

# PROPAGANDA RURAL

OSWALDO MAGALHÃES

Chefe do Serviço de Administração do  
D. N. S. P.

A propaganda dos métodos racionais na agricultura, está entregue ao Serviço de Informação Agrícola.

A tarefa é por demais estafante e impõe uma ação contínua e eficiente. Ao S.I.A. cumpre levar ao lavrador, onde quer que, pachorrentamente, ele se encontre, o que, de preferência, deverá plantar; como deverá fazê-lo e como poderá industrializar, ao máximo, o produto do seu labor.

Para atender a esses encargos, o Serviço de Informação Agrícola conta com as secções de Informação, de Documentação e um Gabinete de Cinematografia, além de correspondentes, nos Estados, que exercem essas funções sem prejuízo das que lhes são próprias, como funcionários de outros serviços.

Como se pode notar facilmente o S.I.A. age em um ambiente muito acanhado, impróprio para as suas altas finalidades.

Racionalizar os métodos agrícolas não é coisa que se possa operar sem dificuldades enormes. O agricultor, ao contrário do industrial, resiste a toda a sorte de inovações. Aliás, essa qualidade não é exclusiva do lavrador nacional. Em todos os países do mundo, enquanto o Estado não se decide intervir energeticamente, os métodos agrícolas obedecem, tão somente, ao empirismo. Assim foi na Alemanha, Estados Unidos da América do Norte, França, Itália, etc.

Falando sobre a necessidade da implantação dos métodos racionais no meio agrícola alemão, André Fourgeaud assim se expressou :

“Le danger est tel qu'actuellement personne ne conteste en Allemagne l'imperieuse nécessité de vaincre la résistance des pay-

sans par n'importe quel moyen: car c'est à choisir entre la ruine ou le relèvement” (1).

A esse mister muito contribuirá, sem dúvida, a ação do órgão que estamos estudando, dadas as condições de passividade que qualquer propaganda encontrará no ambiente rurícola.

A respeito, ocorre-nos transcrever, aqui, as palavras de Wagner Estellita Campos em seu interessante estudo, “A publicidade agrícola e sua significação”:

“Decorre, do que examinamos, a necessidade de uma intensa propaganda, como coadjuvante indispensável de uma tarefa de direção na economia agrícola, para ordenar-lhe as atividades, combatendo o misoneísmo do agricultor, vencendo-lhe o espírito individualista. Somente assim ela se poderia ajustar ao equilíbrio do sistema econômico onde, como diz Maurice Druesne “L'industrie, le commerce, la finance et l'Agriculture forment un tout ou chacune des parties réagit sur les autres et les affecte”. (“Les problèmes Economiques et la Technocratie”, page 91).

Mas, porque, repitamos, esta acentuação mundial da tendência de direção no setor agrícola? É que, além das causas já enumeradas a agricultura é incapaz de adaptar rapidamente sua produção às mudanças de condições do mercado, sendo ainda enormes as dificuldades de organizá-la para fins comerciais. Considerando as características peculiares às atividades agrícolas, Wygod-

(1) *La Racionalisation*, página 164.

zinsky constata que "es muy difícil adaptar la agricultura a las variables exigencias de la coyuntura, acomodamiento que acaso solo se a possible con referencia a periodos muy largos". (2)

Indiscutivelmente o instrumento mais aconselhável para essa propaganda é a rádio-difusão. Em certos países só foi possível dirigir a produção agrícola após o uso desse moderno e eficiente meio de propaganda. Aferrado ao seu "modus vivendi", habitando em locais distantes dos centros, o agricultor só aceita como elemento orientador, o rádio. A princípio reluta mas acaba cedendo.

Infelizmente, no Brasil, ainda não se generalizou essa prática, já largamente adotada em muitos outros países, como Alemanha, França, Portugal, Argentina, etc., cujas necessidades de propaganda rural não são, talvez, tão relevantes e prementes como as nossas. Afora esforços isolados, nesse sentido, de alguns Estados, como Minas Gerais e São Paulo, nada mais se poderá mencionar.

O órgão incumbido da propaganda e informação agrícola na esfera da administração federal — Serviço de Informação Agrícola e que vimos estudando, não tem os recursos próprios para levar a cabo uma tarefa dessa natureza. Limita-se a *informar* quando é solicitado diretamente e a emitir pequenos dados estatísticos sem interesse de monta para o agricultor, propriamente, por meio de folhetos ou por intermédio do Departamento de Imprensa e Propaganda, na "Hora do Brasil".

É-nos doloroso salientar que as atividades referentes à propaganda pouco se desenvolveram de vinte anos a esta parte, quando Calógeras as achava acanhadas e inoperantes. Com o seu feitiço atual, pondera aquele estudioso brasileiro, em 1918 :

"O Serviço de Informações e Divulgações ainda não pode prestar às classes produtoras a colaboração que se faz mister. Limita-se, por enquanto, a distribuir impressos e ministrar um que outro esclarecimento insuficiente e nem sempre de exatidão inconcussa.

Para conseguir cumprir a missão que lhe incumbe, conviria criar ao Serviço novas fontes informadoras com a garantia precisa de segurança, alargar-lhe o âmbito da ação, apurar o valor das noções divulgadas, aproximá-lo das classes a que deve prestar auxílio.

Por outro lado, o meio de colher elementos de resposta às consultas deve ser desenvolvido. É indispensável organizar sobre todos os assuntos susceptíveis de indagação um sistema de fichas, constituindo um repertório ao qual se recorra com facilidade idêntica à que se experimenta ao compulsar um catálogo qualquer. O ideal a atingir é a possibilidade de, sem demora apreciável, além do tempo imprescindível para concatenar dados já reunidos, fornecer ao consulente a satisfação imediata de suas perguntas.

Não basta, para isso, colecionar folhetos e distribuí-los. Qualquer livraria pode fazê-lo mais economicamente, mediante contrato. Necessário é, para cada questão, coligir e manter em dia todos os apontamentos interessantes, registando não só o que existir nas publicações recebidas, como nas folhas diárias e nos extratos de documentos enviados ao Ministério.

Sistematicamente organizados em fichas, classificadas à semelhança do que faz o método de Dewey para as bibliotecas, em qualquer momento a pesquisa nesses informes se pode fazer, frutuosa e rápida.

Tal serviço ainda não existe, e só será criado quando houver um Diretor que se dedique de fato a seus deveres.

Pequeno seria o raio dos esforços dessa repartição, se se limitasse apenas a responder a quem tivesse a iniciativa de inquirir.

É necessário, mesmo sem provocação interessada, pôr ao alcance de todos, os elementos de ação que permitam alargar a intensidade e o proveito da produção das trocas. E tal missão deve estender-se ao Brasil inteiro". (3)

(2) *Revista do Serviço Público*, pág. 31, ano I, Vol. IV — n. 2, novembro de 1938 — R. Janeiro.

(3) *Problemas de Administração* — Pandiá Calógeras — 2.ª edição — Cia. Editora Nacional — 1938 — páginas 192 e 193.

Para que o S.I.A. possa atingir os elevados objetivos que tem em mira, deverá ser estruturado em mais modernos moldes, com agências em todos os Estados da União.

Como sói acontecer, as agências teriam as atribuições de todo Serviço na zona de sua jurisdição. Manteriam pequenas estações emissoras de âmbito muito restrito para atender somente às populações locais e instituiriam a "Hora do Agricultor" de tanto êxito na Itália. Dentro dessa hora, entremeados com ligeiros números de arte, seriam transmitidos ensinamentos agrícolas, condições dos mercados, informações meteorológicas, dados sobre cooperativismo, lições de civismo, etc., elementos esses buscados nos diversos órgãos do Ministério da Agricultura e em outros como Comissão de Defesa da Economia Nacional, D.I.P. etc.

O êxito dessa iniciativa ficaria condicionado, todavia, à distribuição, em larga escala, quando não graciosa mas ao menos com facilidades de pagamento, de pequenos aparelhos receptores, de ondas largas. Essa distribuição afetaria desde o fazendeiro rico até o pequeno lavrador de roça modesta.

Um aparelhamento em tais condições num Serviço de Informação Agrícola seria utilíssimo em todos os aspectos. Da coordenação com os

outros órgãos da Administração Pública dependeria, entretanto, a consecução integral dos fins em vista.

Assim para cumprimento desse programa de ação, sugeriríamos que o Serviço de Informação Agrícola sediado no Distrito Federal, enviasse a cada agência nos Estados, dados que interessassem às condições de vida local.

Quanto aos assuntos concernentes à meteorologia, a tarefa das agências do Serviço de Informação Agrícola estaria, agora, grandemente facilitada em virtude da unificação dos serviços meteorológicos do país, mediante transferência dos órgãos de meteorologia, estaduais e municipais, para a União, providência essa mandada estabelecer no decreto-lei n. 3.742, de 23 de outubro findo.

Nos setores notoriamente malarígenas a atividade do Serviço de Informação Agrícola, além das que lhe fossem próprias poderia agir em estreita colaboração com o Serviço Nacional de Malária do Departamento Nacional de Saúde, no sentido de possibilitar à população rurícola meios de defesa contra o terrível mal que é a malária.

Estruturando e funcionando em condições mais consentâneas com os objetivos que deve ter em mira, o Serviço de Informação Agrícola prestará, estou certo, um grande serviço à economia nacional.

---

OS CONCEITOS EMITIDOS EM TRABALHOS ASSINADOS SÃO DE RESPONSABILIDADE EXCLUSIVA DE SEUS AUTORES. A PUBLICAÇÃO DE TAIS TRABALHOS NESTA "REVISTA" É FEITA UNICAMENTE COM O OBJETIVO DE FACILITAR O CONHECIMENTO DE ASSUNTOS RELACIONADOS COM A ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA.

---