



Distâncias entre os produtores midiáticos e as questões agrárias¹

Marina Muniz Mendes²
João de Melo Maricato³
Universidade Federal de Goiás

Resumo

O artigo debate a produção de significados e interpretações nas produções jornalísticas atuais que apresentam questões agrárias. A intenção é refletir sobre as políticas de visibilidade, promovidas pela imprensa, de grupos tradicionalmente já excluídos. A tendência da comunicação *online* faz com que os produtores midiáticos estejam cada vez mais distanciados do universo rural, movendo-se por imaginários e estereótipos; visto que a in-comunicação é ampliada, pois os domicílios rurais praticamente não têm acesso à internet. Assim, a compreensão sobre os povos do campo está longe de ser um traço do real.

Palavras-chave

Campesinato; Comunicação Rural; In-comunicação; Internet; Jornalismo.

1. Comunicação rural online

Apesar do processo da comunicação humana ser universal, a vivência faz com que a comunicação fora dos grandes centros seja diferente da urbana; o pensar, sentir e agir são diferentes. O distanciamento natural, promovido pelo meio ambiente, está em processo de rápida ampliação, visto que as ferramentas utilizadas para a comunicação passam a ser diferentes.

A tendência em redes interativas da comunicação 3.0 faz com que grupos populares, com pouco ou nenhum acesso ao *online*, estejam cada vez mais distanciados geográfico e culturalmente dos produtores de informação. O contato entre o campo e os grandes centros urbanos está se tornando cada vez mais esporádico.

Não é raro que os produtores midiáticos criem imaginários⁴ próprios para povos que vivem fora dos centros urbanos e essa produção de significações costumeiramente

¹ Trabalho apresentado no DT 07 – Comunicação, Espaço e Cidadania do XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, realizado de 8 a 10 de maio de 2014.

² Pesquisadora do Programa de Pós-Graduação, mestrado em Comunicação, da Faculdade de Informação e Comunicação (FIC), da Universidade Federal de Goiás (UFG).

³ Doutor pela Universidade de São Paulo (USP), professor do mestrado em Comunicação da FIC.

⁴ Atribui-se a imaginário, no texto, a noção de processos mentais criados a partir de concepções fictícias, ilusórias ou fantásticas com ênfase no exótico.



não esbarra na forma como esses povos se identificam. O distanciamento também interfere na compreensão de questões existentes além das fronteiras da cidade.

É inegável o poder comunicacional da rede mundial de computadores, mas a população camponesa⁵ tem pouco acesso aos canais *online*. Sendo assim, torna-se raro o contato dos produtores midiáticos com os homens e as mulheres do campo, afinal é preciso que haja deslocamento físico para esse contato existir.

Desde 1995, com o advento da internet comercial no país, a tendência é a intensificação da comunicação *online*. Entretanto, segundo o Comitê Gestor da Internet no Brasil⁶, apenas 10% domicílios rurais têm acesso à internet⁷, ou seja, o povo do campo segue distante da comunicação em rede.

A população que não vive em cidades é formada por quase 30 milhões de brasileiros⁸. Em Goiás, 10,2% da população⁹ reside no campo. Mas, a internet não chega à grande maioria dessa parcela rural. Isso amplia ainda mais as distâncias entre produtores de informação e grupos minoritários.

Característica marcante do campesinato é o baixo nível de instrução. Dados do Instituto Brasileiro de Geografia Estatística (IBGE)¹⁰ revelam que, no campo brasileiro, existem quatro milhões de analfabetos e 80% da população tem baixa escolaridade. O quadro das escolas rurais também é crítico, são 76 mil escolas, 6,2 milhões de alunos matriculados e 342,8 mil professores, dos quais pouco mais da metade tem estudo superior¹¹.

Poucos anos de educação formal refletem em uma difícil compreensão da escrita, sendo barreira ainda maior para o processo de codificação e decodificação *online*. O conhecimento do homem e da mulher do campo é gerado pela educação formal, mas sua principal fonte é cultural, repassado de geração em geração por meio da observação da natureza, das crenças e da tradição.

O desenvolvimento de novas tecnologias não alterou o trabalho rural da mesma forma que alterou o urbano. Trator, roda de fiar, fôrnelha de farinha, ralador e fogão a

⁵ A opção pela escolha de campesinato, neste artigo, ocorre por sua definição ser ampla. Camponeses podem ser agricultores, guardiões de sementes, extrativistas, quilombolas, fiandeiras, donas de casa ou outros que vivem e desempenham atividades, predominantemente, ligadas ao campo. A definição não exclui crianças e idosos, ao contrário de trabalhador rural. Tampouco restringe sua atividade profissional como ocorre em agricultor ou lavrador.

⁶ Pesquisa sobre o uso das tecnologias da informação e da comunicação no Brasil 2011.

⁷ A pesquisa não especifica o perfil dos domicílios com acesso à internet, mas apreende-se que os empresários do agronegócio contribuem significativamente para esse número, ou seja, o percentual de domicílios compostos por camponeses com acesso à internet é menor que 10%.

⁸ Censo Agropecuário 2006.

⁹ Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio (PNAD) 2008.

¹⁰ Censo Agropecuário 2006.

¹¹ Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais (Inep/Mec) 2010.



lenha são tecnologias aplicadas ao campo¹², mas tais exemplos não estão inseridos na concepção de novas tecnologias, baseada na comunicação em redes. O surgimento da internet atribuiu à comunicação e ao trabalho a tônica *online*, mas isso ocorre nos grandes centros urbanos, não tendo o mesmo reflexo no interior do País.

Camponeses, assim como diversos outros grupos e classes, estão à margem da possibilidade de acesso digital. Apenas um número restrito tem acesso à internet em domicílio. Também são poucos os que sabem utilizar o computador. Sobre o *frenesi* em torno do *online* apreende-se que:

Recontextualização da cultura que nos confronta com essa outra experiência cultural que é a popular, em sua existência múltipla e ativa não apenas na memória do passado, mas também conflitiva e na criatividade atuais. Pensar os processos de comunicação neste sentido, a partir da cultura, significa deixar de pensá-los a partir das disciplinas e dos meios. Significa romper com a segurança proporcionada pela redução da problemática da comunicação à das tecnologias (BARBERO, 2003, p. 297).

Os povos do campo também se deparam com a lógica do capitalismo pós-industrial. Instrumentos *online* não são utilizados por camponeses, devido ao peso do tradicional, mas também pela não acessibilidade em redes, seja devido ao preço, dificuldade no manuseio, falta de informação ou de políticas públicas.

“Com o advento da tecnologia elétrica, o homem prolongou, ou projetou para fora de si mesmo, um modelo vivo do próprio sistema nervoso central” (MCLUHAN, 1971, p. 60). A internet impulsiona ainda mais esse fenômeno de necessidade de um suporte que faz às vezes do nosso sistema nervoso. Sendo assim, o computador não é mero eletrodoméstico, suas significações vão muito além de um aparelho elétrico de uso caseiro.

Na internet, assim como ocorre com a televisão, “o meio é a mensagem (MCLUHAN, 1971, p. 10)”. Entretanto, os povos do campo, no geral, não possuem computador e pouco dominam ou têm acesso à internet, logo o computador torna-se um mero eletrodoméstico. A internet não é a ferramenta comunicacional dos povos do campo.

¹² Ferramentas fotodocumentadas em trabalho de conclusão de curso de especialização em Artes Visuais: Cultura e Criação. MENDES, Marina, Fotografias às escondidas: narrativas visuais de trabalhadores rurais no centro do Brasil. Senac, 2013.



2. In-comunicação entre campo e cidade

O desenvolvimento dos meios técnicos de comunicação alterou de forma significativa a visão das massas, possibilitando que as pessoas entrassem em contato com acontecimentos distantes do espaço geográfico onde estabeleciam relações. As janelas para o mundo foram abertas e o conhecimento não se restringe mais ao que ocorre na escola, trabalho ou com a família.

A mídia¹³ amplia o conhecimento sobre o outro, permitindo que brasileiros saibam sobre acontecimentos na guerra da Síria ou que todo o mundo possa ter informação sobre os preparativos para a Copa do Mundo de Futebol no Brasil. As fronteiras foram ampliadas.

Ao interpretar as formas simbólicas, os indivíduos as incorporam na própria compreensão que têm de si mesmos e dos outros, é o chamado processo hermenêutico (THOMPSON, 2001, p. 43). Entretanto, a classe camponesa está *offline*, abrindo espaço para que os poderes hegemônicos tomem sua voz ou, pelo menos, escolha os indivíduos que servirão como fontes e a forma de apresentá-los.

A construção de narrativas sobre determinados grupos minoritários costuma obedecer a lógicas mercantis em que o exótico, a folclorização ou mesmo a ridicularização desses grupos/indivíduos aparecem como argumento de atração. A representação dos subalternos na mídia sempre constituiu um problema para a democratização das relações sociais. Problema porque as formas de representá-los são, quase sempre, feitas a partir de uma naturalização ou de uma essencialização de determinadas características, reais ou não (MENDONÇA, 2010, p. 40).

A comunicação pública ocorre na medida em que o cidadão começa a ter voz, pressionando instituições a se preocupar com questões da cidadania (DUARTE, 2009, p. 31). Quando parcelas, antes marginalizadas, passam a ser encaradas como cidadãs, havendo preocupação na produção de materiais que objetivem a efetivação de direitos.

“São as massas tornando-se socialmente visíveis” (BARBERO, 2003, p. 279). Entretanto, a mídia não pode ser concebida como espelho do real, visto que há uma seleção sobre o que será mostrado, o que será ocultado, quem terá voz e inúmeras outras escolhas necessárias para a montagem de um produto de poder simbólico.

¹³ O conceito de mídia, neste trabalho, é utilizado para referir à comunicação mediada (THOMPSON, 2001, p. 32).



Na linha final do processo de construção, transmissão e recepção de informação, o receptor reflete sobre os temas apresentados a ele. Assim, o poder do agenciamento¹⁴ reflete a existência de poderes hegemônicos responsáveis pela produção e transmissão de sentidos, que por sua vez são orientados por interesses próprios.

Após a revolução industrial, o ritmo da cidade e do campo passou a ser diferente. Houve importantes avanços tecnológicos, dos meios de transporte, produção e comunicação, desencadeando um dia a dia urbano mais acelerado, frenético. O trabalhador das cidades adaptou às mudanças, mas houve pouco reflexo para a realidade camponesa.

O camponês segue lidando, diariamente, com o risco, a incerteza e moldando sua vida através do que o cerca, a natureza. Os povos do campo estão inseridos em um contexto de uso, de forma permanente ou temporária, de territórios e recursos naturais como condição para sua reprodução cultural, social, religiosa, ancestral e econômica¹⁵. E os habitantes dos centros urbanos, há séculos, se distanciaram dessas influências.

A in-comunicação pode ocorrer pelo isolamento geográfico, entretanto no campo sua principal causa é social, determinada pelo analfabetismo, baixo nível de instrução, necessidade de trabalhar longas horas ou pela diferença de status entre os patrões e os trabalhadores (BORDENAVE, 1983, p. 11). Acrescenta-se aqui a in-comunicação também entre os produtores midiáticos e a população rural, visto que a linguagem do povo segue tendência própria e é diferenciada da utilizada pelas classes oficiais e dirigentes (BELTRÃO, 1965, p. 10).

3. Considerações

A produção de sentido de cultura camponesa está distante de um traço do real¹⁶, visto que os profissionais da comunicação, em especial os produtores de notícias, criam e reproduzem uma imagem de campesinato diferente daquela que os camponeses têm de si mesmos. Ademais, as dificuldades em compreender as questões agrárias são potencializadas.

As tradições comunicacionais das populações marginalizadas sobrevivem às inovações tecnológicas, demonstrando capacidade de resistência cultural, no tempo e no

¹⁴ *Agenda-setting* trata da capacidade dos meios de comunicação para evidenciar determinado assunto (NERY & TEMER, 2009, p. 71).

¹⁵ Definição do Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome (MDS).

¹⁶ Tomando como base Philippe Dubois (2003, p. 26), conceitua-se a imagem, neste trabalho, com relação ao real, como índice, um retorno ao referente, mas longe de uma obsessão especular ou mimética.



espaço (MELO, 2008, p. 57-58). Tal fato pode ser explicado porque os camponeses “conservam, quase sempre, certos núcleos básicos de sua forma de estar sendo” (FREIRE, 1980, p. 46).

Na contramão, os criadores de produtos midiáticos contemporâneos estão distanciados dos aspectos que regem o cotidiano do campo. Dessa forma, os poderes hegemônicos não apresentam à esfera pública a complexidade das questões agrárias, pois estão presos a imaginários. Isso também faz com que os povos do campo não se reconheçam nas produções.

“O popular sempre se identifica secretamente com o infantil, com o ingênuo, com aquilo que é cultural e politicamente imaturo” (BARBERO, 2003, p. 277). Logo, as informações criadas pelos produtores midiáticos facilmente não soam com a realidade dos costumes tradicionais, trabalho rural, crenças, superstições, cantos, festas, indumentárias e artes dos povos do campo.

As novas tecnologias estabelecem outros parâmetros e condições para a percepção do que nos cerca. As transformações tecnológicas estão cada vez mais intensas e nossa atenção está focada nestas modificações. Entretanto, tais transformações não são globais. Não são todas as pessoas, povos e culturas que adotam instrumentos das novas tecnologias.

O tear é um instrumento que funciona como extensão dos braços. Assim como a roupa é a extensão da pele. Os camponeses utilizam prolongamentos do corpo humano, mas tais prolongamentos não são baseados nos meios eletrônicos, que são a própria extensão do sistema nervoso.

É claro o poder comunicacional da rede mundial de computadores, mas ainda hoje são os canais tradicionais, incluindo as manifestações folclóricas, que regem o trabalho rural de uma parcela significativa da população brasileira, formada por cerca de 16% da população do País¹⁷. Os povos do campo seguem distantes do ambiente de trabalho moderno.

O trabalho na roça é atrelado ao fazer artesanal com poucos indícios da presença de tecnologia industrial. O camponês reflete sobre o sol, a lua, as árvores, os pássaros, a terra, a comunidade e os habitantes dos centros urbanos, há séculos, se distanciaram dessas influências.

A imprensa deve estar atenta ao modelo de produção de materiais que partem do respeito aos povos, considerando a diversidade cultural. É uma comunicação que revela

¹⁷ Censo Agropecuário 2006.



o campo para o camponês, apresentando suas diversas cores, idades, gostos e características.

É na elaboração das mensagens que o comunicador rural mostrará que reconhece as características peculiares da população do campo. É na forma como ele redige seu material escrito ou planeja seus recursos visuais e audiovisuais para facilitar um verdadeiro diálogo com a população rural, que vai se perceber que ele é um profissional verdadeiramente competente e compromissado. (BORDENAVE, 1983, p. 57-58).

Reduzir a comunicação às novas tecnologias é negar a cultura popular e ampliar ainda mais as distâncias existentes entre produtores midiáticos e a população rural. A comunicação das massas segue alicerçada nos costumes tradicionais. Essa ainda é a principal maneira dos povos do campo exercerem a comunicação.

Referências

BARBERO, Jesús Martin. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2003.

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e de expressão de ideias**. Porto Alegre: EdiPucRS, 2001.

BORDENAVE, Juan Diaz. **O que é comunicação rural**. São Paulo: Brasiliense, 1985.

DUARTE, Jorge (org.). **Comunicação pública: estado, mercado, sociedade e interesse público**. São Paulo: Atlas, 2009.

DUBOIS, Philippe. **O ato fotográfico e outros ensaios**. Campinas: Papyrus, 2003.

FREIRE, Paulo. **Extensão ou comunicação?** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1980.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix 1971.

MELO, José Marques de. **Mídia e cultura popular: história, taxionomia e metodologia da folkcomunicação**. São Paulo: Paulus, 2008.

MENDES, Marina. **Fotografias às escondidas: narrativas visuais de trabalhadores rurais no centro do Brasil**. Senac, 2013.



MENDONÇA, M. L. M. (org.). **Mídia e diversidade cultural**. Brasília: Casa das Musas, 2010.

NERY, V. C. A.; TEMER, A. C. R. P. **Para entender as teorias da comunicação**. Uberlândia: Edufu, 2009.

THOMPSON, John. **Mídia e modernidade**. Petrópolis: Vozes, 2001.