



A representação do meio rural no A Praça é Nossa e o Informativo Rural como uma nova possibilidade de apresentação identitária verdadeira¹

Káthia Maria Leal

Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais²

Resumo

No decorrer desse trabalho os quadros Eta Fuminho Bão e Jeca Gay, do programa A Praça é Nossa, transmitido pelo Sistema Brasileiro de Televisão (SBT), são estudados a fim de refletir a representação distorcida do meio rural, apresentada pelos conteúdos analisados. Em contraponto a esta forma de representação identitária, o trabalho propõe uma alternativa de libertação e participação social através do Informativo Rural, do Conselho Municipal de Desenvolvimento Rural Sustentável (CMDRS), como um veículo de “comunicação comunitária/rural”³. O que se espera é pensar as formas atuais de representação, tratadas aqui, e a possibilidade de os cidadãos ubaenses, que vivem no meio rural, apresentarem uma identidade da população e do contexto dessas localidades.

Palavras-chave

Comunicação comunitária; rural; jornalismo; identidade; cidadania.

1 - Introdução

*Lá eu domino aquele incêndio alastrado
Que sendo um raio deixa fogo no espigão
Se der um golpe em um jatobá airado
Eu sei o lado que a árvore cai no chão
Sou especialista em mata-burros e porteiros
Sei a madeira que se usa no mourão
Vamos comigo ver meu mundo a céu aberto
Onde o trabalho também é uma operação
(Goiano e Paranaense – O doutor e o caipira)⁴*

Sentado no banco do A Praça é Nossa, Carlos Alberto de Nóbrega recebe a companhia de personagens como os Compadres e o Jeca Gay. O programa, que vai ao ar pelo Sistema Brasileiro de Televisão (SBT) e redigido por Carlos Alberto, aborda, em dois quadros, a vida no meio rural.

¹ Trabalho apresentado ao Intercom, na Divisão Temática Comunicação, Espaço e Cidadania.

² Káthia Maria Leal é graduada em Comunicação Social, habilitação em Jornalismo, especialista em Gestão Estratégica de Marketing e mestranda em Comunicação e Interações Midiáticas, ambos pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais. O endereço eletrônico é kathialeal_jor@yahoo.com.br.

³ SPENILLO, Giuseppa. O fenômeno da Comunicação Rural na era Tecnológica – busca de novos caminhos. In. CALLAU, Angelo Brás Fernandes. **Comunicação Rural, Tecnologia e Desenvolvimento Local**. São Paulo / Recife: Coleção GT'S Intercom. 2002, p.37.

⁴ GERALDINHO, GOIANO, J. GRAVENA. **O doutor e o caipira**. Álbum [A Emoção Continua](#). Intérpretes: Goiano e Paranaense. Warner Music, 2002.



Uma visão incompatível com a realidade do sujeito do campo reproduzida por personagens ridicularizados em papéis que reforçam as identidades do matuto, do desconfiado e do ignorante, desconhecedores dos padrões da língua e alheios às novas tecnologias.

O programa vai ao ar todas as quintas-feiras, às 20 horas. Além dos quadros citados anteriormente, A Praça é Nossa é composto por outros 17 atos, como descrito no site do programa.

A proposta de análise deste trabalho consiste em verificar como os quadros Eta Fuminho Bão e Jeca Gay, exibidos no dia 13 de novembro de 2008, tratam a questão do meio rural e como podem fortalecer estereótipos sociais.

O programa de televisão tenta mostrar, nos dois atos que serão estudados, o meio rural, com um tom de ironia e depreciação. No quadro Eta Fuminho Bão, os atores Paulo Pioli e Clayton Silva se aproximam do banco, onde sempre está sentado Carlos Alberto, e começam a contar piadas. Enquanto isso, eles enrolam o fumo de corda na palha em um gesto comum e intrínseco na cultura ruralista.

As piadas sempre retratam um pouco da vida dos compadres na região em que vivem e no final das contas acabam envolvendo Carlos Alberto nas histórias que contam.

Já Moacyr Franco em seu personagem Suspiro, no quadro Jeca Gay, representa, conforme descrição disponível no site do SBT, um “inocente matuto, que trabalha na lavoura, e que vem contar suas dificuldades em se adequar à cidade grande ao mesmo tempo em que é explorado, sem que perceba, pelo impiedoso Malão [personagem que é amigo de Suspiro]”.

Com uma proposta transformadora, o trabalho se propõe a ir além da discussão em torno do A Praça é Nossa e busca pensar o Informativo Rural, no sentido de apresentá-lo como uma possibilidade de desenvolvimento de uma “comunicação comunitária/rural” e participativa em Ubá.

O veículo de comunicação, citado anteriormente, é elaborado pela Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Estado de Minas Gerais (Emater-MG), unidade de Ubá. O Informativo foi criado em 2003 pelo Conselho Municipal de Desenvolvimento Rural Sustentável de Ubá (CMDRS), fundado em 2002. Fazem parte do conselho, 23 comunidades rurais, agrupadas em sete microrregiões municipais, de acordo com as afinidades existentes entre elas.



O município abriga as comunidades rurais de Santa Clara, Pouso Alto, Ubari, Fundão, Floresta, Pedra Branca, Alfenas, Miragaia, Barrinha, Pedra Redonda, Zueira, Ligação, Santo Anastácio, Ubá Pequeno, Peixoto Filho, Parada Moreira, Campo de Aviação, Emboque, Posses, São Pedro, Córrego Alegre, Ubeba e Diamante. Ubá é pólo moveleiro em Minas Gerais e está localizada na Zona da Mata.

Neste contexto, o objetivo é analisar a abordagem feita sobre os indivíduos que vivem nos espaços rurais feita no A Praça é Nossa e repensar o Informativo como uma contraposição ao que é apresentado no programa humorístico. Por isso, o artigo procura sugerir a reformulação e propor caminhos para consolidar um espaço para aqueles e aquelas que vivem fora dos centros urbanos, do qual possam participar da construção dos processos comunicativos. Com uma proposta comunitária/rural, a expectativa é permitir que eles e elas tenham mais que informações imprescindíveis à formação cidadã, mas que também possam apresentar as aflições, necessidades, opiniões e as identidades representadas.

2 - A mesma praça, o mesmo banco e estigmas similares

O formato dos dois quadros do programa A Praça é Nossa não apresentam alterações drásticas quanto à representação do meio rural, se comparados um em relação ao outro. Na roupagem dos personagens de Suspiro, interpretado por Moacyr Franco, e dos dois Compadres, vivenciados por Paulo Pioli e Clayton Silva, os quadros ganham, a cada capítulo, apenas uma piada diferente. Tanto os personagens o Jeca Gay como do Eta Fuminho Bão carregam trejeitos e características que identificam o meio rural, porém com tom de sarcasmo.

O personagem Suspiro representa um homossexual que vive no campo. Trajado de figurino tipicamente rural acrescido de adereços como amarras, sapatos vermelhos, flores e laços, Suspiro reforça os traços femininos que remetem ao nome do quadro.

De enxada enfeitada de flores no ombro e com um jeito forçadamente delicado e irônico, Moacyr Franco entra no palco do A Praça é Nossa, com um sotaque característico do meio rural, começa a contar as histórias que “arrancam” risos da platéia que orientada pela produção do programa.

Suspiro é simplório e quer portar-se como um autêntico homem do campo. Nas falas, Moacyr Franco usa com grande destreza o jeito do caipira e revela um mundo



rural por meio das histórias retratadas no programa. O que não significa que tais recortes sejam condizentes com a realidade dessa população.

O personagem carrega consigo o estereótipo de duas minorias. De um lado um cidadão de origem humilde, vindo de uma região rural e que tenta enfrentar as diferenças entre a vida no campo e na cidade e, ao mesmo tempo, é maltratado e enganado por seu amigo, sem a possibilidade de reagir.

Por outro lado, o comediante representa um homossexual solitário, com trejeitos e figurino que reforçam os estigmas que são conferidos às pessoas que têm essa opção sexual. Nas duas facetas da criação de Moacyr Franco existem preconceitos intrínsecos que potencializam falsas identidades massificadas pela mídia.

Mesmo com essa abordagem negativa do homem do campo, é possível que a população se reconheça em alguns fragmentos de fala, no figurino e em outros artifícios utilizados. Com base em programas e outros personagens, que não são contemplados neste artigo, Simone Maria Rocha estudou a recepção e a identificação que as pessoas têm, em regiões distintas de Minas Gerais, com relação aos personagens apresentados pela televisão, especialmente humoristas.

Os personagens citados por Simone possuem vestuário, o jeito de falar e de “ser” similares aos que são abarcados neste trabalho. A pesquisa de Rocha aponta para a identificação popular com o *Nerso da Capetinga*, *Divagar Franco* e a *Filomena*.

De acordo com a pesquisadora, as características dos mineiros têm uma história de manipulação imposta pela elite para evitar a mobilização social, em um período que, em Minas Gerais, começou a aumentar a consciência política e econômica.

Portanto, foi necessário que a população entendesse e absorvesse a identidade de prudente, fiel às tradições, mantenedor da ordem, avesso às revoltas e aos movimentos sociais, conciliador, acomodado, habilidoso e paciente para alcançar objetivos políticos de menor custo (ROCHA, 2003).

Castells (1998) usa o termo identidade legitimadora para explicar essa introjeção de modo de pensar, de ser, agir e falar pela classe hegemônica com o intuito de expandir a dominação. Com isso o autor explica que surge a sociedade civil, com organizações e instituições (LEMOS. et al. 2005).

A partir do conceito de Castells e ao retomar à questão do A Praça é Nossa, é importante ressaltar que características como ingenuidade, comodismo e simplicidade, satirizadas através do programa humorístico, ridicularizam os personagens com traços de mineiros ou de homens e mulheres que vivem no campo.



Complementando essa idéia, Andrey Aparecido Caetano Linhares fala do preconceito que existe ao definir termos como, por exemplo, cultura rústica. De acordo com Linhares, é fácil encontrar em dicionários a definição do termo citado anteriormente como algo grosseiro, relativo ao meio rural, seja material ou pessoa que seja rude, tosco e sem polimento.

No entanto, o autor coloca uma definição que ele utiliza em seu trabalho, baseada no pensamento de Antônio Cândido, de cultura rústica como “cultura tradicional do homem do campo” (LINHARES, 2005, p.5).

Com uma visão desnuda da compreensão de Antônio Cândido, o caipira é tido como o indivíduo do campo sem instrução e com pouco ou nenhum conhecimento do mundo letrado. Essa situação transforma o sujeito, com uma cultura e forma de viver próprios do seu convívio, em uma figura caricata, engraçada aos olhos dos telespectadores que se divertem ao ver homens e mulheres do campo serem enganados.

A comicidade inerente ao personagem Suspiro, no programa exibido no dia 13 de novembro de 2008, fica nítida quando ele conta a Carlos Alberto que é sonâmbulo. No diálogo com o apresentador, Suspiro pergunta se ele conhece “um médico desse de doido” e o companheiro de quadro diz que não é médico de doido e sim psiquiatra.

Essa depreciação não existe apenas no senso comum ou na mídia. O Dicionário Aurélio define caipira: “1. Bras. S. como habitante do campo ou da roça, particularmente os de pouca instrução e de convívio e modos rústicos e canhestros.”

Não saber que o médico que cuida de transtornos mentais é o psiquiatra não é dizer que no meio rural as pessoas não possuem conhecimento e cultura. É compreensivo que a população que vive em regiões afastadas das áreas urbanas não saiba os nomes técnicos de profissionais. Essa população apenas não teve acesso a esse tipo de informação que é mais comum nos centros urbanos. Assim como no meio rural existe, muitas vezes, quase que uma maneira própria de se comunicar de difícil compreensão para os que têm pouco contato com essa cultura.

No meio rural existe uma linguagem própria, criada a partir da convivência. Por exemplo, no interior é comum ouvir falar em tutaméia, que significa coisa pequena. Palavra que deu título a uma obra do mineiro João Guimarães Rosa e que aparece em tantos outros textos do escritor. Mas, nas áreas urbanas muitas pessoas desconhecem o significado desse vocábulo.

O conhecimento e a identidade, próprios do meio rural, colocam em xeque a imposição hegemônica ao induzir que as pessoas do campo são ignorantes e sem



cultura. Paulo Freire defende uma educação baseada no saber do educando, uma educação libertadora da “cultura do silêncio”⁵. É uma proposta dialógica, de troca de saberes e experiências.

Por meio de trabalhos de alfabetização de adultos em áreas rurais, Freire concluiu que “subestimar a capacidade criadora e recíproca dos camponeses, desprezar seus conhecimentos, não importa o nível em que se achem, tentar ‘enchê-los’ com o que aos técnicos lhes parece certo, são expressões, em última análise, da ideologia dominante” (FREIRE, 1978, p.32).

Com uma linha de pensar condizente com a de Paulo Freire, o sociólogo Andrey Linhares discorre que denominar o caipira por um indivíduo sem cultura é entendida como ausência de “instrução, de conhecimento literário, político, econômico ou, em última instância, de educação proporcionada ou regulamentada pelas instituições do Estado” (LINHARES, 2005, p. 13).

Ao usar o conceito de Roberto da Damatta, Andrey explica que cultura é uma receita, um código através do qual as pessoas de um grupo modificam o que acontece em seu entorno, sendo atores desses processos de mudança. O autor acrescenta que com o caipira não é diferente “ele sabe como plantar e colher suas roças, apartar e tirar leite das vacas, escolher a madeira adequada para fazer cercas, carro de bois, paiol, etc.” Enfim ele conhece, ao seu modo, tudo ao seu redor, animais, plantas, estações e os médicos que precisa procurar. Conhece os fenômenos e como lidar com cada um deles (LINHARES, 2005, p. 13).

No quadro Jeca Gay, o humorista Moacyr Franco, relembra cenas e o cotidiano do meio rural não só nos trejeitos, mas também no conteúdo das histórias. Ao falar do problema de sonambulismo, do qual é acometido, Suspiro diz que foi ao curral e tirou leite de “três ou quatro vacas”, sem acordar, e voltou para a cama. Em outra parte do programa, ele relata que saiu dormindo e foi ao rio, pescou dez quilos de peixe e no dia seguinte havia uma traíra fígada debaixo da cama. As ações de tirar leite e pescar são corriqueiras em algumas comunidades rurais.

Outro fragmento do diálogo que remete ao contexto do campo é o momento em que Carlos Alberto conta que seu filho Beto, que é responsável pelo *merchandising* do programa, tinha o costume ir à geladeira e comer jabuticaba sem acordar. Suspiro então

⁵ Paulo Freire explica na obra *Ação Cultural para a Liberdade* que o termo cultura do silêncio tem origem em condições de uma realidade opressora que, não apenas condiciona a forma existente dos camponeses enquanto está em vigência a infra-estrutura que a cria mas, também, continua a impor esse modo vigente por longo tempo, mesmo que haja mudanças na infra-estrutura. (FREIRE, 1978, p.33)



diz que “se não cuspir o caroço da jabuticaba ele trava”. O costume de despreza o caroço de frutas para evitar a prisão de ventre é muito comum no meio rural.

Ao estudar a recepção dos mineiros dos programas televisivos, que trazem personagens representantes das pessoas que vivem em Minas Gerais, Simone entrevistou moradores das áreas rurais sobre os personagens com que eles se identificavam.

Quando perguntamos sobre os “mineiros” na televisão, Dona Tereza⁶ mostrou muita dificuldade em apontar algum. Ai fomos ajudando-a a lembrar-se e chegamos no Nerso da Capitinga. Ao ver a personagem ela disse: “eu acho ele muito engraçado; as piadas e os ‘fora’ que ela dá”. Em seguida tentamos perguntar o que nele ela considera parecido com o mineiro e, para ela, “acho que aquele jeito de vestir, tem um suspensório. É ... E o jeito de falar parece com nós mesmo” (ROCHA, 2003).

Essa mesma representação do meio rural é visível no quadro Eta Fuminho Bão. A trilha sonora que faz a abertura é um toque de viola. No quadro, Paulo Pioli e Clayton Silva encenam dois compadres que contam piadas conhecidas e contextualizadas no meio rural.

Os dois personagens não têm nome, se tratam apenas como Compadre. Portanto, com a finalidade de expor de uma forma mais clara o diálogo da dupla no decorrer deste trabalho, serão usados os nomes artísticos dos atores desse quadro.

No A Praça é Nossa, que foi exibido em 13 de novembro, os Compadres, ao entrarem no palco, perguntam se poderiam sentar-se ao lado de Carlos Alberto. Irritado, o apresentador diz que não e os dois Compadres o contraria. Carlos Alberto diz que os dois são burros, que eles têm “uma burrice abstrata”.

Clayton Silva diz, injuriado, para Paulo Pioli: “Esse veio ofendeu nós... é uai o que que vem a ser abstrata?”, Carlos Alberto então explica: “abstrata é uma coisa que você sabe que existe, mas você não pode ver, você não pode pegar”. Na fala seguinte, Clayton pede um exemplo da palavra em questão e Paulo replica: “a bunda da minha cunhada?”.

O comentário de Carlos Alberto sobre a “burrice” dos dois Compadres reforça o estereótipo de falta de conhecimento e cultura de quem vive no meio rural. Da mesma

⁶ Uma das entrevistadas pela pesquisadora Simone Maria Rocha, que vive na zona rural da “região cultural” do Norte de Minas/ Vale do Jequitinhonha.



forma, os Compadres também criam um estigma negativo da mulher quando Pioli se refere às partes do corpo da cunhada, com erotismo.

Essa passagem, assim como as outras desse mesmo programa, ressalta o estereótipo da mulher objeto e do assédio. Em uma das piadas, inclusive a que antecede a fala de Carlos Alberto ao chamá-los de burros, Clayton conta que foi ao Instituto Butantã e que “subiu uma aranha nas perna da minha vizinha, aqui atrás e inhoque (...) e mordeu minha mão”.

A subjetividade intrínseca na fala do comediante leva o telespectador a compreender o sentido conotativo que demonstra o desrespeito para com a mulher. Em outras partes da fala entre os comediantes, o assédio sexual das mulheres em local de trabalho e a idolatria ao “corpo perfeito” em contraponto ao menosprezo pela mulher que não se enquadra nesses padrões de beleza são nítidos.

Com base em uma perspectiva de Martín-Barbero e Rey (2004) a vulgarização do universo feminino assim como do homossexualismo e do meio rural, representam uma dominação hegemônica.

Desta forma, os autores ressaltam que é necessário fazer uma crítica entre a “cumplicidade da televisão com as manipulações do poder“ e os “mais sórdidos interesses mercantis”. Martín-Barbero e Rey acreditam que essa dominação capitalista seqüestra “as possibilidades de criatividade e de enriquecimento cultural, reforçando preconceitos racistas e machistas e nos contagiando com a banalidade e mediocridade apresentada pela imensa maioria da programação” (MARTÍN-BARBERO; REY, 2004, p.26).

Os estereótipos reforçados pelos quadros Jeca Gay e Eta Fuminho Bão são ironizados e tornam-se alvos de chacota. Sem contar que tais conteúdos midiáticos reduzem o sujeito real à sua representação fictícia. E, em alguns casos, assim como admitiu o artesão Amauri - um dos entrevistados da pesquisadora Simone - ao se referir ao *Nerso da Capetinga*, o telespectador pode se reconhecer no sujeito representado.

“Algumas cenas, coisas que ele fala, a gente identifica sim. Essa coisa de mineiro sempre ser passado pra trás, igual eu fui lá no Rio de Janeiro e na Bahia. A simplicidade também é coisa de mineiro. Já o carioca é mais esperto e o mineiro se contenta com pouco” (ROCHA, 2003).

Por fim, Aluizio Ramos Trinta explica que os “sistemas de representação” estão relacionados à formação de identidades. “Os indivíduos se fazem sujeitos em referência a significados sociais e sentidos culturais (re-a-)presentados por tais sistemas, levando a



que o estudo de significações (produzidas e postas em circulação) instrumente a análise feita quanto a relações de mútua pertença” (TRINTA, In. COUTINHO; SILVEIRA JR., 2007. p.153).

Os efeitos dessa apropriação do falso real são explicados por Stuart Hall ao mostrar o indivíduo pós-moderno que vive em meio ao deslocamento identitário. “O sujeito previamente vivido como tendo uma identidade unificada e estável, está se tornando fragmentado; composto não de uma única, mas de várias identidades, algumas vezes contraditórias ou não-resolvidas” (HALL, 2006, p. 12).

3 - Um caminho libertador para o meio rural

Da necessidade de informar à população que vive no campo, sobre os assuntos relacionados ao Conselho Municipal de Desenvolvimento Rural Sustentável de Ubá, nasce o Informativo Rural. Um boletim, no formato *house organs* com conteúdo institucional que leva informações do CMDRS aos 8 mil moradores da zona rural do município, o que representa 8,5% do total de habitantes de Ubá.

O Informativo Rural surge para suprir a carência de informações que não eram abordadas pela mídia local, como relatou Lucivan Gomes de Oliveira, técnico da Emater e atual responsável pelo Informativo, durante uma visita à Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural. A questão topográfica e a distância das comunidades rurais é outro fator que dificulta o acesso às informações, por essa população. Ubá possui um relevo montanhoso e algumas comunidades como Ubari são distantes, o que dificulta a abrangência dos veículos de comunicação da cidade. Um exemplo é o canal de televisão que, por uma questão de topografia, não consegue ter audiência em toda a cidade, mesmo na região urbana.

Neste período de existência do Informativo Rural, a circulação foi interrompida por cinco anos, na 11ª edição, e retornou em 2008. Os funcionários da Emater estão cientes de que “a valorização do agricultor familiar tornará sua vida mais digna, com desenvolvimento sustentável e uma melhor qualidade de vida para todos”, conforme publicado no editorial veiculado na décima segunda edição.

Neste trabalho serão analisadas a primeira e a décima segunda edição do boletim. O primeiro Informativo Rural foi publicado em março de 2003. Uma das matérias abordadas nessa edição trazia um resumo da reunião do mês de fevereiro daquele ano.



Em termos gráficos, o boletim é impresso em uma página, em tons de cinza, sendo a primeira edição no formato de 21cm x 29,7cm e a décima segunda de 21,59cm x 35,56cm. A tiragem é de 2 mil exemplares. Na primeira edição, o tamanho da fonte era menor em relação à décima segunda, o que possibilitou melhor legibilidade das matérias do último exemplar do boletim.

Um em cada quatro habitantes do campo, em Ubá, recebe O *Informativo Rural*. Os jornais são distribuídos pelos representantes de cada comunidade que disponibilizam, em um espaço específico, o nome e o telefone de contato.

Os textos da primeira edição possuem alguns problemas quando à redação das matérias. Além de períodos longos, que dificultam o entendimento por parte da população, os textos trazem alguns termos que são de difícil compreensão, como pode ser observado no fragmento transcrito a seguir. “A reunião do Conselho do dia 19/03, foi cancelada por falta de quorum, devido a intensa chuva no horário, impedindo a presença dos Conselheiros residentes no meio rural” (INFORMATIVO RURAL, 2003).

Escrever com uma linguagem simples e de uma forma mais direta facilita o entendimento da mensagem que se quer passar. Ao inserir, por exemplo, a palavra *quorum*, a matéria dificulta a compreensão do homem e da mulher do campo que não possuem conhecimento de termos tão específicos de uma linguagem elitizada.

Portanto é preciso ter cuidado para escrever de uma forma mais clara e objetiva. Assim como propõe Maria Otilia Bocchini ao centrar a escrita nos leitores e leitoras. Para tanto, os títulos e intertítulos devem guiar a leitura da matéria de forma a facilitar o entendimento. Na décima segunda edição, os termos e as palavras utilizados são de fácil compreensão. Outra característica da edição mencionada é que os períodos estão mais reduzidos se comparados aos da primeira.

Com relação às temáticas abordadas pelo informativo, há uma centralidade nos assuntos que envolvem o CMDRS de Ubá. Tais informações são imprescindíveis para que as famílias que vivem no meio rural possam saber o que acontece ao seu redor.

Contudo, mesmo que as informações institucionais sejam preponderantes para que as pessoas saibam as ações do Conselho, essas podem ser ampliadas às outras esferas que também são de interesse e necessidade dos agricultores conhecerem e, dessa, ampliar o exercício da cidadania.

Tal perspectiva é endossada por Vitor Gentili ao defender que a informação é uma porta para os outros direitos (GENTILLI, 1995, p.158). Essa participação não deve



estar limitada apenas ao campo da informação, mas expandida para o sentido amplo de comunicação.

Pasquali estende a concepção de Gentili ao definir os termos informação e comunicação e ao apresentar a diferença entre eles. Para ele informação está ligado à casualidade das mensagens passada por um “transmissor ativo” a um “receptor passivo” intencionalmente. Já a comunicação está relacionada com a comunidade que recebe uma “mensagem/diálogo”, que produz respostas espontâneas, recíprocas, consensuais e de “decisões compartilhadas”.

Consequentemente, informação categoricamente expressa um relacionamento comunicativo menos perfeito ou equilibrado do que a comunicação, e tende a produzir mais verticalidade do que igualdade, mais subordinação do que reciprocidade, mais competitividade do que complementaridade, mais imperativos do que indicativos, mais ordens do que diálogo, mais propaganda do que persuasão (PASQUALI, In. MARQUES DE MELO; SATHLER, Org, 2005, p. 245).

Nessa perspectiva, Ramos acredita que existe um “desafio urgente” em promover a “democratização dos meios de comunicação” e preciso “atentar para o fato básico de que a comunicação é portadora de um novo direito social, o *direito à comunicação*” (RAMOS, In. MARQUES DE MELO; SATHLER, Org, 2005, p. 245).

Ao legitimar esse direito, o cidadão deve ter assegurado o seu espaço, sua voz. No caso do Informativo Rural, as pessoas envolvidas nesse processo de conhecimento não participam da comunicação. Nem ao menos em forma de depoimento. Um modelo que apresenta essa possibilidade interativa é a comunicação comunitária, no qual as pessoas se envolvem com os processos de produção de conteúdo.

Contemplar essa perspectiva, na visão de Denise Cogo, exige a relação social, não pode ser imposta e sim propiciar um espaço de conhecimento mutuo, realizado na coletividade com a partilha de conhecimentos (COGO, In PERUZZO, Org, 2004b, p. 52).

4 - Uma proposta para ser discutida

O modelo de comunicação comunitária se configura como um “meio de conscientização, mobilização, educação política, informação e manifestação cultural do



povo. É o canal por excelência de expressão das denúncias e reivindicações dos setores organizados da população oprimida” (PERUZZO, 2004a, p.125).

A proposta que pretende ser apresentada neste tópico se fundamenta na citação anterior e busca analisar, com a participação efetiva da comunidade, a possibilidade de transformar o Informativo Rural em um veículo de comunicação comunitária.

O que pode contribuir para a concretização dessa tarefa é o senso de informar e mobilizar a comunidade, pontos evidentes no Informativo e nas ações do CMDRS. Prova disso é o editorial da 11ª edição que traz a seguinte mensagem: “vamos mostrar nesse informativo que as ações coletivas é que fazem o sucesso de todo nosso trabalho. Sendo assim, renasce hoje o ‘Informativo Rural’” (INFORMATIVO RURAL, 2008).

Ao discorrer acerca da comunicação rural - uma proposta próxima da comunicação comunitária defendida por Peruzzo - Ângelo Callau fala sobre a junção teórica entre comunicação rural e a noção de desenvolvimento local sob uma ótica de cooperação para melhorar as condições de vida do campo por meio da “racionalidade econômico-produtivas”, com uma articulação entre o global e o local. Ainda de acordo com Callau, esta perspectiva da comunicação “possibilitaria a democratização das decisões no meio rural, ou seja, aquelas que dizem respeito à participação comunitária” (CALLAU, 2002, p. 23).

Cicilia Peruzzo contempla as formas de participação da sociedade no processo de elaboração dos conteúdos apresentados pela mídia. Os modos de integração da comunidade nesse processo pode ser pela participação nas mensagens em forma de depoimento, pedidos, entrevistas; participação na produção e edição do que é veiculado pelos veículos de comunicação; participação no planejamento que vai desde a formatação dos programas e/ou veículos até a contribuição para gestão do meio; participação na gestão requer o controle e administração do meio. (PERUZZO, 2004b, p. 188)

Para que seja estabelecida uma “comunicação comunitária/rural”, na qual a população tenha uma participação efetiva, Spenillo orienta sobre a relevância de a comunidade conhecer a comunicação e seus processos e, com apoio de um técnico, elaborar “uma comunicação adequada (...), que construa a mensagem certa, no veículo certo, no momento e lugar certos de acordo com o público o qual se dirige” (SPENILLO, In. CALLAU, 2002, p.38).



A profissionalização para a promoção da comunicação rural, no espaço comunitário, parece dar conta do contexto em que vivem os jovens em localidades populares e periféricas, pois procura reverter a situação de exclusão com a prática de atividades geradoras de renda e com a participação na produção social da comunicação, que vem destituindo-os do direito de decisão e do exercício da cidadania, na busca de comunicação plural. (SPENILLO, In. CALLAU, 2002, p.37).

Com isso, a expectativa é de que as sugestões apresentadas possam ser aplicadas como uma alternativa possível e efetiva de uma comunicação, que possibilite dar voz às pessoas destituídas desse direito ou com acesso dificultado e, dessa maneira, propiciar o debate social.

5- Considerações finais

Mesmo que estas não sejam as derradeiras conclusões sobre esse assunto, este tópico traz algumas ponderações sobre o que foi tratado no artigo e o que pode ser feito para ampliar o exercício da cidadania através do Informativo Rural.

Na análise sintética e superficial dos quadros Eta Fuminho Bão e o Jeca Gay – já que seria difícil ampliar o estudo por questão de espaço e proposta do trabalho – foi possível perceber os preconceitos reforçados pela mídia em relação ao meio rural e a representação incompatível das identidades próprias dessa população.

Dessa forma, o incentivo da participação social no processo de produção do informativo é essencial, tanto para promover e fortalecer o senso de cidadania quanto para a maior consciência do fazer comunicação.

Nessa mesma trilha, este trabalho pretende sugerir um estudo aprofundado do Informativo Rural de Ubá, do qual a população que vive no campo possa participar e avaliar o que gostaria de ver apresentado, discutido e representado no boletim.

E com essa alternativa de mudança do Informativo Rural, tanto esse veículo como outros que tenham uma proposta de “comunicação comunitária/rural” autêntica, possam contrapor o conteúdo incompatível da grande mídia, com a verdadeira identidade das pessoas que vivem no campo.

A partir dos pontos questionados no presente artigo, com base no referencial teórico, fica a sugestão, tanto para o CMDRS de Ubá quanto para outras comunidades e entidades de cunho social, que promovam o debate público em torno da comunicação,



para que ela seja legitimada pela sociedade, na esperança de propiciar um espaço mais digno para se viver.

6 – Referências bibliográficas

A PRAÇA É NOSSA, **Descrição dos quadros**. Disponível em: www.sbt.com.br/apraca/quadros.asp. Acesso em: 28 nov. 2008.

ASSUMPCÃO Maria Elena Ortiz; BOCCHINI, Maria Otilia. **Para escrever bem**. São Paulo: Manole, 2002.

CALLAU, Ângelo Brás Fernandes. Comunicação rural e era tecnológica: tema de abertura. In. _____ (org.). **Comunicação rural, tecnologia e desenvolvimento social**. São Paulo / Recife: Coleção GT's Intercom, p. 11 a 28, 2002.

COGO, Denise. Mídias, identidades culturais e cidadania: sobre cenários e políticas de visibilidade midiática dos movimentos sociais. In. PERUZZO, Cicilia Maria Krohling. **Vozes Cidadãs**. São Paulo: Angellara Editora e Livraria, p. 41 a 74, 2004b.

FREIRE, Paulo. **Ação cultural para a liberdade: e outros escritos**. 3ª ed., Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1978.

GENTILLI, Victor. **Democracia de massas: cidadania e informação**. 1995. Dissertação apresentada à Escola de Comunicação e Artes, da Universidade de São Paulo.

GERALDINHO, GOIANO, J. GRAVENA. **O doutor e o caipira**. Álbum [A Emoção Continua](#). Intérpretes: Goiano e Paranaense. Warner Music, 2002.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 11ª ed. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 2006.

INFORMATIVO RURAL. Ubá: Conselho Municipal de Desenvolvimento Rural Sustentável (CMDRS). Ano 1. Número 1. Março de 2003.

_____. Ano 3. Número 12. Agosto de 2008.

LEMOS, Alessandra. et al. **Resenha de Poder da Identidade – Castells**. Disponível em: http://www.etni-cidade.net/poder_identidade.htm. Acessado em: dezembro de 2008.

LINHARES, Andrey Aparecido Caetano. **A produção e a reprodução da identidade cultural caipira em Mossâmedes**. 2005. Dissertação apresentada para conclusão do mestrado em Sociologia, do Departamento de Ciências Sociais, da Faculdade de Ciências



Humanas, da Universidade Federal de Goiás. Disponível em:
<http://www.fchf.ufg.br/pos-sociologia/dissert/Andrey.pdf>. Acessado em: dezembro de 2008.

MARTHE, Marcelo. **Esse feudo é nosso**: como o humorista Carlos Alberto de Nóbrega fez seu programa no SBT um lucrativo negócio em família. Edição 2050, 2005.
Disponível em: http://veja.abril.com.br/050308/p_116.shtml. Acessado em: novembro de 2008.

MARTÍN-BARBERO, Jesús; REY, Germán. **Os exercícios do ver**. 2ª Ed. São Paulo: Senac, 2004.

PASQUALI, Antônio. Um breve Glossário Descritivo Sobre Comunicação e Informação. In. MARQUES DE MELO, José; SATHLER, Luciano (Org). **Direitos à comunicação da sociedade da informação**. São Paulo: Universidade Metodista, p. 15 a 48, 2005.

PERUZZO, Cicilia Maria Krohling. **Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania**. 3ª ed. Petrópolis: Editora Vozes, 2004a.

PERUZZO, Cicilia Maria Krohling. TV Comunitária no Brasil: histórico e participação na gestão e na programação. In. _____ (org.). **Vozes Cidadãs**. São Paulo: Angellara Editora e Livraria, p. 187 a 218, 2004b.

RAMOS, Murilo César. Comunicação, direitos sociais e políticas públicas. In. MARQUES DE MELO, José; SATHLER, Luciano (Org). **Direitos à comunicação da sociedade da informação**. São Paulo: Universidade Metodista, p. 245 a 288, 2005.

ROCHA, Simone Maria. **Identidade Regional, Produção e Recepção: “mineiridade” na televisão**. Rio de Janeiro: Semiosfera, ano 3, números 4 e 5, 2003. Disponível em: http://www.eco.ufrj.br/semiosfera/anteriores/semiosfera45/conteudo_rep_srocha.htm#top. Acessado em: dezembro de 2008.

SPENILLO, Giusppa. O fenômeno da comunicação rural na era tecnológica – busca de novos caminhos. In. CALLAU, Ângelo Brás Fernandes (org.). **Comunicação rural, tecnologia e desenvolvimento social**. São Paulo / Recife: Coleção GT's Intercom, p. 29 a 43, 2002.

TRINTA, Aluizio Ramos. Identidade, identificação e projeção: telenovela e papéis sociais, no Brasil. In. COUTINHO, Iluska; SILVEIRA JR., Potiguara Mendes. **Comunicação: tecnologia e identidade**. Rio de Janeiro: Mauad X, p. 151 a 164, 2007.