



## **Campo Midiático: As possibilidades de sobrevivência dos movimentos sociais no território da mídia<sup>1</sup>**

Angélica DEZEM<sup>2</sup>  
Mariângela TORRESCASANA<sup>3</sup>  
Ilka GOLDSCHMIDT<sup>4</sup>  
Matheus GRABOSKI<sup>5</sup>

Universidade Comunitária da Região de Chapecó – Unochapecó

### **RESUMO**

Este trabalho buscou levantar as possibilidades de sobrevivência do Movimento das Mulheres Camponesas de Santa Catarina – MMC/SC- dentro do território midiático e descrever as técnicas e ferramentas comunicacionais por elas utilizadas. Também procurou investigar como as mulheres agricultoras se comunicam para participar dos eventos e reuniões, e como elas se sentem representadas dentro do processo midiático local e nacional. Para a realização deste estudo, optou-se por uma pesquisa qualitativa, do tipo estudo de caso. Em meio a grande diversidade comunicacional, aos apelos das novas tecnologias portáteis e suas funcionalidades ficou claro que, na região estudada, as mulheres camponesas não utilizam a maioria das ferramentas comunicacionais, muito menos as tecnológicas, devido ao desconhecimento e à falta de capacitação.

**Palavras-Chave:** movimento; camponesas; comunicação; ferramentas.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ 07 – Comunicação, Espaço e Cidadania do XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 4 a 6 de junho de 2014.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação do 3º semestre do Curso de Jornalismo da Unochapecó; Bolsista do Núcleo Pesquisa NIC-Mídia Cidadã; e-mail: [angelicadezem@unochapeco.edu.br](mailto:angelicadezem@unochapeco.edu.br)

<sup>3</sup> Mestre em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro; Professora dos Cursos de Jornalismo, Publicidade e Propaganda e Produção Audiovisual da Unochapecó; Pesquisadora do Núcleo de Iniciação Científica em Mídia Cidadã; e-mail: [mariangela@unochapeco.edu.br](mailto:mariangela@unochapeco.edu.br)

<sup>4</sup> Mestre em Comunicação pela Universidade Metodista de São Paulo; Professora dos Cursos de Jornalismo e Produção Audiovisual da Unochapecó; Coordenadora do Núcleo de Iniciação Científica em Mídia Cidadã; [ilka@unochapeco.edu.br](mailto:ilka@unochapeco.edu.br).

<sup>5</sup> Estudante de Graduação do 5º semestre do Curso de Jornalismo da Unochapecó; Bolsista do Núcleo Pesquisa NIC-Mídia Cidadã; e-mail: [Matheus.graboski@unochapeco.edu.br](mailto:Matheus.graboski@unochapeco.edu.br)



## INTRODUÇÃO

A ordem capitalista, mais do que qualquer outro sistema governamental, tem cuidado de perpassar seus ideais e de tentar sufocar todo o tipo de insurreição. Ela vem incidindo não apenas na realidade do mundo, mas também na realidade psíquica, fazendo com que sejam cumpridos seus preceitos, as suas determinações, seus valores, sob pena de, em caso de recusa, haver um comprometimento do que convencionou chamar de "noção de vida social organizada".

A subjetividade produzida por essa máquina capitalista, manifesta-se no indivíduo de inúmeras formas, expressando relações de submissão, alienação, opressão e resistência. Desde o início da história da humanidade, esses focos de resistência têm eclodido contra todo tipo de dominação ou tentativa desta, provocando rupturas na estrutura social, assumindo as mais diferentes roupagens. Alguns personificam-se sob a forma de sindicato; outros encarnam a figura do revolucionário; muitos camuflam-se sob a pele de cordeiro. Embora as representações ganhem contornos distintos, todas têm a mesma origem: são movimentos gerados no ventre do povo. Entre esses, nenhum outro no Brasil conseguiu aglutinar e defender as mulheres como o Movimento das Mulheres Camponesas.

A sobrevivência e fortalecimento dos movimentos sociais, aqui representados pelo MMC/SC, está se tornando mais difícil frente ao mundo globalizado. Na nova organização mundial, o domínio das novas tecnologias e do fluxo de informações passa a ser fundamental. A forma como a mídia tem retratado esses atores sociais, sinaliza para a adoção de parâmetros políticos-ideológicos em consonância com a rede de relações a que está atrelada.

A compreensão desses fatos, por parte de alguns movimentos sociais, vem provocando alterações em suas práticas e o Movimento das Mulheres Camponesas é um deles. E nesse sentido, ter acesso aos meios de comunicação parecer ser um ponto central nas agendas das suas estratégias políticas atuais. Entre as ações do MMC hoje, pode-se observar uma tímida tentativa de formação de uma rede de informações, onde algumas mídias estão contempladas.

Acredita-se que entender o papel da mídia junto a um movimento social, como o MMC/SC, com todas as suas tensões, conflitos, contradições, pode resultar numa mudança no uso da mídia nas relações sociais e nos processos políticos-culturais que os



movimentos constroem, vindo a contribuir para a derrubada de estereótipos e o surgimento de novas representações, novos valores.

A criação de um movimento específico de mulheres agricultoras foi a primeira grande conquista. Sair de casa para participar das reuniões, contrariando o machismo muito presente na agricultura (e na sociedade como um todo), buscar a aceitação de seus companheiros para participar das ações do movimento ou ir contra sua negação e mesmo assim persistir, ouvir comentários maldosos da vizinhança, da família. Tudo isso teve que ser enfrentado pelas mulheres que assumiram lideranças ou mesmo as que simplesmente participavam (e participam) do movimento. Muitas das mulheres ficaram pelo caminho, desanimaram com as dificuldades, não fizeram frente às imposições de seus maridos e da comunidade em geral, outras tantas esmoreceram depois das conquistas trabalhistas e algumas se projetaram politicamente. (BONI, 2012, p.29)

A forma como a mídia tem retratado esses atores sociais, sinaliza para a adoção de parâmetros políticos-ideológicos em consonância com a rede de relações a que está atrelada. As reflexões sobre a presença e papel da mídia estão presentes nos estudos e pesquisas realizadas por Guareschi (1999). Com sua contribuição, o autor possibilita a retomada de enfoques críticos sobre as teorias da comunicação e o uso da mídia como legitimador da dominação e do imperialismo.

Para entender como esse processo está sendo delineado, optou-se por uma pesquisa qualitativa, do tipo estudo de caso. O Movimento de Mulheres Camponesas tem atividades organizadas em 20 estados brasileiros, mais o Distrito Federal. Fundado em 1980, o MMC surgiu da união de vários outros movimentos feministas de todo o Brasil. Em Santa Catarina, o grupo, que inicialmente adotou a sigla MMA/SC (Movimento das Mulheres Agricultoras), apenas no ano de 2004 unificou-se com o movimento nacional. Segundo dados da Cartilha do Movimento de Mulheres Camponesas, o MMC/SC é uma organização autônoma. Sua luta central é contra o modelo capitalista e patriarcal e pela construção de uma nova sociedade com igualdade de direitos. Todas suas bandeiras são a favor do direito da mulher, saúde da família e agroecologia. Sua luta central é contra o modelo capitalista e patriarcal e pela construção de uma nova sociedade com igualdade de direitos.

Para dar visibilidade aos seus projetos e lutas, as mulheres camponesas precisam dos sistemas comunicacionais, o que nem sempre é de fácil acesso ao movimento. SCHIAVANI apud CANAN (2007) destaca que as camponesas poucas vezes



conseguem uma exposição na mídia, e quando conseguem, os fatos ou são reportados numa lógica diferente da proposta pelo movimento, ou são associados à exploração comercial daquele momento. Ela cita como exemplo, o dia 8 de março, comemorado internacionalmente como o Dia da Mulher, mas que para o MMC vai muito além disso. Ele representa o Dia de Luta e Resistência da Mulher Trabalhadora.

Há muitas propagandas do sistema capitalista ocupando a maior parte do tempo nos meios de comunicação, as camponesas tem tido menos oportunidades. Às vezes em algumas datas históricas, como o dia 8 de março, mas aí vem muito a questão de propaganda de loja, da floricultura, etc. Sempre fica muito a desejar a parte do conhecimento em si. (SCHIAVANI apud CANAN, 2007 e p.20)

Outra questão, que provoca tensões neste campo midiático, tem a ver com o dizer, com o discurso atribuído às camponesas e às trabalhadoras da roça.

"Você fala uma coisa e às vezes aparece bem outra. Tivemos a experiência, por exemplo, de uma camponesa que foi entrevistada por um jornal e o que ela colocou foi bem distorcido. Então, é bem manipulado. Eles colocam o interesse deles e não o que a camponesa ou a mulher da roça fala." (TABORDA apud CANAN, 2007, P.23)

Dentro desse cenário, ter acesso aos meios de comunicação parece ser um ponto central nas agendas das estratégias políticas atuais. Entre as ações do Movimento hoje, pode-se observar uma tímida tentativa de formação de uma rede de informações, onde algumas mídias estão contempladas. Para divulgarem seus trabalhos, o MMC/SC possui um informativo impresso, com edição bimestral, que tem circulação por todo o estado. Elas contam também com o site nacional do Movimento<sup>6</sup>. Outro ponto importante na divulgação, são os programas de rádio nos municípios, em espaços pagos, produzidos e apresentados pelas próprias mulheres e alguns documentários que trazem recortes da trajetória do movimento.

Em julho de 2014, este pesquisador participou da XII Assembleia Estadual do Movimento de Mulheres Camponesas/SC, realizada em Dionísio Cerqueira/SC. Na oportunidade, através das entrevistas e de observação *in loco*, verificou-se que cada comunidade campesina tem uma forma de se comunicar adaptada para cada localidade, utilizando também diferentes técnicas de comunicação, desde as mais primárias, como

---

<sup>6</sup> <http://www.mmcbrazil.com.br>.



por exemplo, os tradicionais bilhetes, até os usados na mídia convencional, entre quais estão os serviços de utilidade pública, na forma de avisos radiofônicos.

Nas cidades de Dionísio Cerqueira e Concórdia, as representantes do MMC utilizam as formas mais amadoras de comunicação, como bilhetes e avisos impressos, para marcar as reuniões e eventos. O famoso “boca-a-boca” é a ferramenta que mais surte efeito e, em alguns casos, quando necessário, um contato telefônico é efetuado. Nessas duas cidades há o desenvolvimento de formas criativas de comunicação. As representantes de Concórdia contam com o apoio das escolas da cidade. Como seus filhos ou vizinhos vão até a cidade para estudar, elas aproveitam esse fato para enviar um bilhete que será posteriormente entregue para outras crianças que estão na escola para que estes levem para suas casas. Isso permite as mensagens chegarem até as camponesas que vivem nas comunidades do interior.

As representantes do MMC/SC na cidade de Dionísio Cerqueira contam com uma pequena vantagem neste processo, já que uma delas é funcionária dos Correios e utiliza os suportes oferecidos por sua profissão para informar as companheiras do grupo. Como as reuniões nesta cidade são marcadas com antecedência através de contato direto ou indireto (mediado por outras pessoas), se houver alguma alteração na programação, a funcionária dos Correios é quem deve comunicar às demais companheiras.



*Cerimônia de abertura do Encontro Estadual das Mulheres Camponesas,  
realizado em Dionísio Cerqueira em 30/06/2014*



*Cerimônia de abertura do Encontro Estadual das Mulheres Camponesas,  
realizado em Dionísio Cerqueira em 30/06/2014*

Em Pinhalzinho, o grupo local tem o apoio do Sindicato dos Trabalhadores na Agricultura Familiar (SINTRAF). Elas também utilizam o bilhete, entregue no sindicato. Lá, a distribuição é feita para cada família. O conteúdo deste bilhete avisa sobre a existência de um programa de rádio a ser veiculado em determinado dia ou comunica sobre algum encontro que ocorrerá nos próximos dias. Ao término de cada reunião realizada na cidade, a próxima já é marcada e os avisos e bilhetes servem para lembrete e reforço de informações.

Em Iraceminha, as Mulheres Camponesas contam com o apoio da Pastoral da Saúde. Na cidade existe uma freira, que cuida dos processos comunicacionais do grupo. A irmã é a responsável pelos avisos via contato telefônico. Quando uma colega do movimento não possui linha telefônica em casa, a companheira mais próxima desta avisa por recado ou boca-a-boca.

Já as 30 campesinas de Caxambu do Sul apresentam a mais eficiente e moderna prática comunicacional identificada por este estudo. O grau de instrução das participantes do Movimento na cidade colabora para isso. A maioria das representantes da diretoria são professoras aposentadas que vieram do interior. As informações partem da Regional de Chapecó, e este contato com a cidade é feito exclusivamente através de e-mail. Elas utilizam o bate-papo do facebook para a troca simultânea de informações.



As Mulheres Camponesas também produzem conteúdo informativo. Em Santa Catarina, a Regional de Chapecó, com o apoio das demais, produz um informativo impresso bimensal. Neste material, o conteúdo jornalístico é produzido com informações de interesse exclusivo do grupo. Entre os temas pautados com mais frequência estão: agroecologia, saúde feminina e da família e eventos especiais.

Na região Oeste, os meios de comunicação mais utilizados para informar a comunidade e o próprio grupo são os jornais e rádios específicos de cada localidade. Em ambos os casos, os veículos abrem espaço para que elas falem de eventos e reuniões. Alguns jornais fazem cobertura dos eventos e descrevem em suas matérias o que aconteceu em determinado dia. Não foi identificado nas entrevistas, casos específicos em que os veículos produziram um material sobre o papel das mulheres camponesas na sociedade. Outra constatação é que para as mulheres camponesas, a utilização do rádio e jornal fica restrita aos serviços de utilidade pública. Elas não costumam utilizar estas ferramentas com a intenção de promover o grupo e nem como instrumento para espacialização de sua luta.

Em meio a grande diversidade comunicacional, aos apelos das novas tecnologias portáteis e suas funcionalidades ficou claro que, na região estudada, as mulheres camponesas não utilizam a maioria das ferramentas tecnológicas, como computadores e smartphones, com frequência, devido ao desconhecimento, à falta de capacitação e inexistência de sinal de internet e telefonia móvel na maioria das comunidades do interior. Por essas razões, o velho boca-a-boca ainda é a comunicação que mais surte efeito na região. No entanto, é possível perceber que bilhetes e conversas – pessoais ou por telefone – só satisfazem a necessidade de dar recados ou promover encontros, mas não conseguem atender a demanda de divulgar o movimento ou os temas de luta das mulheres camponesas.

As mulheres do MMC/SC entrevistadas não se reconhecem na mídia nacional, e por este motivo o consumo de produções jornalísticas nacionais são trocadas por programações religiosas ou de entretenimento (novelas, programas dominicais). A televisão, na opinião delas, é descrita como manipuladora e é rejeitada pela maioria das entrevistadas. Elas alegam que as produções não mostram a realidade do movimento e nem de suas lutas, apenas as identificam como baderneiras, uma realidade totalmente inversa na visão delas, já que os principais objetivos do grupo são a busca dos direitos e leis trabalhistas, saúde da família e técnicas agroecológicas.



## **Considerações Finais**

As referências bibliográficas estudadas nos permitiu aprofundar o conhecimento sobre as possibilidades de sobrevivência dos movimentos sociais dentro do território da mídia. O direito humano à comunicação vem sendo violado há muito tempo. Cercar esse direito é dar lugar a opressão e dominação sobre as pessoas. Dentro desse contexto, Guareschi (2000) considera positivo o surgimento, entre os grupos organizados, da consciência de que a “construção de cidadania passa pela discussão do papel exercido pelos meios de comunicação social”.

Os resultados de pesquisas científicas comprovam a existência de uma mídia não permeável à pluralidade, que pode criar representações simbólicas interessantes a determinados grupos, além de seu uso ideológico. Os novos contornos apresentados pelas sociedades contemporâneas têm colocado em discussão, mas ainda de forma tímida e não crítica, a existência de um sistema ideológico que elegeu a mídia como instrumento de legitimação da dominação capitalista, de agenciador de comportamentos, de gestor de novos valores, produtor não apenas de mercadorias, mas também de subjetividades.

Em meio a grande profusão comunicacional, aos apelos das novas tecnologias portáteis e suas funcionalidades fica claro que, na região estudada, as mulheres camponesas não utilizam a maioria dessas ferramentas, como computadores e smartphones. E a razão é simples. Há desconhecimento, falta de capacitação e inexistência de sinal de internet e telefonia móvel nas comunidades do interior.

Por todos estes motivos, o velho boca-a-boca ainda é a comunicação que mais surte efeito na região, e é através dele que milhares de mulheres são informadas das reuniões e encontros que o MMC/SC vai promover. Porém, isso não contribui para fortalecer, espacializar e auxiliar na construção de uma imagem mais positiva do Movimento para além de suas fronteiras. O uso de bilhetes e conversas – pessoais ou por telefone – só satisfazem a necessidade de dar recados ou promover encontros, mas não conseguem atender a demanda de divulgar o movimento ou os temas de luta das Mulheres Camponesas.

De tudo que foi estudado fica a compreensão de que, apesar dos movimentos sociais serem pauta para os veículos de comunicação, na maioria das vezes estes são colocados em ângulos desfavoráveis, deslegitimando as lutas dos movimentos. Deslegitimação essa observada pelas mulheres que integram o MMC/SC, que não se





reconhecem na mídia e nem acreditam no que é veiculado pelos em meios de comunicação.

A contribuição, no nosso entendimento, que esse trabalho traz, reside justamente no levantamento e análise das ações empreendidas pelo movimento, elencando novas possibilidades de relações com os meios de comunicação social, como, por exemplo, a aposta definitiva em uma comunicação mais horizontal e, inclusive, tecnológica, que permita, no mínimo, a libertação das mulheres trabalhadoras de qualquer tipo de opressão e discriminação. Dando-lhe o direito de ser, ser cidadã.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BONI, Valdete. **De agricultoras a camponesas: o Movimento de Mulheres Camponesas de Santa Catarina e suas práticas.** Florianópolis, UFSC, 2012.
- CANCLINI, Néstor Garcia. **Consumidores e Cidadãos. Conflitos multiculturais da globalização.** Rio de Janeiro, UFRJ, 1996.
- DOIMO, Ana Maria. **A vez e a voz do popular: movimentos sociais e participação política no Brasil pós-70.** Rio de Janeiro, Relume- Dumará/ ANPOCS, 1995.
- FESTA, Regina. **Movimentos sociais, comunicação popular e alternativa.** In: *FESTA, Regina e SILVA, Carlos E. Lins da (orgs.). Comunicação popular e alternativa do Brasil.* São Paulo, Paulinas, 1986.
- GOHN, Maria da Glória. **Mídia, Terceiro Setor e MST: impacto sobre o futuro das cidades e do campo.** Petrópolis, Vozes, 2000.
- GÖRGEN, Frei Sérgio e STÉDILE, João Pedro. **A luta pela terra no Brasil.** São Paulo, Scritta, 1996.
- \_\_\_\_\_. **Assentamentos: a resposta econômica da reforma agrária.** Petrópolis, Vozes, 1991.
- GUARESCHI, Pedrinho. **Comunicação e Poder: a presença e o papel dos meios de comunicação de massa estrangeiros na América Latina.** Petrópolis, Vozes, 1999.
- MARTIN - BARBERO, Jesús. **De los medios a las mediaciones.** México, Gili, 1987.
- PAIVA, Raquel. **O espírito comum: comunidade, mídia e globalismo.** Petrópolis, Vozes, 1998.
- \_\_\_\_\_. **O "acampamento" comunitário.** Revista de Pós-graduação da ECO - UFRJ.
- \_\_\_\_\_. **O Retorno da Comunidade.** Rio de Janeiro, MAUAD Editora, 2007.
- PERUZZO, Círculo. **Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania.** Petrópolis, Vozes, 1998.
- \_\_\_\_\_. (org) **Comunicação e culturas populares.** São Paulo, INTERCOM, 1995.
- SANTOS, Milton. **O espaço do cidadão.** São Paulo, Nobel, 1993.
- SANTOS, Andrea Paula dos, RIBEIRO, Suzana Lopes Salgado, MEIHY, José Carlos Sebe Bom. **Vozes da Marcha pela Terra.** São Paulo, Loyola, 1998.
- STÉDILE, João Pedro. **Entrevista Explosiva.** Revista Caros Amigos, nº 8, Rio de Janeiro, novembro/97.
- CANAN, Adriane; VITORINO, Ilka Goldschmidt (Orientadora). **Percepção de dirigentes do Movimento de Mulheres Camponesas de Santa Catarina sobre sua inserção nos meios de comunicação.** 2007. 30 f. Monografia (Especialização em Formação para o Magistério Superior) - Universidade Comunitária Regional de Chapecó, 2007.