



## **Juventude, mídia e movimentos sociais camponeses: encontros e desencontros<sup>1</sup>**

Veneza V. Mayora Ronsini<sup>2</sup>

Alexania Rossato<sup>3</sup>

Universidade Federal de Santa Maria

### **Resumo**

O texto apresenta os resultados da primeira etapa de uma pesquisa sobre a identidade de jovens dos movimentos sociais camponeses do Rio Grande do Sul, apreendida a partir do conflito entre a recepção dos produtos midiáticos e a participação dos jovens nessas organizações. As conclusões parciais apontam para a recepção crítica desses produtos por parte dos jovens analisados, vinculada à sedução pelo conteúdo dos mesmos. Por outro lado, observa-se que os participantes dos movimentos sociais absorvem a visão frankfurtiana dos líderes dos movimentos, que consideram os jovens não engajados como vítimas da mídia.

### **Palavras-chave**

Recepção midiática; juventude; movimentos sociais.

### **Introdução**

O objetivo deste texto é apresentar os resultados de um estudo-piloto e compreender como se constitui a identidade dos jovens rurais através do conflito entre a recepção midiática e a mediação dos movimentos sociais camponeses do Rio Grande do Sul. Os movimentos analisados foram o Movimento Sem Terra (MST), Movimento dos Pequenos Agricultores (MPA), Movimento de Mulheres Camponesas (MMC), Movimento dos Atingidos por Barragens (MAB) e Pastoral da Juventude Rural (PJR)<sup>4</sup>. Este estudo piloto é o suporte para o desenvolvimento da dissertação de mestrado, onde aprofundaremos a recepção de produtos midiáticos por integrantes do MAB.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao NP Comunicação e Culturas Urbanas, do VI Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom.

<sup>2</sup> Professora Adjunta do Departamento de Ciências da Informação da Universidade Federal de Santa Maria, mestre em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo e doutora em Sociologia pela Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo. E-mail: roma5@terra.com.br.

<sup>3</sup> Bacharel em Comunicação Social (habilitação em Jornalismo) pela Universidade Federal de Santa Maria e Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação pela Universidade Federal de Santa Maria. E-mail: alexaniar@yahoo.com.br.

<sup>4</sup> Estes movimentos formam a Via Campesina, organização internacional de camponeses, instituída no Brasil em 2000, durante o 1º Fórum Social Mundial.



A pergunta que nos orienta é como estes jovens recebem o conteúdo da mídia tendo posicionamentos políticos e ideológicos claros com relação à estrutura da sociedade e aos projetos pessoais futuros. Para responder a esta questão, analisamos qual a relação entre seus posicionamentos, adquiridos através da formação oferecida pelos movimentos e a maneira como se apropriam dos produtos midiáticos.

A base teórica do trabalho segue a orientação de Jesús Martín-Barbero e Guillermo Orozco Gómez, dois expoentes dos Estudos Culturais latino-americanos. As categorias de análise são a cotidianidade e a participação nos movimentos sociais. Entendemos por cotidianidade a organização espacial e temporal do cotidiano, onde a maior ou menor autonomia dos agentes define maior ou menor poder político (Ronsini, 2002, p88). As relações no cotidiano familiar, comunitário e escolar, entre outros, marcam a identidade dos jovens. Enquanto os movimentos sociais como mediadores expressa o nosso interesse em perceber como o grau de engajamento define os limites para uma maior ou menor influência da mídia, nas representações que os atores constroem a respeito da sociedade. Neste estudo, os movimentos sociais são entendidos como comunidade de interpretação no processo de apropriação da mídia, e também a partir deles, o conteúdo midiático adquire sentido.

A preocupação foi seguir o que aponta Orozco Gómez quando diz que a recepção, dentro da pesquisa qualitativa, não pode ser entendida em si mesma, mas como parte de um processo comunicativo mediado. Para o autor, a cultura é a maior mediação de todos os processos sociais, é o terreno onde as significações germinam, se negociam, se consomem ou se negam. A identidade cultural constitui um fenômeno de auto-reconhecimento, tanto individual como coletivo, pois configura um sistema de referências onde um observa o outro, assim, a identidade só é reconhecida no coletivo, portanto a ela “es siempre socialmente atribuida, socialmente mantenida y, también, sólo se transforma socialmente” (Meneses apud Jacks, 1996, p.173).

Ao todo foram entrevistados sete jovens dos cinco movimentos apontados acima. Foram três moças e quatro rapazes, com idade entre 16 e 23 anos. Todos eles têm relação diária com a família e com a comunidade, são inseridos nos movimentos sociais e hoje estudam em escolas de ensino técnico ligadas às suas organizações. Selecionamos jovens das regiões central, serrana, sul e norte do estado do Rio Grande



do Sul. Um dos jovens entrevistados é do sertão da Bahia, neto de seguidor de Antônio Conselheiro e atuante na PJR.

Compreendendo os sujeitos sociais compondo uma comunidade camponesa de interpretação, é possível definir esta comunidade como o conjunto de sujeitos que não só participam de um significado comum, mas que, pelo fato de participarem dessa comunidade, adquirem sua própria identidade. Os limites dessa construção identitária não são estabelecidos somente por razões individuais, mas pelos arranjos de um dado cenário sociocultural (Orozco Gómez, 1990, p.22). Para os jovens entrevistados<sup>5</sup>, o que fornece parâmetros para a recepção midiática é a formação que recebem dos movimentos pela participação em cursos e congressos e pela vivência com outras pessoas do círculo de amizade. Eles dizem ainda que a consciência com relação à mídia se constrói “junto com o povo”, pois isso exige uma postura e essa postura é refletida em conjunto com outras pessoas.

Martín-Barbero nos provoca a pensar historicamente a problemática da comunicação, desenvolvendo questões importantes como a caracterização dos espaços cotidianos. Sendo sinalizadora de pontos de encontro de vários tempos históricos, na cotidianidade “as pessoas misturam elementos de suas matrizes culturais antigas, transmitidas pelos seus grupos de pertença e resíduos que constituem parte do seu presente” (Torre, 2001, p. 100). É no cotidiano que se revela a identidade dos jovens e a

cotidianidade familiar, repleta de tensões e conflitos, é um dos lugares onde os indivíduos se confrontam como pessoas e onde encontram alguma possibilidade de manifestar suas ansias e frustrações. O âmbito familiar, inclusive, reproduz, de forma particularizada, as relações de poder que se verificam no conjunto da sociedade. (Brandalise, 2001, p.7)

Quando nos referimos à recepção de produtos midiáticos por camponeses de movimentos sociais, estamos problematizando a relação entre o popular e o massivo. Martín-Barbero fala do popular-massivo, onde o popular tem certa autonomia sobre o massivo. O popular é assimilado pelo massivo, mas não se esgota nele, pois, se entendido no sentido de memória valorizada como elemento ativo, é uma memória que seleciona, que funciona como resistência perante o massivo. O popular-camponês é muito seletivo e a memória é mantenedora de costumes que permanecem vivos no

---

<sup>5</sup> Optamos por identificar os entrevistados colocando apenas as iniciais do nome e o movimento do qual participam.



cotidiano das comunidades rurais. Não negamos, contudo, que a cultura massiva está inserida na vida do camponês e os jovens são os que mais a assimilam, seja pelas músicas que ouvem e dançam nos bailes, pelas roupas que vestem ou pelas telenovelas que assistem. “A mídia é uma coisa que te arrasta e mesmo você dizendo que não assiste, se a televisão está ligada, você volta os olhos para ela” (V., MPA), afirma uma das entrevistadas.

### **Juventude do movimento social**

Groppo (2000, p.7) define a juventude como uma categoria social. Para ele a juventude é uma representação sociocultural fabricada pelos grupos sociais ou pelos próprios jovens, para significar uma série de comportamentos a ela atribuídos na sociedade. Na visão de Groppo, a juventude como categoria social é condicionada pela sociedade, pelas relações que mantêm e pelas instituições das quais participa.

Não podemos negar que os jovens que se mobilizam em função de mudanças são a minoria, também não nos esqueçamos de que nos anos rebeldes e nos anos de chumbo<sup>6</sup> ou em episódios históricos mais recentes como a mobilização dos cara-pintadas<sup>7</sup>, os jovens também eram a minoria, mas marcaram um período com muita coragem. Novaes diz que seu ponto de vista sobre a participação da juventude de hoje é positivo, pois “através de atividades culturais e experimentos sociais, podemos trazer para a agenda pública a questão dos sentimentos e contribuir para mudanças de mentalidade” (2000, p.54).

Pode-se dizer que a cultura juvenil evolui de uma “época de ouro” nos anos 50, para uma fase contestatória positiva nas décadas de 60 e 70, que teve seu auge nos movimentos contraculturais, e que hoje ela se apresenta de forma fragmentada e em grande parte alimentada pela indústria cultural, mas ainda encontra forças para manter a chama da utopia acesa em algumas organizações seja na cidade ou no campo, pelos movimentos sociais.

O desenvolvimento da atual crise política e econômica em nível mundial está gerando e agravando a privação econômica, política, cultural e também agravando o

---

<sup>6</sup> Entendemos por anos de chumbo como sendo os anos em que o Brasil viveu seu período de ditadura militar.

<sup>7</sup> Os cara-pintadas são os jovens que saíram às ruas brasileiras em 1992 pedindo o Impeachment do então presidente Fernando Collor de Melo.



sentimento de injustiça de milhões de pessoas em todo mundo. Isso gera uma insatisfação e uma descrença no Estado e nas instituições políticas que têm o dever de defender e suprir os anseios básicos de sobrevivência do povo.

Então a importância da organização social neste período histórico que vivemos é incontestável. Se um movimento social se organiza em função de buscar melhorias para as condições mínimas da vida humana, hoje o trabalho destas organizações é muito grande. Os principais fatores de mobilização são a privação, a opressão e a injustiça, mas cada organização social não luta somente contra a privação, pois ao fazê-lo, também (re) afirma a identidade das pessoas atingidas. Assim grande parte da aceitação em participar da organização social vem da força moral de sua promessa de libertar seus participantes das privações sentidas nas suas necessidades materiais, status social e identidade cultural. Neste sentido, pode-se compreender os movimentos sociais do campo como organizações integradas pela classe subalterna<sup>8</sup>, condicionada por situações de pobreza de ordem material e simbólica.

A aceitação popular de um movimento social vem pela legitimação deste. Isso acontece quando o movimento exerce o poder social por meio de suas mobilizações para suprir as necessidades pelas quais as pessoas se integram, garantindo as primeiras conquistas. A sociedade percebe a importância desta organização para a diminuição da injustiça social e, assim, inicia o processo de legitimação e valorização. Esta valorização do poder social por parte da sociedade continua até que não exista um contraponto. Se este contraponto tem força já legitimada para desconstituir a imagem que os movimentos tentam construir, usará seu poder para tal. Isso é perceptível quando os movimentos sociais contrariam interesses que há séculos estão intactos. O questionamento da estrutura fundiária brasileira, que tem por base o latifúndio, instaurado no Brasil há 500 anos, é uma afronta à ordem estabelecida. Então para os movimentos sociais, além do Estado, que combate os atores engajados como infratores da ordem, também a mídia é um aparato de manutenção do *status quo*, influenciando na representação que a sociedade possui dos movimentos sociais.

Barreira (1995, p. 64) afirma que a luta de classes se expressa por meio dos movimentos sociais e que estas organizações representam outros instrumentos e

---

<sup>8</sup> Usamos o termo classe subalterna conforme a concepção de Antônio Gramsci, em seu livro *Cartas do Cárcere* (GRAMSCI, Antônio. *Cartas do Cárcere*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1987).



expressões da luta das populações contra a exploração e opressão e por sua sobrevivência e identidade. No terceiro mundo, a residência, a terra e a estratificação, entre outros, são elementos e instrumentos de dominação e libertação. Assim, os movimentos sociais são agentes de transformação social e portadores de uma nova visão de mundo para os integrantes.

A discussão sobre temas como exclusão social, econômica e política entrou em pauta novamente num período de redemocratização nacional e isso aconteceu via movimentos sociais, considera Barreira (1995, p. 58). Para ela, as desigualdades sociais tocam não só o plano das estruturas, mas também dimensões simbólicas e culturais que reproduzem as formas cotidianas de dominação. Então a ousadia na construção de uma nova sociedade por parte dessas organizações vem acompanhada de mudanças estruturais que perpassam os valores e a cultura.

Os movimentos sociais camponeses do Brasil no período contemporâneo, quase na sua totalidade, nasceram no Rio Grande do Sul, mas hoje tem organização e expressividade nacional. O início da década de 80, junto com a reabertura política e com o retorno da participação popular foi o período em que se intensificou a luta pela terra, a luta contra a construção das barragens e a luta dos pequenos agricultores, das mulheres e dos jovens camponeses. Foi um período tumultuado, não se estava acostumado às mobilizações, passeatas. Os movimentos sociais tiveram o papel de penetrar num discurso de afirmação institucional baseado no recurso da estrita legalidade. “Um período em que fazer política era, portanto, atributo de elites, interessadas em manter a ordem por mediação do Estado, árbitro por excelência dos conflitos sociais” (Barreira, 1995, p. 59).

A identidade camponesa se configura através do trabalho, das relações familiares e comunitárias e, neste caso, do envolvimento com os movimentos sociais. Estes elementos estão intimamente ligados ao apego pelos valores como a solidariedade e a honestidade e pela relação do cultivo da terra que marca de modo decisivo as formas de organizar a vida social no campo. A noção de classe camponesa como classe subalterna provém da idéia de que no capitalismo, o camponês controla a terra sem ser possuidor do capital, na acepção marxista da palavra. “Ele trabalha com a ajuda da família, à qual não remunera segundo a ótica capitalista, isto num mundo marcado pelo contrato individual de trabalho e pelo pagamento em salário das tarefas” (Moura, 1988, p.8). A



classe, portanto é determinante para a experiência cotidiana dos jovens e para o engajamento político com vistas à melhoria das condições de vida.

Batista de Deus (1989, p.8) diz que o camponês se transforma num trabalhador para o capital, sem se tornar operário, sem vender assalariadamente sua força de trabalho e essa situação reforça que ele é um segmento oprimido e excluído da cidadania. Isso acontece porque o capitalismo determina regras para a sobrevivência dos camponeses, como acontece com os agricultores que trabalham integrados com as grandes indústrias fumageiras e com as empresas ligadas à suinocultura e à avicultura<sup>9</sup>, onde são literalmente empregados. Neste sentido, Martín-Barbero fala que o capitalismo destrói não só o modo de trabalhar, mas seu modo inteiro de viver, pois identifica e reduz a vida à produção quando obriga os camponeses a se submeterem aos formatos industriais, não tendo mais direito de organizar o seu cotidiano como anteriormente: os compromissos com as empresas requerem uma postura que não são compatíveis ao trabalho rural.

Pela falta de perspectivas no campo, as jovens são as principais vítimas do êxodo rural. Os ofícios de empregadas domésticas ou babás são os mais procurados na cidade. Com isso, a masculinização do campo é um efeito perceptível em muitas comunidades rurais. Mas com a saída também dos jovens, têm-se acentuado o envelhecimento do campo, ou seja, os pais permanecem sozinhos na propriedade e, por ocasião de sua morte, a unidade produtiva é vendida para outras pessoas como, por exemplo, profissionais liberais, que cada vez mais procuram se refugiar das cidades em sítios, tidos como lugar de descanso nos finais de semana.

O cotidiano camponês é marcado pelo casamento da cultura com a economia: nas relações de vizinhança e em torno das práticas voltadas para a subsistência. A ajuda entre as famílias para os mais diversos trabalhos na lavoura, os chamados mutirões são uma troca de favores, pois quem é ajudado tem o compromisso de retribuir com carneação (troca de partes do animal carneado), e com a colheita do feijão ou do milho, por exemplo.

Estes traços são marcantes na formação da identidade do povo da roça. A criança camponesa é inserida no mundo do trabalho muito cedo e, conforme cresce, aumentam suas responsabilidades. Os jovens, inseridos nos ritos comunitários e nos afazeres da

---

<sup>9</sup> Souza Cruz e Sadia são exemplos de empresas que trabalham no sistema integrado com camponeses.



propriedade, têm consciência de serem os herdeiros das tarefas dos pais, se permanecerem no campo. Até algum tempo atrás, o filho homem mais novo herdava a maior parte das terras da família, mas tinha a responsabilidade de cuidar dos pais quando envelhecessem.

Quando os jovens começam a ter os primeiros contatos com a cultura citadina, é comum terem vergonha de se assumirem como rurais, negam sua identidade de camponeses e se colocam numa posição inferior aos jovens urbanos. Essa inferioridade se revela principalmente na escola, quando entram na adolescência. Ser chamado de ‘colono’ é uma humilhação para eles. Esta expressão – colono - muitas vezes é usada pelos adolescentes e jovens urbanos para legitimar a inferioridade dos jovens rurais. Martín-Barbero (2001, p.146) diz que a escola assinala o ponto de partida na difusão de um sentimento de vergonha entre as classes subalternas de seu mundo cultural. Esse sentimento acaba sendo de culpa e menosprezo de si mesmas na medida em que se sentem irremediavelmente prisioneiras da incultura. A valorização dos jovens só acontece quando eles começam a participar de alguma organização social, exatamente como relata um dos jovens entrevistados: “antes de entrar no movimento eu nunca tinha ouvido ninguém dizer que jovem da roça também tem valor, na escola eu só ouvia falar que cada um tinha que ser o melhor porque o mercado quer gente boa” (M., PJR).

A referência às coisas da roça muitas vezes remete ao atraso, ao popular-inculto. Mas o camponês não está isolado e a urbanização se faz cada vez presente no campo. Os meios de comunicação, as facilidades de transporte, os sistemas de telefonia e as condições de estudo aproximam os do campo aos da cidade. Ronsini (1993, p.73) fala que o camponês vive num mundo onde as demandas simbólicas, rurais e urbanas, se aproximam, mas que permanece “à heterogeneidade em relação ao que é consumido e em relação ao que é vivido, porque as diferenças entre o urbano e o rural ainda persistem no contexto da massificação sociocultural”.

### **A mídia na vida do jovem**

A relação entre os movimentos sociais e a mídia é muitas vezes conflituosa, até porque eles consideram a mídia um dos fatores de deslegitimação do movimento social e um instrumento do capitalismo para difusão do projeto neoliberal. Projeto este, que traz sérias conseqüências para a vida dos camponeses, desde impactos diretos na agricultura, até transformação dos valores transmitidos pela educação familiar.



Os movimentos sociais se utilizam de várias formas para se ‘defender’ da mídia e de seus produtos. A música funk, por exemplo, e outros elementos da indústria cultural são vistos como “lixo cultural”, que “contaminam” as pessoas com suas manipulações ideológicas, afirma Ademar Bogo (2000, p. 92), um dos teóricos do Movimento Sem Terra. Para ele, há “lixo” no comportamento, no jeito de ver as coisas, no hábito alimentar, na forma de vestir, e tudo isso vai se tornando parte da existência e impedindo a construção da nova sociedade.

Esta postura dos movimentos sociais, de negação dos produtos da indústria cultural, é tão firme que existe um empenho enorme no resgate das músicas e dos contos populares, na organização de festivais, concursos de trovas, lançamentos de CD’s e demais iniciativas na perspectiva de construir resistência. Bogo (2000, p. 19) fala que “desenvolve-se por outro lado, juntamente com a cultura de existência, a cultura da resistência, de não entregar-se totalmente aos embalos do cantarolar do consumismo capitalista”. E resistir aos produtos da indústria cultural é resistir à mídia, considerada a porta de entrada para todos estes produtos.

Os meios de comunicação são vistos como instrumentos que domesticam a mente das pessoas, fazendo com que não pensem sobre o que estão recebendo. Para os integrantes dos movimentos sociais, os jovens e as crianças são as principais vítimas, Segundo Bogo não se pode acreditar que o desenho animado desperte a criatividade, pelo contrário, “domestica a consciência infantil, como faz a família dos patos trajados de gente, na história em quadrinhos do Tio Patinhas” (2000, p. 84). Para ele, a invasão ideológica do imperialismo faz com que percamos a iniciativa de pensar e a situação em que o brasileiro vive, inclusive a situação cultural criada nos últimos anos, é uma estratégia do Fundo Monetário Internacional, que pensa os planos econômicos e impõem medidas que obrigam o nosso país a descartar aspectos fundamentais na produção da existência cultural de nosso povo e, entre outras coisas, “impõe o que devemos consumir e apreciar na mídia. Enfim, perdemos o direito de ser um verdadeiro povo” (2000, p. 93). Vejamos o que diz uma jovem a respeito disso:

“Antes eu me via voltada prá mídia, eu tinha o sonho dos jovens, de ter uma casa luxuosa, um carro bom e se resumia nisso. Isso eu aprendia pela televisão, via na novela. Agora eu vejo diferente, me sinto valorizada em ser jovem rural, antes, em algum lugar eu teria vergonha de dizer. A minha caminhada me ensinou que não devo ter vergonha das minhas raízes”. (V., MPA)



O embate dos movimentos sociais com a Rede Globo de Televisão e, aqui no Rio Grande do Sul, com a Rede Brasil Sul (RBS), é muito grande. Para os movimentos, estas emissoras representam a manutenção do *status quo* político, econômico e social, tanto que o Movimento Sem Terra não concede mais entrevistas à Revista Veja e à RBS. A marcha do MST a São Gabriel, feita em 2003, foi retratada pelas reportagens da Rádio Gaúcha, do Jornal Zero Hora<sup>10</sup> e dos telejornais da RBS como a “ida dos desordeiros aos campos pacíficos da campanha gaúcha”.

Um jornal semanal de circulação nacional, próximo dos movimentos chamado *Brasil de Fato*<sup>11</sup>, faz denúncias das Organizações Globo e do monopólio das comunicações no Brasil. Em uma única edição (Ano I, número 5, de 06 a 12 de abril de 2003), aparecem quatro matérias a esse respeito. Com a chamada ‘*Imprensa capitalista*’ e com a manchete ‘*Processo contra a Globo revela fraude*’, escrita pela redação, a matéria fala dos processos que correm na justiça contra a Globo e das manobras para parar as investigações acerca da compra da empresa em 1964. Na mesma página, mais duas matérias sobre a mídia. Uma falando sobre o monopólio dos meios de comunicação, intitulada ‘*Quem manda na mídia*’, escrita por Murilo César Ramos, jornalista e professor de Comunicação da Universidade de Brasília e a outra, uma continuidade da matéria principal, sobre um processo que corre contra a Globo desde sua fundação, com a compra das ações da TV Paulista, com a manchete ‘*Uma novela cheia de intrigas. Mas a televisão não vai mostrar*’, também escrita pela redação. A primeira fala dos dois grandes grupos de mídia no Brasil: as Organizações Globo e o Grupo Abril, e aponta a Globo como o grupo com mais poder, seja pelos investimentos publicitários, seja pela infra-estrutura que possui. Mas também coloca outros grupos, seja de televisão como a SBT, Record e Bandeirantes, seja dos jornais como O Globo e Folha de S. Paulo, sendo os grandes donos da notícia. Na mesma edição, outra notícia sobre a mídia, agora com relação aos assuntos internacionais na manchete: ‘*Mídia explora fascínio tecnológico para esconder a chacina*’, se referindo à guerra do Iraque.

A menção à televisão e à mídia em geral aparece em muitos discursos dos movimentos sociais que se reproduzem em suas cartilhas e demais materiais impressos que se espalham nos acampamentos e nas reuniões. E assim vai se firmando a mediação dos movimentos sociais para que seus integrantes atribuam uma significação negativa

---

<sup>10</sup> A Rádio Gaúcha e o Jornal Zero Hora são veículos de comunicação da RBS.

<sup>11</sup> Acessível pelo site [www.brasildefato.com.br](http://www.brasildefato.com.br).



aos produtos midiáticos. A deslegitimação dos movimentos pela mídia encontra nos seus integrantes, uma postura de repúdio. Os jovens têm noção de que seus movimentos “mexem onde não pode ser mexido”, conforme determina a “lei da ordem para o progresso”, e que por isso, encontram na mídia um mecanismo de legitimação da ordem preestabelecida. Todos os entrevistados, de uma forma ou de outra, dizem que a mídia passa a imagem dos movimentos sociais sendo baderneiros. “A mídia tenta colocar como ruim, algo que não seja positivo, na mídia nunca passou que os movimentos sociais se reúnem para debater a Educação do Campo, por exemplo, não é colocado este lado (G., PJR)”, comenta um dos entrevistados, outro acrescenta que:

“a mídia coloca o que interessa para ela e os movimentos são um empecilho, mexem com o que a televisão não mostra, onde incomoda a televisão, que se prá eles é bom mostrar que estamos indo fazer narquia, a televisão mostra e isso abrange muitas pessoas, porque numa casa pode faltar muitas coisas, mas a televisão todo mundo tem e com essa forma da mídia mostrar os movimentos, é muito difícil conseguir o apoio da população para uma mobilização, as pessoas criam resistência.” (A., MST)

Para outro jovem, os movimentos sociais são vistos pela mídia como os fora da lei: “eles colocam a questão da bagunça, colocam que não temos escrúpulos, que somos baderneiros” (R.,MAB). A imagem produzida pela mídia é de “baderneiros, tropa de vadios, vagabundos, ratos que se infiltram na sociedade para estragar a sociedade, que os movimentos vão estragar a terra de um fazendeiro”. Eles acrescentam que muita gente entende esta imagem distorcida como verdadeira e isso desvaloriza o movimento, denigre a imagem: “isso é o contrário do que a gente vive dentro da organização” (M., MMC), finaliza.

Afirmam ainda que a mídia tem um papel e o cumpre muito bem: conservar o modelo de sociedade que vivemos, pois a elite que domina os grandes meios de comunicação é poderosa e quer continuar no poder, então, se um movimento tenta organizar o povo, é taxado de baderneiro, desordeiro, que estão contra a ordem, porque o papel da mídia é continuar o sistema, acomodar, e a maneira mais fácil é deturpar os movimentos.

Com relação ao engajamento dos jovens na sociedade em geral os entrevistados atribuem fator primordial para o pouco engajamento a influência da mídia. Para os entrevistados, a juventude é o foco do capitalismo que precisa de consumidores, então a



rebeldia, própria da juventude foi canalizada pela mídia para o consumo. O Shopping-center é, para eles, o símbolo da sociedade de consumo. Segundo um entrevistado, a mídia é o ‘cavalo de tróia’ que está em todas as casas e que aciona este consumo: “a mídia é a porta que o capitalismo encontra pra colocar seus produtos, no jornal tem as notícias e as propagandas com uma série de verbos que te convocam a consumir: faça, consume, compre, fume... e inclusive o ser humano é posto nesta prateleira, onde tu ocupa o outro prá satisfazer teus prazeres sem compromisso” (M., PJR).

Com toda mediação exercida pelos movimentos sociais, as relações do jovem com a mídia são assimiladas com culpa e sempre vem acompanhada por ressalvas, como que indiretamente dizendo: “Eu assisto, mas não sou dominado, tenho consciência”. Uma das entrevistadas afirma que considera bom um programa da TVE, ela assistia e gostava porque as pessoas do meio cultural eram entrevistadas, “mas pessoas do lado cultural bom”, esclarece ela. Outro entrevistado lembra do Globo Rural como um programa de qualidade, mas “que às vezes não tem nada a ver com a nossa realidade”, e do Globo Repórter, “que se você consegue sugar as coisas boas que ele tem, você consegue ter mais conhecimento”. Também o programa Casseta & Planeta, da Rede Globo, é citado:

“por mais que tenha todas as bobagens e que elas sejam ideológicas, quando assisto o programa, eu consigo rir, pois o pessoal consegue debochar de todo mundo. Se tenho tempo, sempre assisto, mas se tiver que fazer uma análise, um julgamento de valor, este programa também tem os seus quês!” (M., PJR)

Quanto às novelas, estas são assuntos no dia-a-dia das pessoas, os entrevistados gostam de assistir, mas negam e um deles se apóia na mãe para dizer que assiste, pois “a mãe adora assistir novelas” (R., MAB).

### **Considerações finais**

Os caminhos trilhados durante o estudo-piloto nos proporcionaram várias descobertas acerca da formação da identidade dos jovens camponeses através da mediação dos movimentos sociais no processo da recepção midiática. Uma destas descobertas está em sintonia com o pensamento de Sousa (1999, p.201) para o qual o engajamento no movimento social faz com que os jovens se valorizam e se apropriem de sua juventude, “em um contexto desfavorável para tal, sob a hegemonia do mundo



das mercadorias”. A identidade é valorizada pelo engajamento e dessa forma eles se sentem sujeitos da construção social da realidade camponesa.

A identidade de projeto, apontada por Castells, é a identidade assumida pelos movimentos sociais, que além de criarem resistência frente à sociedade capitalista, propõe projetos concretos de mudanças nas estruturas sociais para a melhoria das condições de vida dos indivíduos engajados. Essa identidade coletiva se transforma em identidade individual no momento em que cada jovem assume como sua, a tarefa de ser instrumento dessa transformação. Neste contexto, o espírito criativo e dinâmico dos jovens é visto como garantia de continuidade da organização dos movimentos sociais.

Pela cotidianidade pudemos perceber como as relações familiares, comunitárias e de trabalho estão envolvidas na formação identitária dos jovens. A família ainda é núcleo mantenedor das expressões do campesinato. Também pela cotidianidade pudemos perceber que a participação nos movimentos conduz o jovem a uma postura crítica com relação à mídia.

O conflito que se instala entre a mediação dos movimentos sociais e a recepção midiática é perceptível no discurso dos jovens. Esta postura com relação à mídia aparece quando afirmam que a mídia deslegitima e desmoraliza a conduta dos movimentos sociais, ou que ela é fonte de alienação para as pessoas, funcionando como uma espécie de anestesia da audiência. Nos comentários dos jovens sobre os programas que assistem observa-se a preocupação em justificar as escolhas e deixar clara capacidade crítica na leitura das mensagens, o que denota o peso da formação política adquirida pela participação nos movimentos sociais.

Essa mediação gera nos jovens uma visão frankfurtiana dos meios de comunicação. Nota-se que a noção de que a mídia aliena e de que as pessoas são vítimas vale apenas para quem não é engajado, visto que os jovens não se colocam nessa condição. Por fim, afirmamos que mesmo tendo a postura crítica como receptores, os jovens estão cotidianamente envolvidos com a produção midiática e dela são consumidores, portanto vivem o conflito da sedução e da resistência frente aos produtos midiáticos. E, além disso, cada vez mais os movimentos sociais se utilizam da mídia para divulgação de seus atos, protestos e acampamentos.



## Referências Bibliográficas

ABRAMO, Helena Wendel. *Cenas Juvenis: punks e darks no Espetáculo Urbano*. São Paulo: Scritta, 1994.

BARREIRA, Irllys Alencar Firmo. *Frutos do tempo: movimentos sociais ontem e hoje*. Ciências Sociais Hoje. São Paulo: Anpocs, p. 59 – 77, 1995.

BOGO, Ademar. *O MST e a cultura*. São Paulo: MST/ANCA, 2000.

Brandalise, Roberta. *Gaúchos e gauchos: um pampa, duas nações*. 2002. Monografia – Departamento de Ciências da Comunicação, Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, abril/2002.

CASTELLS, Manuel. *O poder da identidade*. São Paulo: Paz & Terra, 2000.

DEUS, Sandra de Fátima B. de. *Camponeses: organização e comunicação – as relações de liberdade e opressão*. 1989. Dissertação – Mestrado em Extensão Rural, Universidade Federal de Santa Maria, 1989.

GROPPO, Luís A. *Juventude: ensaios sobre sociologia e história das juventudes modernas*. Rio de Janeiro: DIFEL, 2000.

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 2000.

JACKS, Nilda. *Televisión, recepción, identidad: cuestiones e inbricaciones*. In: Orozco Gómez, Guillermo. *Miradas latinoamericanas a la televisión*. Mexico: Universidade Iberoamericana, 1996.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações*. Rio de Janeiro: UFRJ, 2001.

MOURA, Margarida Maria. *Camponeses*. São Paulo: Ática, 1988.

NOVAES, Regina R. *Juventude e participação Social: apontamentos sobre a reinvenção da política*. In: ABRAMO, Maria Helena; FREITAS, Maria Virgínia de; SPOSITO, Marília Pontes (org). *Juventude em debate*. São Paulo: Cortez, 2000.

OROZCO GÓMEZ, Guillermo. *Cultura y televisión, de las comunidades de referència a la producción de sentido en el processo de la recepción*. México: Universidad Iberoamericana, 1990, mimeo.



RONSINI, Veneza M. *Cotidiano rural e recepção da televisão: o caso de Três Barras*. 1993. Dissertação de Mestrado, Universidade de São Paulo.

\_\_\_\_\_. *Mídia e identidade Juvenis*. *Communicare*, São Paulo: v.2, n.2, p.83 -101, 2º sem. 2002.

SOUZA, Janice Tirelli P. *Reinvenções da utopia, a militância política dos jovens nos anos 90*. São Paulo: Hacker Editores, 1999.

TORRE, Alberto Efendy M. G. de la. *Percursos Metodológicos de Jesús Martín-Barbero*. *Fronteiras*, São Leopoldo: v. 3, n.1, p 97 – 109, jun/2001.