Estudo da dicotomia entre agricultura familiar e o agronegócio: uma análise do Jornal Agrosserrano[1]

Marcela Guimarães e SILVA[2]
Fabiane da Silva VERISSIMO[3]
Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS

RESUMO
Este estudo apresenta resultados iniciais da pesquisa de análise dos conteúdos veiculados na mídia ao abordar o desenvolvimento da agricultura familiar em Cruz Alta, que historicamente teve sua a estrutura social, política e econômica marcada pelos grandes latifúndios. Sendo assim, inicialmente situa-se o papel da agricultura familiar e a sua relação com o agronegócio, e após realiza-se uma análise de conteúdo das mensagens midiáticas que criam muitas vezes um abismo entre os conceitos. Para tanto, analisou-se o conteúdo do Jornal Agrosserrano de Cruz Alta, sobre como a agricultura familiar e os atores sociais envolvidos são tratados pelo mesmo, averiguando assim, a existência de uma dicotomia entre os conceitos de agricultura familiar e agronegócio no caso estudado.

PALAVRAS-CHAVE: discurso midiático; mídia impressa; análise de conteúdo.

INTRODUÇÃO

Este artigo integra a pesquisa do projeto de doutorado, constituindo-se como estudos parciais da pesquisa que pretende analisar o discurso adotado pela mídia ao abordar o desenvolvimento da agricultura familiar em Cruz Alta. Verificando também, a existência de um possível discurso que faz a sociedade entender e reconhecer a agricultura familiar como uma atividade não emancipada, e que necessita da criação de espaços para a manutenção da mesma. Pois, no caso estudado, acredita-se que a atividade passou a exercer uma função econômica a partir de iniciativas recentes do poder público, através do reconhecimento das propriedades rurais familiares no cenário econômico e social do município. E, também com a criação de mecanismos para sua existência e permanência confrontando com o modelo de agricultura tradicional. Desta forma, é crescente a necessidade de redefinir as abordagens interpretativas relativas às atividades realizadas pelos atores sociais e como os mesmo são visto e trabalhados pela

[1] Trabalho apresentado no GP Comunicação para a Cidadania do X Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

[2] Doutoranda do Curso de Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural da UFSM, email: rpmarcela@gmail.com.

[3] Colaboradora da pesquisa e docente da UNICRUZ, email: fabi@comnet.com.br

mídia. Sendo assim, busca-se situar o papel da agricultura familiar e a sua relação com o agronegócio a partir do conteúdo das mensagens midiáticas que criam muitas vezes um abismo entre os conceitos, sendo que a agricultura familiar é considerada uma atividade econômica, e, portanto, um negócio auto-sustentável, e por isso reconhecer que o papel do agricultor familiar deixou de ser o de produtor de alimentos, passando a assumir papéis sociais, econômicos e culturais importantes na sociedade.

Assim, inicialmente foram analisadas as edições do ano de 2010 do Jornal Agrosserrano que circulam em Cruz Alta e região, considerando o seu conteúdo e discurso, a partir do contexto exposto anteriormente. É importante ressaltar que essa etapa constitui-se como um projeto piloto que terá maior profusão com a análise de outros veículos e estudos teóricos sobre a problemática.

Neste estudo inicial procura-se avaliar o conteúdo do Jornal Agrosserrano adotado para noticiar a agricultura familiar e seus atores sociais e identificar como os mesmos se inserem no contexto econômico, político, cultural e social do município de Cruz Alta e região, através da atividade agrícola, alicerçada na concepção de um negócio auto-sustentável das famílias dos agricultores familiares.

Pretende-se ainda desvendar a dicotômica entre a agricultura familiar e o agronegócio no sentido de que atualmente a primeira pode ser vista como um fenômeno reestruturante da agricultura, capaz de reorganizar a estrutura econômica, política, social e cultural do município, que já não tem mais espaço para um modelo de agricultura de latifúndio como conhecido desde a sua fundação, mas que permanece presente no discurso como forma de reafirmar que são atividades que ocupam posições extremas no contexto atual.

A AGRICULTURA FAMILIAR NA MÍDIA

O objeto deste estudo consiste essencialmente em analisar o processo de desenvolvimento histórico da agricultura familiar e a sua condição com relação ao agronegócio à luz do discurso da mídia no caso de Cruz Alta. Neste sentido, primeiramente na revisão bibliográfica definiu-se, num plano mais conceitual o que se entende por agricultura familiar, por agronegócio, e a relação existente entre esses dois conceitos, para então analisar o conteúdo do Jornal Agrosserrano no reconhecimento dos mesmos.

Como já foi apresentado o desenvolvimento agrícola de Cruz Alta segue o modelo das demais regiões do Brasil, caracterizando-se inicialmente pela agropecuária extensiva, e, posteriormente, redefinido pela modernização da agricultura. O que levou a uma redistribuição do território rural, criando assim uma nova sociedade, a rural. Com isso, as relações tanto econômicas, como sociais passaram por uma reordenação. Como afirma ZANCHIN,

> As mudanças sociais ocorridas no Estado, não foram provocadas exclusivamente pela modernização da agricultura, pois mesmo esta estava inserida num projeto político econômico global... Nesta região, porém, a influência da modernização teve papel importante, uma vez que transformou completamente as atividades rurais que era e continua sendo a principal atividade econômica. A partir das mudanças provocadas na agropecuária cria-se uma nova estrutura urbana e surge uma nova "elite" local, a categoria social dos granjeiros, enquanto no meio rural, surge o trabalhador assalariado e expulsa do campo os parceiros, meeiros que vão engrossar o cinturão de miséria nos centros urbanos. (1990, p.12).

A partir desta realidade começam os conflitos no campo, e então passa-se a pensar na reforma agrária como forma de permanência do produtor rural no campo, e também como forma de aliviar os problemas sociais e econômicos urbanos. Em Cruz Alta um dos primeiros assentamentos realizados foi o Assentamento Seival, na Fazenda Seival, com uma área de 1.283,5 hectares, e localiza-se a 20 km da sede do município. Esse assentamento feito no ano de 1988, com 70 famílias que estavam acampadas há três anos na Fazenda Anoni, e permanece até os dias de hoje, com uma estrutura social e econômica baseada na agricultura familiar. Salienta-se, no entanto que Cruz Alta, deu origem a outros assentamentos, que posteriormente emanciparam-se como o município de Boa Vista do Incra, resultante ação organizada do Movimento Sem Terra (MST) na região.

No período em que as famílias do Assentamento Seival receberam os lotes considerados minifúndios, pela área de 17,5 hectares, acreditava-se que dificilmente as famílias de agricultores conseguiriam um progresso econômico e social. Entretanto, o caminho encontrado pelos pequenos produtores foi a diversificação da produção, mesmo diante do desafio da falta de mercado para comercialização da produção. Porém foi a partir deste momento que a agricultura familiar foi buscando apoio através de

políticas públicas para consolidar-se como atividade econômica, gerando muitos embates políticos e sociais no município e que são presentes nos dias atuais.

Contudo essa realidade é reflexo do contexto brasileiro, pois o debate sobre o conceito de agricultura familiar enquanto atividade sócio-política e econômica-produtiva é recente, como afirma SCHNEIDER "a agricultura familiar ganhou projeção somente a partir do final dos anos oitenta, e, sobretudo, a partir da primeira metade da década de 1990" (2003, p. 29). Esse debate segundo o autor tem origem no campo político e econômico através dos movimentos sociais; e âmbito acadêmico através de trabalho que busca a construção de novos referenciais reflexivos sobre o tema.

No Brasil a expressão agricultura familiar passa a ser uma categoria reconhecida através de movimentos sociais ligados à Confederação Nacional dos Trabalhadores da Agricultura (CONTAG) e das políticas do Estado ao criar o Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (PRONAF) que prevê crédito e apoio a pequenos produtores. (SCHNEIDER, 2003, p. 31).

Entretanto é permanente a definição conceitual, pois o entendimento da atividade do ponto de vista sociológico requer o abandono de dicotomias entre agricultura familiar e campesinato no campo teórico como no das relações sociais. Neste sentido Abramovay alerta que:

> a agricultura familiar é um fenômeno tão generalizado que não pode ser explicado pela herança histórica camponesa... Uma agricultura familiar, altamente integrada ao mercado, capaz de incorporar os principais avanços técnicos e de responder às políticas governamentais não pode ser nem longe caracterizada como camponesa" (in SCHNEIDER, 2003, p. 38).

O autor afirma ainda que o que define o agricultor familiar é o fato de este encontrar-se inserido no mercado, e ao contrário do pensavam os marxistas, é uma atividade econômica de produção capitalista que se fortalece neste sistema.

Porém, a principal questão reside nas funções desempenhadas pela agricultura familiar no caso do Brasil, pois a mesma pode ser analisada pela importância assumida junto a outras frentes como pelo viés da segurança alimentar, da geração de trabalho e renda, da sustentabilidade ecológica, da produção para o consumo, do regaste sócio-cultural e do desenvolvimento local baseado na capacidade produtiva local e identitária.

Estas facetas da agricultura familiar são muitas vezes desconhecidas pela sociedade, e que por consequência resultam em outras relações antagônicas e falaciosas. A partir disso, passa-se a refletir sobre a dicotomia da agricultura familiar e o agronegócio, partindo de que este é uma atividade essencialmente estruturada com base no avanço tecnológico e na modernização da gestão da propriedade rural, e que, portanto estaria expulsando novamente o pequeno produtor do campo, pela sua possível incapacidade de produzir, industrializar e comercializar seus produtos no mercado.

Segundo o conceito de agronegócio proposto pelos pesquisadores da Universidade de Harvard, John Davis e Ray Goldberg, no final da década de 50, o mesmo pode ser definido como:

> a soma total das operações de produção e distribuição de suprimentos agrícolas, das operações de produção nas unidades agrícolas, do armazenamento, processamento e distribuição dos produtos agrícolas e itens produzidos a partir deles. (1957).

E, assim partindo do entendimento de que o agronegócio consiste em uma atividade agrícola baseada na produção e geração de capital, seguindo um modelo de gestão que transforma o produtor rural em empresário rural, as relações sociais e culturais novamente conduzem a uma reflexão sobre o desenvolvimento da agricultura familiar como atividade econômica. Porém, sem contar com todo o aporte para consolidar-se enquanto uma cadeia produtiva por muitas vezes não possuir uma estrutura para comercializar, industrializar e produzir matéria-prima.

No entanto, a atividade se institui como economicamente rentável e auto-sustentável, e ao contrário do que muitos afirmam, e que não se desenvolve apenas com apoio e políticas públicas do Estado, pois tanto a agricultura familiar, como o agronegócio dependem destas políticas. Além disso, ambas representam um alívio para muitos dos problemas econômicos e sociais que são de responsabilidade do Estado, como por exemplo, a própria segurança alimentar e a geração de trabalho e renda.

Com isso questiona-se como se estabelece a relação entre os conceitos estudados, na perspectiva de como é apresentada e discutida midiáticamente, partindo do pressuposto que os conteúdos e discursos veiculados na mídia reforçam a antagônica relação entre estes dois conceitos: agricultura familiar e agronegócio.

Diante do modelo de desenvolvimento da agricultura no Brasil, e todos os reflexos que o mesmo acarretou para a sociedade, pode-se pensar que no imaginário social, ainda permanece a hegemônica concepção de que a agricultura de grande porte é capaz de financiar a econômica do país, além de ser o motor do desenvolvimento das regiões essencialmente agrícolas. É necessário reconhecer que culturalmente e socialmente é predominante no senso comum, a idéia de que o agricultor familiar ou o pequeno produtor ocupa um espaço distinto e inferior daquele ocupado pelo grande produtor, ou ainda empresário rural.

Além disso, o primeiro assume uma postura de inferioridade na medida em que só se desenvolve com o incentivo do Estado, o segundo apesar de requerer políticas de incentivo, pela sua alta produção é capaz de financiar-se, ou seja, ao agricultor familiar é relegada uma condição de dependência política e econômica, e o outro em uma condição de financiador da econômica, mas é necessário reconhecer que ambos estão inseridos em um mesmo processo, que é a produção para o consumo.

Ao pensar nos conteúdos e discursos midiáticos podemos questionar se a agricultura familiar está em posição contrária à agricultura patronal, como se ocupassem espaços diferentes e que no processo agroindustrial a agricultura familiar fosse excluída. José Eli da Veiga e Ricardo Abramovay afirmam que o agronegócio no Brasil não é só uma atividade dos grandes produtores e que não há oposição com agricultura familiar.

Além disso, Veiga (2004), afirma que “um dos mais grotescos preconceituosos discriminatório instalados nos cérebro de formadores de opinião: a imagem de que a agricultura familiar seria rudimentar, sem competivididade, comparável á dos fazendeiros, os únicos inseridos no agronegócio”.

Segundo Abramovay no Brasil o próprio Movimento Sem Terra (MST) procura estabelecer uma barreira com o agronegócio, reforçando a concepção de que a agricultura patronal irá sucumbir com o pequeno produtor, embora o autor alerta para a necessidade de reconhecer a atividade da agricultura familiar como inserida no agronegócio e que há muitos interesses políticos envolvidos que buscam reforçar esta barreira imaginária.

Considerando que há interesses, sejam eles, políticos, econômicos ou até mesmo sociais, é relevante analisar o discurso e os conteúdos veiculados na mídia, especificamente no caso estudado, pela função social que a mesma assume ao relatar os

fatos que acontecem em determinado momento histórico, e que são imbricados deste interesses políticos e econômicos e que interferem na construção do imaginário social.

O JORNAL AGROSSERRANO – UM BREVE RELATO HISTÓRICO

O Agrosserrano foi fundado em 21 de junho de 2001 e, integra a Empresa Jornalística Planalto Médio Ltda sendo o único jornal, de periodicidade mensal, da cidade com enfoque estritamente rural, sendo considerado uma referência para alguns produtores rurais.

As primeiras edições do Agrosserrano foram apresentadas à comunidade de Cruz Alta e região atendendo a uma necessidade das cooperativas de manter uma relação profissional mais próxima com seus associados, abordando temas de interesse social, político, econômico e ambiental no que se refere a políticas públicas, produção de grãos, frutas, verduras, pecuária de corte, de leite, avicultura, suinocultura, apicultura artesanato, entre outros.

Hoje o jornal Agrosserrano tem uma tiragem de 9.500 exemplares, é distribuído pelas cooperativas Cotrijal, Cotripal, Cotrijuí e Agropan atendendo aos produtores rurais que pertencentes as localidades de Não-Me-Toque, Tapera, Selbach, Ibirubá, Cruz Alta, Pejuçara, Panambi, Ijuí e Tupanciretã.

Também é distribuído junto ao jornal Diário Serrano que é um dos mais tradicionais veículos de comunicação do interior do Rio Grande do Sul. Hoje com 70 anos de circulação diária, ininterrupta abrange além de Cruz Alta, quatro municípios da região Noroeste do Estado: Boa Vista do Incra, Boa Vista do Cadeado, Pejuçara e Fortaleza dos Valos.

O Jornal Diário Serrano com uma tiragem crescente - sendo 90% distribuído em forma de assinaturas - é um jornal essencialmente comunitário, defendendo assuntos de interesse dos municípios onde realiza cobertura. E de acordo com pesquisas realizadas, 25.500 pessoas lêem o jornal Diário Serrano na região em que se propõe a atingir. Em termos proporcionais, é o sétimo jornal mais lido do Estado do Rio Grande do Sul.

Um dos principais objetivos da empresa é levar até o público, informações valorizando as comunidades locais e incentivando o desenvolvimento.

Considerando a sua importância para a os produtores rurais de Cruz Alta e região, escolheu-se o Jornal Agrosserrano, como objeto de análise, como um piloto da pesquisa deste estudo inicial.

METODOLOGIA DE ESTUDO

Para este artigo que se constitui em um dos primeiros passos da pesquisa foram analisadas três edições do Jornal Agrosserrano de Cruz Alta, publicadas em 2010. Paralelo a análise quantitativa do conteúdo veiculado pela mídia, foi analisado o discurso, ou seja, analisou-se o conteúdo enfocando as interpretações dos significados sociais e transformações no uso do espaço rural, pela população envolvida, seguindo a linha de BARDIN. A autora afirma que "a técnica de análise do discurso tem uma estreita ligação com a análise de conteúdo, pois a análise do discurso tem por objetivo a destruição da análise do conteúdo". (BARDIN, 1988, p. 213). Para a análise de conteúdo utilizou-se o formulário de codificação construído com base no modelo proposto por Laurence Bardin, assim estruturado:

FORMULÁRIO DE CODIFICAÇÃO:
Análise de conteúdo – Cobertura do Agrosserrano sobre Agricultura familiar
Grupo: Diário Serrano **Codificador:** Agrosserrano
Área total do jornal: 7.448 cm² (100%)
Área total da página: 931cm² (100%)

EXEMPLAR: 91 Nº DE PÁGINAS: 08
Matérias jornalísticas: 12 – 3.710 cm² (49%)
Anúncios publicitários: 11- 3.738 cm² (51%)
Conotação das matérias jornalísticas:
Agricultura tradicional: 11 - 89%
Agricultura familiar: 01 - 11%
Gênero das matérias jornalísticas:
Nota: 00
Notícia: 07
Reportagem: 05
Entrevista: 00
Modo como a matéria sobre Agricultura familiar é apresentada:
Implícito: 01
Explícito: 00
Gênero da matéria jornalística sobre agricultura familiar:
Reportagem: 01

Título da matéria (Reportagem) sobre Agricultura familiar: União familiar é decisiva para os negócios
Área total da matéria: 397,5 cm² (42% da página)

Área do texto: 318 cm² 80% da matéria
Área da foto: 79,5 cm² 20% da matéria
Análise do texto:
Conotação da mensagem: Negócio
Conteúdo da mensagem sobre Agricultura familiar: Gestão
Forma de abordagem da Agricultura familiar: Econômica
Análise de foto:
Conotação da mensagem: Reunião
Conteúdo da mensagem sobre agricultura familiar: Participantes da reunião
Forma de abordagem da agricultura familiar: Social

EXEMPLAR: 92 Nº DE PÁGINAS: 08
Matérias jornalísticas: 10 – 4.611 cm² (61%)
Anúncios publicitários: 08 – 2.837 cm² (39%)
Conotação das matérias jornalísticas:
Agricultura tradicional: 06 - 63%
Agricultura familiar: 04 - 37%
Gênero das matérias jornalísticas:
Nota: 01
Notícia: 06
Reportagem: 03
Entrevista: 00
Modo como as matérias sobre Agricultura familiar são apresentadas:
Implícito: 03
Explícito: 01
Gênero das matérias jornalísticas sobre Agricultura familiar:
Nota: 01
Reportagem: 03

Título da primeira matéria (Reportagem) sobre Agricultura familiar: Cotrijal e Emater/RS – Ascar promovem curso de pratos à base de frango. **Página:** 02
Área total da matéria: 556,5 cm² (59% da página)
Área do texto: 371 cm² 67% da matéria
Área da foto: 185,5 cm² 33% da matéria
Analise do texto:
Conotação da mensagem: Avicultura
Conteúdo da mensagem sobre Agricultura familiar: Qualificação
Forma de abordagem da Agricultura familiar: Econômica
Analise de foto:
Conotação da mensagem: Alimento
Conteúdo da mensagem sobre agricultura familiar: Comida pronta
Forma de abordagem da agricultura familiar: Social

Título da segunda matéria (Reportagem) sobre Agricultura familiar: Agricultura familiar gaúcha é modelo no país. **Página:** 04

Área total da matéria: 265 cm² (28% da página)
Área do texto: 194.5 cm² 74% da matéria
Área da foto: 70.5 cm² 26% da matéria
Análise do texto:
Conotação da mensagem: Negócio
Conteúdo da mensagem sobre Agricultura familiar: Gestão
Forma de abordagem da Agricultura familiar: Econômica
Análise de foto:
Conotação da mensagem: Produtor rural capinando na lavoura
Conteúdo da mensagem sobre agricultura familiar: Trabalho
Forma de abordagem da agricultura familiar: Social

Título da terceira matéria (Reportagem) sobre Agricultura familiar: Qualificar é aumentar renda **Página:** 05
Área total da matéria: 397.5 cm² (42% da página)
Área do texto: 272.5 cm² 74% da matéria
Área da foto: 125 cm² 69% da matéria
Análise do texto:
Conotação da mensagem: Produção de Leite
Conteúdo da mensagem sobre Agricultura familiar: Gestão
Forma de abordagem da Agricultura familiar: Econômica
Análise de foto:
Conotação da mensagem: Produtor rural junto ao tambo de leite
Conteúdo da mensagem sobre agricultura familiar: Trabalho
Forma de abordagem da agricultura familiar: Econômica

Título da quarta matéria (Nota) sobre Agricultura familiar: Cursos gratuitos em junho no Sindicato Rural/Senar **Página:** 06
Área total da matéria: 102 cm² (10% da página)
Área do texto: 102 cmº
Área da foto: 00

Analise do texto:
Conotação da mensagem: Qualificação/Artesanato
Conteúdo da mensagem sobre Agricultura familiar: Cursos
Forma de abordagem da Agricultura familiar: Social

EXEMPLAR: 93 Nº DE PÁGINAS: 08
Matérias jornalísticas: 10 – 4.611 cm² (61%)
Anúncios publicitários: 06 – 2.837 cm² (39%)
Conotação das matérias jornalísticas:
Agricultura tradicional: 07 - 70%
Agricultura familiar: 03 - 30%
Gênero das matérias jornalísticas:
Nota: 00

Notícia: 05
Reportagem: 04
Entrevista: 01
Modo como as matérias sobre Agricultura familiar são apresentadas:
Implícito: 01
Explícito: 02
Gênero das matérias jornalísticas sobre Agricultura familiar:
Notícia: 02
Reportagem: 01

Título da primeira matéria (Notícia) sobre Agricultura familiar: Fecolônia
Página: capa
Área total da matéria: 82,5 cm² (8% da página)
Área do texto: 40 cm² 49% da matéria
Área da foto: 42,5 cm² 51% da matéria
Análise do texto:
Conotação da mensagem: Negócio
Conteúdo da mensagem sobre Agricultura familiar: Feira
Forma de abordagem da Agricultura familiar: Econômica
Análise de foto:
Conotação da mensagem: Feira
Conteúdo da mensagem sobre agricultura familiar: Alimento
Forma de abordagem da agricultura familiar: Social

Título da segunda matéria (Notícia) sobre Agricultura familiar: Produto inovador será apresentado em evento nacional. **Página:** 02
Área total da matéria: 172 cm² (18% da página)
Área do texto: 115 cm² 67% da matéria
Área da foto: 57 cm² 33% da matéria
Análise do texto:
Conotação da mensagem: Artesanato/qualificação
Conteúdo da mensagem sobre Agricultura familiar: Alimento
Forma de abordagem da Agricultura familiar: Econômica
Análise de foto:
Conotação da mensagem: Produtor rural
Conteúdo da mensagem sobre agricultura familiar: Produtor rural
Forma de abordagem da agricultura familiar: Social

Título da terceira matéria (Reportagem) sobre Agricultura familiar: Frutas e verduras garantem renda o ano todo **Página:** 03
Área total da matéria: 662,5 cm² (71% da página)
Área do texto: 497,5 cm² 76% da matéria
Área da foto: 165 cm² 24% da matéria
Análise do texto:
Conotação da mensagem: Negócio
Conteúdo da mensagem sobre Agricultura familiar: Fruticultura e hortaliças

Forma de abordagem da Agricultura familiar: Econômica
Análise de foto:
Conotação da mensagem: Produtor rural e alimentos
Conteúdo da mensagem sobre agricultura familiar: Feira
Forma de abordagem da agricultura familiar: Social

Com base na análise feita é possível observar que se trata de um jornal de caráter informativo, porém é importante destacar que o mesmo apresenta um número expressivo de anúncios publicitários, o que toma parte do espaço que *a priori* deveria ser espaço jornalístico, entretanto, sabe-se que esta é uma realidade dos jornais do interior, pois a parte comercial é que mantém e sustenta os mesmos, muitas vezes.

Outro aspecto a considerar é que a proporção de matérias jornalísticas sobre o tema agricultura familiar é menor em relação ao número de matéria sobre agricultura tradicional. E, nos casos em que a temática é abordada o conteúdo é superficial, sem aprofundamento no assunto, não apresenta dados e informações que fortaleçam o papel desta atividade rural no município, ou seja, a mesma é vista como uma alternativa ao pequeno produtor para a sua subsistência. Não é apresentando a importância econômica, social, cultural e política que a agricultura familiar representa na realidade atual do município de Cruz Alta e região.

Além disso, na abordagem das matérias relativas ao modelo de agricultura tradicional (patronal), as mesmas são tratadas como modelo de gestão e que constituem a agricultura como negócio, desenvolvido em grandes propriedades e para produção em grande escala, distanciando a inserção do pequeno produtor neste processo, sendo que muitas vezes é explicito essa possibilidade, como no caso de reportagens que apresentam uma empresa industrializadora de leite, como uma potência do município em termo de tecnologia e inovação e impactos na econômica de Cruz Alta e região, mas não aborda, por exemplo: o aspecto da geração de trabalho e renda nas pequenas propriedades rurais dos mais de 260 municípios que fornecem matéria-prima para essa empresa, pois são pequenos agricultores familiares que tratam a sua atividade como um negócio e buscam através dela a sua inserção no mercado e na sociedade local e regional.

Desta forma, a formação discursiva compreende o lugar de construção de sentidos, e que, portanto determina o modo de relação entre os sujeitos, de o que pode e como pode ser dito, obedecendo sempre aos interesses ideológicos. Com isso

compreender como se dá o processo de formação da agricultura familiar e a sua relação com o agronegócio no caso de Cruz Alta requer o reconhecimento dos interesses políticos e econômicos historicamente instituídos no município com força para formação ideológica e social do local, o que é muito presente no conteúdo analisado.

Além disso, esses discursos mantem viva a dicotomia entre os conceitos de agricultura familiar e agronegócio. O que não ocorre apenas do ponto de vista conceitual, mas principalmente pelo reflexo e inserção da agricultura familiar na econômica como forma de estrutura social e política capaz de interferir e promover uma reorganização do espaço rural visto hoje não apenas como área de pequena produção agrícola, mas também como espaço de produção de cultura, de relações sociais, de trabalho e renda, com capacidade econômica, que por muitos ainda é desconhecida.

A mídia assume um papel que vai além de informar, pois passa a relatar o fato e através do discurso expressando, determinando e formando muitas vezes a opinião da população com relação à realidade e momento histórico. A partir disso, vai construindo o imaginário social, oferecendo elementos para que as pessoas interpretem os fatos, ao ponto de influenciar a formação social de um grupo.

> Estas relações estão assentadas em práticas exigidas pelo modo de produção que domina a formação social. À essas relações correspondem posições políticas e ideológicas que mantêm entre si laços de aliança, de antagonismo ou de dominação (BRANDÃO, 2004, p. 107)

Assim, as formações imaginárias são resultantes do modo como são produzidos os discursos, e, portanto estes estão atrelados a estrutura de uma formação social, que reflete a condição ocupada pelo sujeito do discurso em determinado contexto.

A partir das formações sociais é que se materializam as formações ideológicas, e determinam as relações entre os sujeitos, através do discurso. Conforme Pêcheux & Fuchs “se deve conceber o discursivo como um dos aspectos materiais do que chamamos de materialidade ideológica” (in GADET, 1993, p.166). As representações que constituem as formações ideológicas resultam de uma ação conjunta de determinada comunidade. E que no caso estudado vem reforçando interesses históricos e por isso não consegue ultrapassar essa barreira, e apresentar ao leitor e por conseqüência a comunidade local e regional, outro olhar sobre a agricultura familiar no contexto estudado.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Considerando o contexto histórico de Cruz Alta e a própria história de desenvolvimento da agricultura no Brasil é emergente reconhecer que a agricultura familiar se consolidou como uma atividade econômica, com reflexo na estrutura social e política de Cruz Alta. Com a modernização da agricultura a partir dos anos 50 nos países de capitalismo avançado e na década de 80 no Brasil, em Cruz Alta o setor agrícola passou pelo mesmo processo, e, portanto acreditava-se que agricultura familiar não daria conta de se auto-sustentar sendo então suprimida pela agricultura extensiva.

No caso estudado, esta constatação é agravada pelo modo de colonização, caracterizado pelas grandes extensões de terras dedicadas a pecuária extensiva. Como as extensões de terras eram consideradas produto de baixo valor e concentradas nas mãos de poucos, somente no final da década de 50 com a mecanização da cultura do trigo começam a ser valorizadas, mas foi na década de 70 com o cultivo da soja, é que a economia local passa a basear-se essencialmente na agricultura. Isso indica que o acesso a terra sempre foi difícil para a o pequeno produtor, pois inicialmente havia uma distribuição de terra pelas relações de poder político, que sempre determinaram à estrutura do município, e posteriormente pela mecanização já que esta expulsou muitos trabalhadores rurais do campo e por isso a própria mídia dá enfoque às grandes produções agrícolas.

Cruz Alta se tornou um dos maiores focos de tensão agrária social do estado do Rio Grande do Sul, pois o modo de ocupação do território, o modelo de produção agrícola e os interesses políticos sempre determinaram a economia e as relações sociais do local. E, esse espaço passa a ser ocupado por dois grupos antagônicos, do ponto de vista econômico, os grandes latifundiários e os pequenos produtores.

Entretanto, diferente da realidade da década de 80, a agricultura familiar hoje no município através do incentivo e desenvolvimento de políticas públicas vem se afirmando enquanto atividade econômica, influenciando relações sociais e culturais de Cruz Alta, mas que precisa ser melhor explorada pela mídia visando o reconhecimento pela sociedade, quebrando a barreira e a distância entre agricultura familiar e o agronegócio.

Diante disso, o reconhecimento da agricultura familiar no município, assim como no país, necessita ainda de um aprofundamento nas questões relativas ao segmento, pois historicamente por interesses políticos e econômicos a mesma sempre ficou relegada a um segundo plano. E, com isso, criou-se uma cultura hegemônica na cidade e na região em que os atores sociais do campo são os grandes latifundiários, fazendo com que as políticas públicas se voltassem a atender a demanda desse pequeno grupo, o que é muito presente na realidade retrata pela mídia estudada, no caso o Jornal Agrosserrano.

REFERÊNCIAS

ABRAMOVAY, R. Paradgimas do capitalismo agrário em questão. São Paulo: ANPOCS; UNICAMP: Hucitec, 1992.

BARDIN, Laurence. Análise de conteúdo. Lisboa: Edições 70, 1988.

BRANDÃO, Helena H. N. Introdução à análise do discurso. Campinas: Editora da Unicamp, 2004.

DAVIS, J. H., GOLDBERG, R. A. A concept of agribusiness. Division of research. Graduate School of Business Administration. Boston: Harvard University, 1957.

DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio. Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. São Paulo: Atlas, 2008.

PÊCHEUX, M.; FUCHS, C. A propósito da análise automática do discurso: atualização e perspectivas. In: GADET, F. e HAK, T. (Orgs). Por uma análise automática do discurso. Campinas: Ed. da Unicamp, 1990.

SCHNEIDER, S. A pluriatividade na agricultura familiar. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2003.

VEIGA, J. E. Muita fantasia sobre um único assunto. Folha de São Paulo, São Paulo, 28 jan. 2004.

ZANCHIN, JOACIR T. A reforma agrária na região de Cruz Alta. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Geografia). Curso de Geografia. Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul, Ijuí, RS, 1990.