
A representação do rural e a significação produzida por agricultores familiares do movimento de economia solidária¹

Mauricio REBELLATO²

Guilherme CURI³

Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS

Resumo

Esse artigo discute as relações estabelecidas entre a participação de agricultores familiares no movimento social de Economia Solidária, a construção da identidade de classe, e a representação social que estabelecem, diante de suas relações com a mídia e outras instâncias, através das mediações. O trabalho se ampara na sociologia da reprodução de Pierre Bourdieu, nas mediações comunicativas da cultura, de Jesús-Martín-Barbero e na discussão sobre representação social de Stuart Hall. Considerando que a construção da identidade de classe pode ser formada e transformada conforme as representações feitas nos sistemas culturais, é necessário compreender como se constrói essa significação.

Palavras-chave: Agricultura familiar; consumo de mídia; identidade; representação.

Introdução

Reconhecemos, através dos estudos culturais, que os processos comunicativos envolvem diversas instâncias que atuam na estrutura social, na formação das representações e na construção da identidade de classe. Essas forças, podem ser sujeitos, instituições, estruturas econômicas, políticas e culturais. Desse modo, como parte integrante desse sistema complexo, está a mídia, que exerce um poder importante em modelar indivíduos, e através das diversas formas da cultura veiculadas, influenciam as pessoas a identificarem-se com determinadas ideologias, posições, representações sociais e políticas. Esse debate é proposto por Kellner (2001), que afirma que a cultura da mídia também fornece elementos pelos quais os indivíduos constroem o sentido de classe e etnia.

Em relação à identidade de classe, entendemos teoricamente, que, o sentido que se atribui a identificação com a classe pode variar conforme questões geracionais, de

¹ Trabalho apresentado no GP Teorias do Jornalismo, XX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria. E-mail: mauricio-rebellato@hotmail.com.

³ Orientador do trabalho. Pós-doutorando e professor colaborador do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria, e-mail: curi.guilherme@gmail.com.

gênero, étnicas, etc. Mesmo que as identidades sejam múltiplas porque são decorrentes de fontes diversas (CASTELLS, 1999), insistimos na resistência comunal como fomentadora de capital econômico, cultural, social e simbólico. O que o conceito de identidade de classe quer é indicar um sentido para as distâncias sociais existentes entre as hierarquias e que recorre às diferenças, principalmente culturais e econômicas, para se exprimir.

Refletir sobre a construção da identidade de classe significa falar de valores em comum para o grupo. Isso porque, mesmo com as diferenças existentes entre os participantes, um movimento social consiste em uma ação coletiva que viabiliza formas de a população se organizar e expressar suas demandas sociais, políticas e culturais. Gohn (2011) afirma que esses movimentos, criam sujeitos para a atuação em rede, identidades para grupos que antes eram dispersos e desorganizados e, ao realizar tais ações, projetam, em seus participantes, sentimentos de pertencimento social. De fato, há uma infinidade de representações e construções do rural no universo midiático, mas o que propomos é identificar até que ponto essas representações retratam os cenários que levam os agricultores a uma identificação, a um pertencimento com aquilo que lhes é apresentado.

A mídia constrói uma representação através de diferentes sistemas simbólicos e significados, desse modo o sujeito pode optar por novas posições a partir das mudanças culturais, sociais e econômicas que ocorrem no mundo e na vida das pessoas, pelas mais diferentes representações dos acontecimentos (HALL, 2016).

Já conforme Spink (1995), o indivíduo não está sozinho quando elabora sua representação social, ele está inserido em uma situação sociocultural e histórica definida, ou seja, em um grupo de pertencimento, o qual responde por parte de sua representação. Desse modo, levamos em consideração tanto a relação que os agricultores estabelecem com os meios de comunicação, sejam eles novos ou tradicionais, como também com as mediações da família, da classe social e da economia solidária.

Nosso objeto de estudo é um grupo de agricultores familiares de Santa Maria, na Região Central do Rio Grande do Sul, que busca estratégias de manutenção econômica de seu modo de vida e de trabalho através do modelo de Economia Solidária e que mantém forte identificação com a agricultura familiar. Pesquisamos o Projeto Esperança/Coesperança, criado há três décadas e presente em 34 municípios gaúchos. Baseados na etnografia crítica do consumo, selecionamos famílias informantes para a pesquisa empírica que ainda está em andamento. Por isso, nesse trabalho, não nos

propomos a trazer resultados e conclusões, mas discutirmos teoricamente as relações estabelecidas entre o consumo de mídia, a construção da identidade de classe e a representação social que dialogam com nosso objeto de estudo. O grupo em questão é uma organização motivada pela crescente desigualdade social e econômica que atingia os agricultores na década de 1980 e que articula suas práticas a partir da economia solidária, como uma alternativa aos valores capitalistas, à crise alimentar, econômica e ambiental.

Partilhamos da ideia de que as identidades não são abstrações, pois relacionam-se diretamente com o capital econômico distribuído de forma desigual e ainda, vão depender de uma ação coletiva para transformar os valores culturais em uma concreta valorização econômica dos grupos dominados. Nesse caso, a possibilidade de as representações sociais participarem da construção da realidade social e da formação da identidade dos sujeitos está no seu poder de criação. Logo, a função que constitui a identidade dos sujeitos, desempenhada pelas diversas formas de representação, age de maneira natural a concepções de mundo condicionadas por fatores históricos.

Para Spink (1994), essas formas de pensamentos são, concomitantemente, campos socialmente estruturados que só podem ser compreendidos quando referidos às condições de sua produção e aos núcleos estruturantes da realidade social, tendo em vista seu papel na criação desta realidade. No campo das comunicações, essas representações sociais, são estruturas dinâmicas e podem variar conforme cada contexto e período histórico.

Além dessa introdução, trazemos ainda uma seção para discutir a construção da identidade de classe dos agricultores familiares, através dos processos de (des)identificação com a classe na qual estão inseridos. Indagamos qual o papel da mídia na formação dessa identidade? Depois, apresentamos os conceitos de agricultura familiar, considerada aqui como um processo de reconhecimento identitário, e também da economia solidária, enquanto movimento social. Na sequência trazemos os processos de representação social, enquanto estrutura de pertencimento dos agricultores familiares e também como estruturante de reconhecimento político e econômico. Por fim, apresentamos as considerações finais, com encaminhamentos teóricos e reflexões que fazem parte dos próximos passos da pesquisa em desenvolvimento.

A construção da identidade de classe

A importância dos estudos de classe, para a compreensão da experiência cultural dos indivíduos em sociedade é uma tradição dos estudos culturais, em diálogo com as

teorias marxistas. Ao longo dos anos, esses estudos tem evidenciado a necessidade de se pensar a cultura como local de produção de significados, não tendo apenas o capital econômico como preponderante.

De acordo com o Relatório das Nações Unidas para o Desenvolvimento (2019), o Brasil é o sétimo país mais desigual do mundo e, de acordo com o Dieese, a concentração de renda no Brasil é extremamente elevada. Desse modo, não podemos ignorar o fato de que as dinâmicas de pertencimento às classes estão relacionadas aos modos como a desigualdade é (re)produzida.

Se considerarmos essencialmente o meio rural, é nesse espaço onde as diferenças sociais mais se acentuam, o que Froehlich e Marin (2019) destacam como dualismos reducionistas do rural, evidenciando o quanto o rural sempre ficou relegado às margens dos processos decisivos, ocupando um lugar antagônico ao urbano. Processo que inferioriza e estigmatiza a vida das populações rurais ao longo dos séculos.

Williams (1989), afirma que esses dualismos se acentuaram ainda mais com o capitalismo, onde a oposição e divisão entre cidade e campo “representa a culminação crítica do processo de divisão e especialização do trabalho.” (WILLIAMS, 1989, p. 407)

Por isso, adotar a classe como uma mediação - no sentido barberiano - é fundamental para compreender as apropriações feitas pelos agricultores familiares da mídia, na conformação de suas identidades. A proposta de Martín-Barbero é a de deslocar a análise da comunicação para os lugares nos quais os sentidos são produzidos, ou seja, para o âmbito dos usos sociais. Para o autor, a diferença de classe, por mais que seja mediada por outras distinções, como etnia, idade e gênero, não pode ser pensada como uma diferença a mais, mas, como “aquela que articula as demais a partir de seu interior e se expressa por meio do *habitus*, capaz de entrelaçar os modos de possuir, de estar junto e os estilos de vida” (MARTÍN-BARBERO, 2002, p. 14).

Ainda, para Martín-Barbero (2003), a partir da perspectiva das mediações, temos na classe social dos indivíduos a estrutura que articula os elementos identitários que expõe as formas de dominação, que determina a construção do cotidiano das pessoas e, assim, estrutura os aspectos de vida do capitalismo recente.

Nesse artigo, resultado de uma pesquisa que está em andamento, temos o propósito de refletir e investigar a importância da participação de agricultores familiares no movimento social da Economia Solidária para a construção da identidade de classe. Essa formação, na luta coletiva, possui uma dupla característica (Fraser, 1995): vincular-

se às políticas de reconhecimento e de redistribuição. Sendo assim, através da ação coletiva, o sujeito pode identificar-se ou desidentificar-se com a classe social à qual faz parte. A legitimidade de uma classe, portanto, depende da construção de uma identidade como processo de classificação dos grupos em categorias socialmente construídas a partir de elementos culturais (BAUMAN, 2005) valorizados ou desvalorizados socialmente.

Aqui no Brasil, uma pesquisa que reforça a importância de se pensar na construção da identidade de classe é a de André Salata (2014). Embora a pesquisa seja voltada à classe média, ela traz contribuições importantes sobre como os indivíduos se veem em relação ao pertencimento de classe. O autor afirma que, mesmo que as pessoas neguem o pertencimento a uma classe, elas estão participando de disputas classificatórias, maneiras através das quais aquelas pessoas evitam os julgamentos morais presentes na ideia de pertencimento a diferentes classes sociais. A ideia de pertencimento a diferentes classes estaria relacionada à percepção de uma distribuição desigual de reconhecimento social. As identidades de classe podem ser interpretadas como reivindicações de pertencimento e reconhecimento a grupos socialmente significativos (BOURDIEU, 1984), desse modo, não diz respeito a uma simples escolha sobre com quem se identificar, mas sim, a uma negociação que participaria, de forma ativa, da definição dos contornos que separam hierarquicamente “nós e eles, e que, assim, engendram consequências para a própria reprodução das desigualdades sociais” (SALATA, 2014, p.73).

Já para o entendimento do que contempla a palavra mídia em relação à perspectiva de classe, bem como seu consumo pelos agricultores familiares da Região Central do Rio Grande do Sul, partilhamos de Escosteguy (2019), que define as mídias como sendo tanto “a mídia tradicional que engloba, entre outros meios, os jornais e as revistas impressas, o rádio e a televisão, como a nova mídia, o telefone celular, o computador, os tablets e a própria internet” (Escosteguy, 2019, p. 17).

Diante das evidências até aqui expostas, é preciso considerar como a mídia pode ou não interferir na construção do processo identitário. Setton (2005, p.88) afirma que o contexto midiático atua como fonte para a aquisição de capital cultural, “pois oferece uma multiplicidade de saberes, constituindo-se uma nova realidade perceptiva e cognitiva das formações contemporâneas para o indivíduo”.

Já Kellner (2001) debate o poder da mídia em modelar os indivíduos e como as diversas formas da cultura veiculadas pelas diversas mídias influenciam as pessoas a identificarem-se com as ideologias, posições, representações sociais e políticas

dominantes. Para ele a “cultura da mídia também fornece o material com que muitos indivíduos constroem o seu senso de classe, de etnia e raça” (KELLNER, 2001, p. 9). Ronsini (2016), por sua vez, mostra que a incorporação de um capital cultural midiático conforma questões de classe nas quais as classificações construídas são mecanismos de reprodução da injustiça social e de gênero tanto quanto de produção de um capital simbólico que legitima valores contrários aos modos de ser e de viver das elites.

A relação de poder que a mídia assume também no meio rural pode ser explicada através de Bourdieu, referência para os autores aqui citados, ao sugerir que algumas concentrações de poder simbólico são tão grandes, que dominam toda a paisagem social; que parecem tão naturais, que são difíceis de serem percebidas pelas pessoas. Assim, o poder simbólico atua como poder de construir a realidade social. O campo de poder é o espaço acima e além dos campos específicos onde operam as forças que disputam a influência sobre as inter-relações entre os campos: o estado é o principal ponto de referência. A construção da identidade do indivíduo depende da constituição de um habitus e dos diversos capitais disponíveis, o que determinará posições e lugares específicos dentro da sociedade, sendo assim, envolve disputas e negociações que implicam consequências reais para os indivíduos e para a formação de coletividades.

No Brasil, a relação entre as leituras das representações midiáticas e a construção das identidades é um assunto abordado há várias décadas. Podemos destacar o estudo de Lins da Silva (1985), que mostrou que cultura popular e as organizações comunitárias são capazes de absorver criticamente aquilo que consomem pela televisão, e que o telejornal ajuda a reforçar pontos de vista coerentes e previamente adquiridos pelas pessoas. Recentemente, Barbiero (2018) buscou compreender como as mediações sociopolíticas e o modelo de Economia Solidária conformam os usos e sentidos na recepção de uma telenovela. A pesquisa mostrou que a participação na associação amplia o capital social das participantes, o que leva ao conhecimento de problemas comuns a outras mulheres e reforça princípios de solidariedade e cooperação.

Marão (2020), em estudo recente sobre as representações do rural na mídia com jovens camponeses do estado do Maranhão, mostrou que a leitura feita pelos jovens a partir da representação midiática do rural, faz com que eles se desidentifiquem com o que consomem na grande mídia, principalmente por causa das representações do rural como algo datado e ultrapassado.

A partir dos insights destes estudos e das categorias de mediação – socialidade, ritualidade e tecnicidade – do Mapa das Mediações Comunicativas da Cultura, propomos uma investigação sobre as relações entre mídia e identidade de classe, nosso objetivo maior na pesquisa em andamento. Acreditamos também que o mapa de Barbero permite operacionalizar a análise de qualquer fenômeno social que tenha relação com as instâncias da comunicação, cultura e política em que a mediação deve ser entendida como o processo estruturante que configura a lógica dos usos.

Ainda, é necessário afirmar que os usos da mídia dizem respeito às práticas sociais formadoras dos indivíduos, através da relação que estabelecem com as instituições como a família, a escola e as instituições econômicas, políticas, religiosas e de lazer. Tais socializações são perpassadas pelas relações de classe, gênero, pelas questões geracionais e étnicas. Todas as relações analisadas partem da expressão das visões de mundo dos agricultores familiares a partir tanto da constituição de todos os níveis de socialização quanto das condições sociais de reprodução e representações sociais que nos fornecem elementos para analisar o processo contínuo de negociação entre as classes dominantes e subalternas.

Agricultura familiar e economia solidária: uma ação coletiva em movimento

Os agricultores familiares sempre estiveram à margem das ações do Estado brasileiro. Para Grisa e Schneider (2014, s/p), a fragilidade do homem que vive no meio rural, sempre foi reforçada diante das opções de desenvolvimento no País.

Enquanto terminologia, o próprio conceito de agricultura familiar, é uma negociação política e identitária. Abramovay (1997) classifica a “agricultura familiar como aquela em que a gestão, a propriedade e a maior parte do trabalho vêm de indivíduos que mantêm entre si laços de sangue ou de casamento.” (ABRAMOVAY, 1997, p. 3).

No entanto, o uso do termo é considerado por alguns autores como uma “impositiva produção de amnésia social que apaga a presença do campesinato e oculta ou minimiza os movimentos sociais dos camponeses brasileiros, consagrando – com tradição inventada – a noção do caráter cordato e pacífico do homem do campo.” (GODOI, MENEZES, MARIN 2009. p. 12). O termo ainda é relacionado a implementação do Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar, o PRONAF, na década de 1990. O Programa foi uma política de crédito a juros reduzidos que privilegiou uma faixa de agricultores com menos recursos econômicos.

Neste trabalho, a adoção do termo agricultura familiar assume que este não pode estar vinculado apenas às políticas públicas, através do Estado. Neste sentido, percebemos, que sim, foi um marco importante para muitos agricultores como acesso ao crédito. No entanto, se for apenas dessa forma, estaremos diante do mesmo erro de somente percebermos agentes sociais quando chegam a ser nomeados pelo Estado. O reconhecimento dos próprios participantes do projeto, como sendo agricultores familiares, é algo que lhes confere orgulho, de em família, produzir, comercializar e como destacou a coordenadora do Projeto pesquisado: “tentar fazer um outro mundo possível, contrapondo-se ao capitalismo, através da economia solidária e da agricultura familiar” em entrevista realizada no início desse ano durante coleta de dados empíricos. Por isso, consideramos que o termo agricultura familiar, quando vinculado aos agricultores que participam do Projeto Esperança/Coesperança, assume também uma questão de identidade de classe e de pertencimento.

Além disso, as famílias que estamos acompanhando, se contrapõem a submissão e a exploração da força de trabalho dos membros da família, amparadas em um modelo de trabalho autogestionário e coletivo. Nesse caso, o termo é utilizado enquanto legitimação identitária para os agricultores.

Tanto os agricultores, quanto a coordenação do projeto entendem que a Economia Solidária é o principal caminho para uma sociedade mais igualitária. Para Paul Singer, economista brasileiro, um dos principais autores sobre o tema, o capitalismo leva à competição e à desigualdade. Vantagens e desvantagens são legadas de pais para filhos e para netos, os descendentes dos que acumularam capital ou prestígio profissional, artístico etc., entram na competição econômica com nítida vantagem em relação aos descendentes dos que se arruinaram, empobreceram e foram socialmente excluídos. Para o autor, “o que acaba produzindo sociedades profundamente desiguais.” (SINGER, 2002, p. 07) A proposta para que a Economia Solidária se efetive está na organização igualitária através dos que se associam a esse modo para produzir, comercializar, consumir ou poupar, e nesse modelo, “ninguém manda em ninguém. E não há competição entre os sócios: se a cooperativa progredir, acumular capital, todos ganham por igual.” (SINGER, 2002, p. 07)

Os contrastes e estereótipos que circundam o meio rural, através das desigualdades, da relação campo e cidade, em que o primeiro é relacionado ao lugar bucólico, do atraso, e a falta de incentivos financeiros, reforçam a importância da

compreensão contextual para a análise do cenário atual. Williams (1989) afirma que o contraste entre campo e cidade, é uma das principais maneiras de adquirirmos consciência de uma parte central de nossa experiência e das crises de nossa sociedade. Os dualismos e as complexidades que envolvem o meio rural, são para Froehlich e Marin (2019) um processo em transformação. Mudanças marcadas por disputas e interesses, que legitimam a forma com que o Projeto Esperança/Cooesperança se posiciona desde sua criação.

É possível constatar que os agricultores familiares podem estabelecer variadas estratégias para garantir sua reprodução social, econômica e cultural que, conforme Schneider (2003), não passam, necessariamente, pela modernização técnico produtiva de seus sistemas agrícolas e estabelecimentos rurais. Essas estratégias podem ser entendidas novamente a partir da perspectiva de Bourdieu, através da articulação de um senso prático e do *habitus*, no qual os indivíduos não constroem as estratégias como desejam, mas como condições cotidianas de sobrevivência. Assim, atuam como elementos centrais para a compreensão das transformações na dinâmica da agricultura familiar, na qual os agricultores têm conseguido a permanência no campo.

Para Bourdieu (1990), essa ação social dos indivíduos ocorre através de reprodução estrutural, onde o *habitus* legitima a desigualdade econômica e social ao promover uma aceitação das condições fundamentais de existência, uma vez que envolve uma reprodução inconsciente sobre o que é possível, impossível e provável para os indivíduos em suas localizações na ordem social estratificada, as expectativas dos agentes se ajustam a suas oportunidades objetivas. No entanto, considera que algumas situações podem dar origem à mudança. Em contextos de rápida transformação da estrutura de oportunidades, estas deixam de corresponder às expectativas decorrentes da socialização primária surgindo, então, o potencial para crises sociais, quando as classes dominadas rompem sua aceitação dos valores dominantes.

Mesmo que se entenda que o cotidiano dos agricultores familiares seja marcado por uma reprodução através do *habitus* (Bourdieu, 1984), os sujeitos reconhecem a desigualdade presente na sociedade, resistem e até mesmo recusam, o que Skeggs (1997) define como (des)identificação de classe. Os processos de distinção entre as classes sociais, ou então, de diferenciação dentro de uma mesma categoria social, são atitudes de ordem política, e como define a autora, de oposição às arbitrariedades sociais. Esses processos, são maneiras pelas quais as formas de cultura se tornam fixas de determinada pessoa ou grupo social.

A representação do rural na mídia e a produção de significados

Para Spink (1993), as representações sociais, apresentam a expressão de permanências culturais e são o locus da multiplicidade, da diversidade e da contradição. É na contradição que encontramos muitas vezes, o real sentimento identitário e de pertencimento dos sujeitos, visto que os processos de identificação ou desidentificação, aí se revelam. As representações atuam nessa construção e implicam sobre as identidades, pois, como define Hall (2000), as mesmas têm a ver com a forma pela qual somos representados e como essa representação afeta a forma como cada um pode se representar.

Alexandre (2001), afirma que os meios de comunicação de massa, se tornaram fundamentais enquanto forma de coesão social, pois “lidam com a fabricação, reprodução e disseminação de representações sociais que fundamentam a própria compreensão que os grupos sociais têm de si mesmos e dos outros, isto é, a visão social e a autoimagem” (ALEXANDRE, 2001, p. 116). A atividade e a mobilização do sujeito, seja de forma individual ou em grupo, é influenciada pelas representações sociais, ou seja, são elas que constroem o sujeito social.

No caso específico dos agricultores familiares, a questão da representação midiática do rural, torna-se fundamental na construção dos processos identitários e na formação da identidade de classe, como evidenciou Marão (2020) e também constatamos em nossa pesquisa.

Para os agricultores pesquisados, além das narrativas do eu, enquanto sujeitos participantes de um movimento social, é relevante também, a representação social feita pelo outro, sejam clientes, atravessadores, sociedade ou governos, que poderão atribuir e converter os significados em valorização econômica do trabalho realizado.

Apesar da importância do trabalho dos agricultores familiares nacionalmente, uma vez que estes produzem 50% dos alimentos da cesta básica brasileira (Censo Agrícola 2006), apresentando um faturamento anual que passou de 36 bilhões de reais, em 2006, para 66 bilhões de reais em 2018, a autodenominação “agricultor familiar” (CHALITA, 2006) não significa reconhecimento através de políticas públicas condizentes com o incremento das condições econômicas das famílias.

Embora o modelo de gestão da unidade produtiva familiar e a execução do processo produtivo pelos membros da família sejam suficientes para a reversão social do qualificativo negativo atribuído ao trabalho manual e aos sujeitos que o realizam (PICOLOTTO 2008, p. 262), isso não se converte em valorização econômica por parte

dos governos. Esse reconhecimento que os motivam à autodenominação ocorre apenas perante os consumidores que adquirem seus produtos, por causa do trabalho sustentável, do cuidado com a natureza e da organização social. Desse modo, é possível sugerir que tanto a construção das identidades, quanto a representação social do rural, se apresentam duplamente. Primeiro com a aquisição, manutenção ou aumento de capital econômico que hoje é distribuído de forma desigual; e ainda, dependem da ação coletiva para converter valores culturais em valorização econômica concreta dos grupos subalternos.

Nessa pesquisa, de forma preliminar, pode-se observar que os agricultores familiares participantes de um movimento social e, engajados nas práticas deste, reconhecem as diferentes leituras feitas pelos outros participantes e as formas que o rural é representado na mídia. Desse modo, estabelece-se aí uma consciência crítica dos conteúdos, bem como o espaço destinado ao pequeno produtor e ao rural na mídia, que varia conforme o meio de comunicação ou a abrangência (local, regional, estadual ou nacional) e ainda, as diversas representações de personagens, sejam nas redes sociais ou no entretenimento na televisão. Como mostrado por Moscovici (1978), que evidencia a influência dos meios de comunicação de massa na formação das representações sociais e sua relação com a conduta humana, também constatamos algo semelhante entre os agricultores familiares. Estas informações, veiculadas sob as mais diversas formas, são apropriadas e reconstruídas pelos indivíduos ou grupos, dando origem a condutas pertinentes aos sentidos atribuídos nesta reorganização.

Os meios de comunicação podem ser considerados uma mediação que oferece ao indivíduo uma perspectiva que não pode ser apreendida nos limites de sua própria experiência pessoal imediata. A mídia conectaria e ligaria “vidas individuais ao construir uma cadeia de códigos compartilhados e reconhecidos que são constitutivos” das representações sociais (JOVCHELOVITCH, 2000, p. 218).

Considerações finais

Pensar na classe social dos indivíduos é compreender o princípio organizador da sociedade capitalista (RONSINI, 2007), o qual determina desigualdades e diferenças profissionais, de renda, de educação, de acesso a bens culturais e a centros de poder. Na instância do meio rural, onde as desigualdades se acentuam, é preciso considerar que a resistência, a luta, a negação ou a reprodução simbólica (BOURDIEU, 2008) ocorrem através da formação da identidade de classe (SKEGGS, 1997), de forma bastante presente, algo constatado nessa pesquisa.

No caso dos agricultores familiares que integram o Projeto Esperança/Coesperança, os quais se identificam com a posição e a terminologia de agricultores familiares, queremos aprofundar a discussão sobre como ocorre a identificação ou desidentificação em relação a outras classes, como, por exemplo, a elite rural do agronegócio e os médios proprietários rurais e a integrantes de classes trabalhadoras, como o Movimento dos Sem-Terra.

Na pesquisa que está em andamento e que deu origem a esse artigo, podemos compreender até então, que os agricultores possuem uma noção intuitiva da identificação simbólica do lugar onde estão inseridos e essa identidade manifesta-se de maneira individual e coletiva, definindo o indivíduo a partir de características que o integram ao todo, com a coletividade.

Assim, os elementos identitários podem assumir diferentes perspectivas de acordo com as mudanças nas políticas públicas adotadas no país. Pode-se dizer que, até o ano de 2016, antes da crise social econômica, houve um período de crescimento econômico para o agricultor familiar, e, em termos de renda, essa população rural teve acesso a melhores condições de vida.

Os Projetos de Economia Solidária, da mesma forma, receberam mais investimentos financeiros, principalmente do Governo Federal, o que se reverteu em programas, atividades e projetos para o fomento da produção agrícola familiar. Diante dos autores trabalhados e das perspectivas que mostram que as relações estabelecidas com a mídia atuam na construção da identidade de classe e na formação da representação, consideramos que a mídia hegemônica tenha sido um forte fator de influência nesse período, em função da discussão que se estabelece até hoje, em torno do agronegócio, por exemplo, em todo país.

Se em relação às representações do rural feitas pela mídia hegemônica, através dos principais canais de comunicação, no caso da televisão por exemplo, o homem do campo, costuma ser representado enquanto uma figura caricata, romantizada, por outro lado, nas publicidades e em telejornais, a tecnologia, a produção, o desenvolvimento são normalmente atrelados ao grande produtor e ao agronegócio. A circulação destas representações impacta nos modos pelos quais os grupos sociais se autodefinem e definem os demais, mas que podem ser mais bem compreendidos quando analisados sob a ótica da identidade de classe.

Essas questões, que ainda serão aprofundadas empiricamente, já revelam sinais de que o tema é pertinente para compreender onde, e como esse agricultor familiar se sente representado na atualidade, ou seja, se ele almeja um modo de vida semelhante ao dos grandes produtores rurais e, se homens e mulheres, de diferentes gerações da agricultura familiar possuem percepções semelhantes do modelo de economia solidária. Ainda, de forma secundária, será possível compreender como o consumo de mídia ocorre no meio rural, a partir desses pontos considerados pelos agricultores. Sendo assim, a relação entre a mídia e a representação é evidente, o que reforça a importância de discussões mais aprofundadas.

Não se pode desconsiderar também, a importância do papel das formas de aquisição de bens culturais no relacionamento entre as classes e como esses bens influenciam a relação entre elas. A dimensão ideológica do prestígio social de uma classe como tal é atravessada por essas relações. Daí a conveniência de estudos que consideram como se dá a apropriação dos bens culturais pelas distintas classes sociais e como esses bens são utilizados para reconhecimento social.

Para concluir, nos amparamos em Moscovici (1978) ao destacar que nesse processo de formação das representações sociais, a construção vai depender do tipo de informações sobre o objeto social que o indivíduo dispõe, do seu interesse pessoal sobre aspectos específicos do objeto e da influência social no sentido de pressionar o indivíduo a utilizar informações no grupo. Para isso, é preciso pensar na transversalidade das representações sociais e assim avançarmos no debate sobre os processos contemporâneos que envolvem a sociedade, a mídia e a representação do rural hoje.

Referências Bibliográficas

ABRAMOVAY, Ricardo. Paradigmas do Capitalismo Agrário em questão. São Paulo. Anpocs, Unicamp, Hucitec, 1992. “**Uma nova extensão para a agricultura familiar**”. In: Seminário Nacional De Assistência Técnica e Extensão Rural. Brasília: Anais, p. 29. 1997.

ALEXANDRE, Marcos. **O papel da mídia na difusão das representações sociais**. Comum - Rio de Janeiro - v.6 - n.º 17 - p. 111 a 125 - jul./dez. 2001.

BARBIERO, Hellen Paniz. Recepção de Telenovelas, Mediações Sociopolíticas e Gênero. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Universidade Federal de Santa Maria. Santa Maria, 2018.

BAUMAN, Z. **Identidade: entrevista a Benedetto Vecchi**. Rio de Janeiro: Zahar, 2005.

BOURDIEU, Pierre. **Distincion**. Londres: Routledge & Kegan Paul, 1984.

- GRISA, Catia; SCHNEIDER, Sérgio. **Três gerações de políticas públicas para a agricultura familiar e formas de interação entre sociedade e estado no Brasil**. Revista de Economia e Sociologia Rural, vol. 52, supl.1. Brasília: 2014.
- HALL, Stuart. **Cultura e Representação**. Tradução William Oliveira e Daniel Miranda. Rio de Janeiro: Ed. Apicuri, 2016.
- KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia: Identidade e política entre o moderno e o pós-moderno**. Tradução de Ivone Castilho Benedetti. Bauru, SP: EDUSC, 2001. MOORE, Carlos. **Racismo & Sociedade: Novas bases epistemológicas para entender o racismo**. Belo Horizonte: Mazza Edições, 2007.
- LINS DA SILVA, Carlos Eduardo. **Muito Além do Jardim Botânico: Um estudo sobre a audiência do Jornal Nacional da Globo entre trabalhadores**. São Paulo: Summus Editorial, 1985.
- MARÃO, Marco. **Juventude camponesa e consumo de mídia na era digital**. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Universidade Federal de Santa Maria. Santa Maria, 2020.
- MARTÍN-BARBERO, J. Prefácio. In: LOPES, M. I. V. de; BORELLI, S. H. S.; RESENDE, V. da R. **Vivendo com a telenovela: mediações, recepção, teleficcionalidade**. São Paulo: Summus, 2002.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Tradução de Ronald Polito e Sérgio Alcides. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2003.
- Moscovici, Sergio. **A representação social da psicanálise**. Tradução A. Cabral. Rio de Janeiro, RJ: Zahar, 1978.
- PICOLOTTO, Everton Lazzaretti. **As mãos que alimentam a nação: agricultura familiar, sindicalismo e política**. Rio de Janeiro: Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, 2011.
- RONSINI, Veneza Mayora. **Mercadores de Sentido: consumo de mídia e identidades juvenis**. Porto Alegre: Sulina, 2007.
- RONSINI, Veneza Mayora. **Telenovelas e a questão da finalidade de classe**. Matrizes. V. 10 - Nº 2 maio/ago. p. 45-60. São Paulo – Brasil: 2016.
- SALATA, André Ricardo. **A classe média brasileira: posição social e identidade de classe**. 1. ed. - Rio de Janeiro: Letra Capital, 2016.
- SCHNEIDER, S. **A pluriatividade na agricultura familiar**. 2nd ed. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2003.
- SINGER, Paul. **Introdução à Economia Solidária**. 1ª Edição. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2002.
- SKEGGS, Beverley. **Formations of class and gender**. Londres, 1997.
- SPINK, Mary Jane. **Desvendando as teorias implícitas: uma metodologia de análise das Representações Sociais**. In: JOVCHELOVITCH, S.; GUARESCHI, P. (orgs.). **Textos em representações sociais**. Petrópolis: Vozes, 1994.

SPINK, Mary Jane. **“Desvendando as teorias implícitas: uma metodologia de análise das representações sociais”**. In: GUARESCHI, Pedrinho A. e JOVCHELOVITCH, Sandra (orgs.). *Textos em representações sociais*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1995.

WILLIAMS, Raymond. **O Campo e a Cidade: na história e na literatura**. Companhia das Letras. São Paulo, 1989.