

Estratégias discursivas para persuadir o agricultor ao produtivismo

Ilza Maria Tourinho Girardi
Carine Massierer
Reges Toni Schwaab

Resumo

O artigo analisa o uso da comunicação na persuasão dos agricultores para aderirem ao processo de modernização da agricultura e à revolução biotecnológica. Demonstra que os argumentos empregados pela indústria são idênticos nos dois momentos, havendo a apropriação do discurso ecológico para tornar a biotecnologia uma opção indispensável para a produção de alimentos e sustentabilidade da vida no Planeta.

Palavras-chave:

Comunicação, Estratégias Discursivas, Modernização da Agricultura, Revolução Biotecnológica

Abstract

The article analyses the use of communication for persuading farmers to adopt the agricultural modernization process and the biotechnological revolution. The article demonstrates that the statements applied by industry are identical at both moments; there is the appropriation of the ecological discourse to become biotechnology an essential option to food production and sustainability of life on Earth.

Key words:

Communication, Discursive strategies, Agricultural modernization, Biotechnological revolution

Este artigo tem por objetivo analisar o papel da comunicação como instrumento de persuasão dos agricultores para aderirem ao processo de modernização da agricultura e à revolução biotecnológica, que se iniciaram respectivamente no final da Segunda Guerra Mundial e início dos anos 1990. Para tanto é necessário recuperar o histórico da Revolução Verde, que foi planejada para intensificar o processo de modernização da agricultura. A partir disso é possível localizar os argumentos construídos para convencer os agricultores, bem como toda a sociedade, a apoiarem e aderirem aos programas elaborados pelas indústrias agroquímicas, de máquinas e de sementes, com o apoio governamental.

Para o avanço da Revolução Verde foram desenvolvidas ações tanto no campo dos estudos agronômicos como nos campos da Sociologia Rural e da Comunicação para o desenvolvimento e da Comunicação Rural. Enquanto os estudiosos da sociologia rural ocuparam-se em estudar as características dos agricultores, os da Comunicação dedicaram-se ao estudo das mensagens e técnicas de comunicação mais eficazes para convencer o agricultor, com base em suas características, como seus hábitos, crenças e atitudes frente à mudança para adotarem as novas tecnologias propostas pela Revolução Verde.

Houve uma concentração de pesquisas orientadas pelo modelo difusionista com o objetivo de buscar artifícios de comunicação capazes de convencer os agricultores a adotarem inovações tecnológicas, como a mecanização, o uso de adubos solúveis, agrotóxicos e sementes híbridas. O objetivo básico do modelo difusionista era reduzir o tempo entre o lançamento de uma inovação pelos centros de pesquisa e sua adoção ampla

Houve uma concentração de pesquisas orientadas pelo modelo difusionista com o objetivo de buscar artifícios de comunicação capazes de convencer os agricultores a adotarem inovações tecnológicas

pelos agricultores. O desejável era que a maioria dos agricultores desenvolvesse algumas qualidades, como coragem para enfrentar os riscos, racionalidade técnica e econômica, que caracterizam os inovadores, de modo a facilitar a introdução de novas práticas e produtos na agricultura em processo de modernização (BORDENAVE, 1988).

O modelo dava grande ênfase à comunicação, especialmente no que tange ao envio de mensagens motivadoras e persuasivas que promovessem atitudes inovadoras. Para alcançar seus objetivos a informação agrícola empregava técnicas de marketing e todos os recursos da publicidade. Vários teóricos envolveram-se com pesquisas nesta área, cabendo destacar entre eles Everett Roger, da Universidade Stanford, principal representante da teoria da difusão das inovações ou difusionismo. Sua tipologia de agricultores, com pretensão de ser válida para todas as culturas e regiões do planeta, consiste em dividi-los nas seguintes categorias: inovadores, adotantes precoces, maioria precoce, maioria atrasada e os retardatários. Essa classificação orientou por muitos anos os serviços de assistência técnica e extensão rural, que tinham como base a ação junto ao grupo de agricultores inovadores, que, conforme a teoria, seriam os primeiros a adotar a nova tecnologia. Uma vez adotada pelos agricultores que são líderes em suas comunidades, eles se encarregariam de fazer a multiplicação das novas idéias.

Convém ressaltar que para que a Revolução Verde se solidificasse foi construída uma base institucional para lhe dar apoio. Em 1943, Nelson Rockefeller, um dos chefes do poderoso grupo Rockefeller, criou

no Brasil as empresas Agrocerees, Cargill e a Empreendimentos Agrícolas (EMA). A Agrocerees era destinada à pesquisa genética com milho e à produção de sementes de milho híbrido. A Cargill deveria atuar na comercialização internacional de cereais e na fabricação de rações. Por sua vez, a EMA destinava-se à fabricação de equipamentos agrícolas.

Também sob a influência da Fundação Rockefeller, na década de 50, foi instituída em Minas Gerais a Associação de Crédito e Assistência Rural (ACAR) para orientar e estimular a implantação de novas técnicas de cultivo entre os agricultores. Com o mesmo objetivo, mais tarde surgiram as associações de outros estados. Na década de 70, o governo brasileiro criou a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA), para o desenvolvimento da pesquisa agrícola, e a Empresa Brasileira de Assistência Técnica e Extensão Rural (EMBRATER), reestruturando e dinamizando o sistema de assistência técnica e extensão rural. Enquanto uma se dedicava à produção de novas cultivares mais produtivas e com mais qualidades, a outra se ocupava da difusão das novas tecnologias entre os agricultores.

O processo de criação de instituições, que passam a agir de forma coordenada com interesses internacionais, desarticulando inclusive a pesquisa que era feita por antigas instituições estaduais, foi ancorado no argumento de que era necessário aumentar a produtividade agrícola para banir a fome do mundo, o que somente ocorreria com o intenso uso dos insumos modernos e mecanização das lavouras. Tal argumento que se tornou o lema da Revolução Verde justificou até a alteração dos currículos dos cursos de agronomia.

O abandono das culturas tradicionais pelos agricultores foi um grande problema em todos os lugares atingidos pela Revolução Verde

Norman Borlaug (1972) ao receber o Prêmio Nobel da Paz, em 1970 – pelo que, na época, foi considerado um grande trabalho prestado à humanidade no campo do aumento da produção de alimentos para banir a fome do mundo –, assinalou a importância da política de crédito agrícola para assegurar ao agricultor a aquisição de sementes, fertilizantes, inseticidas, herbicidas, máquinas e implementos. No Brasil, por exemplo, para estimular o uso dos agrotóxicos o governo lançou, em 1975, o Plano Nacional de Defensivos Agrícolas, inserido no II Plano Nacional de Desenvolvimento Agrícola. As expectativas do setor agroquímico, entretanto, foram contrariadas, uma vez que houve uma queda no consumo desses insumos (EHLERS, 1996).

O abandono das culturas tradicionais pelos agricultores foi um grande problema em todos os lugares atingidos pela Revolução Verde. Se isto ocorreu, todavia, foi devido ao esforço das fundações, empresas e governos que, através dos programas de extensão aliados à política de crédito, conseguiram convencer os agricultores que rural e tradicional estavam relacionados a “atraso”. A ideologia da modernização agrícola atuou com eficácia no sentido de explorar a dicotomia urbano/rural. Em oposição ao rural “atrasado” estava o urbano, “desenvolvido” e “moderno”. A ideologia também incutiu na mente dos agricultores o sentimento de inferioridade em relação ao urbano. Por isto, para ser aceito/reconhecido era importante não oferecer resistência às mudanças e estar aberto a adotar as novas tecnologias consideradas modernas. Com a mudança de atitude dos agricultores em relação ao “novo” ganharam as empresas da agroquímica em detrimento da perda da

qualidade de vida das comunidades agrícolas, tanto nos seus aspectos ecológicos, sanitários, culturais, como sociais e econômicos, cujos reflexos também foram estendidos aos cidadãos urbanos.

Biotecnologia no cenário midiático globalizado

O estudo do discurso da segunda fase da Revolução Verde, também conhecida como Revolução Biotecnológica, Revolução “Verde Verde” ou Revolução Duplamente Verde, não pode ser dissociado do estudo da globalização, bem como do papel da mídia nesse processo. As duas Revoluções, tanto a Verde como a Biotecnológica, configuraram-se em estratégias comerciais para atingir novos e maiores mercados. Os interesses em aumentar a produtividade e a produção de alimentos para evitar que a população do mundo morresse de fome ou em incrementar a qualidade nutricional de certos produtos, bem como em criar alimentos que substituam vacinas, esconde os verdadeiros interesses mercadológicos das multinacionais, respaldadas pelo aparato governamental.

Apelando para o medo de morrer de fome, de ficar doente em virtude da subnutrição, contrair cólera, ou qualquer outra doença, ou aproveitando-se da falta de informação das pessoas, criaram-se novas necessidades de consumo. Enquanto este possível novo consumidor exige produtos com qualidades adicionais, os milionários investimentos em pesquisas na área de biotecnologia são recompensados, pois, protegidas pela lei das patentes, as empresas não correrão o risco de o agricultor guardar sementes para plantar na safra seguinte.

O discurso da Revolução Verde era um discurso globalizante (embora não se falasse

O discurso da Revolução Verde era um discurso globalizante (embora não se falasse em globalização na época), assim como é o da Biotecnologia atualmente

em globalização na época), assim como é o da Biotecnologia atualmente. O uso intensivo dos insumos modernos e a industrialização sem os mínimos cuidados com o meio ambiente geraram problemas com efeitos globais, atingindo até aqueles países que ainda estão à margem da globalização da economia. A globalização “expressa um novo ciclo de expansão do capitalismo, como modo de produção e processo civilizatório de alcance mundial”; envolve “nações e nacionalidades, regimes políticos e projetos nacionais, grupos e classes sociais, economias e sociedades, culturas e civilizações” (IANNI, 1997: 7).

Esta sociedade denominada por Bell (1976) e Masuda (1984) por alguns teóricos como “sociedade pós-industrial” tomou forma a partir dos anos 70 com as invenções relacionadas às tecnologias da informação, que permitiram a aceleração dos processos, aumento da produtividade e “a morte da distância” (CAIRNCROSS, 1998). Manuel Castells (1999) adiciona a todos estes acontecimentos, marcantes e decisivos para as mudanças que a sociedade está protagonizando, a descoberta da estrutura do DNA. Para o autor, a informação é a matéria-prima deste novo paradigma que se caracteriza fundamentalmente pela geração de “(...) tecnologias para atuar sobre a informação, não só informação para atuar sobre a tecnologia, como era o caso das revoluções tecnológicas anteriores” (Castells, 1999, p.88).

Informacionalismo é a denominação preferida por Castells para referir-se ao novo modo de desenvolvimento, que emerge da reestruturação do capitalismo no final do século passado, provocando o surgimento de uma nova estrutura social. Esclarece que esta economia é globalizada devido

aos avanços das tecnologias da informação, como a eletrônica e a informática, e sua unidade básica que é a rede. Tais características permitem a tomada de decisões, operações financeiras e mudanças estratégicas em tempo real. Nesta estrutura a rede é fundamental por ser flexível e poder sofrer mudanças constantes, adaptando-se aos novos objetivos, o que ocorre sempre na busca de novos mercados que permitam o aumento da produtividade e a diminuição dos custos de produção. O mesmo autor inclui a engenharia genética e seu conjunto de desenvolvimentos e aplicações no âmbito das tecnologias da informação o que, para ele, impõe um debate neste novo milênio desvendando a atual fronteira obscura que se estabeleceu entre sociedade e natureza (CASTELLS, 1999).

A velocidade da globalização exige aceleração nos processos de geração de novas tecnologias para deixar a empresa em condições de ampliar seu raio de ação. Esta idéia também é compartilhada por Corsi (1998, p.103), que inclui a robótica, a informática e a biotecnologia entre as tecnologias da informação fundamentais e propulsoras da globalização da economia. Afirma, ainda, que esta nova fase do capitalismo se funda em vários processos “concomitantes e interligados”, tais como:

[...] a formação de oligopólios transnacionais em importantes setores, a formação de mercado de capital, de títulos de valores globais, a formação de um mercado mundial unificado, a formação de uma nova divisão internacional do trabalho baseada em uma certa desconcentração industrial e a formação de espaços onde se processa uma produção globalizada. (CORSI, 1998: 103).

**As corporações
forçaram os
governos a
abolirem as
exigências
sanitárias
para a livre
comercialização
de seus produtos
entre os países**

A competição por novos mercados obrigou as corporações a se associarem e até a travarem batalhas na justiça, o que também ocorre no mundo agrário, onde todos os negócios são decididos pelas corporações e conglomerados que, conforme Ianni (1998: 40), também articulam “geopolíticas-mercantis e marketing de modalidades de produtos e ondas de consumismo”, atualmente voltados para alimentos que passam pelos processos da engenharia genética, abarcando toda a cadeia.

Nesse jogo, as corporações forçaram os governos a abolirem as exigências sanitárias para a livre comercialização de seus produtos entre os países, assim como, com o mesmo intuito, influenciaram órgãos ou comissões técnicas dos governos a liberarem o cultivo de determinadas sementes com a desculpa de não existirem dados que comprovem seus danos para a saúde ou para o meio ambiente. Foi o que aconteceu, por exemplo, com a Comissão Técnica Nacional de Biossegurança, que liberou a soja transgênica no Brasil. Jogo idêntico foi armado pelas economias dominantes ao imporem a lei das patentes, o controle da biodiversidade dos países do Terceiro Mundo e o próprio selo verde para certificar o produto ecológico. Tudo isso sempre justificado como exigência da globalização.

O sucesso dos negócios na agricultura nessa conjuntura passou a depender cada vez mais das novas tecnologias da informática e das comunicações que, aliadas à biotecnologia, vão acelerar a produção de novos alimentos, assim como encurtar o tempo gasto desde o planejamento ao consumo final do produto. Desta forma, firma-se mais uma vez a necessidade da articulação dos sistemas de comunicação nesse processo

para divulgarem as vantagens da biotecnologia para a humanidade com o objetivo de eliminar as barreiras existentes nos consumidores. E as multinacionais com interesses na agricultura sabiam e sabem fazer esta articulação com competência, atuando na elaboração das estratégias de comunicação para convencer os possíveis consumidores independentemente das culturas e das distâncias geográficas. Em editorial do *The Hoechst Magazine* sobre desenvolvimento sustentável, Dormann enfatiza:

Um pré-requisito importante para o desenvolvimento socioeconômico ambientalmente favorável é um realinhamento nos processos de comunicação. Nós precisamos estabelecer um diálogo que transcenda limites culturais e de gerações e que integre os que sofrem influências de nossas atividades empresariais para serem parceiros neste diálogo. (DORMANN, 1998: 1)

Esta postura da empresa, que é apenas um exemplo do que ocorre com as demais, pode ser ilustrada com a propaganda que foi veiculada nas revistas *Der Spiegel*, da Alemanha, em 10 de novembro de 1997 e *Veja*, em 23 de abril do mesmo ano, com o título: “Para acompanhar o crescimento da humanidade, precisamos da biotecnologia.” Para comprovar que a humanidade não pode continuar vivendo sem os produtos biotecnológicos, o discurso emprega os fortes argumentos da carência de alimentos para uma população que continua crescendo. É o eterno fantasma da fome despertando medos ancestrais e muito bem articulado com a intenção de proteger o meio ambiente, que também tornou-se uma necessidade inquestionável. É importante notar que o anúncio com o mesmo conteúdo, veiculado no Brasil

É o eterno fantasma da fome despertando medos ancestrais e muito bem articulado com a intenção de proteger o meio ambiente, que também tornou-se uma necessidade inquestionável

e na Alemanha, mostra que o discurso é globalizante e baseia-se em estudos difusionistas que consideravam que os agricultores tinham as mesmas características em todo o mundo.

Recuando no tempo encontra-se o mesmo argumento da fome no comercial da Associação Nacional de Defensivos Agrícolas (ANDEF), veiculado na revista *Senhor*, em 29 de abril de 1985, com o título: “Defensivo. Uma ajuda no combate à fome.” O texto é uma sucessão de argumentos para mostrar que o defensivo, e não o veneno ou o agrotóxico, não é nocivo, pois ajuda no combate à fome. No entanto, o argumento fatal é a imagem de uma mãe magérrima com um casal de filhos pequenos, subnutridos – imagem da miséria – situados numa paisagem desértica. Suas vestes têm as cores desbotadas da bandeira do Brasil, um forte apelo ao sentimento de patriotismo. O brasileiro que ama verdadeiramente sua pátria será contrário ao uso da “tecnologia moderna” para diminuir o sofrimento de seus irmãos famintos?

Em dezembro de 1999, uma propaganda da Monsanto, veiculada na revista *Isto É*, incorpora no discurso da empresa sobre a biotecnologia a palavra biodiversidade, que tem sido amplamente empregada pelos ecologistas em seus alertas sobre os impactos negativos da biotecnologia moderna, especialmente os organismos geneticamente modificados para a pequena propriedade familiar. A multinacional reconhece a importância da biodiversidade, que através da biotecnologia, conforme o anúncio, oferece informações com “soluções inéditas para a agricultura, a nutrição e a medicina. Para atender uma população que está crescendo. Em um planeta do mesmo tamanho” (*Isto É*, nº 1575, 1999, p.125).

O texto contém elementos que induzem os leitores a concluir que a biotecnologia moderna é a única saída para atender a demanda de alimentos de uma população que cresce em um planeta que continua do mesmo tamanho e que, necessariamente, ficará com uma superpopulação de famintos ou subnutridos. O apelo ao medo é novamente utilizado na argumentação. O texto e as ilustrações são apresentados na cor preta, com a tonalidade de foto antiga. Na parte superior há um pequeno globo terrestre, em verde, azul, branco e preto, tendo ao seu redor as palavras: Biodiversidade e Sustentabilidade. Na parte inferior, à direita, a assinatura da empresa, em verde (cor que simboliza a vida): Monsanto – alimento, saúde, esperança. Fazendo parte da assinatura, há um raminho verde dentro de um espaço limitado por uma linha vermelha. Uma leitura mais apressada levaria o leitor a crer que se trata de uma tradicional organização não-governamental dedicada à proteção do meio ambiente.

Outro comercial da empresa Monsanto, publicado na revista *CartaCapital* em abril de 2000, ilustra a competente apropriação, através da palavra, de mais uma luta dos ambientalistas: o respeito pela diversidade cultural. O texto ladeado por grandes flores coloridas não joga diretamente com o medo da fome, mas faz uma analogia sobre a importância da diversidade que existe na natureza – diversidade portadora de conhecimento. O mesmo ocorre com a cultura: “Na Monsanto, acreditamos na riqueza da diversidade” (*CartaCapital*, 12 de abril, 2000, p.71). Desta forma a empresa dá uma resposta à outra acusação de que as indústrias do seu ramo têm sido alvo: a destruição das culturas locais, na medida em que vão se

O exame dos discursos sobre a fome, ora para justificar a utilização de veneno, ora para impor o produto biotecnológico revela que a linguagem cria a realidade

apropriando, roubando e provocando o desaparecimento das culturas vegetais arraigadas à vida das comunidades.

As culturas desaparecem e com elas, a sabedoria popular a elas relacionadas. E isto tem ocorrido com as culturas dos povos nativos e agricultores no mundo inteiro. O seu conhecimento é roubado, mas a multinacional com sede na Suíça, Estados Unidos, Japão ou Alemanha obterá mais um meio de permanecer alcançando lucro em seus negócios. No caso deste comercial da Monsanto, a palavra fome não é mencionada, mas a lembrança do medo da fome e da doença estão presentes nos vocábulos agricultura, medicina e nutrição, bem como na sua assinatura: Monsanto – alimento, saúde, esperança. Se avaliarmos que somente o alimento saudável é capaz de gerar vida, a tecnologia da Monsanto torna-se uma esperança para a humanidade. São discursos magistralmente elaborados e que contêm grande potencial de convencimento ao articularem o discurso científico, o discurso ecológico e a emoção.

O exame dos discursos sobre a fome, ora para justificar a utilização de veneno, ora para impor o produto biotecnológico revela que a linguagem cria a realidade. As manobras, acordos e fusões operados pelas corporações, incluindo-se aí “o gigantesco império da mídia”, onde “o sol já não se põe”, são descritos com riqueza de detalhes por Martin e Schumann (1998, p.27). Tais operações conduzidas pelo neoliberalismo são denominadas pelos autores como “armadilha da globalização”. A tese básica da referida doutrina econômica é a não-interferência do Estado no mercado. Para a sua legitimação, atua “um exército de consultores econômicos”. O resultado desse emaranhado,

respaldado por uma ideologia que está sempre à frente, é o imobilismo, a sensação de que a globalização econômica é irreversível. E aí também se encaixa a tese de que o futuro da humanidade depende da biotecnologia, pois, com o crescimento populacional, como conseguir alimentos nutritivos para satisfazer as reais necessidades de todos?

Conforme Ramonet (1998: 57), a globalização, processo avassalador e destruidor da cultura dos povos, tem por finalidade “construir um homem global”, através da imposição de um “pensamento único ao planeta”, caracterizado por alguns princípios como: “o econômico prevalece sobre o político”, o mercado é a mão invisível que corrige as disfunções do capitalismo, “a concorrência e a competitividade estimulam e dinamizam as empresas”, “privatização”, “liberalização” etc. Este pensamento único consiste na tradução dos interesses de grandes instituições econômicas e monetárias, como Banco Mundial, Fundo Monetário Internacional, Organização de Cooperação e de Desenvolvimento Econômico (OCDE), Organização Mundial do Comércio (OMC), Comissão Européia, *Bundensbank*, *Banque de France*, “que, por meio de financiamentos, arregimentam a serviço de suas idéias, em todo o planeta, inúmeros centros de pesquisa das universidades e fundações”. Estes divulgam “a boa palavra” que é reproduzida pelos principais meios de informação econômica do mundo, que muitas vezes pertencem aos maiores grupos industriais e econômicos.

Como o processo da globalização necessita das inovações tecnológicas na área da informação para a criação de novos produtos, quer da área de biotecnologia, como da informática ou da mídia, esta área passa a ter

Poder da mídia emerge de sua habilidade em legitimar ou tornar realidade novas tendências pelo método da repetição e pela sua capacidade de atingir os mais distantes pontos do planeta

um poder fantástico. Tal poder da mídia emerge de sua habilidade em legitimar, ou tornar realidade novas tendências pelo método da repetição e pela sua capacidade de atingir os mais distantes pontos do planeta. É um grande negócio. Se assim não fosse, não estariam as grandes empresas de comunicação interessadas em ter provedores na internet, comprar companhias telefônicas e adquirir canais de televisão a cabo. A importância da mídia é indiscutível e por isso ela é tão requisitada pelos defensores das vantagens da biotecnologia para a humanidade, como para aqueles que apelam para o princípio da precaução e trabalham para a construção de uma vida sustentável.

Entretanto, o acesso à mídia tem sido mais fácil para os que querem fazer crer que a engenharia genética é a esperança para o futuro, por garantir alimento de melhor qualidade e saúde para a população, além do aumento da produtividade das sementes. Nos debates que são retratados pelos textos jornalísticos, onde a cidadania poderia encontrar o contraponto da propaganda, têm prevalecido a voz da indústria interessada, ou da ciência comprometida com os interesses industriais. As vezes dissonantes, oriundas do movimento ecológico ou de cientistas cidadãos, muitas vezes são ironizadas por executivos da indústria, pesquisadores e até filósofos que, empregando um discurso pseudocientífico, procuram desautorizar qualquer pessoa que pense diferente.

Estratégias discursivas dirigidas aos agricultores ecologistas

Ao investigar como o agricultor ecologista constrói o seu discurso sobre a biotecnologia, Girardi (2001) fez o mapeamento

¹ *A Cooperativa Ecológica Coolméia encontra-se atualmente em processo de reavaliação jurídica, mas as feiras ecológicas por elas criadas continuam em funcionamento com a participação ativa de agricultores e consumidores ecologistas.*

² *Os discursos da Coolméia, Fundação Gaia, Centro Ecológico e Pastoral da Terra não serão abordados deste artigo pois fogem aos propósitos do mesmo.*

³ *A EMATER e a Fundação Estadual de Pesquisa Agropecuária (FEPAGRO), uma das instituições que fazem parte da Pesquisa Oficial na investigação mencionada, adotam a partir de 1º de janeiro de 1999, quando a Administração Popular assume o Governo do Estado o paradigma agroecológico. Esta postura determinou mudanças no discurso da Pesquisa Oficial sobre a biotecnologia.*

das diversas instituições que procuram interpelar esse agricultor. Os sujeitos da pesquisa foram os agricultores sócios da Cooperativa Ecológica Coolméia¹ e que participam das feiras organizadas pela cooperativa. O estudo permitiu verificar os diversos discursos das instituições sobre a biotecnologia. Seguindo o referencial da Escola Francesa de Análise do Discurso (ORLANDI, 2001), detectou-se que o assujeitamento dos agricultores ecologistas era disputado pela Emater/RS-Ascar, Pesquisa Oficial, Indústria, Mídia, Coolméia², Fundação Gaia, Centro Ecológico e Pastoral da Terra. Para este artigo interessa informar que as instituições Emater, Pesquisa Oficial, Indústria e Mídia apresentavam em comum o discurso científico, discurso ecológico e discurso produtivista. Os discursos da Emater e Pesquisa Oficial apresentaram uma alteração quando Olívio Dutra assumiu o governo do Estado do Rio Grande do Sul, em 1º de janeiro de 1999, adotando a agroecologia como matriz tecnológica³.

O discurso científico das instituições considera a biotecnologia uma importante ferramenta na criação de novas variedades de plantas para atender às necessidades de uma população que continua crescendo; destaca que os métodos da engenharia genética, ou moderna biotecnologia, são um importante avanço da ciência, pois permitem a criação de plantas transgênicas de alfafa, batata, colza, milho, tomate, algodão, soja e feijão, de grande interesse para a humanidade, além de vacinas e outros produtos na área da saúde humana e animal; considera a transgenia uma tecnologia segura; desconhece qualquer risco dos produtos transgênicos para a saúde e para o meio ambiente; considera importante a continuidade das

pesquisas para que os riscos potenciais sejam avaliados, monitorados e minimizados. Tal discurso autoriza somente os especialistas a falarem sobre os transgênicos, por serem os únicos detentores de conhecimento científico sobre o tema. O discurso científico da indústria destaca-se por desenvolver uma argumentação demonstrando que a ciência já tem ou está pesquisando as tecnologias para resolver todos os problemas da humanidade, inclusive aqueles criados pelo próprio desenvolvimento tecnológico.

O discurso ecológico, por sua vez, argumenta que a engenharia genética contribui para a produção de alimentos saudáveis, a preservação do meio ambiente e o desenvolvimento sustentável. Este discurso está alinhado com a corrente ecotecnocrática do desenvolvimento sustentável. Já o discurso produtivista destaca que a engenharia genética é uma importante ferramenta científica, que permite a criação de variedades de plantas mais produtivas e mais saudáveis, com a finalidade de resolver o problema da fome no mundo e das doenças provocadas por deficiências nutricionais. O argumento é construído acionando o medo causado pela possibilidade da fome ou de contrair doenças.

Na verdade, tanto a extensão, como a pesquisa oficial e a mídia desautorizam o agricultor a falar sobre o tema porque a sua opinião não teria base científica. Apostam também na velha dicotomia rural/urbano, quando o rural é tido como atrasado e o urbano como moderno. Nessa ótica, o agricultor é tido como ignorante, incapaz de observar as transformações que ocorrem na natureza, fazer conexões e tomar decisões sábias. Seus saberes são desconsiderados e a eles são impostas receitas de como plantar para obter

maior produtividade. A indústria, que é a maior interessada nessa disputa, pode continuar com seu discurso elegante prometendo alta produtividade e solução para todos os problemas da humanidade, pois aposta na subserviência daqueles que precisam das verbas para financiar seus projetos.

Após 1º de janeiro de 1999 (como mencionado na nota de rodapé número 6), a Emater/RS-Ascar e a FEPAGRO (instituição da Pesquisa Oficial passam a adotar outro discurso. O discurso científico destaca as bases científicas da agroecologia; propõe a integração do conhecimento científico ao conhecimento das comunidades como forma de gerar um novo e mais qualificado conhecimento; considera fundamental o respeito ao princípio científico da precaução para avaliar os impactos dos produtos transgênicos para o meio ambiente, saúde e agricultura familiar; compreende que um avanço científico não é necessariamente bom para a sociedade. O discurso ecológico das instituições passa a valorizar a biodiversidade, a diversidade cultural, bem como os saberes locais; incorpora valores ambientais destacando a importância de uma nova ética na relação do homem com a natureza; opta pela agroecologia como modelo de agricultura, tendo em vista suas bases ecológicas; defende o desenvolvimento sustentável na perspectiva da corrente ecossocial.

Alinhadas ao novo projeto político, passam a proferir um discurso político de cidadania com estímulo à participação das comunidades na determinação das formas de manejo dos agroecossistemas e de valorização dos saberes locais. Tal discurso enfatiza a importância da agroecologia para a independência tecnológica dos agricultores

O discurso ecológico das instituições passa a valorizar a biodiversidade, a diversidade cultural, bem como os saberes locais

e da sociedade como um todo, e considera necessário o desenvolvimento de tecnologias possíveis de serem apropriadas pelos agricultores familiares. Também valoriza a qualidade feminina de saber cuidar da saúde da família e da comunidade, assim como a integração da mulher nas atividades produtivas. Defende a diversidade cultural e o saber local com patrimônio a ser protegido.

Em sua pesquisa, Girardi (2001) demonstra que a matriz tecnológica da biotecnologia atualiza o discurso da Revolução Verde inserindo um discurso pseudo-ambiental. Utiliza-se, além disso, de comunicação em larga escala, tendo em vista a globalização produtiva, consolidada pelo capitalismo e pela expansão dos mercados, fenômenos intensificados principalmente nas últimas décadas do século XX. Estas estratégias podem ser classificadas como pseudo-ambientais porque maquiagem o discurso produtivista calcado no modelo que prega o uso do adubo solúvel mais o veneno, pois dá a entender que a biotecnologia apresenta a grande vantagem de preservar o meio ambiente. Ao mesmo tempo reafirma seu viés salvacionista, apelando para o medo de morrer fome, caso não haja alimentos para todos em virtude da produtividade insuficiente das lavouras.

Considerações finais

A comunicação assumiu um papel de extrema importância enquanto integrante do processo de globalização e se tornou essencial, como vimos, para a modernização da agricultura e a revolução biotecnológica. Os discursos predominantes nestas duas fases são utilizados sempre com a intenção de assujeitar o agricultor

para o produtivismo, baseado no álbi de que isso serviria para diminuir as mazelas do mundo moderno a partir da redução do número de pessoas que morreriam de fome.

Esse processo igualitário de distribuição de alimentos no mundo não se efetivou, revelando, com o passar dos anos, uma ampliação do número de pessoas que morrem por não dispor de acesso a alimentos.

No atual contexto de difusão da biotecnologia, a comunicação continua sendo alvo de uma busca intensa de adesão a modelos pré-estabelecidos pelas lógicas de poder e instâncias de tomada de decisão, nas quais tem imperado interesses econômicos de todas as ordens, sujeitos sempre às regras do capital internacional. Isso porque a agricultura corresponde à principal alavanca da economia no Rio Grande do Sul, já que o setor primário corresponde a 50% do total do PIB. Isso quer dizer que há um grande interesse nesta área por parte das empresas porque há uma grande geração de dividendos envolvendo a área da agricultura .

Esse papel da comunicação se solidificou com a Revolução Verde, mas, por outro lado, vem sofrendo alterações ao longo do processo, pois se, neste período, todas as forças de poder que se relacionavam aos agricultores se preocupavam que eles se mantivessem à margem da sociedade e sem poder de fala, na revolução biotecnológica ao menos alguns grupos espalhados em todos os continentes (não adeptos dessa matriz tecnológica) valorizam o saber local que é de domínio exclusivo do agricultor.

Isso faz com que, ao menos em parte, os agricultores passem a ser vozes de um discurso que antes nem sequer os considerava, a não ser como meros consumidores. Atual-

mente, está na mãos deles o discurso, já que a agricultura ecológica, como fruto de um processo dialético, permite o apoderamento, onde o agricultor passa a ser sujeito e sua agricultura, uma prática de libertação das tecnologias dominantes.

Buscamos, com estes apontamentos, ressaltar a relevância do debate sobre a mídia e as estratégias contidas em seus usos, procurando compreender o que está colado nos discursos contidos nesta esfera que é, ao mesmo tempo, produtora e espaço de circulação de sentidos. E a importância, igualmente necessária, de um olhar científico sobre as construções em torno da temática ambiental e suas apropriações pelos mais diversos campos. As singularidades necessariamente precisam vir à tona para que se saiba de que ambiente e de que benefícios se está falando, uma vez que toda lógica do discurso produtivista está embasada na idéia de progresso, inovação e bem-estar.

Sobre os autores

Ilza Maria Tourinho Girardi, jornalista, doutora em Comunicação, professora no Departamento de Comunicação da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da UFRGS e professora Colaboradora do PPGCOM/UFRGS. E-mail:ilza.girardi@ufrgs.br

Carine Massierer, jornalista, mestrande do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação – PPGCOM/UFRGS. E-mail:cmassierer@yahoo.com.br

Reges Toni Schwaab, jornalista, mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação – PPGCOM/UFRGS. E-mail: reges.ts@gmail.com

Referências

BELL, Daniel. *El advenimiento de la sociedad post-industrial: un intento de prognosis social*. Madrid: Alianza, 1976. 582p.

BORDENAVE, Juan E. Diaz. *O que é comunicação rural*. São Paulo: Brasiliense, 1988.

BORLAUG, Norman. *La revolución verde, paz y humanidad*. México: CIMMYT, 1972. (Serie reimpressos y traduccione CIMMYT, 3) (Conferencia pronunciada en ocasión de la recepción del Premio Nobel de la Paz de 1970. Oslo, Noruega. Diciembre 11, 1970).

CAIRNCROSS, Francês. *La muerte de la distancia*. Barcelona: Paidós, 1998.

CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. 3 ed. Madrid: Alianza, 1999 (La era de la información: economia, sociedad y cultura; v.1)

CORSI, Francisco Luiz. A globalização e a crise dos estados nacionais. In: DOWBOR L. et alii. *Desafios da Globalização*. Petrópolis, Vozes, 1997

DORMANN, Jürgen. Future: sustainable development. *The Hoechst Magazine*. Acesso em :08/ jul/1998. HoechstInternetForum.

EHLERS, Eduardo. *Agricultura sustentável*. São Paulo: Livros da Terra, 1996. .

GIRARDI, Ilza Maria Tourinho. *O discurso do agricultor ecologista sobre a biotecnologia*. 2001. Tese. (Doutorado) – Universidade de São Paulo. Escola de Comunicações e Artes. Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Orientada por: Luiz Roberto Alves.

IANNI, Octávio. *A era do globalismo*. 3. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1997.

Martin e Schumann. *A armadilha da globalização: o assalto à democracia e ao bem-estar social*. São Paulo:Globo, 1998

MASUDA, Yoneji. *La sociedad informatizada como sociedad post-industrial*. Madrid: Fundesco/ Tecnos, 1984.

ORLANDI, Eni Pulcinelli. *Análise de Discurso: princípios e procedimentos*. 3. ed. Campinas, SP: Pontes, 2001.

RAMONET, Ignácio. O pensamento único e os regimes globalitários. In: FIORI, J.L. et alii. *Globalização: o fato e o mito*. Rio de Janeiro, Editora da UERJ, 1998.