

CENTRO DE DESENVOLVIMENTO AGROECOLÓGICO SABIÁ

INFORME DA CAMPANHA

PLANTANDO MAIS VIDA POR UM MUNDO MELHOR

RECIFE

SETEMBRO DE 1999

7878

A CAMPANHA EM BOM JARDIM

PRIMEIROS RESULTADOS ALCANÇADOS

- Atualmente a campanha alcança 17 comunidades do Município.
- Participam entre 80 – 100 famílias.
- Espécies plantadas: burra leiteira, palma, gravatá, agave, guandu, leucena, mulungu, siriguela. O plantio destas espécies, entre outras, tem contribuído para a recuperar a biodiversidade e para recuperação de solos degradados.
- Até o momento (Setembro/99) foram plantadas cerca de 100 mil mudas/estacas. O gravatá é outra planta que tem sido muito difundida.
- Foram adquiridas, recentemente, 100 mil raquetes de palmas para o plantio.
- O programa rádio se constitui no principal instrumento de divulgação da campanha.

DIFICULDADES ENCONTRADAS

- Escassez de espécies (árvores) nativas da mata e da caatinga, a exemplo de: pau d'arco, cedro, suruagi, cupiuba, munguba, entre outras.
- Falta “pernas” para fazer o acompanhamento aos novos agricultores que ingressam na campanha.
- Falta de instrumentos de comunicação para apoiar a campanha.

METODOLOGIA DE TRABALHO

- O trabalho tem sido realizado com grupos de agricultores em comunidades, através de reuniões e atividades práticas (treinamentos). O enfoque do trabalho é abrangente, para a comunidade e não mais para família.
- A estratégia de difusão utilizada se baseia no plantio de espécies de interesse do agricultor. Compreende que o agricultor que aceita plantar duas, três ou mais espécies consorciadas no seu roçado, já conseguiu um avanço. Deste modo, a perspectiva é de ampliar gradualmente a diversidade de culturas no roçado.
- As espécies mais plantadas são aquelas resistentes a seca e que tenham uma finalidade econômica para o agricultor. Neste termos, se destaca as espécies forrageiras, que além

de contribuir para a cobertura do solo, inibindo as queimadas, representam uma fonte de alimento para os animais e também numa alternativa comercial.

- O trabalho é avaliado e planejado nas reuniões mensais, de ½ dia, com a equipe de agricultores difusores. Estes realizam trabalho de acompanhamento aos novos agricultores, promovendo atividades práticas e reuniões por comunidade. O Centro Sabiá tem o papel de animar o funcionamento desta sistemática de trabalho, que ainda necessita ser bem discutida. Esta equipe, formada por técnicos e agricultores, é o principal instrumento para realização do trabalho em Bom Jardim.

EQUIPE QUE REALIZA O TRABALHO

- Dois técnicos do Centro Sabiá (Joseilton e Adeildo)
- Agricultores difusores (D. Lourdes, Cláudio, Orlando, Pedro, Fafá, Beatriz e Fátima). Vale salientar que o nível de participação destes agricultores na campanha é diferenciado.

PERSPECTIVAS

- Ampliação do número de comunidades de 17 para 21 até janeiro, e 50 até o final ciclo agrícola (outubro de 2.000).

A CAMPANHA NO SERTÃO

PRIMEIROS RESULTADOS ALCANÇADOS

- Nos municípios de Triunfo e Sta. Cruz existem 21 comunidades, o que corresponde a cerca de 50 famílias participando da campanha.
- As espécies plantadas são seguintes: palma, mandacaru, burra leiteira, umburana, maniçoba, siriguela, cajá, entre outras resistentes à seca.
- Produção de um folder para divulgação da campanha
- Realização de um ato público com pessoas dos municípios participantes da campanha

DIFICULDADES ENCONTRADAS

- Escassez de sementes e estacas de árvore nativas da caatinga e mesmo de plantas forrageiras, tradicionalmente cultivadas como a palma. Diante disto, existe uma demanda não respondida e o plantio tem ficado aquém do necessário.

METODOLOGIA DE TRABALHO

- O trabalho é realizado por uma equipe formada por uma técnica (Normeide) e quatro agricultores difusores (Antônio, Neguim, Edimilson e Sandra).
- Esta equipe adotou a seguinte sistemática de trabalho: reuniões bimestrais e visitas de acompanhamento à grupos de agricultores.
- Estas visitas são para realizar práticas agroflorestais. Ao final de cada visita se planeja a visita seguinte, sempre buscando envolver o máximo de membros família na preparação e na realização do trabalho.

PERSPECTIVA

- Ainda não foi definido pela equipe, mas tem uma perspectiva de ampliação do número de comunidades à serem trabalhadas.
- Produção de um programa de rádio para divulgação da campanha
- O ato de lançamento da campanha foi bom, abrindo possibilidade de ampliação do trabalho

QUADRO INFORMATIVO DA CAMPANHA – Setembro de 99

Região	Primeiros resultados	Pessoal e equipamentos	Dificuldades	Perspectivas
Agreste (Bom Jardim)	<ol style="list-style-type: none"> 1) 17 comunidades participando da campanha 2) 80 a 100 famílias participantes 3) Plantio intensivo de forrageiras (palma), além de frutíferas e adubadoras 4) Novas comunidades sensibilizadas 	<ol style="list-style-type: none"> 1) 2 técnicos e 7 agricultores participando 2) 2 automóveis 3) Programa de rádio semanal 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Carência de plantas arbóreas da mata (pau d'arco, suruagi, cedro, etc.) 2) Falta “pernas” para acompanhar os novos agricultores 3) Ausência de instrumento didático para difusão 4) Falta apoio de organizações locais 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Ampliar o n°. de comunidades para 21 até janeiro e 50 até outubro de 2.000 2) Produção de um instrumento de comunicação
Sertão (S. Cruz, S. J. do Belmonte e Triunfo)	<ol style="list-style-type: none"> 1) 21 comunidades participam da campanha 2) 50 famílias envolvidas 3) Produção de um folheto 4) Ato público de lançamento da campanha 5) Plantio de espécies forrageira, frutíferas e para o solo 6) Novas comunidades sensibilizadas 7) Engajamento de organizações de trabalhadores rurais 	<ol style="list-style-type: none"> 1) 1 técnica e 4 agricultores difusores engajados 2) 1 automóvel e 2 motos (particulares) 3) Folheto para divulgação 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Falta recursos genéticos (sementes) e inclusive palma 2) Ausência de instrumento de comunicação mais abrangente 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Produção de um programa de rádio 2) Ampliação do n°. de comunidades (ainda não existe definição)

Recife, 20/09/1999

A CAMPANHA NA MATA

A campanha não foi implementada ainda nesta mesorregião. Todavia existe a necessidade de iniciá-la.

DIFICULDADES ENCONTRADAS

- Um problema central para a difusão na Mata é ausência, no momento, de parceiros do Centro Sabiá, principalmente de organizações de trabalhadores rurais. Em função disto, a experiência desenvolvida pelo Jones encontra dificuldade de ser reproduzida.
- Muitos assentamentos tem pessoas que não tem vocação para agricultura familiar. Aí reside um desafio enorme, que é transformar pessoas com forte viés urbano em agricultores. Em muitos assentamentos falta uma experiência de agricultura familiar consolidada.

PERSPECTIVA

- Houve uma primeira reunião de agricultores e técnicos (Jones, Lenir, Joseilton e Marcos) interessados em fazer a difusão na Mata.
- A aproximação com a UFRPE e com a SNE pode ampliar o núcleo de pessoas a serem incorporadas à campanha. Necessidade de elaborar uma proposta de trabalho que possa integrar os esforços destas duas instituições.
- Buscar novas parceria através do Prorenda e/ou do MST, visando identificar organizações de agricultores interessadas na aplicação de SAFs