



Comunicação e mobilização social em assentamentos rurais¹

Katia Regina Pichelli², Embrapa Florestas, Universidade Metodista de São Paulo

Resumo

O presente artigo analisa como a comunicação é fundamental em um processo de mobilização social em assentamentos rurais, além de ser uma valiosa ferramenta para a capacitação dos assentados. Por meio da Teoria da Mobilização Social, de Bernardo Toro, são analisados os papéis sociais em um processo de mobilização e questões como construção de imaginário, campo de atuação e coletivização de ações. Também é analisado como aqueles que realizam a capacitação em assentamentos podem melhor trabalhar tendo a comunicação como ferramenta.

Palavras-chave: Comunicação rural; mobilização social; assentamentos rurais.

Em 1970, a população rural representava 44,06% da população brasileira, hoje este percentual caiu bastante: 18,81%, e a população total praticamente dobrou neste período³. É, então, cada vez mais necessária a análise sobre como são os reflexos no espaço rural, não só em termos econômicos, de produção, tecnologias etc, mas também em termos de processos sociais. Uma parte desta complexa realidade merece atenção: os assentamentos rurais.

A realidade fundiária do Brasil sempre foi conflituosa. Frequentemente manchetes nos jornais tratam de ocupações de terra, reintegrações de posse, conflitos no campo, decisões políticas. Após todo esse difícil processo, parece que o assentamento, a posse da terra, vai enfim significar tranquilidade às famílias assentadas. Mas, a posse da terra é apenas o começo de uma jornada diária de trabalhar a terra, dela tirar seu sustento e, nos dias atuais, sem prejudicar o meio ambiente.

Reydon, Escobar & Berto⁴ (1999) analisam da seguinte forma os assentamentos de reforma agrária:

¹ Trabalho apresentado Núcleo de Pesquisa Comunicação Científica e Ambiental

² Jornalista, formada pela PUC/PR, assessora de comunicação da Embrapa Florestas, mestranda em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo. E-mail: katiapichelli@uol.com.br

³ Dados gerados pelo sistema Sidra no site www.ibge.gov.br referente aos censos demográficos de 1970 e 2000. Acesso em 03 mai. 2006.

⁴ Disponível em <<http://gipaf.cnptia.embrapa.br/itens/publ/sober/sober.html>>. Acesso em: 28 jul. 2003.



Atualmente, os assentamentos de reforma agrária ocupam um espaço crescente no debate social brasileiro devido ao potencial e à contribuição que estes agentes econômicos podem dar para criação de emprego e diminuição do êxodo rural, o aumento da oferta de alimentos, incrementos na produção agrícola e para a elevação do nível de renda e a conseqüente melhoria na qualidade de vida dos trabalhadores rurais brasileiros.

Apesar de ser uma análise de 1999, e considerando que o espaço rural é bastante dinâmico, a reflexão é extremamente atual. Cada vez mais novas técnicas de cultivo são colocadas em prática, com uma preocupação também bastante recente: a sustentabilidade, que perpassa questões econômicas, sociais e ambientais.

A reflexão dos autores continua.

A principal política de democratização do acesso à terra, seja por sua importância econômica como agente dinamizador da agricultura como por seu impacto político na mídia, tem sido os assentamentos rurais. (REYDON, ESCOBAR E BERTO⁵, 1999)

Apesar de concordarmos com a assertiva, não são todos os que comungam desta reflexão. Xico Graziano⁶, por exemplo, é um dos árdios rebatedores da idéia de reforma agrária como uma política de distribuição de terras. Para Graziano, não existem mais latifúndios improdutivos onde possa se basear a reforma agrária; os assentamentos não produzem; o assistencialismo no campo gera cada vez mais pobreza. Apesar de analisarmos que somente a distribuição realmente não seja solução, há que se considerar que a mecanização da agricultura propiciou chance a grandes produtores, que vêm na monocultura a menina dos olhos de seus ganhos. Enquanto isso, pequenos e médios produtores empobrecem cada vez mais. E muitos acabam indo para a cidade, tentar melhor sorte. Mas, em um país com índices de desemprego alarmantes (10,4% de desocupados em março/2006, segundo pesquisa do IBGE), ir para a cidade produz somente mais pobreza. A reforma agrária pode constituir, então, em uma forma de resignificar a importância das pequenas e médias propriedades. Não queremos dizer com isso que se deve acabar com o grande produtor. Há espaço para todos.

Para tanto, é necessário que ocorra uma verdadeira revolução nas formas de ser do rural hoje. A forma como se faz a reforma agrária deve sim ser repensada, não se preocupando somente com números para encher relatórios e causarem apelo de mídia. A

⁵ Disponível em gipaf.cnpqia.embrapa.br/itens/publ/sober/sober.html Acesso em: 28 jul. 2003.

⁶ Xico Graziano é engenheiro agrônomo. Foi deputado federal, secretário da agricultura do Estado de São Paulo, presidente do Incra e chefe de gabinete pessoal do ex-Presidente Fernando Henrique Cardoso.



qualidade tem que passar a ser o foco, entendendo-se aqui qualidade como estrutura, assistência técnica, apoio e capacitação, entre outros itens importantes.

Além disso, o espaço rural não é mais somente aquele da produção agropecuária. A questão florestal, por exemplo, cada vez mais ganha espaço, como alternativa de sustentabilidade. Práticas agroecológicas comprovam que o uso da terra não precisa produzir degradação ambiental. É até uma controvérsia imaginar que a agricultura, tão ligada à terra, possa causar danos à própria terra. Mas é isso o que tem acontecido, com o empobrecimento dos solos e a contaminação, principalmente dos cursos d'água.

A prática nos assentamentos rurais deve, então, estar alicerçada nesta quebra de paradigma de re-significação do espaço rural. Rosa⁷ (1999) traça um panorama da revolução que deve acontecer dentro destas comunidades, tendo como um dos elementos a temática ambiental:

Recentemente, (...) passou-se a se difundir experiências que se concentravam na busca de soluções a partir da comunidade, significando, inclusive, menor custo social e maior envolvimento dos produtores. A tomada de consciência ambiental passou a se impor (...) O paradigma da participação e da parceria passou a ser incorporado e sugerido às políticas públicas dos países em desenvolvimento, e como alternativa de solução para os problemas sociais.

Este panorama pode ser destrinchado em diversas reflexões e a principal delas, no nosso caso, é sobre como a comunicação está inserida neste processo. Neste ponto, abraçamos a Teoria da Mobilização Social de Bernardo Toro, pois julgamos que é a que mais se adapta à realidade dos assentamentos rurais e traz a comunicação como elemento essencial. Para Toro e Werneck (2004, p.13), “mobilizar é convocar vontades para atuar na busca de um propósito comum, sob uma interpretação e um sentido também compartilhados”. A vontade é o desejo da pessoa em mudar algo à sua volta, compartilhado com outros, onde se encontra sentido em sua ação.

A mobilização social não é simplesmente uma manifestação pública, ou uma ação correlata, como uma passeata, um comício ou um jantar para captação de recursos, por exemplo. Esse tipo de ação até pode fazer parte, mas “a mobilização ocorre quando um grupo de pessoas, uma comunidade ou uma sociedade decide e age com um objetivo comum, buscando, quotidianamente, resultados decididos e desejados por todos” (TORO & WERNECK, 2004, p.13).

⁷ Disponível em: gipaf.cnptia.embrapa.br/itens/publ/sober/sober.html Acesso em: 28 jul. 2003.



São desafios a serem superados coletivamente, cada um consciente de seu papel. Quanto mais organização, mais forte será o tecido social e mais palpáveis os resultados. Por isso, participar é um ato de liberdade, uma decisão de cada um. Como, então, transformar a decisão de cada um em ação? Como transformar essa interpretação e sentido compartilhados em algo que mude a realidade? Como fazer com que um assentado rural, já calejado pelas lutas da vida, seja motivado a melhorar a sua vida e a dos que estão à sua volta? Novamente recorremos a Toro & Werneck (2004, p.14):

Como falamos de interpretações e sentidos compartilhados, reconhecemos a mobilização social como um ato de comunicação. (...) O que dá estabilidade a um processo de mobilização social é saber que o que eu faço e decido, em meu campo de atuação cotidiana, está sendo feito e decidido por outros, em seus próprios campos de atuação, com os mesmos propósitos e sentidos.

Todo processo de mobilização precisa, obrigatoriamente, de um propósito claro, explícito. É por isso que a construção do imaginário em um processo de mobilização social é tão importante e, como afirma Paiva (2003, p.67), “é necessário assumir que a idéia de comunidade sempre esteve relacionada ao propósito de construção do mundo real, embora como lugar que atendesse ao imaginário do grupo”.

Na perspectiva de Toro (2005), em um processo de mobilização social a comunicação deve se preocupar com três questões: a) formular um “imaginário”; b) deixar claro o campo de atuação do reeditor; c) coletivizar a ação.

No caso dos assentamentos rurais, a questão do imaginário é de suma importância. Além de toda problemática social, os assentados enfrentam, atualmente, opiniões contraditórias sobre a sua condição. Sua imagem é sempre, e inevitavelmente, atrelada ao Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra – MST. Não cabe aqui uma análise mais profunda sobre a questão, mas, em uma visita ao sítio do MST⁸, é simbólico encontrar uma página com o título “Quem somos”:

(...) Sem Terra tornou-se sinal do resgate da dignidade de trabalhadores e trabalhadoras chamados vagabundos, chutados de um canto para outro. Conquistou, pela sua opção de entrar na luta, uma identidade: sou Sem Terra.(...) A sociedade atual, chamada de neoliberal, exclui os mais pobres, deixando-os sem trabalho, sem direitos e sem dignidade. O MST, aos poucos, consegue resgatar esta dignidade: consegue fazer seus documentos e registrar os filhos; aprende a ler e escrever a realidade e vê os seus filhos participando da Escola; consegue um teto para a família; Mas isto é pouco. Só conseguiremos nossos objetivos quando a Reforma Agrária for uma luta de todos.

⁸ Disponível em www.mst.org.br Acesso em 30 abr. 2006.



As estratégias do MST são várias, desde passeatas, marchas de luta pela terra, a invasões de propriedades ditas “improdutivas” (sua principal estratégia), e mesmo estabelecimentos do governo. Uma pesquisa realizada pela empresa Sensus Pesquisa e Consultoria⁹ em abril de 2006, aponta que 75,4% dos entrevistados são contra a invasão de terras. No entanto, somente 18,7% são contra a reforma agrária. Então, se por um lado a causa é simpática à maioria da população, a principal estratégia de atuação é refutada. Percebe-se o questionamento, principalmente da sociedade urbana, em relação aos métodos utilizados pelo MST. É notória também esta rejeição por tais métodos em e-mails que circulam pela Internet e mesmo em conversas informais.

Então, não basta somente a criação de um imaginário do grupo, mas também analisar qual o imaginário a sociedade tem sobre este grupo. Como este imaginário interfere na formação da identidade do assentado? Certamente bastante e isso pode fazer a diferença quanto à questão sobre como esse assentado vai se mobilizar.

Já na questão da formulação de um imaginário para o processo de mobilização em si, as pessoas são envolvidas pelo desejo que as move. Esse imaginário deve ser algo palpável e alguns exemplos, no Brasil, são clássicos, como o imaginário proposto pela Pastoral da Criança (“para que todas as crianças tenham vida”); ou pela campanha Natal sem Fome (“que nenhuma família passe fome no Natal”). Ou seja, a pessoa, ao realizar a sua ação, sabe que o que faz está colaborando para que esse imaginário se concretize. E sabe qual é o seu campo de atuação, ou seja, sabe exatamente o que deve fazer. Provavelmente resida aí um dos pontos-chave do processo de mobilização: a pessoa poder usar o que sabe, o que faz em seu dia-a-dia, a favor do projeto. É como problematiza Freire (1977, p.31):

a posição normal do homem no mundo, como um ser da ação e da reflexão, é a de ‘ad-mirador’ do mundo. Como um ser da atividade que é capaz de refletir sobre si e sobre a própria atividade que dele se desliga, o homem é capaz de ‘afastar-se’ do mundo para ficar nele e com ele. Somente o homem é capaz de realizar esta operação, de que resulta sua inserção crítica na realidade. ‘Ad-mirar’ a realidade significa objetivá-la, apreendê-la como campo de sua ação e reflexão. Significa penetrá-la, cada vez mais lucidamente, para descobrir as inter-relações verdadeiras dos fatos percebidos.

⁹ Disponível em www.sensus.com.br Acesso em 03 mai. 2006. Pesquisa realizada em 24 estados (195 municípios, 2.000 entrevistas)



Apesar de ser uma reflexão de 1977, os apontamentos de Freire continuam bastante atuais. Ao ad-mirar o mundo, ao inserir-se criticamente na realidade, estará mais preparado para agir. O princípio do Método Paulo Freire de Ensino, as palavras geradoras, é todo baseado no conhecimento da pessoa. Desta forma, milhares de camponeses e pessoas humildes foram alfabetizados até hoje. É desta forma que a mobilização social pode melhor ocorrer.

Os campos de atuação

Percebe-se, então, que não adianta tirar a pessoa do seu **campo de atuação** para que, solidariamente, faça algo que não tem conhecimento. O resultado disso será alguém insatisfeito realizando um trabalho insatisfatório. Abrimos um parêntesis aqui para explicar, dentro da Teoria da Mobilização Social de Bernardo Toro (2004), o papel dos atores sociais.

a) Produtor social: pessoa ou instituição que cria condições econômicas, institucionais, técnicas e profissionais para o processo de mobilização. Viabiliza o movimento e conduz as negociações que vão dar legitimidade política e social. (TORO & WERNECK, 2004, p.41);

b) Reeditor: “pessoa que, por seu papel social, ocupação ou trabalho tem a capacidade de readequar mensagens, segundo circunstância e propósitos, com credibilidade e legitimidade¹⁰” (TORO & WERNECK, 2004, p.45). Pessoa com público próprio, que tem o poder de negar, transmitir, introduzir e criar sentidos.

c) Editor: o produtor social quer que o reeditor produza modificações em seu campo de atuação. O editor será o responsável por fazer essa ponte entre o produtor social e o reeditor. É ele quem vai estruturar as mensagens para atingir o reeditor e este tenha instrumentos suficientes para a sua ação.

Então, o reeditor precisa ter ferramentas, precisa receber orientações sobre o que deve fazer em seu campo de atuação. E esse é papel da comunicação, que se encarrega da elaboração e produção de materiais condizentes a esta tarefa, para que o reeditor cumpra seu papel a contento. Ninguém ocupa um lugar fixo em um processo de mobilização e o papel de reeditor cabe a diferentes atores, dependendo da situação: um extensionista, as lideranças do assentamento, um assistente técnico, entre outros.

¹⁰ Termo cunhado por Juan Camilo Jaramillo



A coletivização da ação

A terceira questão, a **coletivização da ação**, é muitas vezes tomada como a principal. Para Rabelo (2003, p.66),

todos (...) precisam saber exatamente qual é a sua tarefa e ter certeza de que o mesmo trabalho está sendo realizado de forma organizada por outras pessoas, pelas mesmas razões e sentidos. Devem, ainda, acreditar que a sua ação individual, aparentemente pequena, é importante para alcançar o objetivo comum a todos.

Por isso as ações para coletivização são realizadas principalmente com as ferramentas da comunicação de massa. Infelizmente, atualmente os envolvidos em processos de mobilização social têm visto a comunicação somente como uma “divulgadora” de eventos e ações. Ou seja, preocupam-se em divulgar o que está sendo realizado, mas sem dar sentido a esta ação. Acabam esquecendo do sentido de coletivização. Deixam de perceber que a comunicação é transversal a tudo que ocorre e pode ser utilizada como um valioso instrumento em todas as fases e para todos os públicos participantes. Segundo Henriques et al. (2004, p.20), “o desafio imposto pelos projetos de mobilização impõe que se procure evidenciar o diferencial da comunicação, por meio de uma reflexão sobre as funções e características que deve assumir para que não seja um fim em si mesma e esteja condizente com uma proposta ética”. A comunicação pode e deve ser mais do que um fim. Jambeiro (2003, p.228) afirma que

a formação do homem jamais esteve tão condicionada e determinada pelos processos, sistemas e estruturas industriais de informação, cultura e comunicação de massa. Mas a cada dia se pergunta com mais ênfase se esse complexo tecnológico, dominado por interesses comerciais e financeiros tem contribuído para a emancipação cultural e política dos povos. A resposta mais comum é não.

E essa resposta é “não” porque os envolvidos com movimentos sociais não descobriram ainda o potencial que a comunicação tem. Restringem seu uso às ações de comunicação de massa e deixam de aproveitar um enorme potencial em seu benefício.

Ou seja, não basta somente estar/aparecer nos grandes meios; não basta criar um jornal simplesmente para mostrar “temos um jornal”; não basta ter um slogan somente para ser algo bonito e achar que criou o “imaginário”. Percebe-se um erro muito grande quando a comunicação é vista como um fim em si mesma. Ou seja, faz-se um jornal, um mural ou um programa de rádio “porque é bonito, porque é legal”. Esquece-se que é necessário analisar se aquele efetivamente é o melhor veículo para tal finalidade, se



colabora na construção do sentido. É claro que o veículo deve ser levado em consideração, como reflete Maingueneau (2001, p.72): “uma mudança importante do *mídiun* modifica o conjunto de um gênero de discurso (...) O modo de transporte e de recepção do enunciado condiciona a própria constituição do texto, modela o gênero do discurso”. Ou seja, quando analisa que o suporte de um discurso não é acessório, ele faz parte. Por isso é necessária uma visão de conjunto quando elementos de comunicação passam a ser incorporados na capacitação dos assentados.

Tudo o que se faz em comunicação deve estar vinculado ao projeto de mobilização, deve ter um sentido. Rabelo (2003, p.62) afirma que “responder adequadamente às demandas produzidas pelas novas realidades [...] pressupõe práticas mais centradas nos processos que nos instrumentos, nos sentidos que nos conteúdos”. Este é o caminho da comunicação comunitária que, segundo Peruzzo (2003, p.250) “quando desenvolvida em base democrática, simboliza o acesso democrático e a partilha do poder de comunicar. É um processo em que todo receptor de mensagens dos meios de comunicação tem o potencial de se tornar sujeito da comunicação, um emissor”.

Para isso as estratégias de comunicação devem ser pensadas em níveis micro (pessoal), macro (público segmentado) e massa, prevendo a participação de todos os envolvidos no processo, pois, segundo Peruzzo (2003, p.251),

nesse início de século, a questão de **liberdade de acesso**¹¹ aos meios de comunicação não se refere apenas ao alcance dos meios a que o cidadão tem direito – o que quer dizer poder receber as mensagens transmitidas pela mídia, mas também à sua participação ativa como sujeito em todas as fases do processo de comunicação”.

Não se quer aqui ignorar a importância da comunicação de massa, afinal,

fazer-se ver e ouvir encontra-se no centro das turbulências políticas do mundo moderno. A busca pela visibilidade vem em função da necessidade de que as reivindicações e preocupações dos indivíduos tenham um reconhecimento público, servindo de apelo à mobilização dos que não compartilham o mesmo espaço/temporal (HENRIQUES et al., 2004, p.18).

Com certeza isto está vinculado à questão do imaginário e da coletivização das ações. Mas, e o reeditor? Ele precisa de ferramentas para melhor atuar, para efetivamente mobilizar. Nesse sentido, a comunicação tem tarefa de contribuir para a geração e manutenção de vínculos, além de ser dialógica, libertadora e educativa.

¹¹ Grifo original



Dialógica no sentido de ser algo “construído junto”, de aprendizado e não um mero repasse de informações. É como explica Freire (1977, p.25):

educar e educar-se, na prática da liberdade, é tarefa daqueles que sabem que pouco sabem – por isto sabem que sabem algo e podem assim chegar a saber mais – em diálogo com aqueles que, quase sempre, pensam que nada sabem, para que estes, transformando seu pensar que nada sabem em saber que pouco sabem, possam igualmente saber mais.

Libertadora no sentido de tirar as amarras que condicionam a in-comunicação, de proporcionar condições para que o reeditor saiba de sua importância e de seu papel para a transformação social. É uma forma de colocar em prática a razão comunicativa proposta por Habermas, explicada por Zitkoski (2000, p. 318):

a razão comunicativa é uma proposta que depende, para efetivar-se na vida concreta das sociedades atuais, de amplos processos cultivadores da comunicação aberta e livre, construindo, dessa forma, uma atmosfera sócio-cultural propícia para a reprodução e a ampliação da nova racionalidade desencadeadora dos impulsos de libertação intrínsecos à comunicação originária do mundo vivido.

E educativa no sentido de ter conteúdo, de proporcionar verdadeiras transformações para o reeditor, de transformar informação em conhecimento e este em ação. Mais uma vez Freire (1977, p.27) contribui:

O conhecimento (...) exige uma presença curiosa do sujeito em face do mundo. Requer sua ação transformadora sobre a realidade. Demanda uma busca constante. Implica em invenção e em reinvenção. Reclama a reflexão crítica de cada um sobre o ato mesmo de conhecer, pelo qual se reconhece conhecendo e, ao reconhecer-se assim, percebe o ‘como’ de seu conhecer e os condicionamentos a que está submetido seu ato.

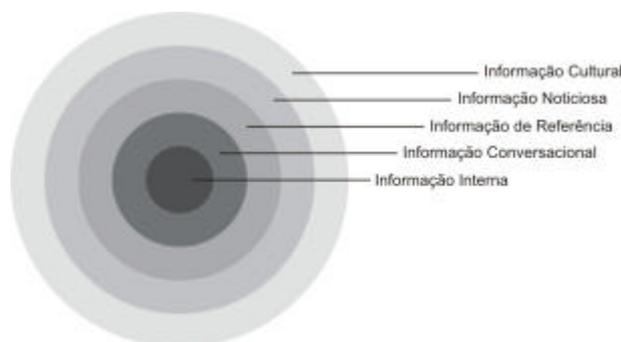
O reeditor, baseado então no tripé diálogo, liberdade e educação/aprendizagem, estará preparado para trabalhar com seu público e efetivamente mobilizar as pessoas, pois as mesmas “precisam sentir-se como parte do movimento e abraçar verdadeiramente a sua causa” (HENRIQUES et al., 2004, p.20). E somente com materiais específicos os reeditores se sentirão motivados. Não é apenas um apelo em uma reportagem ou campanha publicitária que vai mobilizar as pessoas. Apesar de necessários, eles são direcionados a um público anônimo, diversificado. Para despertar o sentido de identidade, são necessárias estratégias “mais próximas” ao interlocutor. Por isso as estratégias macro e micro se fazem mais importantes e necessárias.

Dependência da informação

A chamada dependência da informação, hoje, atinge toda a sociedade, tanto no meio urbano quanto rural. Cezar (1999) analisa o lado dos produtores rurais:

os produtores rurais estão cada vez mais dependentes de informação e tecnologia para tomarem decisões que atendam às suas necessidades de produção e satisfaçam novas demandas da sociedade. Questões ambientais e mudanças políticas, econômicas, sociais e exigências do consumidor surgem como forças no desenvolvimento rural, contrastando com a dominância de abastecimento de mercado que estimulou a produção agrícola e a ‘revolução verde’ no passado. Nesse novo contexto, as tomadas de decisão do produtor rural se tornaram muito mais difíceis. Na verdade, o produtor está sendo obrigado a lidar com outros fatores que, tradicionalmente, não faziam parte do seu ambiente de trabalho.

E não é de se estranhar essa dificuldade na tomada de decisões. Segundo Wurman (2003, p.36), “atualmente, a quantidade de informação disponível dobra a cada cinco anos: em breve, estará duplicando a cada quatro...”. Mas esta reflexão foi feita pelo autor em 1991. Conclui-se, então, que atualmente esta velocidade está muito maior por causa do avanço de tecnologias da informação. O que temos hoje é uma explosão de informação e implosão de significados. Wurman (2003, p.47) analisa ainda que a informação atua em diversos níveis de urgência na vida das pessoas:



Informação **interna**: mensagens que possibilitam o funcionamento do nosso corpo.

Informação **conversacional**: trocas formais e informais. Conversas.

Informação **de referência**: informações que servem de referência para nossa vida e operam nosso mundo, como ciência e tecnologia.

Informação **noticiosa**: abrange os eventos da atualidade, geralmente transmitida pela mídia.

Informação **cultural**: qualquer expressão de entendimento da nossa civilização.

Informações de outros anéis ajudam a formar este.



A capacitação dos assentados pode ser analisada dentro de duas esferas: a conversacional, que pressupõe o nível micro, e a de referência, que pressupõe o nível macro.

Comunicação e produção rural

Pode-se refletir que a produção rural seria algo privado, que só interessa a quem está envolvido com ela, mas a necessidade de acesso à tecnologia torna-a uma necessidade pública. As tecnologias precisam ser publicizadas para que essa população tenha acesso e possa se desenvolver. É uma relação de poder e as diferentes formas de mídia são o espaço para esta transição entre a necessidade privada e o espaço público.

Se, por um lado, grandes produtores têm acesso às modernas tecnologias, e com isso estão mais pertos da informação, o mesmo não pode ser dito dos pequenos, que carecem de tecnologia e maneiras de serem informados. O resultado é a ineficácia aliada à baixa produtividade. Isto nos faz discutir não somente a quantidade de informação, mas, principalmente, a maneira como ela é utilizada frente aos diferentes públicos. Caldas (2000, p.8) afirma que

assuntos científicos e tecnológicos exigem cuidados adicionais na re/construção da informação. Face aos impasses e desafios provocados pela ciência moderna, essa discussão deve ser ampliada e contextualizada numa perspectiva histórica, política, econômica e social...

Comunicação e mobilização social

Neste ponto entra o papel da comunicação como ferramenta de popularização da ciência nos grandes meios e como grande responsável pela capacitação do assentado rural. Ela passa, então, a exercer não somente uma função informativa mas também formativa, carregada de signos e possibilidades.

Rádio, jornal, jornal mural, televisão, manuais, panfletos, folderes, teatro, cinema, contato pessoal, entre outras formas de comunicação, podem e devem ser trabalhados tendo como objetivo este caráter formador. Neste aspecto, não se pode esquecer que o caráter formador deve sempre levar em consideração a linguagem utilizada e também os meios. Peruzzo (1998, p.149) ressalta que

é comum a utilização de algum tipo de veículo de comunicação sem maiores preocupações com sua apropriação ao público-alvo. Chega-se, às vezes, ao absurdo de se produzir um jornal impresso destinado a uma população de maioria analfabeta (...). Quanto ao áudio, às vezes se faz a opção pelo alto-falante, sem um estudo sobre a aceitação



desse veículo e os melhores dias e horários para ser levado ao ar. O som invade os lares sem pedir licença e sem poder ser interceptado pelos ouvintes.

Este estudo de meios e mensagens é fundamental para a eficácia da comunicação para transferência de tecnologia. E não se pode pensar a comunicação como somente uma estratégia, mas também como impulsionadora da mobilização social, com significações que só cumprem seu papel se a linguagem for entendida pelo seu público.

No caso dos assentamentos rurais, pessoas humildes, em sua maioria com pouco estudo, além da questão técnica da produção, do dia-a-dia, não se pode esquecer que estas pessoas têm uma história de vida, um longo e, na maioria das vezes, penoso caminho até chegar onde estão, que trazem toda uma análise sobre como a comunicação pode ser trabalhada e é de vital importância. Histórias de vida que merecem ser contadas para todas as gerações. Freire (1988, p.55) completa esta idéia, analisando o que chama de “agrônomo educador”:¹²

o trabalho do agrônomo educador não pode limitar-se, apenas, à espera da substituição dos procedimentos empíricos dos camponeses por suas técnicas. Duas razões básicas nos levam a esta afirmação. Uma, porque é impossível a mudança do procedimento técnico sem repercussão em outras dimensões da existência dos homens; outra, pela inviabilidade de uma educação neutra, qualquer que seja o seu campo.

É o que analisa Koch (1984, p. 20), para quem “a simples seleção das opiniões a serem reproduzidas já implica, por si mesma, uma opção”. Ou seja, a simples seleção dos conteúdos e assuntos a serem trabalhados com os assentados já implica em uma opção. Será que está seleção tem sido dialógica?

Freire (1988, p.81) analisa ainda a relação entre educador, no caso o extensionista ou pessoa que realiza a capacitação, e o educando, no caso o assentado rural, que deve ser um aprender contínuo em ambos os lados: “a tarefa do educador, então, é a de problematizar aos educandos o conteúdo que os mediatiza, e não a de dissertar sobre ele, de dá-lo, de estendê-lo, de entregá-lo, como se tratasse de algo já feito, elaborado, acabado e terminado”.

E neste ponto também entra a questão da ideologia, conforme problematiza Koch (1984, p.19) : “o discurso é uma ação verbal dotada de intencionalidade, que tenta

¹² O termo “agrônomo educador” é utilizado nesta publicação, mas as reflexões também servem para o profissional que trabalha com assentamentos rurais.



influenciar o outro ou fazer com que o outro compartilhe suas idéias. Desta forma, por trás de todo discurso há uma ideologia e, neste sentido, não existe discurso neutro”. Por isso Bordenave (1983, p.11) explica bem esta necessidade de adaptar a linguagem ao público rural:

Uma característica das áreas rurais é a in-comunicação. Não se trata somente do isolamento geográfico (...). Trata-se da in-comunicação socialmente determinada pelo analfabetismo e o baixo nível de instrução; (...) Se é verdade que existe uma in-comunicação básica no próprio seio da população rural, a in-comunicação é ainda mais freqüente entre esta e os que se formaram na cultura urbana. Seus efeitos tornam-se particularmente manifestos no contato entre os técnicos das ciências agrárias e seus supostos beneficiários, os agricultores.

Freire é pioneiro nesta análise da relação entre o “extensionista” e os agricultores. Na realidade, o termo extensionista é rejeitado por ele, que acredita que

a ação extensionista envolve, qualquer que seja o setor em que se realize, a necessidade que sentem aqueles que a fazem, de ir até a ‘outra parte do mundo’, considerada inferior, para, à sua maneira, ‘normalizá-la’. Para fazê-la mais ou menos semelhante a seu mundo (FREIRE, 1977, p. 22).

Conclusão

É importante reforçar a necessidade de um contato dialógico, libertador entre os assentados e aqueles que auxiliam em sua capacitação (os chamados técnicos, extensionistas...) onde não basta somente repassar as informações. Isso seria caracterizado como uma invasão cultural que acabaria por não produzir os efeitos desejados de aplicação de tecnologias com o conseqüente desenvolvimento. É necessária uma troca, um constante aprender-ensinar de ambas as partes, pois todos fazem parte do processo. A mobilização social também é assim: um aprender-ensinar constantes, um respeito pelo conhecimento e pelo papel do outro. Um “fazer acontecer”.

Por isso acreditamos que a comunicação, vista como uma ferramenta de mobilização social, pode sim colaborar na re-significação do espaço rural, possibilitando o tão falado e esperado desenvolvimento sustentável. Pois, como vimos, a mobilização social pressupõe liberdade de escolha, diálogo, sentidos partilhados, e uma forte atuação da comunicação; questões estas tão necessárias aos assentamentos rurais.



Referências bibliográficas

BORDENAVE, J.D. **O que é comunicação rural?** São Paulo: Brasiliense, 1985.

CALDAS, G. Mídia, ciência, tecnologia e sociedade. **Fapesp Pesquisa**, São Paulo, p. 8, 2000.

CEZAR, I.M. A ciência, a informação e a prática enfrentando desafios. Disponível em: www.cnpqc.embrapa.br/~eliana/informa/novembro99/ivocezar.html Acesso em: 25 jul. 2003.

FREIRE, P. **Extensão ou comunicação?** São Paulo: Paz e Terra, 1977.

GRAZIANO, X. **O carma da terra no Brasil**. São Paulo: A Girafa, 2004.

HENRIQUES, M.S. (org.) **Comunicação e estratégias de mobilização social**. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Sistema Sidra. Disponível em www.ibge.gov.br Acesso em 3 mai. 2006.

JAMBEIRO, O. Reflexões sobre políticas e estratégias sociais de informação, cultura e comunicação em tempos digitais. IN: PERUZZO, Cicília M.K.; ALMEIDA, Fernando F. (orgs.) **Comunicação para a cidadania**. São Paulo: Intercom; Salvador: Uneb, 2003.

KOCH, I.V. **Argumentação e linguagem**. São Paulo: Cortez, 1984.

MAINGUENEAU, D. **Análise de textos de comunicação**. São Paulo: Cortez, 2001.

MOVIMENTO DOS TRABALHADORES RURAIS SEM TERRA. **Quem somos**. [s.l.] [s.d.] Disponível em www.mst.org.br Acesso em 30 abr. 2006.

PAIVA, R. **O espírito comum**. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.

PERUZZO, C.M.K. **Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania**. Petrópolis: Vozes, 1998.

_____. Mídia comunitária, liberdade de comunicação e desenvolvimento. IN: PERUZZO, Cicília M.K.; ALMEIDA, Fernando F. (orgs.) **Comunicação para a cidadania**. São Paulo: Intercom; Salvador: Uneb, 2003.

RABELO, D.C. **Comunicação e mobilização social na Agenda 21 local**. Vitória: Edufes/Facitec, 2003.

REYDON, B; ESCOBAR, H.H.; BERTO, J.L. Os assentamentos rurais e seu impacto nas economias locais: o caso do município de Abelardo Luz - Santa Catarina. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE ECONOMIA E SOCIOLOGIA RURAL, 37., 1999, Foz do Iguaçu. **Anais**. Disponível em <gipaf.cnptia.embrapa.br/itens/publ/sober/sober.html>. Acesso em: 28 jul. 2003.

ROSA, S.L.C. Agricultura familiar e desenvolvimento local sustentável. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE ECONOMIA E SOCIOLOGIA RURAL, 37., 1999, Foz do Iguaçu. **Anais**. Disponível em <gipaf.cnptia.embrapa.br/itens/publ/sober/sober.html>. Acesso em: 28 jul. 2003.

SENSUS PESQUISA E CONSULTORIA. **Pesquisa de opinião pública nacional**: Rodada 81 (03 a 06 de abril de 2006). Belo Horizonte: [s.n.], 2006. Disponível em www.sensus.com.br Acesso em 03 mai. 2006.



TORO, J.B.; WERNECK, N.M.D. **Mobilização social**: um modo de construir a cidadania e a participação. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.

_____. **A construção do público**: cidadania, democracia e participação. Rio de Janeiro: Senac Rio/X Brasil, 2005.

WURMAN, R.S. **Ansiedade de informação**: como transformar informação em compreensão. São Paulo: Cultura Editores Associados, 2003.

ZITKOSKI, J.J. **Horizontes da refundação em educação popular**: um diálogo entre Freire e Habermas. Frederico Westphalen: URI, 2000.