diversos como afirma Verón (1997).

A comunicação do desembarque cairá no esquecimento? As instituições estarão mais preparadas para tratar com a experiência da cultura e das expressões e valores da sociedade? Quais são os discursos que existem hoje que refletem o que aqui analisamos, que se referem aos projetos para a África? Os discursos dos campos sociais *desembarcantes* prosseguem? Ou há outras construções? Estas reflexões nos parece necessárias, com base nas inferências que podem ser úteis à medida em que a volatilidade nos conduz a esquecimentos, reforçados pelas operações que fazem desaparecer arquivos, dados, informações. Haverá possibilidade de aprender com o desembarcar africano? Dada a dificuldades em perseguir estes rastros, pois os mesmos são demolidos pelo tempo e por processos de diferentes ordens.

A expectativa é de que esta pesquisa possa contribuir para a evolução segundo outras perspectivas, das práticas comunicacionais das instituições governamentais, ainda forjadas na linearidade do modelo difusionista, ainda predominante. Os resultados demonstram que a cultura transferidora de conhecimento resulta em atitudes com autonomia e visão linear, numa sociedade que é transversal por natureza. Isso é igualmente válido para aquelas sociedades nas quais o processo de midiatização ainda caminha em passos lentos.

Estamos imersos em uma sociedade em vias de midiatização, na qual as práticas comunicacionais não mais ficam sitiadas em determinados grupos de pressão, ou tem um único endereço. É preciso repensar o fenômeno comunicacional vivenciado, repensar as formas de comunicar, observando que a comunicação sempre ocorre e é imprevisível. Tudo isso passa pelo reconhecimento daquilo que o mundo está a exigir: maior compreensão das práticas sociais e da interação dos atores. Há necessidade de avaliar o lugar do campo da comunicação e suas relações com os demais campos sociais constantemente. Temos que compreender que nenhuma sociedade pode abrir mão de sua prerrogativa de produtora de suas próprias ações comunicacionais, com base nos valores que as define como tal.

REFERÊNCIAS

- ABONG. *Carta aberta para deter de forma urgente o Programa Prosavana*. Disponível em: <http://www.abong.org.br/notas_publicas.php?id=6219> . Acesso em 15 outubro de 2014.
- AGÊNCIA BRASIL. *Celso Amorim inicia amanhã viagem a seis países africanos*. Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/sobre-ebc>>. Acesso em 12 jan. 2015.
- A MODEL laboratory without walls: the brazilian labex. *Le Dossiers d'Agropolis International Expertise of the Scientific Community*, Montpellier, n. 10, 2010. Special Issue. Disponível em: <<http://www.agropolis.org/pdf/labex-thematic-file.pdf>> Acesso em: 11 maio 2012.
- AKINOLA, Lanre. Brazil aspires to be partner, not donor. *This is Africa*, [S.l.], 28 jul. 2010. Disponível em: <<http://www.thisisafricaonline.com/>>. Acesso em: 31 out. 2014.
- AMORIM, Celso. A África tem sede de Brasil. *Carta Capital*, São Paulo, 28 maio 2011. Disponível em:<<http://www.cartacapital.com.br/politica/a-africa-tem-sede-de-brasil>> Acesso em: 01 jun. 2014.
- AUGÉ, Marc. *Não-lugares: introdução a uma antropologia da supermodernidade*. Campinas: Papyrus, 1994.
- BORDENAVE, Juan Diaz. *O que é comunicação rural*. 3. ed. São Paulo: Brasiliense, 1988.
- BOURDIEU, P. *O poder simbólico*. 16. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2012.
- BRAGA, José Luiz. Circuitos versus campos sociais. In: JANOTTI JUNIOR, Jeder; MATTOS, Maria Ângela; JACKS, Nilda (Org.). *Mediação & mediação*. Salvador: EDUFBA ; Brasília, DF, : Compós, 2012. p. 31-52. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/6187/1/MIDIATIZACAO_repositorio.pdf> Acesso em: 01 jun. 2014.
- CABRAL, J. Irineu. *Sol da manhã: memória da Embrapa*. Brasília, DF: UNESCO, 2005.
- COHN, G. *Comunicação e indústria cultural*. São Paulo: T. A Queiróz, 1987.
- COUTO, Mia. *E se Obama fosse africano?: e outras intervenções*. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.
- DEUTSCHE WELLE (DW). *Camponeses moçambicanos desconfiam do projeto Prosavana*. Disponível em: <<http://www.dw.de/as-emiss%C3%B5es-completas-portugu%C3%AAas-para-%C3%A1frica/a-1962804>>. Acesso em 19 fev. 2015.

DEUTSCHE WELLE (DW/Rádio). *Camponeses moçambicanos desconfiam do projeto Prosavana*. Disponível em: <http://www.dw.de/camponeses-mo%c3%A7ambicanos-desconfiam-do-projeto-Prosavana-a-16372527>. Acesso em 17 fev. 2015.

DIÁLOGO Brasil-África sobre segurança alimentar, combate à fome e desenvolvimento rural. Brasília, DF: Agência Brasileira de Cooperação, 2010.

DUARTE, Dilma. *Embrapa inaugura nova sede na África*. Brasília, DF, 2008. Disponível em: www.agricultura.gov.br/comunicacao/noticias/2008/04/embrapa-inaugura-nova-sede-na-africa . Acesso em 17 fev. 2015.

EMBRAPA. *Prosavana*. Disponível em <https://embrapa.br/Prosavana>. Acesso em 17 fev. 2015.

FAUSTO NETO, Antonio. As bordas da circulação. *Revista Alceu*, Rio de Janeiro, v. 10, n. 20, p. 55-69, jan./jun. 2010. Disponível em: http://revistaalceu.com.puc-rio.br/media/Alceu20_Neto.pdf. Acesso em: 21 fev. 2015.

FAUSTO NETO, Antonio. Fragmentos de uma analítica da midiatização. *Revista Matrizes*, São Paulo, v. 1 n. 2, p. 89-105, abr. 2008. Disponível em: <http://www.matrizes.usp.br/index.php/matrizes/article/viewFile/88/136>. Acesso em: 21 fev. 2015.

FAUSTO NETO, Antonio. Lula. El presidente lengua-floja. *La Trama de La Comunicacion*, Argentina, v. 16, ano 16, p.119-138, 2012. Disponível em: <http://rehip.unr.edu.ar/bitstream/handle/2133/2514/neto.pdf?sequence=1>. Acesso em: 12 set. 2014.

FAUSTO NETO, Antonio. Midiatização, prática social, prática de sentido. In: ENCONTRO DA REDE PROSUL, 2006, São Leopoldo. Comunicação e processos Sociais. São Leopoldo: UNISINOS, 2006.

FAUSTO NETO, Antonio. *Mortes em derrapagem*. Rio de Janeiro: Rio Fundo, 1991.

FERNANDÉZ, Mariano. Sobre la mediatización-revisión conceptual y propuesta analítica. *La Trama de La comunicación*, Argentina, v. 18, p.189-209, enero/dic. 2014. Disponível em: <http://rehip.unr.edu.ar/bitstream/handle/2133/3249/Fernandez.pdf?sequence=1>. Acesso em: 10 out. 2014.

FERREIRA, Jairo. Midiatização: dispositivos, processos sociais e de comunicação. *Revista E-Compós*, Belo Horizonte, 2006. Disponível em: <http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/196/197>. Acesso em: 21 fev. 2015.

FERREIRA, Jairo. O conceito de dispositivo: explorando dimensões de análise. *Ecos Revista*, Pelotas, v. 7, n. 2, p. 89-112, jul./dez. 2003.

FREIRE, Paulo. *Extensão ou comunicação?* 15. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2011.

GOMES, Ana Ângela Farias. *A midiatização do social: globo e criança esperança tematizando a realidade brasileira*. 2007, 255 f. Tese (Doutorado em Comunicação) - Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), São Leopoldo, 2007.

GOMES, Pedro Gilberto (Coord.). *Midiatização e processos sociais na América latina*. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 31., 2008, Natal. *Anais eletrônicos...* São Paulo: Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2008.

GOMES, Pedro Gilberto. O processo de comunicação nos coloca em outra ambiência social. *Instituto Humanitas UNISINOS*, São Leopoldo, 20 mar. 2011. Disponível em: <<http://www.ihu.unisinos.br/noticias/41520-um-projeto-para-o-nosso-tempo-artigo-de-pedro-gilberto-gomes>>. Acesso em: 26 fev. 2015.

HALL, Stuart. *Identidade cultural na pós-modernidade*. 11. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2011.

HEBERLÊ, A. L. O. Reflexão sobre modelos de comunicação para o desenvolvimento no Brasil. In: HEBERLE, A. L. O.; COSENZA, B. C.; SOARES, F. B. (Ed.). *Comunicação para o desenvolvimento*. Pelotas: EMBRAPA Clima Temperado, 2012. p. 103-117.

HEBERLÊ, Antônio Luiz Oliveira. *Significações: o sentido da ciência no mundo da mídia*. Pelotas: EDUCAT: Embrapa Clima Temperado, 2006.

HJARVARD, Stig. Midiatização: teorizando a mídia como agente de mudança social. *Matrizes*, São Paulo, ano 5, n. 2, p. 53-91, jan./jun. 2012. Disponível em: <<http://www.matrizes.usp.br/index.php/matrizes/article/view/338/pdf>>. Acesso em: 15 jun. 2014.

INSTITUTO LULA. *Lula recebe título de doutor honoris causa pela Universidade de Aquino, na Bolívia*. São Paulo, 21 maio 2014. Disponível em: <<http://www.institutolula.org/levo-com-muito-carinho-esse-titulo-para-o-brasil-diz-lula-ao-receber-na-bolivia-o-28-titulo-de-doutor-honoris-causa>>. Acesso em: 30 out 2014.

INSTITUTO LULA. *Lula terá coluna mensal distribuída pela agência do New York Times*. São Paulo, 23 abr. 2013. Disponível em: <<http://www.institutolula.org/lula-tera-coluna-mensal-distribuida-pela-agencia-do-new-york-times>>. Acesso em: 30 out. 2014.

INSTITUTO LULA: *Prêmios e homenagens*. São Paulo, 01 jan. 2011. Disponível em: <<http://www.institutolula.org/tag/premios-e-homenagens/>>. Acesso em: 01 jun. 2014.

LÔBO, Irene. Embrapa abrirá na África primeiro escritório internacional. Disponível em <<http://memoria.ebc.com.br/agenciabrasil/noticia/2006-04-27/embrapa-abrira-na-africa-primeiro-escritorio-internacional>>. Acesso em 12. Jan. 2015.

LULA INAUGURA novas instalações da Embrapa na África. CLIC RBS, Porto Alegre, 20 abri. 2008. Disponível em: <http://www.clicrbs.com.br/eleicoes2008/jsp/default>.

Acesso em: 14 jun. 2014.

LULA TERÁ coluna mensal distribuída pela agência do 'New York Times'. *G1*, São Paulo, 23 abr. 2013. Disponível em: <<http://g1.globo.com/economia/midia-e-marketing/noticia/2013/04/lula-tera-coluna-mensal-distribuida-pela-agencia-do-new-york-times.html>>. Acesso em: 30 out. 2014.

MARQUES, Manoel Saraiva; VIELMON, Giovane Ronaldo Ricon. Instituições Estaduais de ATER. In: CONGRESSO NACIONAL DA FEDERAÇÃO DAS ASSOCIAÇÕES E SINDICATOS DOS TRABALHADORES DA EXTENSÃO RURAL E DO SETOR PÚBLICO AGRÍCOLA DO BRASIL, 9., Aracaju. *Anais eletrônicos...* Aracaju: FAZER, 2006. p. 105-120.

MASSONI, Sandra. *Tesis y trabajos em comunicacion rural*. Bueno Aires: INTA, 2010.

MORIN, Edgar. *O pensar complexo e a crise da modernidade*. Rio de Janeiro: Garamond, 1999.

O PAÍS. *Garantida materialização do Prosavana este trimestre*. Moçambique, 2012, p.12.

O PAÍS. *Garantida materialização do Prosavana este trimestre*. Moçambique, 2012, online. Disponível em: <<http://opais.sapo.mz/index.php/economia/38-economia/18467-garantida-materializacao-do-Prosavana-este-trimestre.html>>. Acesso em 15 fev. 2015.

PROSAVANA. *Bem-vindo ao Prosavana*. Disponível em <<http://www.Prosavana.gov.mz/index.php>>. Acesso em 20 fev. 2015.

RIBEIRO, Ricardo Alagio. *A aliança para o Progresso e as relações Brasil-Estados Unidos*. 2006. Tese (Doutorado em Ciência Política) -- Programa de Pós-Graduação em Ciência Política, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2006. Disponível em: <<http://www.biblioteca.digital.unicamp.br/document/?code=vtls000410430>>. Acesso em: 28 maio 2014.

RODIGUES, Adriano Duarte. Em busca das especificidades do campo jornalístico. *Revista Pauta Geral – Estudos em Jornalismo*, Ponta Grossa, [2015?]. Entrevista. Disponível em: <<http://www.revistas2.uepg.br/index.php/pauta/article/viewFile/6079/3723>>. Acesso em: 15 jan. 2015.

RODRIGUES, Adriano Duarte. *Comunicação e experiência*. [S.l., 2015?]. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/rodrigues-adriano-comunicacao-experiencia.html>>. Acesso em: 12 jan. 2015.

RODRIGUES, Adriano Duarte. *Estratégias da comunicação: questão comunicacional e formas de sociabilidade*. 3. ed. Lisboa: Presença, 2001.

RODRIGUES, Adriano Duarte. *Experiência, modernidade e campos dos media*. [S.l.], 1999. Disponível em: <<http://bocc.ubi.pt/pag/rodrigues-adriano-expcammedia.html>>. Acesso em: 18 jan. 2015.

RODRIGUES, Maria Devanir. *Comunicação e marketing internacional para o Labex estados Unidos: o caso Embrapa*. 2008. 36 f. Trabalho de Conclusão de Curso de Especialização (Especialização em Relações Internacionais) -- Programa de Pós-Graduação em Relações Internacionais, Universidade Católica de Brasília, Brasília, DF, 2008.

ROGGERS, Everett M. *Comunicação das novas ideias: pesquisas aplicáveis ao Brasil*. 4. ed. New York: Free Press, 1995.

SILVA, Luiz Inácio Lula da. *Discurso do Presidente da República, Luiz Inácio Lula da Silva, durante cerimônia de descerramento de placa alusiva à visita às instalações do escritório regional da Embrapa na África - Acra, Gana, 20/04/2008*. Brasília, DF, 2008. [discurso oficial]. Disponível em: <<http://kitplone.itamaraty.gov.br/sala-de-imprensa/discursos-artigos-entrevistas-e-outras-comunicacoes/presidente-da-republica-federativa-do-brasil/913230321863-discurso-do-presidente-da-republica-luiz-inacio>>. Acesso em: 30 out. 2014.

UNIÃO Africana celebra cúpula com a presença de Lula e sem Ahmadinejad, G1, São Paulo, jul. 2009. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Mundo/0,,MUL1214929-5602,00-UNIAO+AFRICANA+CELEBRA+CUPULA+COM+A+PRESENCA+DE+LULA+E+SEM+AHMADINEJAD.html>>. Acesso em: 30 out. 2014.

VERON, Eliseu. *Construir el acontecimiento*. Barcelona: Gedisa, 1995.

VERÓN, Eliseu. *El cuerpo de las imágenes*. Buenos Aires: Grupo Editorial Norma, 2001.

WATLAWICK, Paul; BEAVIN, Janet Helmick; JACKSON, Don. *Pragmática da Comunicação Humana*. São Paulo: Cultrix, 2007.

ZACARIAS, Amos Zacarias. Mozambique's small farmers fear Brazilian-style agriculture. *The Guardian*, London, jan., 2014. Disponível em: <<http://www.theguardian.com/global-development/2014/jan/01/mozambique-small-farmers-fear-brazilian-style-agriculture>>. Acesso em: 30 maio 2014.

APÊNDICE A – ENTREVISTAS

- Entrevista com Carina Rufino (email)

Perguntas enviadas por e-mail no dia 4 de fevereiro de 2015 à jornalista Carina Ferreira Gomes Rufino sobre o Plano Comunicação por ela elaborado, sendo o mesmo objeto de análise desta dissertação no Capítulo 4.

1) Seu projeto foi aprovado pelo MP4? (não encontrei relatório sobre o desenvolvimento do mesmo).

Carina: O projeto foi desenvolvido no âmbito do macro 4.

2) Como você avalia as condições que teve para realizar um Plano de comunicação para a África (conforme o título do estudo)?

Carina : Acho que foi extramente importante ter tido a experiência de ir até Gana para entender o contexto que o escritório da Embrapa vivia naquele momento. Fizemos várias entrevistas semi-estruturadas com parceiros de instituições e com os próprios coordenadores do projeto. Era tudo muito novo. Eles estavam organizando o plano de trabalho. Acredito que as questões de comunicação levantadas durante o período do diagnóstico foram importantes, inclusive, para despertar esses gestores para algumas questões que iriam enfrentar. Ter estado no local, me deu uma outra dimensão do desafio que tínhamos pela frente, as oportunidades e riscos que estávamos correndo em função de conhecer bem a realidade local. Também tive a preocupação em entender como os profissionais da região atuavam e isso despertou para limites e espaços que poderiam ser ocupados pela empresa. Outro ponto que foi fundamental foi a sensibilidade da direção da empresa aqui no Brasil que abriu um espaço para apresentarmos o diagnóstico feito a várias lideranças da instituição. Acredito que esse diagnóstico ajudou a dimensionar melhor o trabalho que deveria ser feito e o chefe da Secom na época (Edilson Fragalle) estava muito aberto e disposto a fazer as coisas acontecerem.

3) Com base no que foi construído, você considera satisfatório o produto obtido (Plano) e o trabalho realizado?

Carina: Na minha percepção, o plano de comunicação construiu um diagnóstico muito claro dos caminhos que precisavam ser percorridos. Vários gargalos de comunicação foram detectados. Mas acho que a maior contribuição foi dar a dimensão para a empresa que a abertura de escritório no exterior vai muito

além das questões de gestão e técnica. Acho que outro aprendizado grande é que a comunicação depende do contexto e que a distância você não consegue fazer um bom trabalho. É preciso entender muito bem o contexto onde de fato ocorre a comunicação. Por outro lado, acho que na execução do plano tivemos algumas limitações. Eu voltei para o meu trabalho no dia a dia da Unidade e isso comprometeu de certa forma a capacidade de execução. Terminei esse projeto com a sensação de que poderíamos ter avançado mais se eu pudesse ter me dedicado integralmente a ele.

4) Como, em função da sua experiência atual, avalia o trabalho realizado por você na África?

Carina: Foi um trabalho precursor, que ajudou a despertar para os desafios de comunicação para a empresa no exterior. Depois de mim, outros profissionais se envolveram e também passaram a atuar tanto na África como em outros países. Isso é muito bom, porque começa a se formar um conjunto de pessoas com experiência internacional, que passam a ter uma condição/percepção mais apurada em termos de desafios e necessidades de comunicação no exterior. Além disso, a experiência na África também mudou muito a minha forma de enxergar a comunicação, em especial, o papel do gestor de comunicação. Me despertou para tantas questões que hoje, no dia a dia, como gestora, vejo o quanto a riqueza da experiência que tive lá, ainda influencia meu modo de pensar e de fazer a comunicação. A experiência na África me deu uma dimensão diferente sobre o processo de construção do discurso, o contexto comunicativo, o planejamento, questões culturais que afetam a comunicação e a clareza de que não se avança se não houver uma equipe afinada e comprometida. Foi uma experiência que mudou completamente a minha vida profissional.

5) Você tem alguma informação sobre os efeitos dos estudos que você fez, alguma providência ou iniciativa que tenha surgido dele?

Carina: Por um bom tempo mantive contato com os coordenadores e, em várias ocasiões, me diziam o quanto o trabalho de diagnóstico havia ajudado a despertarem para questões que não estavam tão explícitas para eles. Esse tipo de contribuição é difícil de ser medida, mas é um indicador importante. Acabei me distanciando do projeto por estar em uma Unidade descentralizada da Embrapa, por isso não tenho esse tipo de informação que você solicita. Mas acho que a

experiência deve ter contribuído para melhorar a percepção de que a atuação no exterior devem contemplar várias dimensões, entre elas, a comunicação estratégica e atendida no contexto em que ela ocorre.

- Entrevista com Edilson Fragalle (por Skype). Este material está disponibilizado em CD.

ANEXO A – CRESTANA QUERIA DIVULGAR A EMBRAPA NA ÁFRICA