

**SEMINARIO SOBRE AS NOVAS FORMAS DE VULGARIZAÇÃO
(lembrem, 24 a 26 de Novembro de 2009)**

**PAPEL DAS DIFERENTES
ORGANIZAÇÕES**

Carlos Silva

PAPEL DO ESTADO

Assegurar intervenções pontuais na agricultura:

- protecção das culturas (mosca da fruta, pragas do arroz, gafanhotos)
- criação de parques de máquinas regionais
- produção de pintos do dia e de rações animais

Garantir o acesso aos resultados da Pesquisa

- a nível interno
- a nível subregional

- Promover a formação e actualização de técnicos, líderes agrícolas e vulgarizadores
- Facilitar o acesso a fontes de financiamento para os agricultores
- Cooperar e concertar com as organizações representativas dos agricultores e com as ONG que trabalham DE FACTO nas zonas rurais

Dinamizar as fileiras dos produtos alimentares e comerciais estratégicos:

- Organizar os circuitos de comercialização dos produtos alimentares
- facilitar os mecanismos de exportação de produtos agrícolas
- construção de um mercado central de produtos agrícolas (fruta, legumes, cereais, mandioca e batata)

PAPEL DAS ONG

- **Promover a introdução de técnicas inovadoras utilizando as rádios, televisões, filmes, cartazes, brochuras, etc.**
- **Estabelecer contactos com organismos especializados na produção e utilização de novas técnicas**
- **Apoiar a organização e funcionamento das associações de base**

- **Participar activamente na definição de estratégias de desenvolvimento rural (agricultura, infra-estruturação, etc.)**
- **Apostar na difusão de tecnologias de transformação de produtos agrícolas**
- **Promover a criação de redes informais e formais de associações a volta de temas e assuntos quentes**

PAPEL DAS ASSOCIAÇÕES E COOPERATIVAS

- Garantir o apoio aos seus associados e não se divorciar deles
- Assumir cada vez mais um maior protagonismo na vulgarização, recorrendo aos seus líderes de referencia
- Definir estratégias e prioridades agrícolas
- Defender os produtos estratégicos que podem ser produzidos localmente contra a sua livre importação do exterior (cebola, galinhas, etc.)
- Apostar na criação dos circuitos de comercialização dos produtos mais importantes