

Universidade Federal de
Santa Catarina

Programa de Pós-
Graduação em
Jornalismo

ppgjor.posgrad.ufsc.br

Campus Universitário
Florianópolis- SC

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-
Graduação em Jornalismo, Departamento de
Jornalismo, do Centro de Comunicação e
Expressão da Universidade Federal de Santa
Catarina, como requisito para obtenção do
Título de Mestre em Jornalismo.

Orientadora: Gislene da Silva

Florianópolis, 2017

Representações sociais da ruralidade brasileira na revista *Globo Rural*
(1985-2015)
Isadora Moreira Ribeiro

Representações sociais da ruralidade
brasileira na revista *Globo Rural*
(1985-2015)

Isadora Moreira Ribeiro

Estudo centrado no enfoque simbólico das notícias, que são apreendidas como representações sociais da realidade. Busca-se compreender como o jornalismo participa do processo de construção social da realidade, tendo como problema de pesquisa as representações sociais da ruralidade brasileira na revista *Globo Rural*.

Orientadora:

Gislene da Silva



Isadora Moreira Ribeiro

**REPRESENTAÇÕES SOCIAIS DA RURALIDADE BRASILEIRA
NA REVISTA *GLOBO RURAL* (1985-2015)**

Dissertação submetida ao Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina para a obtenção do Grau de Mestre em Jornalismo.

Linha de Pesquisa: Jornalismo, Cultura e Sociedade

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Gislene da Silva

Florianópolis
2017

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,
através do Programa de Geração Automática da Biblioteca Universitária da UFSC.

Ribeiro, Isadora Moreira
Representações sociais da ruralidade brasileira
na revista Globo Rural (1985-2015) / Isadora
Moreira Ribeiro ; orientadora, Gislene da Silva,
2017.
191 p.

Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de
Santa Catarina, Centro de Comunicação e Expressão,
Programa de Pós-Graduação em Jornalismo,
Florianópolis, 2017.

Inclui referências.

1. Jornalismo. 2. Representações Sociais. 3.
Ruralidade. 4. Notícias. 5. Globo Rural. I. Silva,
Gislene da . II. Universidade Federal de Santa
Catarina. Programa de Pós-Graduação em Jornalismo.
III. Título.

Isadora Moreira Ribeiro

**REPRESENTAÇÕES SOCIAIS DA RURALIDADE BRASILEIRA
NA REVISTA *GLOBO RURAL* (1985-2015)**

Esta Dissertação foi julgada adequada para obtenção do Título de
“Mestre” e aprovada em sua forma final pelo Programa de Pós-
Graduação em Jornalismo.

Florianópolis, 31 de agosto de 2017.

Prof.^a Raquel Ritter Longhi, Dr.^a
Coordenadora do Curso

Banca Examinadora:

Prof.^a Gislene da Silva, Dr.^a
Orientadora
Universidade Federal de Santa Catarina

Prof. Luiz Gonzaga Figueiredo Motta, Dr.
Universidade Brasília

Prof.^a Daiane Bertasso Ribeiro, Dr.^a
Universidade Federal de Santa Catarina

Prof.^a Daisi Irmgard Vogel, Dr.^a
Universidade Federal de Santa Catarina

À memória de meu tio Paulo, por compartilhar comigo suas impressões enquanto leitor da *Globo Rural* e pelo entusiasmo com esta pesquisa, embora não tenha sido possível vê-la concluída.

AGRADECIMENTOS

À Gislene, pela paciência, pela disponibilidade em me orientar e pelos ensinamentos sobre o processo de pesquisa.

À Capes e aos meus pais, pelo apoio financeiro que me proporcionou dedicação exclusiva a este trabalho.

À minha irmã, por me ajudar a digitar estas páginas em grande parte escritas à mão.

À Chica e sua família, por me acolherem e aquietarem a saudade de nossa terra mineira.

Aos professores que participaram da minha formação, especialmente Carlos Locatelli, Daiane Bertasso, Daisi Vogel, Francisco Karam, Rogério Christofoletti e Samuel Lima.

À coordenadora do Posjor, professora Raquel Longhi.

Às professoras Denise Prado e Marta Maia, por me incentivarem a ingressar no Mestrado.

Aos professores Fábio Búrigo, Marlene Grade e Paola Rebollar, pelos ensinamentos que deram base ao segundo capítulo desta pesquisa.

Aos funcionários da biblioteca do Centro de Ciências Agrárias da UFSC, por me ajudarem na procura por livros e edições da revista *Globo Rural* em seu acervo.

Aos meus colegas de orientação: Amanda, pela sincronia astrológica e sensibilidade das palavras; Míriam, pela companhia sempre agradável; e Tito, pela amizade desde a fila de matrícula.

Aos queridos colegas do Posjor, em especial Ana Marta, Cândida, Iohanna, Janara, Lívia, Luciano, Marcionize, Mariana e Pollyana.

Ao Dairan, pelo companheirismo e pelas aventuras desbravando a ilha.

À Débora e à Suzi, por fazerem de sua casa um espaço para tardes de café e pão de queijo.

Ao William, pela alegria e por nunca recusar um convite para o bar.

E às amigas Bárbara, Bruna, Emília, Janaína, Mayra, Maysa e Patrícia, presentes apesar da distância.

Assim, ainda que o campo e a cidade guardem essa importância profunda, cada um a seu modo, meus sentimentos já estão comprometidos antes mesmo que tenha início qualquer argumentação.

(Raymond Williams, 2011)

RESUMO

Estudo centrado no enfoque simbólico das notícias, que são apreendidas como representações sociais da realidade. Com base na teoria de Serge Moscovici, busca-se compreender como o jornalismo participa do processo de construção social da realidade, tendo como problema de pesquisa as representações sociais da ruralidade brasileira na revista *Globo Rural*. O objeto empírico é composto por notícias e reportagens publicadas neste produto jornalístico entre 1985 e 2015 e os objetivos são identificar e descrever as representações sociais da ruralidade brasileira nos textos que compõem o corpus e examinar as transformações nas representações identificadas e descritas, verificando alterações, permanências ou exclusões nestas ou destas construções simbólicas. O percurso metodológico subdivide-se nas análises descritiva e interpretativa. Na descrição, utiliza-se a análise de conteúdo para codificar e categorizar as reportagens e notícias em quatro eixos temáticos: econômico-produtivo, técnico-científico, sociocultural e natural-sustentável. Na interpretação, retoma-se o referencial teórico para compreender as representações da ruralidade brasileira na revista, identificando-se a ruralidade com ancoragem na técnica; a ruralidade com ancoragem sociocultural; a ruralidade com ancoragem na natureza; e a ruralidade com ancoragem no movimento descrito na Sociologia como “nova ruralidade”.

Palavras-chave: Jornalismo. Representações Sociais. Ruralidade. Notícias. *Globo Rural*.

ABSTRACT

A study focused on the symbolic dimension of the news, which are perceived as social representations of reality. Based on Serge Moscovici's theory, we seek to understand how journalism participates of the process of social construction of reality, directing our focus to the social representations of Brazilian rurality in *Globo Rural* magazine. The empirical object is composed of news and reports published in this journalistic product between 1985 and 2015, and the objectives are to identify and to describe the social representations of the Brazilian rurality in the texts that compose the corpus, and also to examine the transformations in the representations identified and described, in addition to expounding upon and understanding the justification for perpetuation or exclusions of these symbolic constructions. The methodological course is subdivided into descriptive and interpretative analysis. Descriptively, content analysis is used to encode and categorize reports and news into four thematic axes: economic-productive, technical-scientific, sociocultural and natural-sustainable. We then interpret the theoretical reference to understand the representations of Brazilian rurality in the magazine, identifying the rurality with anchorage in the technique; rurality with sociocultural anchorage; rurality with anchorage in nature; and rurality with anchorage in the movement described in Sociology as "new rurality".

Keywords: Journalism. Social Representations. Rurality. News. *Globo Rural*.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Gráfico 1 – Eixo econômico-produtivo.....	103
Gráfico 2 – Eixo técnico-científico	105
Gráfico 3 – Eixo sociocultural.....	107
Gráfico 4 – Eixo natural-sustentável	108
Gráfico 5 – Incidência temática por décadas.....	109

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Edições <i>Globo Rural</i> 1985-2015	98
---	----

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	21
1. REPRESENTAÇÕES SOCIAIS, COMUNICAÇÃO E JORNALISMO	27
1.1. REPRESENTAÇÕES SOCIAIS E INTERAÇÕES SIMBÓLICAS.....	27
1.2. REPRESENTAÇÕES SOCIAIS: FENÔMENOS COMUNICACIONAIS.....	38
1.3. ASPECTOS SIMBÓLICOS E REPRESENTATIVOS NA CONSTRUÇÃO DAS NOTÍCIAS	54
2. A DEMARCAÇÃO TERRITORIAL E A APREENSÃO SIMBÓLICA DO RURAL	65
2.1. O RURAL NA PERSPECTIVA TERRITORIAL	65
2.2. RURALIDADE E REPRESENTAÇÕES SOCIAIS	75
2.3. RURALIDADE E JORNALISMO	86
3. A RURALIDADE BRASILEIRA NA <i>GLOBO RURAL</i> ..	95
3.1. A REVISTA <i>GLOBO RURAL</i> : ANÁLISE DESCRITIVA DO CONTEÚDO DAS NOTÍCIAS E REPORTAGENS	95
3.1.1. Descrição quantitativa por eixos temáticos.....	102
3.1.2. Descrição qualitativa dos conteúdos.....	109
3.2. ANÁLISE INTERPRETATIVA DE REPRESENTAÇÕES SOCIAIS DA RURALIDADE BRASILEIRA NA REVISTA <i>GLOBO RURAL</i>	114
CONSIDERAÇÕES FINAIS	119
REFERÊNCIAS	123
ANEXO A – Capas <i>Globo Rural</i> (1985-2015).....	133

INTRODUÇÃO

A complexa relação entre Jornalismo e realidade é inerente a qualquer reflexão que opte por comparar a realidade socialmente vivida àquela narrada pelas notícias. Das abordagens compiladas por Nelson Traquina sob o título de *Teorias do Jornalismo* (2005), a teoria do espelho e as teorias construcionistas são exemplos de formulações opostas que colocam em tensão essas ideias. Se para aquela, de inspiração positivista, as notícias seriam o reflexo fiel da realidade, para estas elas participariam dos processos de construção da realidade da vida cotidiana e do senso comum. Nesse sentido, observar o jornalismo pelo ângulo construcionista seria, mais do que refutar o determinismo da teoria do espelho, reconhecer que “as formulações teóricas da realidade, quer sejam científicas ou filosóficas quer sejam até mitológicas, não esgotam o que é ‘real’ para os membros de uma sociedade”, como defendem Peter Berger e Thomas Luckmann em *A construção social da realidade* (2004, p. 29).

Na perspectiva construcionista considera-se a existência de múltiplas realidades, sendo a da vida cotidiana ou a do senso comum aquela construída pelos sujeitos em suas ações de interpretação e de atribuição de sentidos ao mundo do qual fazem parte. É com base nessas ações que se constituem os marcos simbólicos do pensamento socialmente produzido por um determinado grupo, como explicam Berger e Luckmann (2004). Por esse enfoque, assume-se que as notícias são construções simbólicas em diálogo com a realidade na qual se referenciam e circulam. Porém, o pressuposto de que as notícias produzem versões da realidade não indica, como apontam críticas às teorias construcionistas, que o jornalismo seria o principal agente no processo de construção social da realidade.

Dentre os pesquisadores que optam por uma abordagem das notícias em sua relação com o construcionismo, Miquel Alsina (1989, p. 185) propõe que as notícias são representações sociais da realidade. Essa conceituação recupera a noção de representação social desenvolvida na Psicologia Social e que se aproxima da Sociologia do Conhecimento de Berger e Luckmann. Elaborada pelo psicossociólogo Serge Moscovici na década de 1960, a Teoria das Representações Sociais parte do conceito de representação coletiva, apresentado por Durkheim, para propor que representações sociais “são fenômenos específicos que estão relacionados com um modo particular de compreender e de se comunicar – um modo que cria tanto a realidade como o senso comum” (MOSCOVICI, 2009, p. 49).

Para a teoria moscoviciana, segundo Denise Jodelet (2001, p. 25), as representações se constituem na relação de simbolização e de interpretação de um sujeito acerca de um objeto e a realidade social se caracteriza como “uma construção consensual, estabelecida da interação e na comunicação”. A autora, assim como Moscovici, destaca a centralidade da comunicação no estudo das representações sociais, localizando, ao lado da cultura e da sociedade, a comunicação e a linguagem como condições de produção e de circulação das representações. Diante da relevância da comunicação para a Teoria das Representações Sociais e frente ao entendimento de que o Jornalismo está circunscrito na esfera da Comunicação, torna-se possível pensar nas notícias como parte do processo de emergência, produção e circulação de representações.

Nesse contexto, refletir sobre a vinculação entre jornalismo e representações sociais é entendê-lo sob um enfoque simbólico-representativo. Como esclarece Jodelet (2001, p. 17-18), as representações sociais “circulam nos discursos, são trazidas pelas palavras e veiculadas em mensagens e imagens midiáticas, cristalizadas em condutas e em organizações materiais e espaciais”. As notícias se constituiriam, então, como um pertinente material empírico para a investigação das representações sociais, o que está presente na obra inaugural da teoria moscoviciana, *A psicanálise, sua imagem e seu público*, que tem metade de seu volume dedicado à análise de conteúdo dos meios de comunicação.

Considerando-se, pois, a validade de se aprofundar a relação entre jornalismo e representações sociais, esta pesquisa questiona como o jornalismo, que atua na produção e na circulação de representações, participa do processo de constituição de sentidos acerca da realidade. Para a finalidade deste estudo, delimitam-se como problema de pesquisa as representações sociais da ruralidade brasileira na revista *Globo Rural*. O *corpus* é formado por 491 notícias e reportagens das trinta edições da revista que compõem o infográfico *Túnel do Tempo*, produzido para o Especial de 30 anos da *Globo Rural* e publicado na edição de novembro de 2015. Como apresentado pelo próprio texto de introdução a esse infográfico, que narra a história da revista entre 1985 e 2015, nessas três décadas foram impressas e distribuídas 360 edições da *Globo Rural*. “Do cruzeiro ao real, da pecuária extensiva às modernas técnicas de confinamento e melhoramento genético, do cultivo convencional à agricultura de precisão, a revista testemunhou a evolução da agropecuária brasileira e mundial” (*Túnel do Tempo*, GLOBO RURAL, nº 31, nov./2015, p. 38).

Publicada mensalmente desde 1985 e criada a partir do telejornal homônimo, como assinala Gislene Silva (2009), a revista *Globo Rural*, da *Editora Globo*, chegou a atingir a tiragem de 400 mil exemplares em outubro de 1986. De acordo com a autora,

o público-alvo da revista são, em princípio, os produtores rurais. A revista cobre a área de economia agrícola, com matérias sobre produtividade das lavouras e rentabilidade da pecuária. Aborda biotecnologia, agroindústria, safras, crédito agrícola, cooperativismo e profissões rurais. Divulga técnicas de plantio e colheita das grandes culturas, como soja e milho, e técnicas de criação de pequenos animais. Fala de piscicultura, horticultura, da produção de frutas, leite, flores e ervas. Dá espaço também para temas como preservação ambiental (de rios, animais, árvores), música sertaneja, festas populares, receitas de comidas típicas, trabalho de artesãos, turismo rural, novas fronteiras, perfis de gente do interior e de regiões brasileiras. É uma pauta ao mesmo tempo segmentada e abrangente, já que, além das especificidades da atividade agrícola, volta-se também para os *modos de vida no campo* (SILVA, 2009, p. 19, grifo no original).

Com base na extensão temática relatada pela autora e no significativo intervalo de tempo de publicação da *Globo Rural*, compreende-se que a revista se constitui como um dispositivo expressivo para o entendimento histórico da ruralidade brasileira. Assim sendo, assume-se que a *Globo Rural* produz e faz circular, em suas narrativas, representações sociais do contexto rural brasileiro e de suas manifestações simbólicas. Partindo desse pressuposto, esta pesquisa tem como objetivos identificar e descrever as representações sociais da ruralidade brasileira nas notícias e reportagens que compõem o *corpus* e examinar as transformações nas representações identificadas e descritas, verificando alterações, permanências ou exclusões nestas ou destas construções simbólicas. O processo metodológico se divide nas etapas de descrição, com embasamento na análise de conteúdo, e de interpretação, em que se retoma a referência teórica para o entendimento das representações descritas.

As reflexões acerca do rural e da ruralidade se conformam na imbricação de duas perspectivas: a territorial e a simbólica. De acordo com Maria Nazareth Wanderley (2000, p. 88), “o ‘rural’ não se constitui como uma essência, imutável, que poderia ser encontrada em cada sociedade. Ao contrário, esta é uma categoria histórica, que se transforma”. A autora descreve que a abordagem territorial assume que o rural não se restringe ao setor agrário da economia, mas incorpora, também, práticas de consumo, habitação, lazer e relações com a natureza. Em trabalho conjunto com Arilson Favareto, Wanderley (2013) esclarece que a noção de território se relaciona à materialidade de um espaço físico que extrapola limites políticos que determinam um município. Ao território cabe, segundo os autores, uma dimensão patrimonial, cultural e identitária, isto é, o rural “se expressa real e concretamente, enquanto ‘forma territorial da vida social’, através das particularidades de suas paisagens, dos modos de habitar e de conviver de sua população” (WANDERLEY; FAVARETO, 2013, p. 7-8).

Wanderley e Favareto (2013, p. 3) apontam que a definição de rural é relacional e tem suas bases na interdependência “com outras esferas da vida social, seja no domínio de sua base material, seja no domínio das representações” (WANDERLEY; FAVARETO, 2013, p. 3). Frente a isso, os autores destacam a vinculação entre o espaço geográfico e as construções simbólicas dos sujeitos que dele se apropriam, de modo que a ruralidade “deve ser vista como uma realidade da sociedade moderna” (WANDERLEY; FAVARETO, 2013, p. 44), ponto de vista também desenvolvido por Maria José Carneiro. Para a autora (1998, p. 72), a ruralidade deve ser reconsiderada e percebida como “uma representação social, definida culturalmente por atores sociais que desempenham atividades não homogêneas e que não estão necessariamente remetidas à produção agrícola” (CARNEIRO, 1998, p. 72). Essa premissa tem relação direta com os objetivos desta pesquisa, visto que se busca examinar a ruralidade com base nas representações sociais que se constroem em seu entorno.

Como argumenta Raymond Williams em *O campo e a cidade* (2011), as acepções de campo e cidade são “realidades históricas em transformação tanto em si próprias quanto em suas inter-relações” (WILLIAMS, 2011, p. 471). Williams (2011, p. 471) defende que a concepção dualista da relação campo/cidade contribui para uma visão negligente acerca das inter-relações entre essas duas formas de organização espacial e “também de muitos tipos de organizações sociais e físicas intermediárias e novas” que não são comportadas por uma perspectiva binária. Reconhece-se, assim, a ruralidade como “parte de

uma forma de construção social da realidade”, como propõe José de Sousa Martins (1986, p. 12-13).

A pesquisa se organiza em três capítulos. O primeiro enfoca o conceito de representação social em sua articulação com a comunicação e com o jornalismo. No primeiro tópico, sobre *Representações sociais e interações simbólicas*, sintetiza-se a Teoria das Representações Sociais a partir dos marcos da Psicologia Social moscoviciana. No segundo tópico, *Representações sociais: fenômenos comunicacionais*, aborda-se a relação entre representações e comunicação para que, na sequência, seja possível estabelecer a vinculação com o jornalismo. No tópico final deste primeiro capítulo, *Aspectos simbólicos e representativos na construção das notícias*, apresentam-se as teorias construcionistas das notícias e demarca-se o entendimento das notícias como representações sociais que produzem sentidos sobre a realidade social.

O segundo capítulo problematiza a concepção do rural em suas dimensões materiais e imateriais. Para tanto, toma como referência as discussões baseadas na abordagem territorial e no conceito de ruralidade, aqui relacionado à noção de representação social. No primeiro tópico, *O rural na perspectiva territorial*, procura-se detalhar o modo como esta perspectiva se estrutura, rompendo com os limites restritivos da compreensão setorial econômica do rural. No segundo tópico, *Ruralidade e representações sociais*, retomam-se quadros teóricos elaborados para a compreensão do rural e busca-se refletir sobre o modo como a imaterialidade do rural se expressa. No terceiro tópico, *Ruralidade e jornalismo*, recupera-se brevemente o histórico da imprensa rural brasileira e procura-se romper com o entendimento do jornalismo de conteúdo rural como especialização.

O terceiro capítulo, por fim, apresenta as notícias e reportagens e as respectivas edições da revista *Globo Rural* que compõem o *corpus*. Em seguida, são desenvolvidas as etapas descritiva e interpretativa da análise. No primeiro tópico, *A revista Globo Rural: análise descritiva do conteúdo das notícias e reportagens*, introduz-se o contexto de nascimento da revista e exibem-se os procedimentos da análise de conteúdo, o que resulta na categorização de quatro eixos temáticos: econômico-produtivo, técnico-científico, sociocultural e natural-sustentável. No segundo tópico, *Análise interpretativa de representações sociais da ruralidade brasileira na revista Globo Rural*, articulam-se as inferências obtidas na descrição com as interpretações possibilitadas pela inter-relação entre os conteúdos das notícias e as representações sociais que delas emergem: a ruralidade com ancoragem na técnica; a ruralidade com ancoragem sociocultural; a ruralidade com

ancoragem na natureza; e a ruralidade com ancoragem no movimento descrito pelos sociólogos (WANDERLEY, 2000; VEIGA, 2006) como “nova ruralidade”.

1. REPRESENTAÇÕES SOCIAIS, COMUNICAÇÃO E JORNALISMO

1.1. REPRESENTAÇÕES SOCIAIS E INTERAÇÕES SIMBÓLICAS

A Teoria das Representações Sociais, elaborada por Serge Moscovici em *A psicanálise, sua imagem e seu público* (1961), tem sua gênese na sociologia de Émile Durkheim. Inscrita no campo de estudos da Psicologia Social, a abordagem moscoviciana parte da noção de representação coletiva desenvolvida pelo sociólogo francês, propondo que as representações sociais sejam pensadas como fenômenos. Moscovici (2001) explica que, em Durkheim, as representações são concebidas como um conceito, separando-se entre individuais e coletivas. Enquanto a consciência seria o substrato das representações individuais – marcadas pela efemeridade e pela variabilidade –, a sociedade seria o suporte das representações coletivas – caracterizadas pela estabilidade e pela possibilidade de reprodução.

Para Moscovici (1978, p. 25), o principal objetivo de Durkheim ao propor a ideia de representação coletiva estaria na designação da “especificidade do pensamento social em relação ao pensamento individual”¹. Na interpretação do autor, Durkheim propõe seu conceito como um “sistema fechado e relativamente abstrato” que exerceria um papel coercitivo sobre os indivíduos (MOSCOVICI, 2001, p. 48). Embora esboçadas a partir das individualidades, completa Moscovici (2001, p. 47), as representações coletivas agiriam de maneira externa aos membros de um grupo social e se constituiriam como fundamentos do pensamento individual, fixando “uma ampla classe de formas mentais (ciências, religiões, mitos, espaço, tempo), de opiniões e saberes sem distinção”. Por essa ótica determinista, ainda segundo Moscovici (2001), Durkheim sugere que as representações variariam conforme a sociedade em que fossem geradas e modeladas. No entanto,

¹ Ao recuperar o histórico do conceito de representação social, Robert Farr (1995) observa que Durkheim diferenciou o estudo das representações coletivas do estudo das representações individuais de acordo com os domínios da Sociologia e da Psicologia, respectivamente. No entanto, a psicologia à qual Durkheim demonstrou oposição foi, segundo Farr, a psicologia do indivíduo. Essa distinção “fez com que se tornasse praticamente inevitável que, quando Moscovici propôs que se estudassem as representações, esse novo campo fosse classificado como uma forma sociológica, e não psicológica, de psicologia social” (FARR, 1995, p. 36). A crítica à psicologia do indivíduo volta-se, nesse contexto, ao behaviorismo.

se essa visão sistêmica pareceria aplicável às sociedades tradicionais, a transposição para a sociedade moderna demandaria uma ressignificação conceitual, afirma Moscovici (2001). E é nesse sentido que o autor trata de representações sociais em vez de representações coletivas, enfatizando que,

se, no sentido clássico, as representações coletivas se constituem em um instrumento explanatório e se referem a uma classe geral de ideias e crenças (ciência, mito, religião, etc.), para nós, são fenômenos que necessitam ser descritos e explicados. São fenômenos específicos que estão relacionados com um modo particular de compreender e de se comunicar - um modo que cria tanto a realidade como o senso comum. É para enfatizar essa distinção que eu uso o termo “social” em vez de “coletivo” (MOSCOVICI, 2009, p. 49).

Observa-se que a passagem das representações coletivas às sociais não é, em Moscovici, uma ruptura com Durkheim, mas a reapropriação de um conceito com vias ao desenvolvimento de um campo de estudos (Psicologia Social), trabalho que, segundo Moscovici (2001), encontraria pistas no próprio sociólogo. Citando Durkheim², o psicossociólogo defende que o autor concebe um projeto para essa Psicologia, delimitando como seu objeto as representações. Contudo, Moscovici (2001, p. 60) nota que, à época de sua pesquisa sobre as representações sociais da psicanálise (1950-1960), num cenário de tendência a estudos comportamentais dos indivíduos (behaviorismo), “a renovação do interesse pela ideação coletiva e a referência à linguagem das representações surpreenderam. Tanto mais porque referir-se a Durkheim era uma recomendação medíocre e, aliás, não se impunha”.

² “E quanto às leis da ideação coletiva, elas são ainda mais completamente ignoradas. A Psicologia Social, que deveria ter como tarefa determiná-las, não é mais do que uma palavra que designa toda sorte de generalidades, variadas e imprecisas, sem objeto definido. O que seria preciso é buscar, pela comparação dos temas míticos, das lendas e das tradições populares, das línguas, de que modo as representações sociais se atraem e se excluem, se fundem umas nas outras ou se diferenciam etc.” (DURKHEIM, 1963, p. XIX *apud* MOSCOVICI, 2001, p. 60).

Moscovici (1988, p. 219, tradução livre) defende que, ao pensar nas representações sociais no contexto das sociedades modernas, seria equivocado “considerar essas representações como homogêneas e compartilhadas como tais por toda uma sociedade. O que desejamos enfatizar desistindo da palavra ‘coletiva’ foi essa pluralidade de representações e sua diversidade dentro de um grupo”³. Para o autor, a centralidade das representações sociais está na comunicação, “que permite aos pensamentos e aos sentimentos individuais convergirem e possibilita que algo individual se torne algo social”⁴. É na conexão entre o individual e o social que as representações são construídas e adquiridas, conformando-se como fenômenos inseparáveis da comunicação, assinala Moscovici (2001).

A perspectiva adotada por Moscovici (1988) no desenvolvimento de sua teoria é construtivista⁵ e dialoga diretamente com a Sociologia e com a Antropologia. Nesse sentido, o autor argumenta que “temos que encarar a representação social tanto na medida em que ela possui uma textura psicológica autônoma *como na medida em que é própria de nossa sociedade e de nossa cultura*” (MOSCOVICI, 1978, p. 45, grifos no original). Em sua definição, “a representação social é *uma modalidade de conhecimento particular*” (MOSCOVICI, 1978, p. 26, grifos no original) que surge da relação entre um sujeito que representa e um objeto que é representado: “*toda a representação é uma representação de alguma coisa*” e “*todas as coisas são representações de alguma coisa*” (MOSCOVICI, 1978, p. 63-64, grifos no original).

Dado o grau de autonomia e de condicionamento inerente a cada ambiente, duas funções podem ser atribuídas às representações, conforme Moscovici (2009): a *convencionalização* e a *prescrição*. O autor explica que as representações “convencionalizam os objetos, pessoas ou acontecimentos que encontram” (MOSCOVICI, 2009, p. 34)

³ No original: “[...] to consider representations as homogeneous and shared as such by a whole society. What we wished to emphasize by giving up the word ‘collective’ was this plurality of representations and their diversity within a group” (MOSCOVICI, 1988, p. 219).

⁴ Idem. No original: “[...] which enables individual thoughts and feelings to converge and allows something individual to become something social” (MOSCOVICI, 1988, p. 219).

⁵ Tradução livre de “constructivist perspective” (MOSCOVICI, 1988, p. 211).

e se impõem como prescrições ao pensamento social. A convencionalização consiste em dar forma e categorizar os objetos representados, colocando-os “como um modelo de determinado tipo, distinto e partilhado por um grupo de pessoas”⁶. A prescrição, por sua vez, está vinculada à influência exercida pelos objetos, primeiramente convencionalizados, sobre os sujeitos: “enquanto essas representações, que são partilhadas por tantos, penetram e influenciam a mente de cada um, elas não são pensadas por eles; [...] elas são re-pensadas, re-citadas e re-apresentadas”, conclui o autor (MOSCOVICI, 2009, p. 37).

Moscovici (2009) localiza a convencionalização, a prescrição e o estudo das representações sociais como um todo no espaço da vida cotidiana. Em sua descrição, as representações sociais “circulam, cruzam-se e se cristalizam incessantemente através de uma fala, um gesto, um encontro, em nosso universo cotidiano” (MOSCOVICI, 1978, p. 41). Na concepção do autor, a abordagem das representações sociais faz alusão, predominantemente, ao conhecimento do senso comum, isto é, ao conhecimento compartilhado na vida cotidiana. Moscovici (2009) esclarece que a vida cotidiana remete a um *universo consensual*, no qual a sociedade é vista como “uma criação visível, contínua, permeada com sentido e finalidade, possuindo uma voz humana, de acordo com a existência humana e agindo tanto como reagindo, como um ser humano” (MOSCOVICI, 2009, p. 49-50). Daí o autor propõe que “a natureza específica das representações expressa a natureza específica de um universo consensual, produto do qual elas são e ao qual elas pertencem exclusivamente” (MOSCOVICI, 2009, p. 53).

Esse caráter consensual das representações sociais é reforçado por Denise Jodelet, uma das principais expoentes do pensamento de Moscovici. A psicossocióloga destaca que a dinâmica e as funções sociais das representações ativadas na vida cotidiana de um grupo “constroem uma visão consensual da realidade para esse grupo” (JODELET, 2001, p. 21). A partir da ideia de que as versões de realidade são construções consensuais, as representações sociais emergem de universos simbólicos partilhados e expressam, de acordo com Jodelet, “aqueles (indivíduos ou grupos) que as forjam e dão uma definição específica ao objeto por elas representado”⁷. Recuperando a proposição moscoviciana de que a representação social “corresponde a um ato de pensamento pelo qual um sujeito se reporta a um objeto”

⁶ Idem.

⁷ Idem.

(JODELET, 2001, p. 22), a autora assinala que a natureza do objeto representado é múltipla, podendo ser “tanto uma pessoa, quanto uma coisa, um acontecimento material, psíquico ou social, um fenômeno natural, uma ideia, uma teoria etc.; pode ser tanto real quanto imaginário ou mítico, mas é sempre necessário” (JODELET, 2001, p. 22).

A realidade consensual da vida cotidiana – construída nas ações representativas que se constituem nas inter-relações entre sujeitos e objetos – corresponde, segundo Moscovici (2009, p. 43), a uma “sociedade pensante”, que pode ser depreendida com base nas circunstâncias comunicativas e nas ações e crenças de um determinado grupo. Perceber a sociedade enquanto pensante é, para Moscovici, voltar-se aos processos ativos que os sujeitos sociais mobilizam na compreensão do mundo. O estudo das representações sociais remete, então, a uma sociedade pensante e, partindo disso, o autor confere a esses fenômenos duas qualificações: uma dupla face, sendo uma icônica e outra simbólica, e um “caráter móvel e circulante” (MOSCOVICI, 2009, p. 47). No primeiro caso, o autor se refere à interdependência entre a imagem e a significação que lhe é atribuída, ou seja, “a representação iguala toda imagem a uma ideia e toda ideia a uma imagem” (MOSCOVICI, 2009, p. 46). No segundo, ao caráter flexível que acompanha toda a movimentação das representações no fluxo das relações sociais que as perpassam.

A geração de representações sociais se dá, de acordo com Moscovici (2009), a partir dos processos de ancoragem e de objetivação. A ancoragem aciona, segundo o autor, a classificação do objeto incomum ou não-familiar com base no referencial simbólico partilhado por um grupo social. Essa classificação pode se manifestar pelo princípio da generalização ou da particularização, a depender do modo como o objeto é representado em comparação ao conhecimento de referência (MOSCOVICI, 2009).

Pela generalização, uma característica aleatória é tomada como categoria comum a todos os membros que nela se enquadram, reduzindo as distâncias entre representação e universo simbólico. “Quando [a característica] é positiva, nós registramos nossa aceitação; quando é negativa, nossa rejeição”, esclarece Moscovici (2009, p. 65). A representação de um sujeito como caipira ou como doente mental, por exemplo, é uma generalização. Pela particularização, ao contrário, a característica que torna o objeto de representação distinto e distante do consensual é ressaltada. Moscovici salienta que,

a tendência para classificar, seja pela generalização, ou pela particularização, não é, de nenhum modo, uma escolha puramente intelectual, mas reflete uma atitude específica para com o objeto, um desejo de defini-lo como normal ou aberrante (MOSCOVICI, 2009, p. 65).

Além da classificação do objeto representado, a ancoragem envolve a nomeação. Conforme Moscovici (2009, p. 66), o ato de nomear se processa via linguagem e inclui o objeto representado “em um complexo de palavras específicas”, substantivando-o e localizando-o “na matriz de identidade de nossa cultura”. Ao ser nomeado, o objeto ou pessoa pode ser descrito a partir de suas características, tornando-se distinto e convencional, em conformidade com um referencial partilhado. Diante disso, duas decorrências são trazidas pela Teoria das Representações Sociais: (1) não há “pensamento ou percepção que não possua ancoragem”; (2) e o objetivo principal da ancoragem é “facilitar a interpretação de características, a compreensão de intenções e motivos subjacentes às ações das pessoas, na realidade, formar opiniões” (MOSCOVICI, 2009, p. 70).

Seguida à ancoragem, a objetivação corporifica a representação, transformando o objeto classificado e nomeado em realidade. “Objetivar é descobrir a qualidade icônica de uma ideia [...]; é reproduzir um conceito em uma imagem”, escreve Moscovici (2009, p. 71). Incorpora-se à objetivação a noção de *núcleo figurativo*, concebido como um “complexo de imagens que reproduzem visivelmente um complexo de ideias” (MOSCOVICI, 2009, p. 72). Uma vez consensual para uma dada sociedade, o núcleo figurativo integra um conjunto léxico em seu entorno e se consubstancia como realidade. Por consequência, “a defasagem entre a representação e o que ela representa é preenchida, as peculiaridades da réplica do conceito tornam-se [...] a referência real do conceito” (MOSCOVICI, 2009, p. 74).

Moscovici (2009, p. 78) acrescenta que os instrumentos de objetivação estão culturalmente disponíveis e, junto com a ancoragem, são “maneiras de lidar com a memória”. A ancoragem põe a memória em movimento e se volta para os contornos internos dessa memória social. E a objetivação parte da memória para o meio externo, reproduzindo conceitos e imagens simbólicas que nela se ancoram na forma de fenômeno real. A inter-relação entre ancoragem e objetivação é sempre contínua, o que reflete a condição dinâmica das

representações, que estão em constante circulação nas práticas interativas de uma sociedade.

A ancoragem e a objetivação podem ser equiparadas, respectivamente, às noções de realidade subjetiva e de realidade objetiva presentes na Sociologia do Conhecimento de Peter Berger e Thomas Luckmann⁸. Em sua teoria sobre a construção social da realidade, os autores também se orientam para a vida cotidiana, entendida como “uma realidade interpretada pelos homens e subjetivamente dotada de sentido para eles na medida em que forma um mundo coerente” (BERGER; LUCKMANN, 2004, p. 35). Depreende-se, assim, que as representações sociais, enquanto produtos e produtoras de versões consensuais da realidade, estão vinculadas ao que Berger e Luckmann (2004, p. 87, grifos no original) expressam ao proporem que “*a sociedade é um produto humano. A sociedade é uma realidade objetiva. O homem é um produto social*”. Para esses autores, a socialização é marcada pela circularidade do fluxo que relaciona a condição humana de produtor e produto social, ciclo que envolve os processos de *institucionalização* e de *legitimação* das práticas sociais (BERGER; LUCKMANN, 2004).

A institucionalização e a legitimação estão incluídas no que Berger e Luckmann (2004, p. 69) apresentam sob a forma de “a sociedade como realidade objetiva”. Para os autores, a institucionalização, entendida como objetivação de primeira ordem, tem por princípio a noção de que “toda atividade humana está sujeita ao hábito” (BERGER; LUCKMANN, 2004, p. 77). A repetição das ações humanas configura padrões que são reproduzidos e se constituem como ordem social. Esse decurso passa pela exteriorização de práticas que são socialmente objetivadas e possíveis de serem interiorizadas pelas gerações futuras. Por essa direção, Berger e Luckmann (2004, p. 79) definem que a institucionalização “ocorre sempre que há uma tipificação

⁸ Como relata Denise Jodelet (2001, p. 25), “desde 1961, algumas propriedades são atribuídas à representação social por Moscovici, com quem convergem, por outro lado, a Sociologia do Conhecimento (Berger e Luckmann, 1966), a Etnometodologia (Cicourel, 1973) e a Fenomenologia (Schutz, 1962), que relacionam a realidade social a uma construção consensual, estabelecida da interação e na comunicação”. Farr (1995, p. 33) também compreende que “o estudo de Moscovici sobre as representações da psicanálise foi uma contribuição para a sociologia do conhecimento”. Enfim, o próprio Moscovici (1988) reconhece que, ainda que tenham ficado fora de contato por muito tempo, há uma confluência entre a Teoria das Representações Sociais e o Tratado de Sociologia do Conhecimento de Berger e Luckmann.

recíproca de ações habituais por tipos de atores”. Assim sendo, explicam que a formulação de tipificações articula uma ordem institucional que se incorpora “à experiência do indivíduo por meio dos papéis. [...] Ao desempenhar papéis, o indivíduo participa de um mundo social. Ao interiorizar estes papéis, o mesmo mundo torna-se subjetivamente real para ele” (BERGER; LUCKMANN, 2004, p. 103).

A manutenção da ordem institucional tem na linguagem sua condição necessária. A linguagem é, de acordo com Berger e Luckmann (2004, p. 57), o mecanismo principal de objetivação da realidade, “capaz de se tornar o repositório objetivo de vastas acumulações de significados e experiências, que pode então preservar no tempo e transmitir às gerações seguintes”. É a linguagem que permite a passagem da ordem institucional ou da institucionalização para a legitimação, cuja função é “tornar objetivamente acessível e subjetivamente plausível as objetivações de ‘primeira ordem’, que foram institucionalizadas” (BERGER; LUCKMANN, 2004, p. 127).

Berger e Luckmann (2004) explicam que a legitimação subdivide-se em quatro níveis que correspondem, progressivamente, à estabilidade adquirida pelo conhecimento socialmente construído. Do nível mais incipiente, referente à transmissão primeira de um saber, ao nível mais elaborado, que é o universo simbólico, os saberes sociais se incorporam à realidade da vida cotidiana e se apresentam subjetivados aos sujeitos que com eles se defrontam. O universo simbólico é, na definição dos autores, a “matriz de todos os significados socialmente objetivados e subjetivamente reais” (BERGER; LUCKMANN, 2004, p. 132), e é em um universo simbólico que se pode inferir que representações sociais são concebidas e legitimadas.

Os universos simbólicos são, para Berger e Luckmann (2004, p. 131), “corpos de tradição teórica que integram diferentes áreas de significação e abrangem a ordem institucional em uma totalidade simbólica”. Embora sejam o nível mais sedimentado do processo de construção objetiva da realidade, os universos simbólicos não são fixos, afirmam os autores. Para eles, “o homem, ao se exteriorizar, constrói o mundo no qual se exterioriza a si mesmo. No processo de exteriorização, projeta na realidade seus próprios significados” (BERGER; LUCKMANN, 2004, p. 142), socialmente partilhados por meio de formas simbólicas que podem ser interiorizadas pelas gerações futuras. No entanto, “alguns indivíduos ‘habitam’ o universo transmitido de maneira mais definida do que outros”, o que leva Berger e Luckmann (2004, p. 144) a concluir que “todo universo simbólico é incipientemente problemático”. Essa conclusão é completada pelos

autores quando reforçam que “a realidade é socialmente definida. Mas as definições são sempre *encarnadas*, isto é, indivíduos concretos e grupos de indivíduos servem como definidores da realidade” (BERGER; LUCKMANN, 2004, p. 157, grifo no original).

A realidade objetivada se apresenta como subjetivação para os membros de um grupo por meio da socialização. Berger e Luckmann (2004, p. 179) observam que, na fase primária da socialização, “a sociedade, a identidade e a realidade cristalizam subjetivamente no mesmo processo de interiorização. Esta cristalização ocorre juntamente com a interiorização da linguagem”. Em sua fase secundária, a socialização consiste, por sua vez, na “interiorização de ‘submundos’ institucionais ou baseados em instituições” (BERGER; LUCKMANN, 2004, p. 184).

Com base nesse ciclo de correlação ente objetivação e subjetivação da realidade, os autores argumentam que “a sociologia do conhecimento compreende a realidade humana como uma realidade socialmente construída” (BERGER; LUCKMANN, 2004, p. 246). No caso da teoria de Moscovici, as representações sociais são as formas de conhecimento que criam e modificam essa realidade e a partir dela se recriam. Como escreve o teórico, “estamos lidando com conhecimento cujo objetivo é ‘criar uma realidade’” (MOSCOVICI, 1988, p. 229, tradução livre)⁹. Nesse sentido,

representações sociais, para reformular uma expressão comum, são formas de se fazer o mundo. Não há nada de arbitrário neste processo, visto que as regularidades do pensamento, da linguagem e da vida em sociedade agem todas juntas para delimitar as possibilidades. É por isso que o conceito de construção, frequentemente trivializado, perde seu caráter exato e emancipador, se é encarado como um simples produto da fala e do consenso entre indivíduos. Se qualquer coisa vale, então o ato de construção é menos uma liberdade criativa da realidade do que

⁹ No original: “[...] we are dealing with knowledge whose objective it is to ‘create a reality’” (MOSCOVICI, 1988, p. 229).

uma ilusão sobre as condições dessa liberdade (MOSCOVICI, 1988, p. 231, tradução livre)¹⁰.

Moscovici (1988) salienta que sua proposta não é fazer um inventário do conceito de representação, que julga tributário da Filosofia. Seu interesse, esclarece, está nos modos pelos quais, nas sociedades modernas, “representações podem se tornar sociais, dependendo das relações entre os membros de um grupo” (MOSCOVICI, 1988, p. 221, tradução livre)¹¹. Esse “tornar-se social”, para o autor, pode se concretizar por três modos: pela hegemonia, pela emancipação ou pela polêmica. Moscovici¹² chama de representações hegemônicas (*hegemonic representations*) aquelas que “podem ser compartilhadas por todos os membros de um grupo altamente estruturado – um partido, cidade ou nação – sem que tenham sido necessariamente produzidas pelo grupo”. Essas representações, explica, “prevalencem implicitamente em todas as práticas simbólicas ou afetivas, sendo aparentemente uniformes e coercitivas”¹³.

As representações emancipadas (*emancipated representations*) resultam, de acordo com Moscovici (1988), da interação entre subgrupos, os quais criam formas de conhecimento que compartilham entre si. Essas representações apresentam “um certo grau de autonomia com respeito aos segmentos que interagem na sociedade”

¹⁰ No original: “[...] social representations, to rephrase a common expression, are ways of world making. There is nothing arbitrary in this process, since the regularities of thought, language and life in society all act together to delimit the possibilities. That is why the concept of construction, once it is trivialized, loses its exact, emancipating character, if it is envisaged as a simple product of talking and of consensus among individuals. If anything goes, then the act of constructing is less a creative liberty of reality than an illusion about the conditions of this liberty” (MOSCOVICI, 1988, p. 231).

¹¹ No original: “[...] representations can become social, depending on the relations between group members” (MOSCOVICI, 1988, p. 221).

¹² Idem. No original: “[...] can be shared by all the members of a highly structured group – a party, city or nation – without their having been produced by the group” (MOSCOVICI, 1988, p. 221).

¹³ Idem. No original: “[...] prevail implicitly in all symbolic or affective practices. They seem to be uniform and coercive” (MOSCOVICI, 1988, p. 221).

(MOSCOVICI, 1988, p. 221, tradução livre)¹⁴, caracterizando-se como complementares e podendo ser visualizadas em um nível microssociológico. Por seu lado, as representações polêmicas (*polemical representations*) são “geradas no curso de conflitos e controvérsias sociais, e a sociedade como um todo não as compartilha. Elas são determinadas por relações antagônicas entre seus membros e destinam-se a ser mutuamente excludentes”¹⁵.

Os caminhos que Moscovici aponta para caracterizar o fenômeno das representações sociais como algo específico das sociedades modernas reforçam o papel central da comunicação social no estudo das representações. Depreende-se que as representações só se constituem enquanto hegemônicas, emancipadas ou polêmicas porque são conformadas pela comunicação; e é pelo fato de serem comunicáveis que são também dinâmicas. Como descreve Jodelet (2001, p. 22), o contexto particular das sociedades contemporâneas, ao qual pertencem as representações sociais, sustenta-se sobre uma tríade: a “intensidade e fluidez das trocas e comunicações”, o “desenvolvimento da ciência” e a “pluralidade e mobilidade sociais”.

Partindo da vitalidade, da transversalidade e da complexidade que identifica nas representações sociais, Jodelet (2001) qualifica o estudo desses fenômenos como interdisciplinar. Para a autora, dessa interdisciplinaridade derivam componentes fundamentais das pesquisas em representações sociais, que são a articulação de “elementos afetivos, mentais e sociais” e a integração entre cognição, linguagem e comunicação, considerando as “relações sociais que afetam as representações e a realidade material, social e ideativa sobre a qual elas têm de intervir” (JODELET, 2001, p. 26).

Sintetizam-se assim, como propriedades das representações sociais, na visão de Jodelet (2001, p. 27): (1) a manifestação das características do sujeito e do objeto representado; (2) “a relação de simbolização (substituindo-o) e de interpretação (conferindo-lhe significação)” com o objeto; (3) a demarcação como uma forma de conhecimento; (4) e a articulação entre experiência, contextos e

¹⁴ No original: “[...] with a certain degree of autonomy with respect to the interacting segments of society” (MOSCOVICI, 1988, p. 221).

¹⁵ Idem. No original: “[...] generated in the course of social conflict, social controversy, and society as a whole does not share them. They are determined by the antagonistic relations between its members and intended to be mutually exclusive” (MOSCOVICI, 1988, p. 221).

condições de produção como premissas norteadoras das funções sociais das representações.

Complementar a essas propriedades, a autora delimita três problemáticas conformadas no espaço de estudo das representações sociais: condições de produção e de circulação; processos e estados; e estatuto epistemológico (JODELET, 2001, p. 33). Embora interdependentes, é na primeira delas que Jodelet (2001) localiza, ao lado da cultura e da sociedade, a linguagem e a comunicação. A partir disso, a comunicação é então pensada como condição de produção e de circulação de representações sociais. Enquanto ação que se processa interativamente nas relações sociais, a comunicação é inerente à geração das representações, o que equivale a dizer que as representações sociais só existem se comunicadas.

1.2. REPRESENTAÇÕES SOCIAIS: FENÔMENOS COMUNICACIONAIS

Representações sociais são produzidas e postas em circulação pela comunicação. Moscovici (2001, p. 62) ressalta que, na passagem que propõe das representações coletivas para as sociais, além de considerar a “diversidade de origem, tanto nos indivíduos quanto nos grupos”, desloca “a ênfase sobre a comunicação que permite aos indivíduos convergirem; de modo que algo pode tornar-se social ou vice-versa”. Para o autor, o reconhecimento de que as representações são construídas e adquiridas leva ao entendimento de que “não são os substratos, mas as interações que contam”¹⁶ na compreensão desses fenômenos. Destacando o papel das interações no estudo das representações sociais, Moscovici (2001, p. 62) afirma que se trata de observar e interpretar “não mais uma vida social já feita, mas uma vida social em via de se fazer”. Nesse sentido, o autor expressa que, “cada vez que um saber é gerado e comunicado, torna-se parte da vida coletiva” (MOSCOVICI, 2001, p. 63).

Em *A psicanálise, sua imagem e seu público* (1961), obra publicada a partir da tese em que se propõe a “descrever e compreender como a Psicanálise se inseriu na sociedade francesa” (MOSCOVICI, 1978, p. 36), Moscovici insiste na importância da comunicação para a Teoria das Representações Sociais, algo que se evidencia na própria

¹⁶ Idem.

subdivisão da pesquisa que empreende. Nas palavras do autor, “a primeira parte ocupa-se dos resultados da pesquisa de opinião e a segunda parte, da análise de conteúdo da imprensa” (MOSCOVICI, 1978, p. 35) ¹⁷. Pode-se considerar que, das entrevistas que realiza para o estudo de opinião, à análise de conteúdo de artigos veiculados na imprensa francesa, relativos à psicanálise, Moscovici concretiza, de fato, uma investigação voltada para as trocas comunicativas de um ponto de vista social e antropológico. Sua preocupação não está na psicanálise enquanto ciência, mas enquanto objeto do pensamento social.

A premissa que orienta o autor na análise de opinião está na relação entre representações sociais e opinião pública. De sua consulta a diferentes subgrupos urbanos da sociedade francesa (estudantes, profissionais liberais, operários, classe média), Moscovici (1978, p. 67) formula “a hipótese de que cada universo tem três dimensões: a atitude, a informação e o campo de representação ou a imagem”. Para o autor, a atitude está vinculada à tomada de posições e “a informação – dimensão ou conceito – relaciona-se com a organização dos conhecimentos que um grupo possui a respeito de um objeto social, no nosso caso, a Psicanálise” ¹⁸. O campo da representação, por sua vez, remete “à ideia de imagem, de modelo social, ao conteúdo concreto e limitado das proposições atinentes a um aspecto preciso do objeto da representação” (MOSCOVICI, 1978, p. 69). Essa hipótese estrutura as noções de ancoragem e objetivação (processos que geram representações sociais) que Moscovici teoriza e o leva a concluir que “as opiniões podem englobar o conjunto representado, mas isso não quer dizer que esse conjunto seja ordenado e estruturado” ¹⁹.

¹⁷ Na bibliografia aqui citada, a primeira etapa da pesquisa de Moscovici corresponde ao livro publicado no Brasil sob o título de *A representação social da psicanálise* (Zahar, 1978). Para a segunda etapa, utiliza-se a versão em espanhol, *El psicoanálisis, su imagen y su público* (Editora Huemul, 1979), especificamente a segunda parte do volume, “El psicoanálisis en la prensa francesa: análisis del contenido y de los sistemas de comunicación” (p. 207-363).

¹⁸ Idem.

¹⁹ Idem.

Na extensiva análise de conteúdo de diferentes mídias impressas²⁰, segunda etapa de sua pesquisa, Moscovici (1979, p. 217) busca identificar *a imagem da psicanálise na imprensa e como ela se define*²¹. Sua metodologia é de caráter qualitativo e quantitativo, que em sua visão são processos complementares: “o primeiro traduz a estrutura do conteúdo emitido e o segundo estabelece a ponderação dos termos e dos parâmetros de tudo o que é transmitido, em nosso caso, por meio da imprensa” (MOSCOVICI, 1979, p. 211, tradução livre)²². A partir das diferentes representações sociais relativas à psicanálise que distingue²³, Moscovici (1979, p. 219, tradução livre) conclui que “os jornais e as revistas representam a psicanálise fundamentalmente como um sistema de interpretação e acessoriamente como uma disciplina – teoria e técnica – especializada”²⁴. Essa conclusão corresponde à primeira fase da análise da imprensa efetivada pelo autor, tendo em vista que suas considerações também alcançam os sistemas de comunicação.

Esta breve enumeração dos resultados quantitativos, sua reunião com a finalidade de

²⁰ Moscovici analisou 241 jornais e revistas franceses entre 1º de janeiro de 1952 e 1º de março de 1953. No total, contabilizou 1451 artigos extraídos dessas publicações, com percentual de periodicidade equivalente a 45% diários, 30% semanais, 22% mensais e 3% indeterminados (cf. MOSCOVICI, 1979, p. 211).

²¹ “¿Cuál es la imagen del psicoanálisis en la prensa? ¿Cómo se lo define?” (MOSCOVICI, 1979, p. 217).

²² No original: “El primero traduce la estructura del contenido emitido y el segundo establece la ponderación de los términos y de los parámetros de todo lo que es transmitido, en nuestro caso, por medio de la prensa” (MOSCOVICI, 1979, p. 211).

²³ Essas representações da Psicanálise são, em ordem crescente: método terapêutico; teoria da personalidade e de suas perturbações; teoria psicológica geral; método de explicação dos fenômenos em geral; uma filosofia ou uma compreensão do homem; teoria da sexualidade (cf. MOSCOVICI, 1979, p. 217).

²⁴ No original: “[...] los diarios y las revistas representan al psicoanálisis fundamentalmente como un sistema de interpretación y accesoriamente como una disciplina – teoría y técnica – especializada” (MOSCOVICI, 1979, p. 219).

constituir uma tipologia dos grupos ideológicos em relação à psicanálise, tem por objetivo verificar a hipótese inicial, quer dizer, que existe um laço entre a orientação geral de uma publicação, a representação de uma teoria, a atitude diante da mesma e os aspectos mais imediatos, tais como o estilo, a seção onde aparece o artigo e os propósitos que se delineiam ao escrever um artigo desta natureza (MOSCOVICI, 1979, p. 225, tradução livre)²⁵.

Pode-se avaliar que a proposta de Moscovici (1979), apresentada em sequência à análise de conteúdo, é uma interpretação teórica sobre a imprensa, no sentido de que propõe um modelo para a compreensão da comunicação midiática. Segundo o autor, os processos de comunicação são, de forma ampla, determinados e constituídos por uma multiplicidade de relações: “relações entre a organização do conteúdo e a conduta, entre o marco de referência e o objeto da comunicação, ou entre o emissor e o receptor” (MOSCOVICI, 1979, p. 227, tradução livre)²⁶. Jodelet (2001) assinala que esses processos são níveis de incidência da comunicação no contexto das representações sociais, correspondendo respectivamente à dimensão de emergência, de formação (ancoragem e objetivação) ou de edificação de condutas. A estes três níveis a autora associa as instâncias interindividuais, institucionais e midiáticas da comunicação social.

Antes de sugerir uma subdivisão para a comunicação midiática, Moscovici (1979, p. 227, tradução livre) adverte que a lacuna de seu trabalho está em não ter sido possível “conhecer as interações, as necessidades de expressão dos que escrevem nos jornais sobre

²⁵ No original: “Esta escueta enumeración de los resultados cuantitativos, su reunión con la finalidad de constituir una tipología de los grupos ideológicos en relación con el psicoanálisis, tiene por objetivo verificar la hipótesis inicial, es decir, que existe un lazo entre la orientación general de una publicación, la representación de una teoría, la actitud frente a la misma y los aspectos más inmediatos, tales como el estilo, la sección donde aparece el artículo y los propósitos que se plantean al escribir un artículo de esta naturaleza” (MOSCOVICI, 1979, p. 225).

²⁶ No original: “[...] relaciones entre la organización del contenido y la conducta, entre el marco de referencia y el objeto de la comunicación, o entre el emisor y el receptor” (MOSCOVICI, 1979, p. 227).

psicanálise nem verificar os efeitos de suas mensagens sobre condutas definidas”²⁷. Infere-se que o autor reconhece, com isso, que o estudo da comunicação midiática deveria, além da análise dos produtos, preocupar-se com as condições de produção e de recepção que lhes competem. Para Moscovici (1978, p. 28),

a comunicação jamais se reduz à transmissão das mensagens de origem ou ao transporte de informações inalteradas. Ela diferencia, traduz, interpreta e combina, assim como os grupos inventam, diferenciam ou interpretam os objetos sociais ou as representações de outros grupos (MOSCOVICI, 1978, p. 28).

A comunicação midiática é, portanto, um processo social. Moscovici (1979) organiza a comunicação midiática em três categorias, conforme os efeitos que pressupõe exercerem sobre as audiências: *difusão*, *propagação* e *propaganda*²⁸. Como explica Jodelet (2001, p. 30), “a difusão é relacionada com a formação das opiniões; a propagação com a formação das atitudes e a propaganda com a dos estereótipos”. A começar pela *difusão*, Moscovici (1979, p. 232, tradução livre) especifica que se trata de “uma forma de comunicação que concerne não a um grupo definido, mas ao que frequentemente é chamado de massa”²⁹. O autor esclarece que, em sua concepção, a difusão não é uma “operação material de distribuição. A imagem mais exata é a que apresenta um ou vários elementos que percorrem trajetórias descontínuas no interior de diversas estruturas ligadas entre si

²⁷ No original: “[...] tenido la posibilidad (salvo una excepción) de conocer las interacciones, las necesidades de expresión de quienes escriben en los diarios sobre el psicoanálisis y no hemos podido verificar los efectos de sus mensajes sobre conductas definidas” (MOSCOVICI, 1979, p. 227).

²⁸ Apesar de utilizar o termo “efeito”, cabe ressaltar que em nenhum momento, nas referências aqui citadas, o autor trata das audiências na condição passiva.

²⁹ No original: “[...] una forma de comunicación que concierne no a un grupo definido, sino a lo que a menudo se llama la massa” (MOSCOVICI, 1979, p. 232). Massa é, para o autor, sinônimo de público e de heterogeneidade.

e que podem produzir modificações, ser modificadas ou conservar sua autonomia” (MOSCOVICI, 1979, p. 227, tradução livre)³⁰.

À difusão Moscovici (1979, p. 249, tradução livre) atribui o papel de mediação “entre os grupos sociais e seus sistemas de valores”³¹. Enquanto forma de comunicação, a difusão remete a um processo socialmente inscrito e não aos meios enquanto aparatos técnicos cuja função é difundir. Como defende o autor, a difusão não é “canal de transmissão de afirmações e de valores, mas uma modalidade de construção de conteúdos e realidades” (MOSCOVICI, 1979, p. 262, tradução livre)³². Ao se referir a essa forma de comunicação, Moscovici (1979) se baseia nas notícias que compõem seu material empírico, afirmando que os jornalistas e os jornais atuam como mediadores. “Fala-se de ‘especialistas’, de ‘autoridades’, mas é o jornalista quem transforma toda a informação a fim de apresentá-la ao público” (MOSCOVICI, 1979, p. 262, tradução livre)³³. O autor observa, ainda, que considerar o jornal como um mediador na relação com o público “implica que ele também é um receptor, pois o objeto – no caso a psicanálise – é exterior a ele” (MOSCOVICI, 1979, p. 228, tradução livre)³⁴.

Para Moscovici (1979, p. 262, tradução livre), no estudo das representações sociais com base na difusão, importa menos que o objeto

³⁰ No original: “[...] operación material de distribución. La imagen más exacta es la que presenta uno o varios elementos que recorren trayectorias discontinuas en el interior de diversas estructuras ligadas entre sí y que pueden producir modificaciones, ser modificadas o conservar su autonomía” (MOSCOVICI, 1979, p. 227).

³¹ No original: “[...] entre los grupos sociales y sus sistemas de valores” (MOSCOVICI, 1979, p. 249).

³² No original: “[...] canal de transmisión de afirmaciones y de valores, sino modalidad de construcción de contenidos y realidades” (MOSCOVICI, 1979, p. 262).

³³ No original: “[...] “Se habla de ‘especialistas’, de ‘autoridades’, pero es el periodista quien transforma toda la información con el fin de presentarla al público” (MOSCOVICI, 1979, p. 262).

³⁴ No original: “[...] implica que él también es un receptor pues el objeto – en la ocurrencia el psicoanálisis – es exterior a él” (MOSCOVICI, 1979, p. 228).

representado – a psicanálise, no caso – “siga o marco de referência do jornal ou da revista considerada”³⁵. Mais do que isso, interessa ao autor que a difusão insere esse objeto “na realidade social como uma parte desta”³⁶. Seu foco é, portanto, a observação de uma determinada sociedade por meio de sua imprensa, o que revela a minimização da importância dos efeitos em se tratando de difusão. Nas palavras de Moscovici (1979, p. 263, tradução livre)³⁷, essa forma de comunicação tende a influenciar as opiniões, “mas esta influência é múltipla e indireta. Ter-se-ia o direito de dizer que produz efeitos, mas que não tende a obter resultados”. Dessas ponderações emergem o grau de autonomia do público frente às notícias e o interesse subjacente do autor pela vida social, sendo a comunicação parte dela.

O sistema de comunicação concebido como *propagação* é descrito por Moscovici (1979, p. 267, tradução livre) como a “transmissão de mensagens estruturadas e explícitas que possuem como fundamento um marco de referência que se expressa claramente”³⁸. O autor se refere, nesse caso, a jornais e revistas de orientação declarada, como a imprensa religiosa. Nesse sentido, a propagação é o processo que busca incorporar o objeto representado a uma visão de mundo de referência, construindo, por exemplo, uma versão católica da psicanálise, como identifica Moscovici (1979). Se a difusão se direciona para um público heterogêneo, tendo como efeito a formação de uma opinião pública, a propagação se dirige a uma audiência específica, visando à formação de atitudes.

A *propaganda*, para Moscovici (1979, p. 287, tradução livre), é uma forma de comunicação próxima à propagação, porém mais enfática, uma vez que “não se contenta em renovar a significação de um

³⁵ No original: “[...] siga el marco de referencia del diario o de la revista considerada no merece casi ser mencionado” (MOSCOVICI, 1979, p. 262).

³⁶ Idem. No original: “[...] en la realidad social como una parte de esta” (MOSCOVICI, 1979, p. 262).

³⁷ No original: “[...] pero esta influencia es múltiple e indirecta. Se tendría el derecho de decir que produce efectos pero que no tiende a obtener resultados” (MOSCOVICI, 1979, p. 263).

³⁸ No original: “[...] transmisión de mensajes estructurados y explícitos que poseen como fundamento un marco de referencia que se expresa claramente” (MOSCOVICI, 1979, p. 267).

comportamento, mas tende a criá-lo ou reforçá-lo”³⁹. Na concepção do autor, a propaganda é um “processo de formação e de instrumentalização da representação” (MOSCOVICI, 1979, p. 339, tradução livre)⁴⁰, correlacionando-se, em sua investigação, à imprensa partidária⁴¹. Na avaliação que faz do que delimita como imprensa comunista, por exemplo, Moscovici (1979, p. 326, tradução livre) discerne um esforço dos meios para “(1) reforçar a participação social; (2) produzir a estereotipia e (3) indicar a conduta ou a ação adequada”⁴² em relação à psicanálise.

Essa subdivisão da comunicação midiática em três sistemas não pressupõe, para Moscovici (1979), considerá-los autônomos, tendo em vista que, enquanto formas também sociais de comunicação, difusão, propagação e propaganda se entrecruzam. Diante disso, o autor esclarece que só podem ser pensados em suas individualidades a partir do “ângulo da estrutura das mensagens, da elaboração dos meios sociais, dos laços entre emissor e receptor, do comportamento encarado” (MOSCOVICI, 1979, p. 357, tradução livre)⁴³. É a particularidade que estruturam enquanto processos sociais que “nos autoriza a vincular termo a termo *a difusão, a propagação e a propaganda com a opinião,*

³⁹ No original: [...] “no se contenta con renovar la significación de un comportamiento sino que tiende a crearlo o reforzarlo” (MOSCOVICI, 1979, p. 287).

⁴⁰ No original: [...] “proceso de formación y de instrumentalización de la representación” (MOSCOVICI, 1979, p. 339).

⁴¹ Ao tratar da propaganda como sistema de comunicação, Moscovici (1979) não está se referindo à publicidade ou a anúncios publicitários. Esse sistema de comunicação, tal como pensado pelo autor, deve ser contextualizado no âmbito de polarização ideológica pós-guerra.

⁴² No original: “[...] 1) reforzar la participación social; 2) producir la estereotipia y 3) indicar la conducta o la acción adecuada” (MOSCOVICI, 1979, p. 326). Na observação do autor, nos anos 1950 era nítida a propaganda contra a psicanálise por parte da imprensa comunista.

⁴³ No original: [...] ángulo de la estructura de los mensajes, de la elaboración de los medios sociales, de los lazos entre emisor y receptor, del comportamiento encarado” (MOSCOVICI, 1979, p. 357).

a atitude e o estereótipo”, reforça Moscovici⁴⁴. Tanto é que, em seu dizer, “a análise dos tipos de relação e da natureza dos sistemas de comunicação oferece um campo importante de exploração experimental” (MOSCOVICI, 1979, p. 361, tradução livre)⁴⁵, o qual não completou em sua pesquisa.

Em reflexão posterior acerca das apropriações de sua teoria, Moscovici (2009), em coautoria com Georges Vignaux, considera negligenciada a centralidade que confere à comunicação em seu estudo. Na opinião dos autores, “houve uma tendência de deixar na sombra uma das referências essenciais da teoria das representações sociais. Queremos dizer, sua referência à comunicação, à linguagem, em síntese, ao aspecto discursivo do conhecimento elaborado em comum” (MOSCOVICI; VIGNAUX, 2009, p. 220). Para Moscovici (1988), a pesquisa em representações sociais não prescinde dos vários domínios socioculturais que permitem aos sujeitos se comunicarem e adquirirem conhecimento. Em suas palavras, a teoria “não lida apenas com homens e mulheres de carne e osso. Ela deve, também, permitir-nos compreender as obras conjuntamente criadas e, além disso, literatura, novelas, filmes, e até mesmo a ciência e as instituições que lhes dão forma objetiva” (MOSCOVICI, 1988, p. 244, tradução livre)⁴⁶. Acrescentam-se aqui, jornais e revistas, o que se justifica pela própria análise da imprensa francesa executada pelo autor.

A noção de representação social, de acordo com Vera França (2004, p. 13), inscreve-se nos limites da comunicação na medida em que esta é tomada “como instância de produção de sentido instalada num contexto relacional”. Para a autora, o conceito é de relevância – assim como o de mediação – para se pensar a comunicação enquanto “troca,

⁴⁴ Idem. No original: “[...] nos autoriza a vincular término a término la difusión, la propagación y la propaganda con la opinión, la actitud y el estereotipo” (MOSCOVICI, 1979, p. 357).

⁴⁵ No original: “El análisis de los tipos de relación y de la naturaleza de los sistemas de comunicación ofrece un campo importante de exploración experimental” (MOSCOVICI, 1979, p. 361).

⁴⁶ No original: “A theory of representation does not deal only with men and women in flesh and blood. It should also allow us to understand their jointly created works, and beyond that, literature, novels, movies, art, and even science and the institutions that give them objective shape” (MOSCOVICI, 1988, p. 244).

interação, situação comunicacional que circunscreve a relação – mediada discursivamente – de sujeitos interlocutores”⁴⁷. França (2004, p. 18) explica que as representações são fenômenos de natureza complexa, que instauram sentidos e se inscrevem materialmente, alterando-se continuamente “tanto na sua dimensão simbólica quanto nas suas formas concretas de manifestação (aparição sensível)”. Na concepção da autora, representações “existem dentro e enquanto práticas comunicativas” (FRANÇA, 2004, p. 22) e

a comunicação é esse processo em que imagens, representações são produzidas, trocadas, atualizadas no bojo de relações; esse processo em que sujeitos interlocutores produzem, se apropriam e atualizam permanentemente os sentidos que moldam seu mundo e, em última instância, o próprio mundo. [...] Podemos recortar imagens, representações, e analisá-las de distintas maneiras: interpretar seu significado; analisar sua organização formal, seu diálogo com outras formas e produtos, reconstruir textos, perceber as intertextualidades (FRANÇA, 2004, p. 23)⁴⁸.

Partindo do mesmo princípio, Laura Corrêa e Fabrício da Silveira (2014, p. 212) acrescentam que a mídia está “constantemente oferecendo, reutilizando e se apropriando de representações imagéticas e textuais para construir seus discursos e promover a interação com seus públicos”. Baseados em Moscovici, os autores compreendem que as representações sociais estão ligadas “a formas de criações sociais imersas no domínio das injunções políticas, culturais e históricas que caracterizam a modernidade” o que, em sua percepção, rompe com a proposição funcionalista de Durkheim (CORRÊA; SILVEIRA, 2014, p. 211-212). Corrêa e Silveira (2014, p. 212) reforçam, com isso, o espaço comunicativo das representações sociais, apreendendo que “não são entidades / enunciados / projeções estáticas, uma vez que são construídas e reconstruídas nas experiências e interações comunicativas

⁴⁷ Idem.

⁴⁸ Continua a autora: “Podemos também, pelo caminho das mediações, radiografar o contexto sociocultural em que estão inseridos os receptores, identificar as marcas de seu cotidiano. Mas o cruzamento de uma e outra instância é um desafio a mais” (FRANÇA, 2004, p. 23).

entre pessoas e grupos, seja nas relações face a face ou por meio dos dispositivos midiáticos”.

A evidência da *interação* para a teoria moscovicianiana é destacada pelo próprio autor quando esclarece que toda representação deve ser percebida como um “modo ativo”. Moscovici (1978, p. 26) ressalta que o papel de uma representação social é “modelar o que é dado do exterior, na medida em que os indivíduos e os grupos se relacionam de preferência com os objetos, os atos e as situações constituídos por (e no decurso de) miríades de interações sociais”. Se por lado a representação modela, por outro “a comunicação modela a própria estrutura das representações” (MOSCOVICI, 1978, p. 78), o que só é possível pelas interações comunicativas, infere-se.

Essas interações comunicativas que conformam as representações sociais não são, contudo, sinônimas das inúmeras interações sociais que moldam essas representações. Vera França e Paula Simões (2014, p. 170) distinguem que as interações comunicativas são “um tipo particular de interação social”. Esta designa um conceito mais amplo, ou seja, “é construída a partir das ações reciprocamente referenciadas dos indivíduos – e são as múltiplas interações em que estes se engajam que constituem a vida social” (FRANÇA; SIMÕES, 2014, p. 168-169). Aquelas, enquanto parte de um contexto interativo social, efetivam-se na inter-relação de sujeitos que produzem e comunicam sentidos, o que equivale a dizer que instauram um processo de significação, como expõem as autoras.

Falar em interação comunicativa, então, implica compreender que a comunicação tem uma dimensão prática; que ela acontece ligando dois ou mais indivíduos (tornados ali “um para o outro”); que essa ação conjunta se faz por meio da linguagem, permitindo-lhes estabelecer um terreno comum, um entre-nós, uma mútua referência. A concepção de interação comunicativa abre a leitura do ato comunicacional, e obrigatoriamente insere em nossa análise a dinâmica relacional, a linguagem, a inserção num contexto (numa situação) (FRANÇA; SIMÕES, 2014, p. 171).

No intuito de reforçar a diferenciação entre os dois tipos de interações, acrescenta-se, conforme José Luiz Braga (2012b, p. 26, grifos no original), que “as interações sociais são o *lugar de ocorrência*

da comunicação”. O autor enfatiza que a interatividade comporta especificidades dos meios pelos quais a comunicação se trama, mas é, antes disso, “um processo socialmente construído, [...] organizado historicamente em torno da geração de determinados produtos de sentido” (BRAGA, 2000, p. 6). Segundo Braga (2000, p. 4), as interações que contextualizam as ações comunicativas “envolvem uma grande variedade de circunstâncias, processos, participantes, objetivos e encaminhamentos”.

Considera-se assim, que embora a linguagem seja um elemento fundamental para a interação comunicativa, não é o único. Braga (2015, p. 2, grifo no original) assinala que a comunicação é o “processo constituinte das linguagens”, as quais, portanto, são produzidas “socialmente pelo próprio ser humano *em comunicação*”. Por consequência, a qualificação das representações sociais como fenômenos comunicacionais ultrapassa a relevância da linguagem nos processos de ancoragem e de objetivação que, segundo Moscovici (2009), geram as representações. Nas palavras do próprio autor,

a riqueza e a originalidade de significados são, de fato, o que nós tentamos comunicar uns com os outros. Mas, nesta comunicação, formas linguísticas não são suficientes para explicar como a mensagem comunicada é recebida e então compreendida. [...] Muitas vezes a comunicação de uma mensagem não coincide com a comunicação linguística propriamente dita (MOSCOVICI, 1994, p. 164-165, tradução livre)⁴⁹.

Moscovici (1994, p. 171, tradução livre) acentua a dimensão contextual da comunicação, defendendo que o contexto representa “as condições de comunicação, seus aspectos linguísticos e o conhecimento

⁴⁹ “The richness and originality of meanings, this is indeed what we try to communicate to one another. But in this communication linguistic forms are not enough to explain how the communicated message is received and then understood. [...] Too often the communication of a message does not coincide with linguistic communication properly speaking” (MOSCOVICI, 1994, pp. 164-165).

e crenças dos participantes”⁵⁰. O autor lembra que o contexto é um precedente da comunicação, que não pode ser controlado pelos sujeitos, “mas pode expressar suas preferências por um ou outro aspecto durante a comunicação propriamente dita”⁵¹. França (2004, p. 25) desenvolve raciocínio semelhante ao argumentar que “as representações são construídas e ganham sentidos em contextos relacionais específicos”. A afirmação da autora, aplicada ao estudo da comunicação midiática, aponta para a “convicção de que apenas nos aproximaremos melhor da compreensão das representações que circulam na sociedade se nos dermos conta da profunda reflexividade que marca o lugar social da mídia”⁵².

Levando-se em conta a perspectiva de Elton Antunes e Paulo Bernardo Vaz (2006), compreende-se a mídia como algo que não se encerra nos meios de comunicação. Para os autores, “a mídia não diz sozinha da comunicação e tampouco da vida social” (ANTUNES; VAZ, 2006, p. 43). Ela configura “uma forma específica de manifestação material dos discursos, de formatação de textos; um processo de produção de significação, de estruturação de sentido; uma maneira de modelar processos de interação; e um procedimento de transmissão e difusão de materiais significantes” (ANTUNES; VAZ, 2006, p. 46). Entende-se assim, que a mídia é um processo social estruturado e estruturante de práticas comunicativas, o que lhe confere uma potência enquanto lugar de observação das interações de natureza comunicativa que perpassam as relações e trocas cotidianas.

Com base na definição de Antunes e Vaz (2006), pode-se inferir que os três níveis de incidência da comunicação na produção e circulação de representações (interindividual, institucional e midiático), apresentados por Moscovici (JODELET, 2001), são complementares. Assim, a mídia também estaria relacionada, além da difusão, propaganda ou propagação de representações, aos processos de formação (ancoragem e objetivação) e emergência dessas representações. A mídia se localizaria, ainda, na posição de sujeito

⁵⁰ No original: [...] “the conditions of communication, its linguistic features and the knowledge and beliefs of the participants” (MOSCOVICI, 1994, p. 171).

⁵¹ Idem. No original: “[...] but can express their preferences for such or such an aspect during communication itself” (MOSCOVICI, 1994, p. 171).

⁵² Idem.

social que produz representações sobre variados objetos e na posição de objeto sobre o qual outros sujeitos produzem representações.

Em referência à mídia como sujeito que produz e põe em circulação sentidos socialmente elaborados, ou seja, como sujeito que constrói representações sociais, toma-se por base, como demarca Vera França (2006, p. 62), que “um sujeito se constitui no âmbito de uma ação”. A autora esclarece que a ideia de sujeito não existe isoladamente ou como sinônimo de indivíduo, mas é “constituída na relação e pela presença do outro, a partir da capacidade da construção de gestos significantes e de projeção dos movimentos e expectativas recíprocas” (FRANÇA, 2006, p. 78). A comunicação seria, então, ativa na conformação dos sujeitos. No caso das representações, esses sujeitos poderiam ser visualizados tanto na posição de agentes em comunicação que produzem sentidos, quanto no lugar de objetos acerca dos quais sentidos são produzidos. Disso deriva que as representações podem ser estudadas como produções simbólicas de um sujeito acerca de outro, numa visada relacional e interativa.

Jodelet (2009, p. 696) reforça que os sujeitos são pertinentes a um “contexto social de interação e inscrição”. A autora propõe esquematicamente que as representações sociais se situariam na intersecção de três esferas interdependentes de pertencimento dos sujeitos: a subjetiva, a intersubjetiva e a transubjetiva. A subjetividade se centraria “nos processos pelos quais o sujeito se apropria e constrói suas representações”; a intersubjetividade se voltaria às situações de interação entre os sujeitos; e a transubjetividade atravessaria as duas esferas anteriores, compreendendo “tanto os indivíduos e os grupos quanto os contextos de interação, as produções discursivas e as trocas verbais” (JODELET, 2009, p. 698).

Se as representações podem ser assumidas como interceptadas por essas três esferas de pertencimento dos sujeitos, seria válido localizar aí a comunicação. A partir de Jodelet (2009), seria ainda plausível deduzir que as representações se constituiriam como construções simbólicas de sujeitos interpelados subjetiva, intersubjetiva e transubjetivamente em suas práticas comunicativas. Logo, as representações carregariam as impressões desses sujeitos, donde resultaria que são sistemas simbólicos marcadamente plurais. Em vista disso, seria admissível, também, dizer que a mídia imprime sua subjetividade nas representações que produz e que faz circular socialmente através do que Braga (2012a, p. 41) denomina como fluxo contínuo ou circuitos, “que são culturalmente praticados, são reconhecíveis por seus usuários e podem ser descritos e analisados por

pesquisadores”. Observa-se assim, em concordância com Braga (2012a, p. 43), “a continuidade entre processos midiáticos e outros processos interacionais de sociedade”, o que desvincula a mídia de uma abordagem puramente técnica.

Consoante ao defendido por Roger Silverstone (2012, p. 14), a mídia se identificaria, então, como “parte da textura geral da experiência”, tecida pelos sujeitos em comunicação que estariam em constante elaboração, apropriação, ressignificação e compartilhamento de representações. Como aponta o autor, a mídia “filtra e molda realidades cotidianas, por meio de suas representações singulares e múltiplas” (SILVERSTONE, 2012, p. 20). Infere-se, portanto, que observar as representações sociais midiaticamente comunicadas é também examinar as interações que dão existência aos sujeitos, identificáveis, segundo França (2006), pelas marcas textuais que os interpelam e pelos modos como agem em seus posicionamentos e falas. A observação dessas representações demanda, por conseguinte, a delimitação de momentos comunicacionais específicos da mídia analisada, nominados por Braga (2011) como episódios comunicacionais.

Braga (2011) descreve que episódios comunicacionais são ações de interação edificadas a partir de matrizes e modos práticos que dão condições ao processamento interativo. Tais matrizes estariam “culturalmente disponíveis no ambiente social (e em constante reelaboração e invenção)”, sendo conceituadas pelo autor como “dispositivos interacionais” (BRAGA, 2011, p. 5). Esses dispositivos se materializariam, então, como lugares de investigação das práticas representativas dos sujeitos em comunicação, sendo acionados em contextos específicos e balizados como “modos de fazer socialmente produzidos e tornados disponíveis” (BRAGA, 2011, p. 10). Daí seria possível dizer que a comunicação midiática, em seus múltiplos modos de fazer, conforma-se em sistemas de relações socialmente legitimados, a exemplo do jornalismo.

Em retomada ao que definem Antunes e Vaz (2006, p. 46), o jornalismo pode ser considerado mídia na medida em que se identifica enquanto forma textual e matriz interacional que cria e põe sentidos em circulação. Dessa maneira, é possível compreender as mídias jornalísticas como sujeitos em comunicação que incidem na constituição simbólica do pensamento social, o que encontra respaldo em Moscovici (1979). Ao se referir ao jornal, o autor o reconhece como sujeito que comunica a partir do objeto representado, declarando que “o resultado desta fascinação do jornal – em tanto sujeito –, que comunica mediante

o objeto representado, é uma manifestação de certos aspectos particulares da representação e da autonomia dos mesmos” (MOSCOVICI, 1979, p. 258, tradução livre)⁵³. As mídias jornalísticas são, portanto, instâncias de observação social que conformam distintas formas textuais que interagem com o público na geração de significações e de conhecimento. Daí a pertinência de se investigar os modos como os produtos jornalísticos contribuem para o estudo das representações sociais, no caso desta pesquisa, a revista *Globo Rural*.

Amparando-se nas asserções de Geane Alzamora e Tiago Salgado (2014, p. 187)⁵⁴, compreende-se que a revista *Globo Rural*, enquanto mídia, articula “dimensões materiais (aquilo que pode ser nomeado de suporte) e imateriais (conteúdo, significados, interpretações, o simbólico)”, sendo estas o foco de interesse deste estudo, que busca identificar e descrever representações sociais da ruralidade brasileira em reportagens e notícias da *Globo Rural*. Com base em uma abordagem construcionista, teoricamente sustentada no estudo das representações sociais, leva-se em conta que a mídia “promove a circulação de diferentes realidades e integra a fabricação e construção das múltiplas realidades” (ALZAMORA; SALGADO, 2014, p. 188). Cabe reforçar que o jornalismo não se encerra no estudo da mídia, assim como o contrário. Porém, esta pesquisa tem como objeto empírico uma mídia jornalística, partindo do princípio que esta mídia é lugar “de criação e partilhamento de representações” e “uma maneira de estabelecimento de contratos e de estruturação de sentidos” (ANTUNES; VAZ, 2006, p. 45).

⁵³ No original: “El resultado de esta fascinación del diario – en tanto sujeto –, que comunica mediante el objeto representado, es una manifestación de ciertos aspectos particulares de la representación y de la autonomía de los mismos” (MOSCOVICI, 1979, p. 258).

⁵⁴ Recuperando a etimologia do termo, os autores esclarecem que “o termo mídia é abordado de diferentes maneiras e apresenta significados variados nas pesquisas e publicações em comunicação. A etimologia latina refere-se ao plural de *medium* (meio). *Media* (mídia), então, seria o conjunto de meios. Cabe destacar que a tradução para o português do Brasil descarta o caráter plural e heterogêneo da nomenclatura, de modo que ao se dizer mídia, emprega-se sua forma no singular. A singularidade do termo, de certa maneira, implica em imprecisão conceitual acerca do que se pode compreender como mídia” (ALZAMORA; SALGADO, 2014, p. 183).

1.3. ASPECTOS SIMBÓLICOS E REPRESENTATIVOS NA CONSTRUÇÃO DAS NOTÍCIAS

No quadro das pesquisas teóricas sobre o jornalismo, partindo-se da identificação de V. França (1998, p. 34), visualizam-se duas tendências: “estudos sobre a emergência e particularidade do fenômeno jornalístico; e estudos sobre sua inserção na problemática geral da comunicação na sociedade”. A autora reforça, no primeiro caso, o pioneirismo de Otto Groth na proposição de um pensamento específico sobre o jornalismo, reconhecendo a importância das pesquisas subsequentes. No segundo, explica que “o jornalismo é analisado enquanto ‘ramo’ da mídia, e seu estudo se dá através das teorias da comunicação”⁵⁵. Essas opções não indicam uma oposição, mas demarcam uma escolha teórica que, no caso deste estudo, está localizada na segunda tendência, também de acordo com o pensamento de Gislene Silva (2010, p. 245), para quem o jornalismo pode ser tomado “como um dos fenômenos da mídia, sendo parte, portanto, dos interesses, cuidados e críticas do pensamento teórico do campo da Comunicação”.

A apreensão do jornalismo por um ângulo comunicacional e midiático se justifica pelo próprio desdobramento que Moscovici (1979) dá à comunicação midiática ao fracioná-la em difusão, propagação e propaganda, sistemas de comunicação socialmente inscritos. Nesse sentido, retoma-se o pensamento de França (1998, p. 26) para o entendimento de que “o jornalismo faz parte do ‘dizer’ social”. Na perspectiva da autora, a informação jornalística é “objetivação de uma subjetividade, construção simbólica” (FRANÇA, 1998, p. 41) e a existência do jornalismo se dá em relação comunicativa, o que leva à sustentação de que “a análise do jornalismo não pode prescindir do contexto relacional em que ele se inscreve, nem deve considerar essa relação como unilateral e preestabelecida, insensível à construção simbólica em torno da qual ela se institui e ao meio social no qual se enraíza” (FRANÇA, 1998, p. 42). Para França (1998, p. 29), o jornalismo deve ser incluído nas relações de sentido que constituem a vida social, uma vez que é “uma maneira específica de dizer; cria uma dinâmica circular de circulação de informações na sociedade e molda as características de seu produto, a informação”.

⁵⁵ Idem.

As informações jornalísticas ou notícias, nos termos de Moscovici (1979), estariam atreladas à difusão, dirigindo-se a um público amplo e heterogêneo e contribuindo para a formação de uma opinião acerca de dado assunto. A propagação e a propaganda, por sua vez, constituiriam sistemas de comunicação com propósitos mais delimitados, visando efeitos específicos (atitudes e ações) em uma audiência mais homogênea, o que equivaleria a dizer que são formas de comunicação mais especializadas em relação aos efeitos que procuram exercer sobre as audiências⁵⁶. Na medida em que esses sistemas se interceptam, e na medida em que se reconhece que o jornalismo não se reduz às notícias, a revista *Globo Rural*, quando examinada com o embasamento da Teoria das Representações Sociais, não diz respeito apenas à difusão. Contudo, quando são consideradas suas notícias e reportagens, pode-se estabelecer uma proximidade com a análise da difusão executada por Moscovici (1979)⁵⁷.

Moscovici (1979) não se aprofunda no estudo das notícias sob um ponto de vista comunicativo, adotando referências de Herbert Blumer e Robert Park, autores vinculados ao interacionismo simbólico da Escola de Chicago, ao refletir sobre a difusão. Embora demarque as representações sociais como formas de conhecimento, assim como Park (2008) faz com as notícias, o autor não recorre ao sociólogo estadunidense por meio dessa conceituação comum. Para o psicossociólogo, “a descrição que Park faz da imprensa, das informações, aplica-se parcialmente à difusão”, servindo para corroborar a ideia de que as notícias não tendem a criar comportamentos sobre a psicanálise: “o que se quer é falar e fazer falar dela” (MOSCOVICI, 1979, p. 235, tradução livre)⁵⁸. Não constituindo interesse desta

⁵⁶ Não queremos dizer, com isso, que propagação e propaganda são formas de comunicação sinônimas de jornalismo especializado. Como já descrito no tópico anterior, elas se referem a processos sociais de comunicação midiática e não aos meios técnicos, o que poderia equivocadamente sugerir uma especialização de meios (revista, jornal, rádio, TV, internet), de temas (rural, político, econômico, cultural etc.) ou de ambos para a teoria de Moscovici.

⁵⁷ Um exemplo de revista que Moscovici (1979) leva em conta no estudo da difusão é a *Marie Claire*.

⁵⁸ No original: “La descripción que hace Park de la prensa, de las informaciones, se aplica parcialmente a la difusión. [...] lo que se quiere es hablar y hacer hablar de él” (MOSCOVICI, 1979, p. 235). A referência

pesquisa explorar a relação entre notícias e representações sociais enquanto formas de conhecimento, opta-se por interligá-las por um enfoque construcionista.

Nos estudos das notícias, a concepção construcionista emerge, de acordo com Nelson Traquina (2005), na década de 1970. Para o autor, as pesquisas que se desenvolvem nessa perspectiva propõem “que as notícias ajudam a construir a própria realidade”, defendem que a linguagem não é neutra e argumentam que as mídias noticiosas “estruturam inevitavelmente a sua representação dos acontecimentos” (TRAQUINA, 2005, p. 168-169). Traquina (2005) assinala que a teoria construcionista se subdivide em duas abordagens: a interacionista e a estruturalista. A primeira apresenta as notícias como “resultado de um processo de produção, definido como a percepção, seleção e transformação de uma matéria-prima (os acontecimentos) num produto (as notícias)” (TRAQUINA, 2005, p. 180). E a segunda pressupõe que a sociedade é uma construção consensual e que as notícias reforçam esse consenso (TRAQUINA, 2005). Na interpretação do autor, esta vertente da teoria construcionista encara o jornalismo como “espaço de reprodução da ideologia dominante”, invalidando-o como “recurso potencial para todos os diversos agentes sociais” (TRAQUINA, 2005, p. 180).

Pelo entendimento de que as duas abordagens são complementares, Traquina (2005, p. 173, grifo no original) ressalta que, para ambas, “as notícias são o resultado de processos complexos de interação social entre agentes sociais: os jornalistas e as fontes de informação; os jornalistas e a sociedade; os membros da *comunidade profissional*, dentro e fora da sua organização”. Acrescenta, ainda, que essas teorias afirmam que os jornalistas participam ativamente da construção da realidade e que “as notícias são narrativas, ‘estórias’, marcadas pela cultura dos membros da tribo [cultura jornalística] e pela cultura da sociedade onde estão inseridos” (TRAQUINA, 2005, p. 174).

Ao revisar as abordagens que tratam da relação entre jornalismo e construção de sentidos, G. Silva (2005) identifica duas vertentes: a que se baseia na “construção social da realidade, cotidiano e senso comum” (p. 96) e a que se volta “à dimensão simbólico-mítica, relação com o imaginário” (p. 102). A autora diferencia que

consultada por Moscovici é: PARK, R. **Society**. Glencoe: The Free Press, 1955, p. 80.

uma dessas linhas sustenta-se sobre o aporte da construção da realidade social e, à superfície, é margeada pelas investigações a respeito dos reordenamentos do senso comum. A outra se volta para a percepção do jornalismo como narrativa; uma narrativa configurada como novos modos de manifestação simbólica e mítica, margeada por sua vez pela dimensão subterrânea do imaginário, sempre na direção da produção de sentido (SILVA, 2005, p. 96).

Na esteira do pensamento de Moscovici, entende-se que o estudo das representações sociais, aplicado às notícias, dialoga com a primeira tendência, tendo em vista que, na conclusão de sua obra, o autor explica que “surge, não resolvida todavia, a pergunta que nos propusemos a cada instante: como constitui o homem sua realidade?” (MOSCOVICI, 1979, p. 362, tradução livre)⁵⁹. Pela sistematização de G. Silva (2005, p. 96), infere-se que as representações sociais, nos estudos do jornalismo, direcionam-se aos “reordenamentos do senso comum”. A carga simbólica que lhes é inerente não é pensada em termos de narratividade e não é necessariamente mítica.

A representação social é, em Moscovici (1978; 1979), um modo de conhecimento que possui uma finalidade prática na vida cotidiana e que tem nas notícias uma materialização específica. O autor insiste, inclusive, na separação entre os mitos e as representações⁶⁰, estando os primeiros mais relacionados à noção de representação coletiva como concebida por Durkheim. Moscovici não reproduz, no entanto, a ideia de que o mito seria uma forma arcaica de pensamento. Em sua opinião, nas sociedades modernas “não se quer reconhecê-lo, é certo, mas isso seria como tapar o rosto para ignorar a realidade” (MOSCOVICI, 1978, p. 46). A distinção que propõe, então, é de “causa sociológica mais direta”, escreve⁶¹. As representações sociais

⁵⁹ No original: “[...] surge, no resuelta todavía, la pregunta que nos hemos propuesto a cada instante: ¿cómo constituye el hombre su realidad?” (MOSCOVICI, 1979, p. 362).

⁶⁰ Cf. Moscovici, 1978, p. 2.

⁶¹ Idem.

“correspondem a necessidades e práticas que poderíamos chamar de profissionais, assim como a ciência, a técnica, a arte, a religião têm uma contrapartida nas necessidades e práticas profissionais dos cientistas, engenheiros, artistas e sacerdotes”, esclarece Moscovici⁶². Nesse sentido, os mitos podem ser tomados como objetos de representação e podem ser reforçados por representações sociais, mas não devem ser confundidos com a representação em si.

Na reflexão jornalística com base na construção social da realidade, Silva (2005) situa as pesquisas realizadas no âmbito da sociologia do conhecimento, como os estudos dos efeitos da mídia sobre público. Pode-se também incluir aqui a análise da imprensa francesa realizada por Moscovici (1979), visto que, em sua descrição das abordagens dos efeitos, Silva (2005, p. 97) observa o interesse dessas pesquisas pela “eficiência do trabalho dos emissores – e isso até mesmo quando os estudos dos efeitos se deslocam do interesse na mudança de comportamentos e atitudes do público para os efeitos cognitivos causados pelas notícias”. A perspectiva de Moscovici considera que as notícias exercem efeitos sobre a opinião do público e é centralizada na emissão (jornais e revistas); todavia, não se direciona para os modos de mudar essas opiniões.

Compreende-se que a difusão é, para Moscovici, circular: uma vez comunicadas via notícias, representações sociais irão incidir na opinião dos sujeitos e serão modeladas ou conservadas na vida cotidiana, retornando aos jornalistas e a novas pautas. Seria equivocado pensar em controle dos efeitos com base no autor, pois sua teoria é uma ruptura com a teoria comportamental behaviorista. Para Moscovici (1979, p. 356, tradução livre)⁶³ “a adaptação entre o jornal, a revista e seu público apresenta um problema permanente de criação de imagens recíprocas, capazes de regular a comunicação”. As notícias não são, portanto, detentoras de uma supremacia de efeitos em relação aos processos sociais em que estão envolvidos os sujeitos.

O vínculo que se mostra mais pertinente entre a Teoria das Representações Sociais e a construção social da realidade é o que Silva (2005) observa quando defende a validade da obra de Berger e Luckmann para os estudos em jornalismo. A autora argumenta que, a

⁶² Idem.

⁶³ No original: “La adaptación entre el diario, la revista y su público presenta un problema permanente de creación de imágenes recíprocas, capaces de regular la comunicación” (MOSCOVICI, 1979, p. 356).

partir dos sociólogos, pode-se pensar na “relevância dada ao cotidiano nos estudos de produção de sentido pelos meios de comunicação de massa” (SILVA, 2005, p. 101) e entender o jornalismo “como um importante constituinte desse ‘depósito social do conhecimento’ e de sua distribuição” (SILVA, 2005, p. 100). Conforme a autora:

É interessante, inspirando-se nesses dois autores, pensar o acervo de notícias – em constante atualização, acúmulo e esquecimento – como uma produção de sentido que nos ajuda a dar conta de motivos pragmáticos rotineiros, numa apreensão da realidade pelo senso comum, e também dar conta de responder a demandas mais subjetivas, aquelas que a partir desse *capital social de conhecimento*, constituído de e pela linguagem, nos elevem para além do imediato diário e nos situem dentro de “imensos edifícios de representação simbólica”, como bem fazem a arte ou a ciência (SILVA, 2005, p. 101, grifo no original).

Para Silva (2005, p. 106), o jornalismo pode ser entendido “como exercício de entendimento do mundo, tal qual Berger e Luckmann imaginam atuar o conhecimento do cotidiano” e, acrescenta-se, tal como Moscovici (1979), ao se basear em produções jornalísticas para compreender as representações sociais da psicanálise na vida cotidiana. Como Berger e Luckmann destacam em trabalho posterior, os meios de comunicação de massa são instituições que

desempenham um papel-chave na orientação moderna de sentido ou, melhor, na comunicação de sentido. São intermediadoras entre a experiência coletiva e a individual, oferecendo interpretações típicas para problemas definidos como típicos. Tudo o que as outras instituições produzem em matéria de interpretações da realidade e de valores, os meios de comunicação selecionam, organizam (empacotam), transformam, na maioria das vezes no curso desse processo, e decidem sobre a forma de sua difusão (BERGER; LUCKMANN, 2012, p. 70).

Endossando a validade da obra de Berger e Luckmann, para o estudo do jornalismo, Cristina Ponte (2005) observa que, ainda que os autores se refiram escassamente ao jornalismo em *A construção social da realidade*, do livro “retiram-se conceitos fundamentais para a compreensão do jornalismo como forma de conhecimento singular, como *vida quotidiana, linguagem e acervo social de conhecimento, reificação e legitimação*” (PONTE, 2005, p. 97, grifos no original). Para a autora, a relação entre linguagem e acervo social de conhecimento, sendo aquela um mecanismo que permite a conformação deste, tem relação direta com “capacidade de objectivação e de construção da actividade jornalística” (PONTE, 2005, p. 98). O jornalismo deve ser situado como “lugar de selecção e de construção desse acervo de conhecimentos”, defende Ponte (2005, p. 9).

Com foco específico na construção das notícias, Miquel Rodrigo Alsina (1989, p. 33, tradução livre)⁶⁴ também recorre a Berger e Luckmann para entender “as características da produção da realidade social pelos meios de comunicação de massa”. O autor esclarece que, inicialmente, seria possível “estabelecer uma clara divisão entre a concepção da realidade social como uma coisa ontologicamente dada e exterior à subjetividade, e a realidade social como o resultado de ações sociais intersubjetivas” (ALSINA, 1989, p. 29, tradução livre)⁶⁵. Identificando-se com a segunda perspectiva, Alsina (1989) descarta o determinismo da mídia e do jornalismo na construção social da realidade, contextualizando que, ao lado dos meios de comunicação de massa, também atua o público.

A notícia, para Alsina (1989, p. 34, tradução livre), constrói versões de realidade, ou seja, é “uma das realidades que os indivíduos constroem cotidianamente”⁶⁶, tendo em vista que, como enfatiza o autor, a realidade social não é única. De fato, o conceito de notícia que

⁶⁴ “[...] las características de la producción de la realidad social por los mass media. Este ha sido el objeto de estudio principal de este libro” (ALSINA, 1989, p. 33).

⁶⁵ “En principio podría establecer una clara división entre la concepción de la realidad social como una cosa ontológicamente dada y exterior a la subjetividad, y la realidad social como el resultado de acciones sociales intersubjetivas” (ALSINA, 1989, p. 29).

⁶⁶ “[...] ésta no es más que una de las realidades que los individuos construimos cotidianamente” (ALSINA, 1989, p. 34).

Alsina (1989) sugere é o de representação social da realidade: *“notícia é uma representação social da realidade cotidiana, produzida institucionalmente, que se manifesta na construção de um mundo possível”* (ALSINA, 1989, p. 185, tradução livre, grifo nosso)⁶⁷.

Ao detalhar a composição de sua definição de notícia, Alsina (1989) recupera em Durkheim a ideia de representação coletiva. Faz menção, ainda, ao interacionismo simbólico (Blumer, especificamente) e se fundamenta na psicossocióloga Claudine Herzlich (pesquisadora que trabalhou ao lado de Serge Moscovici) para definir representação social como uma modalidade de conhecimento⁶⁸. Do ponto de vista da produção institucional da informação, recorre a Berger e Luckmann para inferir que a atividade jornalística é socialmente institucionalizada e legitimada. Por fim, ao se referir à noção de construção de um mundo possível, o autor parte da Teoria dos Mundos Possíveis, de Umberto Eco. A partir de Eco, afirma que o mundo possível se relaciona a outros dois: o real e o de referência, estando os três inter-relacionados na construção das notícias (ALSINA, 1989). *“O mundo possível é o mundo narrativo construído pelo sujeito enunciador a partir dos outros dois mundos citados. Se no mundo ‘real’ se produzia a verificação e no mundo de referência se determinava a verossimilhança, no mundo possível se desenvolve a veridicção”* (ALSINA, 1989, p. 190, tradução livre)⁶⁹.

Depreende-se que, para Alsina (1989), pensar a notícia no processo de produção social da realidade é assumi-la como representação social que resulta de uma prática profissional institucionalizada e legitimada – o trabalho jornalístico –, e que cria uma versão de realidade que não é necessariamente a da vida cotidiana, mas que nela se referencia e a ela se volta. Esta definição permite

⁶⁷ “Noticia es una representación social de la realidad cotidiana producida institucionalmente que se manifiesta en la construcción de un mundo posible” (ALSINA, 1989, p. 185).

⁶⁸ A referência bibliográfica consultada por Alsina é: HERZLICH, Claudine. La representación social. In.: MOSCOVICI, Serge (Ed.). **Introducción a la psicología social**. Barcelona: Planeta, 1975.

⁶⁹ “El mundo posible es el mundo narrativo construido por el sujeto enunciador a partir de los otros dos mundos citados. Si en el mundo ‘real’ se producía la verificación y en el mundo de referencia se determinaba a verosimilitud, en el mundo posible se desarrolla la veridicción” (ALSINA, 1989, p. 190).

compreender a notícia como uma produção simbólica permeada de representações sociais, estabelecendo uma aproximação entre o jornalismo e a teoria moscoviciana.

Conforme Silva (2010, p. 245), leva-se em conta que “o fenômeno da comunicação noticiosa é de natureza igualmente social e coletiva”, estando as notícias vinculadas ao tecido social. As notícias constituem unidades de significação, construções simbólicas que instauram sentidos e que podem fazer parte da tessitura das múltiplas realidades vivenciadas pelos sujeitos sociais. Assim sendo, as representações sociais podem ser visualizadas em posição semelhante à que propõe a autora para o imaginário social, ao tomar “o jornalismo como uma tecnologia de criação e reprodução de imaginários sociais, como fonte que alimenta com imaginários o cotidiano contemporâneo e, ao mesmo tempo, de imaginários sociais alimenta a si mesmo” (SILVA, 2010, p. 249-250). Como observa Silva (2010, p. 246, grifo nosso), “o imaginário tem muitas vezes sido tomado conceitualmente como muito próximo dos conceitos de *representação social*, imagem mental, ideologia, crença, atividade simbólica, cultura e imaginação”. Daí a validade de se pensar o jornalismo incluído na circularidade das representações sociais na vida cotidiana.

Como defende França (1998, p. 58), “a comunicação mediática não é esvaziada de sua dimensão simbólica, da presença pregnante do imaginário, sem o qual não existiria comunicação, mas o consumo opaco de produtos por homens também esvaziados de sua subjetividade”. Por isso a potência das notícias não se limita ao ordinário, ao cumprimento de um papel específico e consensual na realidade cotidiana. As notícias constroem sentidos e os sentidos, explica França (1998, p. 41), estão em “‘completude provisória’, compreendendo as possibilidades inscritas no texto, na relação, no processo vivido”.

Além disso, como expressam Berger e Luckmann (2012, p. 90), “as mais diferentes reservas de sentido se tornaram acessíveis em geral através dos meios de comunicação de massa”, afirmação que se pode estender à revista *Globo Rural*, apreendendo-a sempre, como observa França (1998) acerca dos produtos jornalísticos, como a materialização de múltiplos sentidos, os quais instaura, mas não inscreve em definitivo. A revista é então compreendida como “produto jornalístico e midiático”, seguindo a proposição de Frederico Tavares e Reges Schwaab (2013, p. 38). Um produto que

assume um papel central na convergência de interesses e leituras possíveis de um mundo – aquele que a cerca e para o qual ela se volta de maneira direcionada –, o que a faz assumir uma centralidade por demarcar um processo comunicativo específico, o qual, porém, não lhe é exclusivo, sendo ela muito mais constituinte que determinadora desse processo mais amplo (TAVARES; SCHWAAB, 2013, p. 38).

Em sua especificidade, a revista articula “uma forma específica de representar o mundo e estar nele” (TAVARES; SCHWAAB, 2013, p. 33), a qual, no caso da *Globo Rural*, está atrelada à sua periodicidade mensal, ao público a que se direciona, aos jornalistas que compõem o corpo editorial, às editorias que a integram, aos conteúdos que se dispõe a veicular, enfim, ao *slogan* que a identifica como “a palavra do campo”. Sempre ancorado em uma realidade exterior ou “domínio da experiência” (FRANÇA, 1998, p. 31) – o que invalida reduzi-lo ao discurso linguístico –, o jornal, segundo França (1998, p. 61), “traz mais que informações; ele exprime um certo padrão de sociabilidade, cristaliza valores e imagens presentes em uma sociedade num determinado momento, constitui uma das muitas modulações da palavra social”, o que também acontece às revistas e às demais publicações jornalísticas.

Diante disso, conclui-se que, em sua conformação particular enquanto produto jornalístico e midiático, a revista *Globo Rural* participa de interações comunicativas que incidem nas inúmeras construções de sentido posicionadas no espaço da vida cotidiana. Como mostra o estudo de G. Silva (2009) com leitores urbanos da publicação, com aporte nas teorias do imaginário, a “leitura ou audiência de produtos simbólicos de massa, como é caso das notícias, é capaz de organizar significados e coisas e, mesmo de forma precária, provocar sensações estéticas ricas e nutrir espíritos desejosos de transcender no tempo e no espaço” (SILVA, 2005, p. 104). A autora identifica, no imaginário rural de leitores residentes na região metropolitana de São Paulo, imagens míticas que excedem uma temporalidade linear e configuram o que denomina “sonho da casa no campo”, imagem “da ordem do descontentamento com o presente, da saudade do passado e de cenários esperançosos de futuro” (SILVA, 2009, p. 285). A pesquisa de Flávia Dourado Maia (2011, p. 156) também ilustra o potencial simbólico das imagens e imaginários de natureza na revista, indicando,

por meio de análise empírica de conteúdos publicados entre 1985 e 2010, “a diversidade e a dinamicidade das simbologias-míticas de natureza presentes na *Globo Rural*”.

Partindo dessas investigações, mas com o anteparo da Teoria das Representações Sociais, pressupõe-se que as reportagens e notícias publicadas na *Globo Rural* entre 1985 e 2015 permitem apreender, descrever e interpretar representações sociais da ruralidade brasileira, num reforço da dimensão simbólica das notícias e da relação entre jornalismo e produção de sentidos. Tendo a ruralidade como objeto de representação, noção que, em si, é construída e imaterial, tal como a mineiridade de que trata França (1998, p. 41) em seu estudo sobre o jornal *Estado de Minas*, toma-se por premissa a conclusão da autora de que, apesar de não encerrar um “‘Espírito’ acabado de Minas ou da mineiridade”, o jornal constitui “uma das manifestações dos pequenos espíritos que compõem a grande imagem de Minas”. Nesse sentido, o exercício desta pesquisa aponta para a *Globo Rural* como uma das manifestações das múltiplas ruralidades que fazem parte de um arranjo maior, que é o rural brasileiro. Como observou Moscovici (1979) quanto à psicanálise, muitas vezes o conteúdo das representações é implícito e seu objeto, abstrato. Portanto, reflete-se sobre o jornalismo em relação ao processo de construção social realidade e, mais especificamente, da ruralidade.

2. A DEMARCAÇÃO TERRITORIAL E A APREENSÃO SIMBÓLICA DO RURAL

2.1. O RURAL NA PERSPECTIVA TERRITORIAL

“Campo” e “cidade”, “rural” e “urbano” são conceitos pareados que se corporificam enquanto objetos de estudo de distintas áreas do conhecimento, distribuídas entre as Ciências Humanas, Sociais, Agrárias e demais. Assumindo conotações que variam conforme a especialidade a que se vinculam, esses conceitos se traduzem simbolicamente na forma de representações que circulam nas narrativas que perpassam a vida cotidiana, como as narrativas configuradas pela mídia. Nos limites deste estudo, entende-se que essa dimensão simbólica dos termos rural e urbano – com foco no primeiro – pode ser observada em representações sociais da ruralidade que se constituem nos episódios comunicacionais apreensíveis a partir das reportagens jornalísticas, o que permitiria um diálogo entre Jornalismo e Teoria das Representações Sociais.

Em busca de uma abordagem do rural em que pesem a materialidade e a imaterialidade que o demarcam opta-se, de início, por um panorama de diferentes teorizações acerca do rural e da ruralidade. Como assinalado pelo sociólogo francês Henri Mendras,

os geógrafos que analisam as relações entre o homem e o meio natural e a distribuição espacial dos fenômenos humanos, naturalmente, começaram inclinando-se sobre o “meio rural”. A Economia Rural é um ramo (um dos mais antigos) da Economia Política. A história social prende-se a um passado onde a agricultura era a atividade da maior parte dos homens, detendo-se mais na descrição da vida camponesa. Os etnólogos estudam as estruturas ditas “arcaicas” nas quais a procura ou a produção de alimento ocupam todos os homens. Enfim, os homens da cidade e do campo interessam igualmente ao psicólogo, o demógrafo etc... Sendo homens como os outros, os rurícolas são objeto de cada ciência social (MENDRAS, 1969b, p. 41-42, grifo nosso).

As distinções disciplinares apontadas por Mendras (1969b) – em apropriações econômica, sociológica, geográfica e antropológica,

principalmente –, permitem, em suas interconexões, refletir sobre o rural em perspectiva territorial. Leva-se em consideração que a contextualidade histórica e espacial de múltiplas teorias que permeiam as Ciências Sociais como um todo resulta em “diferentes formas de conceber as instâncias empíricas fundamentais que conformam o rural”, como explicam Maria de Nazaraeth Wanderley e Arilson Favareto (2013, p. 6). Nesse sentido, além das marcações disciplinares, as discussões sobre o rural delimitam-se em quadros teóricos menos localizados, articulando instâncias materiais e simbólicas que dão base à noção territorialidade e, conseqüentemente, à de ruralidade, que é “um conceito de natureza territorial”, como entende Ricardo Abramovay (2000, p. 6).

A começar pelos enquadramentos disciplinares, o rural se restringe, do ponto de vista *econômico* setorial, à produção de bens primários. Pensado enquanto setor da economia, o rural é assumido como “algo relativo à lógica dos custos e da administração da produção primária, incluindo assim, além da agricultura, a exploração florestal e outras atividades extrativas” (WANDERLEY; FAVARETO, 2013, p. 6). Favareto (2006, p. 80) esclarece que esta abordagem, apesar de parcial, foi construída com base no “peso determinante do setor agrícola na vida rural”, opondo-se diretamente ao enfoque territorial.

De natureza igualmente econômica, porém intersetorial, o agronegócio incorpora ao agrícola as atividades industriais (setor secundário) e o comércio de bens e serviços (setor terciário), reestruturando a percepção econômica do rural. Massilon Araújo (2007, p. 16) esclarece que o termo *agribusiness* tem origem nos Estados Unidos, na década de 1950, definido por John Davis e Ray Goldberg como “o conjunto de todas as operações e transações envolvidas desde a fabricação dos insumos agropecuários, das operações de produção nas unidades agropecuárias, até o processamento e distribuição e consumo dos produtos agropecuários *in natura* ou industrializados”. No Brasil, o termo adquiriu evidência na década de 1980, ainda sem tradução e de forma generalizada, para se referir às atividades agropecuárias. O autor ressalta que, nessa época, alguns jornais substituíram os cadernos de agropecuária por seções de *agribusiness*, datando de meados dos anos 1990 a opção pelo termo agronegócios e o seu entendimento para além do setor primário. Trata-se de um sistema que ultrapassa o gerenciamento de unidades agrícolas e complexos agroindustriais, inserindo-se em novas relações de capitalização e de financeirização e criando dinâmicas específicas que extrapolam “o crescimento agrícola e

o aumento da produtividade”, como sustentam Beatriz Heredia, Moacir Pereira e Sérgio Pereira Leite (2010, p. 161).

Sob o ângulo da *Sociologia*, Wanderley e Favareto (2013, p. 6) observam que a “criação do ramo dedicado ao rural veio apoiada na oposição comunidade-sociedade”. Para Maria José Carneiro (2012, p. 23), trata-se do “mito fundador da Sociologia Rural, que institui a oposição entre campo e cidade como realidades espaciais e sociais descontínuas, mas em relação de subordinação da primeira à segunda”. No contexto do pensamento ocidental, duas vertentes da Sociologia Rural se destoam: a estadunidense e a francesa. Maria Isaura Pereira de Queiroz (1969, p. 7) explica que a tendência estadunidense interpreta os espaços e grupos rurais como retrógrados, entendendo que “rural e urbano são domínios perfeitamente distintos e definidos, estando o meio rural em processo de transformação expressa na adoção cada vez maior de modernas técnicas de trabalho”. Conforme a autora, a corrente estadunidense defende que o rural tende a modernizar-se tomando como base o urbano, o que levaria a uma homogeneização desses espaços e das comunidades que neles vivem. É daí, segundo Queiroz (1969, p. 8), que deriva a ênfase na Extensão Rural enquanto “difusão de novas técnicas e novos sistemas de valores no meio rural”. A Sociologia Rural é vista, então, como “uma disciplina que se destina a acelerar a integração do mundo rural ao mundo urbano”⁷⁰.

A tendência francesa, em contraponto, tem um enfoque mais teórico, buscando aprimorar o objeto de estudo da Sociologia Rural “através de uma grande e constante indagação do que é urbano”, afirma Queiroz (1969, p. 7). A autora destaca que a acepção francesa questiona a suposta “homogeneização progressiva” do rural e do urbano, assim como rejeita o perfil instrumental adquirido pela Sociologia Rural na concepção estadunidense (QUEIROZ, 1969, p. 8). Inaugurada por Henri Mendras, a Sociologia Rural francesa – e europeia, pode-se dizer – tem influência expressiva nas Ciências Sociais brasileiras, notadamente em trabalhos aqui referenciados, de autoria de Queiroz (1969), Carneiro (1998; 2008; 2012), Wanderley (2000); Favareto (2006) e Wanderley e Favareto (2013). Para Mendras (1969b, p. 41), a Sociologia Rural se identificaria com o “estudo das sociedades rurais” ou sociedades camponesas, que em sua opinião estariam em “franca decadência”, como assinala Queiroz (1969, p. 9). O autor reconhece, no entanto, que “a sociedade rural é sempre um elemento numa sociedade mais ampla”

⁷⁰ Idem.

(MENDRAS, 1969b, 44) e que “a oposição entre cidade e campo não é, porém, senão uma face da realidade, pois os citadinos e os rurais formam, em certos aspectos, uma única sociedade” (MENDRAS, 1969a, p. 35).

De uma perspectiva *geográfica*, Michael Woods (2005, p. 18, tradução livre) apresenta três áreas de interesse da Geografia Rural. Primeiro, “a geografia da agricultura”, com pesquisas voltadas para “mudança estrutural na agricultura, padrões de uso da terra agrícola, sistemas de fazenda e geografia social da agricultura”⁷¹. Segundo, “a organização e o impacto da atividade humana sobre o espaço rural”, interessada em temas como “distribuição populacional e migração, bem como redes de transporte e padrões de assentamento rural”⁷². E terceiro, “a paisagem rural e o uso da terra”, atenta a “descrever e explicar a evolução da paisagem rural”⁷³.

Woods (2005, p. 21, tradução livre) ainda detalha o enfoque *antropológico*, observando que “grande parte da pesquisa antropológica rural tem se preocupado com estruturas e processos sociais”⁷⁴. O autor assinala que, em princípio, “‘a comunidade rural’ continua a ser um foco maior de pesquisa em estudos rurais”⁷⁵ (WOODS, 2005, p. 22, tradução livre). Na sequência, acrescenta que “a tradição antropológica tem contribuído com um interesse permanente na identidade rural”⁷⁶, valendo-se em grande parte da pesquisa etnográfica e de bases teóricas

⁷¹ No original: “[...] structural change in farming, agricultural land use patterns, farm systems and the social geography of agriculture” (WOODS, 2005, p. 18).

⁷² Idem. No original: “[...] population distribution and migration, as well as transport networks and rural settlements patterns” (WOODS, 2005, p. 18).

⁷³ Idem. No original: “[...] describing and explaining the evolution of rural landscape” (WOODS, 2005, p. 18).

⁷⁴ No original: “[...] much rural anthropological research has concerned itself with social structures and processes” (WOODS, 2005, p. 21).

⁷⁵ No original: “[...] ‘the rural community’ continues to be a major focus of research in rural studies” (WOODS, 2005, p. 22).

⁷⁶ No original: “[...] the anthropological tradition has contributed an enduring interest in rural identity” (WOODS, 2005, p. 22).

socioculturais para compreender as relações sociais nas comunidades rurais.

Reconhecendo a interdisciplinaridade das questões relativas ao rural, a territorialidade se constrói em torno de circunstâncias espaciais, geográficas, ambientais, sociais e culturais. Como define Wanderley (2000, p. 116), o território representa uma localidade caracterizada por um grau de integração em relação “tanto aos aspectos físicos e às atividades econômicas, quanto à dimensão sociocultural da população local”. O enfoque territorial é, portanto, um novo olhar sobre os espaços e sobre suas realidades, que busca repensar as noções de rural e urbano para além dos setores agrícola e industrial, respectivamente. Trata-se, como argumenta José Eli da Veiga (2004, p. 64), de reafirmar que “a ruralidade nunca se resumiu às relações sociais ligadas às atividades agropecuárias, mesmo na curta fase histórica em que esse setor econômico foi dominante nos territórios extraurbanos”.

Em suas múltiplas implicações práticas, a territorialidade incide na elaboração de tipologias de classificação dos espaços, políticas públicas, planos econômicos e Programas de Assistência Técnica e Extensão Rural (ATER), opondo-se fundamentalmente à ideia de equivalência entre crescimento econômico e desenvolvimento. No entanto, como observa Carneiro (2012, p. 42), há uma tendência de instrumentalização da noção de território, que incorre na suposição de “uma visão integradora, e talvez excessivamente harmoniosa, que nem sempre corresponde à realidade”. No entendimento da antropóloga, a ideia de território tem um referencial físico, mas não é o espaço físico em si, e sim uma construção. A autora salienta que a demarcação de um território “refere-se muito mais a uma imagem, uma representação, que é alimentada e alimenta uma rede de relações sociais. Assim, uma localidade político-administrativa pode ser entrecortada por diferentes territórios”⁷⁷.

Considerando-se que as instrumentalizações coexistem com dinâmicas sociais e culturais evidenciadas, sobretudo, pelas pesquisas sociológicas e antropológicas, opta-se, nesta investigação, por reflexões teóricas tributárias dessas duas áreas de conhecimento. Tal opção se justifica pela afinidade com o estudo das representações sociais, tendo em vista que, para Moscovici (2005, p. 12) através das representações “é uma nova abordagem dos fatos de cultura e de sociedade que se

⁷⁷ Idem.

procura”. Logo, enquanto problema de pesquisa, as representações sociais da ruralidade brasileira nas reportagens da revista *Globo Rural* atravessam, necessariamente, o terreno socioantropológico da territorialidade. Por esse prisma, de acordo com Wanderley (2000, p. 116) “é, precisamente, o fato de levar em conta a densidade social e cultural que concede aos espaços locais os atributos de um território”, de forma que

o território é também percebido como um espaço de vida de uma sociedade local, que tem uma história, uma dinâmica social interna e redes de integração com o conjunto da sociedade na qual está inserida. Trata-se, neste caso, de perceber o território como a inscrição espacial da memória coletiva e como uma referência identitária forte (WANDERLEY, 2000, p. 117).

As dimensões socioculturais reforçadas pela autora na delimitação territorial são a referência para a percepção do rural em suas raízes simbólicas. Nesse sentido, Wanderley e Favareto (2013, p. 3) defendem que “o rural não é uma categoria a-histórica, que se possa definir de maneira essencialista, independente do tempo e do lugar”. Para os autores, os modos de se definir o rural estão atrelados à formação social de um território, daí a importância da formação sócio-histórica, no caso, brasileira, na contextualização desse rural.

Como descreve Gilberto Freyre (2006, p. 65), a formação brasileira se baseou em uma “sociedade agrária na estrutura, escravocrata na técnica de exploração econômica, híbrida de índio – e mais tarde de negro – na composição”. O autor nota que, embora Portugal não fosse um país de tradição econômica rural, e sim mercantil, o modelo de exploração colonial caracterizou-se “pela base agrícola e pela permanência do colono na terra”, ao que denomina “colônia de plantação” (FREYRE, 2006, p. 79). Disso resulta a especificidade da colonização portuguesa na América que, para Freyre, residiu na centralidade do núcleo familiar rural, o que teve reflexos diretos na conformação social do Brasil. Nas palavras do autor, a família é a “unidade produtiva” do sistema colonial, “o capital que desbrava o solo, instala fazendas, compra escravos, bois, ferramentas, a força social que se desdobra em política, constituindo-se na aristocracia colonial mais poderosa da América” (FREYRE, 2006, p. 81). E dessa base familiar,

acima do indivíduo e do Estado, segundo Freyre (2006), emerge a particularidade agrária e agrícola do país ⁷⁸.

À importância dos núcleos familiares rurais na ocupação do território brasileiro somam-se as formas de apropriação e as políticas de distribuição de terras implantadas pela Coroa Portuguesa, como a concessão das capitanias hereditárias e a adaptação da Lei das Sesmarias (1375). Freyre (2006, p. 85) assinala que “muitos dos colonos que aqui se tornaram grandes proprietários rurais não tinham pela terra nenhum amor nem gosto pela sua cultura”. Após a Independência (1822), o direito à propriedade deixa de ser exclusivo da Coroa e passa a ser regulado pela Lei de Terras (1850), que institui, segundo José de Souza Martins (2014b, p. 30) “a ideia da propriedade absoluta da terra, a terra-coisa”. Para o autor, decorre dessa legislação que “a palavra ‘terra’, reduzida a mero objeto de cálculo econômico, perde atributos que lhe são culturalmente próprios, base e referência de outras concepções da relação entre o homem e a natureza” (MARTINS, 2014b, p. 29). O valor monetário atribuído à terra contrasta com o seu valor simbólico. De referência mística, a terra passa a “mera referência de cálculo”, reflete Martins (2014b, p. 30). Disso resulta uma relação de dominação amparada na concentração fundiária, manifestando o que Freyre (2006) considera característico na formação brasileira: o “equilíbrio de antagonismos”, entre os quais certamente é possível incluir o rural e o urbano.

Antagonismos de economia e de cultura. A cultura europeia e a indígena. A europeia e a africana. A africana e a indígena. A economia agrária e a pastoril. A agrária e a mineira. O católico e o herege. O jesuíta e o fazendeiro. O bandeirante e o

⁷⁸ Os termos agrícola e agrário não são sinônimos e suas diferenças, em relação a políticas de desenvolvimento, são bastante substanciais. De acordo com Zander Navarro (2001, p. 86), agrícola tem sentido produtivo, referindo-se “à base propriamente material da produção agropecuária em suas facetas e evolução – por exemplo, área plantada, produtividade, formatos tecnológicos, economicidade, uso do trabalho como fator de produção, entre outros tantos aspectos produtivos”. Agrário, por sua vez, remete a “interpretações acerca do ‘mundo rural’ em suas relações com a sociedade maior, em todas as suas dimensões, e não apenas à estrutura agrícola, ao longo de um dado período de tempo”. É nesse sentido que se fala em economia agrícola e em sociedade agrária ou reforma agrária.

senhor de engenho. O paulista e o emboaba. O pernambucano e o mascate. O grande proprietário e o pária. O bacharel e o analfabeto. Mas predominando sobre todos os antagonismos o mais geral e o mais profundo: o senhor e o escravo (FREYRE, 2006, p. 116).

Wanderley (2004, p. 84) reforça essa perspectiva ao sustentar que o meio rural brasileiro “foi, historicamente, percebido como sendo constituído por ‘espaços diferenciados’, que correspondem a formas sociais distintas: as grandes propriedades rurais – fazendas e engenhos – e os pequenos agrupamentos – povoados, bairros rurais, colônias, etc”. Segundo a autora, caracterizam a formação brasileira as funções específicas desempenhadas pelas cidades, “as vinculações da grande agricultura de origem colonial ao mercado externo” e a vastidão territorial aliada à possibilidade de dispersão populacional⁷⁹.

A socióloga compara a situação brasileira à europeia, observando que, enquanto na Europa, a dinâmica das sociedades camponesas se manifesta na conformação de municípios rurais (*villages*, no exemplo francês), no Brasil a legislação “privilegia as funções político-administrativas exercidas a partir da cidade” (WANDERLEY, 2004, p. 85). Para Wanderley, esse entendimento particular do rural pressupõe uma população dispersa e um espaço ausente de um poder público concentrado e de grande parte de bens e serviços, que se identificariam com as áreas definidas como urbanas. A autora afirma que, “em consequência, o ‘rural’ está sempre referido à cidade, como sua periferia espacial precária, dela dependendo política, econômica e socialmente” (WANDERLEY, 2004, p. 86).

Crítico dos critérios adotados no país para a demarcação dos limites urbanos e rurais, Veiga (2003, p. 31) esclarece que “o entendimento do processo de urbanização do Brasil é atrapalhado por uma regra muito peculiar, que é única no mundo. Este país considera urbana toda sede de município (cidade) e de distrito (vila), sejam quais forem suas características”. O autor ressalta que os critérios ainda mantidos foram criados no governo Vargas, na década de 1930, servindo a um projeto específico de urbanização e industrialização. De acordo com Veiga (2003), os desdobramentos legislativos criam muitas “cidades imaginárias”, uma vez que, em sua concepção, só existiriam nos mapas, sendo empiricamente territórios rurais.

⁷⁹ Idem.

Para Abramovay (2000, p. 2), trata-se de um “vício de raciocínio” com repercussão nos próprios critérios de mensuração da população rural adotados em pesquisas censitárias, que associam “o acesso a infraestruturas e serviços básicos e um mínimo de adensamento” a uma urbanização da população. Por essa angulação, explica o autor, a emancipação social do meio rural é confundida com o tornar-se urbano. Wanderley e Favareto (2013, p. 18) destacam que a legislação brasileira chega a ser paradoxal: de um lado, “para ser considerada urbana, uma cidade não precisa comprovar sua capacidade para o exercício das funções urbanas”; do outro, a existência de infraestrutura básica é vista “como a negação da condição rural”.

Apesar dessa evidente subordinação administrativa do campo à cidade na formação brasileira, Wanderley (2004, p. 82) nota que as transformações decorrentes da urbanização, da industrialização e da modernização da agricultura “não se traduziram por nenhuma ‘uniformização’ da sociedade, que provocasse o fim das particularidades dos espaços rurais e da população que neles vive”. Complementar a essa constatação, Favareto (2006, p. 94) destaca que a “diluição e persistência do rural no urbano”, em termos ideológicos, é marcante na América Latina, notadamente no Brasil. Contudo, reflete o autor, trata-se de uma “continuidade com viés marcadamente negativo nas formas de representação social, como herança agrária, patriarcal, escravista, ou como lugar por excelência da dominação tradicional, da pobreza e da subordinação”⁸⁰.

Favareto (2006, p. 95) ainda aponta a velocidade e o formato da urbanização latino-americana, onde o rápido aumento da população esteve atrelado à fragilidade do desenvolvimento econômico e da industrialização, “sem proporcional aumento da produtividade agrícola, levando a uma hipertrofia urbana, a uma superurbanização”. Dessa forma de urbanização resultaram, segundo o autor, as grandes cidades, caracterizadas pela elevada concentração de pessoas. Nas palavras do sociólogo, a urbanização se deu como “um fator de subdesenvolvimento”, fomentando “uma verdadeira ideologia urbana que, em última análise, traduz-se como um ‘não lugar’ do rural na modernidade” (FAVARETO, 2006, p. 96).

No modelo de desenvolvimento brasileiro, Wanderley e Favareto (2013, p. 38) identificam três efeitos principais. Primeiro, a

⁸⁰ Idem.

urbanização, além das grandes cidades, gerou um grande número de pequenos municípios, legalmente definidos como cidades, mas onde está “a maior parcela da população hoje considerada rural”. Segundo, as grandes cidades ainda concentram os setores industriais e de serviços, “contribuindo para a fragilidade urbana dos pequenos municípios”⁸¹. Terceiro, o modelo de desenvolvimento rural predominante é setorial, privilegiando a modernização da agricultura e reproduzindo a concentração fundiária. Como consequência, o mundo rural brasileiro é marcado por elevados índices de pobreza, por restrições “no que se refere ao acesso a bens, serviços e oportunidades de trabalho” (WANDERLEY; FAVARETO, 2013, p. 40) e pela tendência da população a migrar para as cidades (êxodo rural).

Nas circunstâncias apresentadas, Wanderley (2004, p. 90) sugere que a singularidade da formação territorial brasileira revela uma “dupla face do meio rural”. De um lado, a imagem de “um meio rural fragilizado pelo isolamento, pela precariedade com que tem acesso aos bens e serviços oferecidos pela sociedade e pelos efeitos desagregadores do êxodo rural”⁸². Do outro, a percepção de “um meio rural povoado, cujos habitantes são portadores de uma cultura, que dinamiza as relações sociais locais, e de uma grande capacidade de resistência aos efeitos desagregadores aos quais estão constantemente confrontados”⁸³. Frente a isso, a autora reitera seu ponto de vista de que o mundo rural é multidimensional, movendo-se em um tempo e em um espaço específicos. Esse espaço também é considerado em sua dupla face: como *espaço físico*, em “referência à ocupação do território e aos seus símbolos” (WANDERLEY, 2004, p. 82), e como *lugar de vida*, compreendido enquanto “lugar onde se vive (particularidades do modo de vida e referência identitária) e lugar de onde se vê e se vive o mundo (a cidadania do homem rural e sua inserção na sociedade nacional)” (WANDERLEY, 2004, p. 96).

Pela abordagem territorial, a ruralidade não é, como esclarece Abramovay (2001, p. 26, grifo no original), “uma etapa do desenvolvimento social a ser superada com o avanço do progresso e da urbanização. Ela é e será cada vez mais um *valor* para as sociedades contemporâneas”. Enquanto valor, a ruralidade amplia o horizonte de

⁸¹ Idem.

⁸² Idem.

⁸³ Idem.

reflexão sobre o meio rural, saindo da restrição à produção agropecuária e chegando a outros aspectos identificáveis nesses territórios. O autor nota que, em estudos realizados em diferentes países, existe uma convergência – que não é meramente estatística – de alguns desses aspectos, como as relações típicas com a natureza que se estabelecem nos espaços rurais, a “relativa dispersão populacional” (ABRAMOVAY, 2001, p.10) e seu envolvimento nas dinâmicas urbanas. Para Abramovay (2001, p. 2), não se trata de pensar em uma “definição universal” para o rural, mas de reconhecer que ele “não é definido por oposição e sim na sua relação com as cidades”.

Na mesma direção, Wanderley e Favareto (2013, p. 46) consideram que “a ruralidade se constrói, igualmente, como a forma de inserção do mundo rural no conjunto da sociedade, através de suas relações com as cidades”. Levando-se em conta o que propõem os autores, a ruralidade “deve ser vista como uma realidade da sociedade moderna” (WANDERLEY; FAVARETO, 2013, p. 44), rompendo com as ideias de retrocesso e arcaísmo, vinculadas ao rural em conotação pejorativa. Seja como um valor (ABRAMOVAY, 2001) ou como uma realidade social moderna (WANDERLEY; FAVARETO, 2013), as acepções de ruralidade colocadas pelos autores apontam para as discussões sobre o rural no contexto mais geral das Ciências Sociais, que também é o local de partida para o estudo das representações sociais.

2.2. RURALIDADE E REPRESENTAÇÕES SOCIAIS

Dentre as sistematizações dos diferentes quadros teóricos elaborados para explicar a relação campo/cidade existe uma confluência entre pesquisas desenvolvidas, principalmente, por sociólogos, antropólogos e geógrafos. Neste estudo, toma-se como referência a categorização proposta pela socióloga Lidiane Silveira (2015, p. 46), segundo a qual, “em termos conceituais, as discussões sobre ‘campo-cidade’ e ‘rural-urbano’ podem ser sintetizadas em cinco correntes teóricas fundamentais”: a dicotomia rural-urbano; o *continuum* rural-urbano; a urbanização do campo; a recomposição do rural; e o rural como representação.

A *dicotomia rural-urbano* é pautada em critérios de diferenciação dos espaços e das realidades rurais e urbanas, vistas em relação de oposição. O estudo precursor desta perspectiva, de autoria de Pitirim Sorokin, Carlo Zimmerman e Charles Galpin, data da década de 1930, e tem como pretensão situar “campo” e “cidade” como categorias

universais, independentes de “quando e onde quer que ocorram” (SOROKIN; ZIMMERMAN; GALPIN, 1986, p. 199). Para os autores, seria possível uma definição composta por vários índices de distinção entre o rural e o urbano, sendo o principal deles a ocupação agrícola da população do campo. A isso acrescentam, como características das regiões rurais, a proximidade com a natureza, o pequeno tamanho das comunidades, a baixa densidade populacional e as singularidades quanto à divisão do trabalho e à mobilidade social. Apesar de predominantemente estatísticas e limitadoras, nota-se que essas orientações ainda são reproduzidas, especialmente em termos censitários (como no caso brasileiro), refletindo uma visão do urbano sobre o rural, ou seja, o que falta neste em relação àquele.

Sorokin, Zimmerman e Galpin (1986, p. 213) argumentam que a diferenciação entre campo e cidade desenvolveu-se “a partir do momento em que a agricultura tornou-se sedentária (em contraste com a vida pastoral)”, tomando como algo dado, e não construído, o nascimento da dicotomia. Para eles, existiria uma tendência unidirecional na migração da população do campo para a cidade, mas a urbanização não seria uma certeza, e sim uma possibilidade. Observa-se no trabalho dos autores uma preocupação de natureza essencialmente positivista, centrada em dados quantitativos e em resultados universalizáveis. No entanto, embora passível de crítica, “o dualismo não pode ser ingenuamente reduzido a um engano, a uma imperfeição teórica” como alerta Martins (1986, p. 12). O sociólogo pondera que “o procedimento crítico é aquele que incorpora, ultrapassando, determinado conhecimento”⁸⁴, e não aquele que o nega. Nesse sentido, completa Martins, o dualismo “tem a sua razão, que é uma razão anti-histórica, mas historicamente determinada”⁸⁵, o que se aplica a outras proposições compreensivas sobre o rural e o urbano, como o *continuum*.

A ideia de que haveria uma escala de transição entre formas de ocupação dos campos e das cidades e que essas formas não determinariam padrões sociais específicos orienta a teoria do *continuum rural-urbano* (SILVEIRA, 2015). Conforme Abramovay (2001, p. 15), “o *continuum* rural-urbano significa que não existem diferenças fundamentais nos modos de vida, na organização social e na cultura, determinadas por sua vinculação espacial”. Martins (1986, p. 28)

⁸⁴ Idem.

⁸⁵ Idem.

assinala que a ideia de *continuum*, ainda que pensada como alternativa à dicotomia, não deixa de se amparar na polarização, uma vez que rural e urbano são vistos como “extremos na definição e desenvolvimento do contínuo”. Para Wanderley (2000, p. 127), esta proposta teórica sugere que “o extremo rural do *continuum*, visto como o polo atrasado, tenderia a reduzir-se sob a influência avassaladora do polo urbano”.

À noção de *continuum* segue a *urbanização do campo* que, segundo Veiga (2004), tem origem no pensamento de Henri Lefebvre, na década de 1970. Situando-se no contexto europeu, Lefebvre (1986b) tributa à Revolução Industrial o predomínio da cidade sobre o campo, argumentando que as comunidades rurais, a seu tempo, tenderiam a dissolver-se. O autor explica que, “na Europa, a agricultura precedeu a indústria e a cidade desenvolveu-se no meio camponês”, o que autorizaria, “em uma certa medida, falar de ‘cultura’ camponesa” (LEFEBVRE, 1986a, p. 167-168). Em contraponto, identifica na América – mais precisamente nos Estados Unidos – uma ocupação do solo a partir das cidades, de onde também viriam modelos culturais e o processo de “aculturação” de elementos tradicionais (LEFEBVRE, 1986a, p. 168). Veiga (2004, p. 64) pondera, no entanto, que a hipótese de Lefebvre “certamente está ligada ao vício de se resumir o rural ao agrário”. Nesse sentido, como esclarece Carneiro (2008, p. 11; 2012, p. 24), a urbanização “parte da premissa de que o fim do principal ator social no meio rural, o camponês”, indicaria o fim do mundo rural, o que também é visível no trabalho de Mendras.

Rompendo com a hipótese de que o rural desapareceria com a urbanização, a premissa da *recomposição do rural* ou do *renascimento rural* baseia-se na revalorização da vida no campo e no renascimento de valores a ela associados. Conforme Veiga (2004), essa corrente teórica surge com Bernard Kayser, defendendo que a mudança do fluxo migratório no sentido cidade-campo, observada em países da Europa, deveria ser vista como indicador dessa recomposição do rural. Para Carneiro (2008, p. 12; 2012, p. 25), além de propor que o rural estaria em vias de renascer, esta abordagem considera que as “diferenças espaciais e sociais contextualizadas por processos históricos de reelaboração contínua da dualidade campo-cidade” levaria à emergência de novas ruralidades. Veiga (2006) defende, porém, que em vez de renascerem, essas ruralidades estariam nascendo, fundamentando-se em três vetores: a preservação da biodiversidade; a valorização econômica da natureza, fomentando o turismo rural; e as mudanças nas matrizes

energéticas, vinculando o rural à sustentabilidade⁸⁶. Para o autor, essas ruralidades seriam nascentes pelo fato de existirem em condições específicas, outrora ausentes.

Por fim, dos quadros teóricos elencados, o *rural como representação* corresponde “a construções simbólicas pertencentes a diferentes universos culturais que lhe atribuem significados distintos” (CARNEIRO, 2012, p. 46). Para Carneiro (2008, p. 9), o rural, enquanto representação, não é uma categoria analítica, e sim “uma categoria de pensamento que classifica e organiza o mundo social orientando suas ações”. Partindo de Marc Mormont, a autora explica que as propriedades estruturais do rural “são possibilidades simbólicas, mas também possibilidades práticas. Elas orientam as práticas sociais sobre um determinado espaço, diria, sobre uma localidade, de acordo com os significados simbólicos que lhes são atribuídos” (CARNEIRO, 2012, p. 47). O conceito de localidade, acionado no desenvolvimento deste ponto de vista, opõe-se à “dicotomia rural-urbano para qualificar realidades sociais distintas nas sociedades contemporâneas” e prioriza a valorização do local, da continuidade territorial que se ancora na heterogeneidade sociocultural (CARNEIRO, 2008, p. 13; 2012, p. 27).

No panorama dessas teorizações mais amplas, Carneiro (2012, p. 38-39) distingue, nas pesquisas brasileiras, duas tendências: a que questiona os limites da abordagem dualista rural-urbano, voltando-se “para os significados de práticas culturais, tanto no campo como na cidade, na construção de novas identidades sociais e de novas imagens sobre o rural”; e a que reforça a especificidade do rural, manifestada empiricamente em características que permitiriam tratá-lo como “uma categoria genérica, universal e destituída de um conteúdo relacional”. Fundamentando esta pesquisa, a teoria da ruralidade como representação inclui-se na primeira tendência apontada pela autora, partindo do princípio de que

se, então, rejeitamos as dicotomias que terminam por definir um lado em função da negação do outro, ou seja, que levam a olhar um polo (o campo) através dos olhos do outro (a cidade), acabamos por aceitar o fato de que esta dinâmica pode terminar reforçando, ou mesmo

⁸⁶ A sustentabilidade ou o desenvolvimento sustentável não se resume às práticas de conservação ambiental. Como esclarece Veiga (2010a; 2010b; 2013), trata-se de um valor também econômico e social, constituindo-se sobre um tripé: ecologia, economia e sociedade.

engendrando, identidades territoriais apoiadas no sentimento de pertencimento a uma localidade. *Essa âncora territorial é a base sobre a qual diferentes culturas locais elaboram, de uma maneira bem própria, a interação entre as representações do “rural” e do “urbano”*. Nesse contexto, as categorias rural e urbano não designam espaços ou propriedades empiricamente observadas, mas representações sociais (CARNEIRO, 2012, p. 41, grifo nosso).

Nos termos de Carneiro (2012), a ruralidade é vista como uma construção simbólica, que condiz com uma “representação social, definida culturalmente por atores sociais que desempenham atividades não homogêneas e que não estão necessariamente remetidas à produção agrícola” (CARNEIRO, 1998, p. 72). O conceito de representação social utilizado pela autora aponta para um “conjunto de categorias referidas a um universo simbólico ou visão de mundo”⁸⁷. Para a antropóloga, essas representações orientam práticas sociais e estão “sujeitas a reelaborações e ressemantizações diversas de acordo com o universo simbólico a que estão referidas”⁸⁸, o que indica uma proximidade com a premissa de Martins (1986, p. 12-13) de que “o rural é parte de uma forma de construção social da realidade”.

Wanderley (2000, p. 133) explica que, na condição de representação, o rural não se reduz à realidade física, tampouco a uma construção mental. Segundo a socióloga, importa que as diferenças campo-cidade, por este ângulo, “vão se manifestar no plano das ‘identificações e das reivindicações na vida cotidiana’, de forma que o ‘rural’ se torna um ‘ator coletivo’, constituído a partir de uma referência espacial e ‘inserido num campo ampliado de trocas sociais’”. Trata-se, para Wanderley (2000, p. 130), de uma visão “transacional” e também “político-ideológica” do rural, visto como uma representação que “gera fatos sociais, faz emergir identidades sociais, mobiliza e organiza socialmente pessoas e grupos sociais em torno de reivindicações específicas e ressignifica a história das sociedades”.

⁸⁷ Idem.

⁸⁸ Idem.

Em direção semelhante, o geógrafo Keith Halfacree (1993) propõe uma ruptura com abordagens essencialmente descritivas ou socioculturais do rural. O autor ressalta que as primeiras procuram “ajustar uma definição ao que *nós intuitivamente já consideramos ser rural*” (HALFACREE, 1993, p. 24, tradução livre, grifos no original)⁸⁹, ao passo que as segundas insistem na relação de dependência entre as características socioculturais dos membros de um grupo e o ambiente em que vivem. Para Halfacree (1993), a opção para se apreender o rural seria conjugar as ideias de localidade e de representação social, o que implicaria no reconhecimento das estruturas espaciais e sociológicas em relação de tensionamento contínuo com as representações sociais que as perpassam. Partindo da teoria de Moscovici, o autor expõe que “esta alternativa surge porque ‘o rural’ e seus sinônimos são *palavras e conceitos reconhecidos e usados pelas pessoas na conversação cotidiana*”⁹⁰ (HALFACREE, 1993, p. 29, grifos no original, tradução livre). Nesse sentido, argumenta que o rural deve ser percebido pelo que o faz ser rural, e não pelo que se supõe sê-lo. Em trabalho posterior, Halfacree acrescenta que,

como uma representação social, o rural é uma construção mental organizacional que constitui o que é “visível” e deve ser respondido, relata aparências e realidade e até define a própria realidade; convencionaliza e prescreve ambas. Como uma representação social, o rural consiste de conceitos abstratos e imagens concretas, ambos organizados ao redor de um “núcleo figurativo”, que é “um complexo de imagens que visivelmente reproduz ... um complexo de ideias” (MOSCOVICI, 1984, p. 38 *apud* HALFACREE, 1995, p. 2, tradução livre)⁹¹.

⁸⁹ No original: “[...] to fit a definition to what *we already intuitively consider to be rural*” (HALFACREE, 1993, p. 24, grifos no original).

⁹⁰ No original: “This alternative comes about because ‘the rural’ and its synonyms are *words and concepts understood and used by people in everyday talk*” (HALFACREE, 1993, p. 29).

⁹¹ No original: “As a social representation, the rural is an organisational mental construct which constitutes what is “visible” and must be responded to, relates appearances and reality and even defines reality itself; both conventionalises and prescribes. As a social representation, the rural consists of both abstract

Entender a ruralidade como uma representação social é, pela teoria de Moscovici, assumi-la como uma forma de conhecimento que emerge, circula e se atualiza no cerne de processos sociais, nos quais se incluem as trocas comunicativas. Na condição de representação, a ruralidade é construção simbólica que tem ancoragem territorial, mas que transita fora dos limites físicos desse espaço, o que também serve à urbanidade. Como expressa Jodelet (2005, p. 50), a representação social é “uma forma de pensamento social, cuja gênese, propriedades e funções devem ser relacionadas com os processos que afetam a vida e a comunicação sociais”, o que implica no reconhecimento da ruralidade como uma forma de conhecimento que faz parte das relações cotidianas.

Depreende-se que interpretar o rural como representação social a partir do Jornalismo é, como propõe Martins (1986, p. 12) para a Sociologia, supor “que a própria noção de rural é elaborada a partir de determinadas condições e circunstâncias sociais”. E uma dessas circunstâncias, como assinala Carneiro (2012), é que o modelo “universal” de oposição campo/cidade é uma imposição da modernidade, pensada a partir dos países de capitalismo avançado que passaram pela “revolução burguesa”. Na realidade brasileira, explica a autora, “a cidade não se opõe ao campo, mas se coloca como uma extensão deste, numa relação de dependência inversa àquela reconhecida como constituidora da relação campo-cidade” (CARNEIRO, 2012, p. 31). Tanto é que a “mentalidade de casa grande”, segundo a antropóloga, vai se atualizar nas relações sociais contemporâneas, possibilitando questionar o porquê de se falar predominantemente em urbanização do campo sem também se considerar a ruralização das cidades. Nesse sentido, Carneiro defende a ideia de rural como uma representação que não se circunscreve nos limites de fronteiras estáticas, concluindo que, à medida que

as culturas podem ser exercidas em diferentes territórios a partir da comunicação e da mobilidade, é possível falar da expressão de identidades urbanas em espaços tidos como rurais e vice-versa. Em outras palavras, a desterritorialização da cultura nos permite pensar

concepts and concrete images, both of which are organised around a ‘figurative nucleus’, which is ‘a complex of images that visibly reproduce ... a complex of ideas’” (MOSCOVICI, 1984, p.38 *apud* HALFACREE, 1995, p. 2).

a ruralidade como um espaço onde o urbano também se constitui em elemento definidor da identidade de atores coletivos (CARNEIRO, 2012, p. 45).

Silvana de Paula (2001) ilustra essa desterritorialização cultural em seu estudo sobre o *country* brasileiro, constatando que o estilo é uma experiência de sociabilidade urbana baseada na ruralidade. Nas palavras da autora, o *country* é uma “tematização estetizada da ruralidade” (DE PAULA, 2001, p. 49) que ressignifica as práticas culturais ligadas ao mundo rural. A desterritorialização da cultura indica, portanto, a separação entre símbolos e signos associados à ruralidade de seus espaços geográficos de referência, como detalha Paul Cloke (2006). Para Cloke (2006, p. 24, tradução livre), os estudos sobre a ruralidade teriam como um de seus objetivos “expressar conexões internas e externas entre os mundos material e imaginativo do rural”⁹², o que permitiria vislumbrar as questões políticas aí presentes.

Com isso, reforça-se a potência relacional e a mobilidade dos sentidos atribuídos ao rural e ao urbano, como observável na obra do pensador britânico Raymond Williams. Em *O campo e a cidade: na história e na literatura*, publicado originalmente na década de 1970, Williams analisa a literatura inglesa para descrever como as imagens de campo e de cidade foram se transformando historicamente e culturalmente. O autor ressalta a materialidade e a imaterialidade que demarcam as noções de campo e cidade, assinalando que, além de serem “palavras muito poderosas” (WILLIAMS, 2011, p. 11), são também “fisicamente presentes e substanciais” (WILLIAMS, 2011, p. 475).

Ao descrever as representações do campo e da cidade, Williams (2011) se vale do conceito de *estruturas de sentimento*. Na definição que o autor lhe confere em *Marxismo e Literatura* (1979), o termo estrutura remete a uma “série, com relações internas específicas, ao mesmo tempo engrenadas e em tensão”, e a noção de *sentimento* remonta aos “significados e valores tal como são vividos e sentidos ativamente” em uma conformação historicamente variável (WILLIAMS, 1979, p. 134). As estruturas de sentimento refletem, para o autor, as experiências do agora. Não tratam do sentimento em oposição ao pensamento, “mas de um pensamento tal como sentido e de

⁹² No original: [...] “to express both internal and external connections between the material and imaginative worlds of the rural” (CLOKE, 2006, p. 24).

um sentimento tal como pensado: a consciência prática de um tipo presente, numa continuidade viva e inter-relacionada” (WILLIAMS, 1979, p. 134).

Conforme Williams (1979, p. 129), às estruturas de sentimento – culturalmente localizadas – atribui-se um caráter *dominante*, *residual* ou *emergente*. O dominante faz menção às características que predominam efetivamente no sistema cultural de uma época. O residual se refere ao engendrado no passado, mas ainda ativo no presente, podendo ser alternativo ou oposto ao dominante, ou ainda ativo, no caso de incorporado a esse dominante. E o emergente remete ao novo que está em criação constante: “não é nunca apenas uma questão de prática imediata” (WILLIAMS, 1979, p. 129) e por isso difícil de ser identificado. Para expor essa proposta, o autor exemplifica que

a ideia da comunidade rural é predominantemente residual, mas, sob certos aspectos limitados, alternativa ou oposta ao capitalismo urbano industrial, embora em sua maior parte seja incorporada, como idealização ou fantasia, ou como uma função de lazer exótica (residencial ou de fuga) da própria ordem dominante (WILLIAMS, 1979, p. 125).

A primeira estrutura de sentimento que Williams (2011) identifica no rural é a bucólica, presente em produções literárias que evocam um passado feliz e a ideia de inocência campestre, carregada de valores morais “feudais” que camuflavam a realidade social subjacente: uma aristocracia agrária dominante e escondida em mansões senhoriais, naturalizada por escritores que com ela se identificavam. A cidade, à época secundária em relação ao campo, num contexto de capitalismo agrário, ainda não adquirira a representação que lhe caberia na fase industrial do modo de produção capitalista.

A industrialização é seguida pela sobrevalorização da natureza, por Williams (2011) nomeada “estrutura romântica de sensibilidade”. As produções literárias desse momento histórico são marcadas pela ideia de humanidade vinculada a uma tradição rural oposta à desumanidade urbana. Enquanto o trabalho no campo é sinônimo de saúde, a riqueza é vista como doença, pois “falta-lhe sensibilidade estética” (WILLIAMS, 2011, p. 233). Williams observa que a transição do capitalismo agrário para o industrial passa a ser

entendida como a origem de todos os males. Essa “visão mítica muito sedutora” é, em seu ponto de vista, importantíssima para o pensamento moderno (WILLIAMS, 2011, p. 165).

A estrutura que surge na fase de transição da sociedade rural para a urbana se conforma como oposição ao próprio sistema capitalista, embora esse modo de produção não tenha nascido nas cidades, como esclarece Williams (2011). As marcas desse momento se fazem ver na paisagem construída para ter efeito natural; nas palavras do autor, “as regiões incultas de montanhas e florestas eram, na maioria dos casos, objetos de consumo estético conspícuo: [...] comparar experiências de viagem e de contemplação de paisagens era comum na sociedade elegante” (WILLIAMS, 2011, p. 216). Nessa paisagem, o trabalhador se funde e é visto como elemento da natureza. Decorrência dessa estrutura de sentimento é a anulação do próprio impacto ambiental da economia agrícola.

Levando em conta a localidade de sua análise, Williams (2011, p. 407) observa que, se na Inglaterra, sede da Revolução Industrial, “a importância cultural das ideias rurais” se sobrepunha ao papel secundário da economia agrícola, isso só era possível pela política econômica imperialista. Nesse sentido, a relação campo-cidade se internacionalizou mantendo o molde dominante no sentido cidade-campo, transformado agora em desenvolvimento-subdesenvolvimento, o que possibilita remeter à formação sócio-histórica brasileira. Nessa estrutura imiscui-se a ideia de que o rural tende a se urbanizar, fortalecendo ainda mais a imagem nostálgica do campo. Williams conclui que, ainda que seja possível encarar o campo e a cidade por meio de abstrações, não é possível prescindir de suas formas sociais, uma vez que

o campo e a cidade são realidades históricas em transformação tanto em si próprias quanto em suas inter-relações. Temos uma experiência social concreta não apenas do campo e da cidade, em suas formas mais singulares, como também de muitos tipos de organizações sociais e físicas intermediárias e novas (WILLIAMS, 2011, p. 471).

Pela análise literária, Williams (2011, p. 471) mostra que “as ideias e imagens do campo e da cidade ainda conservam sua força acentuada”, representando “formas de isolamento e identificação de

processos mais gerais” (WILLIAMS, 2011, p. 474). Sua reflexão sobre a sociedade com base na Literatura reforça a crítica de Martins (2001) à Sociologia Rural como uma especialização a serviço da modernização e que não dialoga com outras áreas, como a História, a Literatura, a Antropologia e a Geografia. Para o sociólogo, “há mais sociologia rural de alto refinamento em obras de Gabriel García Márquez, Manuel Scorza, John Steinbeck, José Saramago, Juan Rulfo ou Guimarães Rosa do que em muitas de nossas análises complexas e elaboradas” (MARTINS, 2001, p. 34). E certamente há, como se defende nesta pesquisa, no jornalismo. Mendras (1969b, p. 57) já adiantava que, no estudo das relações campo-cidade, “o papel dos meios de difusão de massa mereceria uma atenção particular”. Woods atualiza essa afirmação ao dizer que

a importância da mídia no enquadramento e na reprodução de discursos da ruralidade tem sido intensificada desde o século XIX pela coincidente ascensão dos meios de comunicação de massa, ao lado da rápida urbanização, de modo que a mídia é agora o meio pelo qual a maioria da população vem a “conhecer” o rural. Isso inclui tanto relatos aparentemente “factuais” da vida rural na mídia noticiosa e em documentários, quanto histórias “ficcionalizadas” do rural, narradas através da literatura, de filmes e de dramas televisivos (WOODS, 2011, p. 35, tradução livre)⁹³.

Reconhecendo-se a relevância da mídia noticiosa na produção e na reprodução de representações sociais sobre a ruralidade, a revista *Globo Rural* se apresenta como um produto jornalístico expressivo para o estudo do rural brasileiro. As representações da ruralidade presentes nas notícias são, por esse raciocínio, versões de realidade socialmente construídas, que incidem na constituição simbólica do pensamento

⁹³ No original: “The significance of the media in framing and reproducing discourses of rurality has been intensified since the nineteenth century by the coincidental rise of the mass media alongside the rapid urbanization, such that the media is now the means by which the majority of the population comes to ‘know’ the rural. This includes both apparently ‘factual’ accounts of rural life in the news media and documentaries, and ‘fictionalized’ stories of the rural narrated through literature, film and television dramas” (WOODS, 2011, p. 35).

social e na realidade da vida cotidiana, neles também se referenciando. Como pondera Gislene Silva (2009, p. 203), na sociedade contemporânea “a vida cotidiana, mais do que em outros tempos, é mediada pela imagem, principalmente pelas imagens da mídia”. E as representações são imagens, como mostrou Moscovici em seu estudo sobre a psicanálise. Por consequência, se na realidade brasileira o modelo agrícola é hegemônico e a relação dominante cidade-campo subsiste, confirmando o “equilíbrio de antagonismos” descrito por Freyre (2006), as representações que daí emergem não podem ser dadas como superadas. Mas podem, pelo procedimento crítico (MARTINS, 1986), incorporar e ultrapassar esses limites, e nisso residiria a potência do jornalismo na construção de ruralidades, infere-se.

2.3. RURALIDADE E JORNALISMO

Investigar as representações sociais da ruralidade a partir do jornalismo não é enquadrá-lo como uma especialização de conteúdo, ou seja, não significa que se trata de um estudo sobre jornalismo rural. Entende-se que, pela ideia de jornalismo especializado, o rural continua a ser traduzido setorialmente, equiparando-se a ramificações da cobertura jornalística, tais como a política e a economia e, geralmente, reduzindo-se ao agrícola. Conferir ao rural a conotação de especialização é, de certa forma, reiterar a relação de hegemonia cidade-campo, considerando-se o jornalismo como fenômeno moderno e nascido nas cidades. Como afirma F. Tavares (2009, p. 123), ao jornalismo especializado é atribuído “o papel de buscar intermediar saberes especializados na sociedade”, resultando disso um conhecimento que conjuga senso comum e saber científico. Por essa premissa, apreender o rural como um saber especializado é setorializá-lo, contrariando o argumento de que “o ‘meio rural’ é um campo de investigação para todas as Ciências Sociais e seu estudo não constitui uma disciplina autônoma”, como reconhece Mendras (1969b, p. 41).

Pela compreensão de que “a ruralidade contemporânea é marcada pela coexistência de diferentes códigos culturais e pela possibilidade de negociação e trânsito entre eles” (CARNEIRO, 2012, p. 254), fala-se em ruralidades múltiplas cujas representações sociais circulam por diferentes segmentos das mídias jornalísticas. Considera-se que o “rural” designa uma representação social que tem nos cadernos de agropecuária ou nos suplementos agrícolas uma de suas possibilidades. Depreende-se, assim, que a noção de “jornalismo rural”, quando sinônima destes, é uma interpretação culturalmente urbana, atrelada à

ideia de modernização do campo e tributária do modelo difusionista da Extensão Rural, o que pode ser notado em pesquisas sociológicas que comparam os jornalistas a extensionistas.

Ao criticar a limitação dos sociólogos rurais à reprodução de dados censitários, Charles Arnold Anderson (1986) utiliza as expressões “jornalistas extensionistas” e “jornalistas agrários” para se referir aos profissionais que seriam responsáveis por essa divulgação. De acordo com o autor, “se os sociólogos rurais se recusassem a condensar suas descobertas ou resumir tabelas de recenseamento para plateias de agricultores, teria sido possível aos jornalistas extensionistas resumir esses dados, da mesma forma que fizeram com os dados econômicos” (ANDERSON, 1986, p. 194). Sorokin, Zimmerman e Galpin (1986, p. 215) também elencam o jornalismo entre as *Diferenças fundamentais entre o mundo rural e o urbano* (1930), assinalando que uma dessas distinções seria a concentração, nas cidades, de “todas as instituições que servem de canais de circulação vertical (promoção e descenso social) de indivíduos em uma sociedade”, entre elas, os “jornais influentes”.

Essa associação entre os meios de comunicação de massa e os espaços urbanos ainda é destacada por Mendras (1969b), para quem as influências exercidas pelos meios seriam diferentes em relação às populações do campo e da cidade. Entretanto, se pela perspectiva da sociologia estadunidense o jornalismo aparece como atividade de extensão, pela tendência francesa a ênfase recai na crítica aos meios de difusão como fornecedores de “uma representação estereotipada e anacrônica” dos rurícolas para os cidadãos (MENDRAS, 1969b, p. 53). Na convergência dessas abordagens, nota-se a importância concedida ao estudo da mídia pelos sociólogos rurais.

No Brasil, como relatam Ricardo Duarte e Jeferson Soares (2011), o modelo difusionista da informação técnica e agrícola como estratégia de modernização do campo antecede a chegada da imprensa com a família real, em 1808. Destaca-se, no período seguinte à proclamação da República, a publicação da primeira revista agrícola do país, *A Lavoura* (1897), que é editada pela Sociedade Nacional da Agricultura até hoje. E é no século XX, nas décadas de 1940 e 1950, que a informação agrícola atinge seu apogeu, segundo Juan Díaz Bordenave (1988). Nessa fase, entre 1948 e 1960, a política de Extensão Rural adotada no país é baseada no “humanismo assistencialista”, caracterizado por ações paternalistas com o objetivo de elevar a produtividade e aumentar a renda das famílias, explica Frederico Lisita (2005).

Com o golpe de 1964, o “difusionismo produtivista” é endossado pelo governo militar que, sob influência dos Estados Unidos, investe na extensão rural como “instrumento para a introdução do homem do campo na dinâmica da economia de mercado” (LISITA, 2005, p. 2). Surge nessa época a revista *Balde Branco* (1964), pioneira no setor leiteiro, e a *Rede Globo* (1965). Como esclarecem Duarte e Soares (2011, p. 403), o difusionismo fortaleceu o estereótipo de retrocesso da população rural e, “aos poucos, o Estado brasileiro incorporava a ideia de que o agricultor brasileiro detinha defasados conhecimentos sobre agricultura”. Os meios de comunicação de massa eram vistos, nesse contexto, como estratégicos no incentivo ao desenvolvimento do campo, identificado com o setor primário da economia. Adriana Cantú e Gustavo Cimadevilla ressaltam que

ao final da década de 1950 e durante os anos 1960, considerava-se que os processos de desenvolvimento estavam intimamente relacionados com os sistemas de comunicação e que os meios de comunicação de massa ocupavam uma posição estratégica na transmissão de valores, crenças e sobretudo conhecimentos. Pensava-se que o crescimento e o desenvolvimento dos meios aceleravam os processos educativos e aumentavam o grau de participação (CANTÚ; CIMADEVILLA, 2015, p. 200, tradução livre)⁹⁴.

Após o fim do regime militar, nos anos 1980, o modelo de transmissão das informações dos técnicos para os agricultores foi substituído pelo estímulo à participação ativa do produtor, denominando-se “humanismo crítico” (LISITA, 2005). A partir da crítica de Paulo Freire à extensão difusionista, propunha-se a inversão do fluxo comunicativo, valorizando as demandas da população do

⁹⁴ No original: “a fines de la década del ’50 y durante los ’60, se consideraba que los procesos de desarrollo estaban íntimamente relacionados con los sistemas de comunicación y que los medios de comunicación de masas jugaban un rol estratégico en la transmisión de valores, creencias y sobre todo conocimientos. Se pensaba que el crecimiento y desarrollo de los medios aceleraba los procesos educativos y aumentaba el grado de participación” (CANTÚ; CIMADEVILLA, 2015, p. 200).

campo. À extensão sobrepõe-se a comunicação rural, nascida como “mudança paradigmática da transferência em si para a troca de saberes” (DUARTE; SOARES, 2011, p. 404). No entanto, como nota Lisita (2005, p. 3), as ações continuaram com o propósito de “incluir o pequeno agricultor familiar na lógica do mercado, torná-lo cada vez mais dependente dos insumos industrializados, subordinando-o ao capital industrial”. Mantém-se com isso a vinculação do rural ao agrícola e ao ideal de modernização. “O rural é visto como uma indústria, mas também como lugar de refúgio junto às tradições” (DUARTE; SOARES, 2011, p. 408) e, nesse cenário, são criados o telejornal *Globo Rural*⁹⁵, em 1980, e a revista *Globo Rural*, em 1985.

Na perspectiva de Sérgio Dayrell Porto (1987), o *Globo Rural* representou um marco na comunicação campo-cidade. “Até então, somente o jornalismo falava do campo e poucos aparelhos de televisão existiam fora das cidades” (PORTO, 1987, p. 166). O autor observa que, apesar de o primeiro centro de televisão do país ter sido inaugurado em 1969, “a cidade falava ainda muito pouco do campo e este quase nada da cidade” e, com o telejornal, as trocas comunicativas entre os dois espaços se ampliaram. Duarte e Soares (2011, p. 404) refletem, contudo, que a mudança do paradigma da extensão para a comunicação não foi uma ruptura com o modelo de difusão, representando mais uma “cisão política” que perdura: “de um lado, alguns que preservam o meio ambiente a partir da comunicação comunitária (comunicação rural); do outro, aqueles que buscam o crescimento do meio rural através do método do agronegócio (extensão rural e assistência rural)”.

Da coexistência entre essas percepções distintas de extensão e comunicação salienta-se, segundo Duarte e Soares (2011), a importância da mídia nas interações campo/cidade, o que ganha evidência a partir dos anos 1990, com a incorporação das abordagens interacionista

⁹⁵ De acordo com Duarte e Soares (2011, pp. 421-422), “várias foram as dissertações sobre o programa *Globo Rural* neste período. Algumas delas: OLIVEIRA, L.C.F.de S. **A televisão e a integração do empresariado rural com o complexo agropecuário**: o programa Globo Rural na região sul do Estado de Minas Gerais – um estudo de caso. Brasília: UnB, 1986. Dissertação (Mestrado, UnB); VASCONCELLOS, J.H. **Lavoura eletrônica** – análise do processo de difusão de informações para o campo – o caso do Globo Rural. São Bernardo do Campo/SP: Umesp, 1986. Dissertação (Mestrado, IMS/SBC); MOYSES, R.J. **Alcuni aspetti della divulgazione nella programmazione rurale della televisione Brasiliana**. Milão/ITA: Universita Cattolica Del Sacro Cuore di Milano, 1990”.

simbólica e culturalista aos estudos da comunicação rural. Emergem, com isso, o papel intermediário das mídias jornalísticas na inter-relação rural/urbano e a dualidade modernização/tradição como marca histórica na conformação da “imprensa rural”. Com a relevância crescente do agronegócio na economia do país⁹⁶, o que remete ao incentivo iniciado no governo militar, a mídia agropecuária se fortalece, sendo criado, em 1995, o primeiro canal de televisão direcionado a leilões pecuários no mundo, o *Canal do Boi*. Outros canais especializados em agronegócio, como *Canal Rural* (1997) e *Terraviva* (2005), surgiram nos anos seguintes. No mercado das revistas, é lançada a revista *Dinheiro Rural* (2004).

À preponderância de produtos jornalísticos que reproduzem uma identificação econômica do rural apresenta-se a necessidade de estender ao jornalismo os debates em torno da dimensão simbólica da ruralidade. Como coloca Martins (2014a, p. 14), “o conhecimento referencial de senso comum relativo ao mundo rural e agrícola está em crise no Brasil. Seu sistema de noções populares vem perdendo a solidez, disputado ideologicamente, questionado pela ciência”. Com base nisso, considera-se que, pela investigação de representações sociais da ruralidade brasileira na revista *Globo Rural*, no período entre 1985 e 2015, é possível apontar as transformações na construção do rural sem, contudo, reduzi-lo ao agrícola. Busca-se reforçar, com isso, a potência simbólica do jornalismo, contrapondo-se a uma concepção evolucionista da sociedade no sentido campo-cidade. Compreende-se que

o rural pode subsistir culturalmente por longo tempo fora da economia agrícola. Pode subsistir como visão de mundo, como nostalgia criativa e autodefensiva, como moralidade em ambientes moralmente degradados das grandes cidades, como criatividade e estratégia de vida numa transição que já não se cumpre conforme as profecias dos sociólogos (MARTINS, 2001, p. 32).

O rural pode, portanto, subsistir nas notícias, e a sua ancoragem simbólica é visível em pesquisas anteriores sobre o telejornal e sobre a revista *Globo Rural*. A tese de G. Silva (2009) sobre leitores

⁹⁶ Heredia, Palmeira e Leite (2010, p. 165) reforçam que “não se pode falar do agronegócio sem pensar no Estado e nas políticas públicas, que não só viabilizam sua origem mas também sua expansão”.

da revista residentes na cidade de São Paulo e sem vínculos com o rural na condição de proprietários mostra como o sonho da casa no campo é vívido no imaginário desses leitores urbanos. A autora identifica três movimentos nesse imaginário: a crítica ao presente vivido na metrópole urbana, a nostalgia de um passado rural e a expectativa de um futuro no campo e próximo à natureza. Temporalidades que acionam memória e imaginação e constituem a sonhada casa, à qual se relacionam imagens míticas que remetem ao fogo, à água, à terra e ao ar.

O estudo de G. Silva (2009) pode ser considerado dentro da perspectiva que vê o rural como uma representação, refletindo, ainda, a desterritorialização cultural da ruralidade, que aparece como uma experiência rural em espaços urbanos. Em sua crítica à modernidade, a autora nota que “é nesse contexto, de vácuos e excessos, de rupturas e conexões, que os meios de comunicação fazem de textos e imagens instrumentos de reorganização da cultura” (SILVA, 2009, p. 114), o que denota o papel das mídias jornalísticas, especificamente a *Globo Rural*, nas interações comunicativas cotidianas. Por essa abordagem, leva-se em conta que as produções jornalísticas não têm uma estrutura invariável que atenda à função exclusiva de informar, concordando com a afirmação de G. Silva (2009, p. 292, grifos no original) de que “as reportagens são prova de novas composições entre real e ficção. Quanto mais investem na *divulgação da realidade*, mais tornam-se *ficcionais*”.

A autora conclui que a revista ocupa uma posição estética para os leitores analisados, comparando-se a uma obra literária que funciona, “mesmo de forma precária, como incitação a transcender o tempo e o espaço” (SILVA, 2009, p. 292). Essa constatação reforça a impertinência de uma percepção exclusivamente agrícola do rural pelo jornalismo, tendo em vista que a audiência não se reduz ao grande proprietário ou ao empresário que pretende investir no agronegócio. Como destaca G. Silva (2009, p. 26), entre os assinantes da *Globo Rural* “é grande a incidência de leitores que moram nos bairros de periferia”, o que revela a heterogeneidade de um público que, a princípio, teria como alvo os produtores rurais. As periferias, lembra Martins (2001),

as favelas e cortiços desta nossa América Latina, e de outras partes, constituem enclaves rurais no mundo urbano, transições intransitivas, desumanos modos de sobreviver mais do que de viver. O mundo rural está também aí, como resíduo, como resto da modernização forçada e forçadamente acelerada, que introduziu na vida

das populações do campo um ritmo de transformação social e econômica gerador de problemas sociais que o próprio sistema em seu conjunto não tem como remediar.

Essa diluição das ruralidades na vida cotidiana permite pensar nas diversas possibilidades de experimentar o rural, e as notícias são uma delas. Pelos conteúdos que tratam, as notícias operacionalizam sentidos, construindo representações sociais. No entanto, G. Silva (2005, p. 104) ressalta que “o universo simbólico, tão caro à Antropologia, ainda é pouco explorado nos estudos dos processos comunicativos midiáticos, mais especificamente nos estudos de jornalismo”, o que denota a relevância das pesquisas que se dedicam a esta área, como as análises de Renata Éboli (2007) e Flávia Dourado Maia (2001) sobre o telejornal e a revista *Globo Rural*, respectivamente.

Ao investigar 26 edições do *Globo Rural* entre 1980 e 2005, Éboli (2007) identifica nas imagens veiculadas pelo telejornal o protagonismo do homem do campo, que é representado como uma figura mítica e idealizada. A autora também demarca a construção da identidade do programa, distinguindo o telejornal como um produto que se dirige simultaneamente para o homem do campo, para o citadino e para o desterritorializado. Nas edições analisadas, Éboli (2007, p. 22) elenca as imagens de rural como natureza, como tradição, como campo idílico, urbanizado, tecnificado e como zona de conflitos, destacando nelas o enfoque “no homem que vive no campo, aspira o (*sic*) campo, explora o campo, tecnifica o campo e transforma o campo”. Na conclusão da autora, “a urbanização e a domesticação da natureza aparecem ressignificando o rural agrícola em rural natureza” (ÉBOLI, 2007, p. 9), o que aproxima o *Globo Rural* de diferentes públicos.

Essa proximidade entre ruralidade e natureza é detalhada no trabalho de Maia (2011), que compreende o jornalismo em sua dimensão simbólico-mítica tendo como eixo de investigação as imagens e os imaginários de natureza na *Globo Rural*, entre 1985 e 2010. Para a autora, embora predominem na revista os conteúdos técnicos e mercadológicos, “questões políticas, culturais, sociais e ambientais aparecem, em diferentes níveis, propiciando uma visão multidimensional da ruralidade, ainda que esta multidimensionalidade manifeste-se de forma tímida ou latente em imagens míticas” (MAIA, 2011, p. 107). A pesquisadora diferencia, com base no conteúdo da *Globo Rural*, as imagens de natureza dominada, sustentada, intocada, vitimada, punidora, acolhedora e simbiótica, constatando “um

movimento de transição imaginal, marcado pela saturação do imaginário antropocêntrico e pelo despertar do biocêntrico” na passagem do século XX para o século XXI (MAIA, 2011, p. 151). Dentre suas conclusões, Maia (2011, p. 155-156) evidencia “o potencial criativo, transformador e crítico da simbologia mítica manifesta no fenômeno jornalístico”.

Da breve síntese dessas pesquisas retiram-se fundamentos que justificam o estudo do simbólico no jornalismo, tendo como aporte teórico as representações sociais. Ainda que a apreensão do rural pelo ângulo econômico seja tendência na cobertura jornalística desde os anos iniciais da imprensa rural, como recuperam Duarte e Soares (2011), a Teoria das Representações Sociais mostra que, ao lado das construções hegemônicas, subsistem as emancipadas e as polêmicas (MOSCOVICI, 1988). Se a visão econômica se impõe como hegemônica, cabe argumentar, conforme Martins (2014b, p. 23), que “o que é econômico e momentaneamente lucrativo não é, necessariamente, o que melhor expressa os valores sociais relativos à constituição do humano”. Segundo o sociólogo, é na realidade do senso comum, nas “rupturas do cotidiano, nos instantes da inviabilidade da reprodução, que se instaura o momento da invenção, da ousadia, do atrevimento, da transgressão”. Nesses domínios, onde as representações sociais existem e circulam, a ruralidade é, sobretudo, uma potência, e é enquanto tal que se procura compreendê-la nas notícias e reportagens da revista *Globo Rural*.

3. A RURALIDADE BRASILEIRA NA *GLOBO RURAL*

3.1. A REVISTA *GLOBO RURAL*: ANÁLISE DESCRITIVA DO CONTEÚDO DAS NOTÍCIAS E REPORTAGENS

Em outubro de 2015, a *Globo Rural* completou 30 anos de publicação. Na edição do mês seguinte, como parte da seção “Especial 30 anos”, a revista apresentou, na forma do infográfico *Túnel do Tempo*, seu percurso entre 1985 e 2015, tendo como referência trinta edições selecionadas entre as 360 impressas e distribuídas mensalmente no decorrer dessas três décadas. No texto de introdução a esse infográfico, os editores Cassiano Ribeiro e Sebastião Nascimento destacam a variedade de conteúdos registrados pela *Globo Rural*, observando que a revista “acompanhou as principais mudanças ocorridas no campo, na política, na economia e na cultura do Brasil” e “testemunhou a evolução da agropecuária brasileira e mundial” (*Túnel do Tempo*, GLOBO RURAL, nº 31, nov./2015, p. 38). Criada a partir do telejornal homônimo, que estreou na *Rede Globo* em janeiro de 1980, a *Globo Rural*

cobre a área de economia agrícola, com matérias sobre produtividade das lavouras e rentabilidade da pecuária. Aborda biotecnologia, agroindústria, safras, crédito agrícola, cooperativismo e profissões rurais. Divulga técnicas de plantio e colheita das grandes culturas, como soja e milho, e técnicas de criação de pequenos animais. Fala de piscicultura, horticultura, da produção de frutas, leite, flores e ervas. Dá espaço também para temas como preservação ambiental (de rios, animais, árvores), música sertaneja, festas populares, receitas de comidas típicas, trabalho de artesãos, turismo rural, novas fronteiras, perfis de gente do interior e de regiões brasileiras. É uma pauta ao mesmo tempo segmentada e abrangente, já que, além das especificidades da atividade agrícola, volta-se também para os modos de vida no campo (SILVA, 2009, p. 19, grifo no original).

Além da segmentação e abrangência das pautas, G. Silva assinala que “o público-alvo da revista são, em princípio, os produtores

rurais”⁹⁷, identificação apontada por Roberto Marinho no primeiro editorial da publicação. Conforme o presidente das *Organizações Globo* à época, a *Globo Rural* complementaria o telejornal, tendo como pretensões “transformar-se em companheira do agricultor, em todas as etapas de seu trabalho, refletir seus anseios e suas reivindicações” (*Editorial*, GLOBO RURAL, nº 1, out./1985, p. 3). Marinho destaca que, apesar de se direcionar à informação e à prestação de serviços para o homem do campo, a revista também seria distribuída nos grandes centros urbanos, a fim de que os brasileiros pudessem compreender um pouco mais do mundo rural “de que tanto dependemos”⁹⁸.

Em contexto que refletia diretamente a política de modernização do campo e o difusionismo produtivista incentivados pela ditadura militar, o Brasil vivia os impactos da Revolução Verde que, como explica F. Maia (2011, p. 110), “apoiava-se nos pilares da aplicação intensiva de insumos químicos; da mecanização dos sistemas produtivos; da irrigação de grande porte; da monocultura voltada para a exportação; da concentração fundiária; e da utilização de sementes selecionadas e variedades melhoradas”. O modelo de desenvolvimento pautado no crescimento econômico e a relevância da ciência⁹⁹ para o aumento da produtividade agropecuária caracterizaram as décadas que antecederam a criação da revista, o que reforçou a setorialidade primária do campo e a tecnificação da lavoura e da pecuária. Em relação à extensão rural, o período é marcado “pelo fluxo de informações geradas e determinadas pela ciência (*science push*) e direcionadas aos produtores rurais”, como detalha Marcus Peixoto (2014, p. 895).

No momento em que a primeira edição da *Globo Rural* foi lançada, a ocupação do Cerrado para o plantio de grãos e a eletrificação do campo avançavam, como relembra Humberto Pereira, fundador da revista e seu diretor nos primeiros cinco anos (*A palavra (e a imagem) do campo*, GLOBO RURAL, nº 240, out./2005, p. 24-26)¹⁰⁰. Para o jornalista, “o campo começava a se impor no país” e “a TV e a revista

⁹⁷ Idem.

⁹⁸ Idem.

⁹⁹ Em abril 1973, no governo de Emílio Garrastazu Médici, foi empossada a primeira diretoria da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa).

¹⁰⁰ O jornalista Humberto Pereira é editor-chefe do programa de TV *Globo Rural*, exibido na *Rede Globo* nas manhãs de domingo.

souberam capitalizar esse momento com muito respeito”. Diante dessas circunstâncias, a estimativa de crescimento da população e “a preocupação com a agricultura como fonte de alimentos e de riqueza nacional” (*Editorial*, GLOBO RURAL, nº 1, out./1985, p. 3) são apresentadas como motivações para o lançamento da *Globo Rural*. Nota-se, no primeiro *Editorial*, a imagem mítica e heroica do “homem do campo” e da agricultura, assim como a retomada da inclinação econômica agrícola do Brasil como saída para a crise: “os dólares de que tanto necessitamos podem e devem sair, em grande parte, de uma Agricultura forte e organizada”, escreve Marinho¹⁰¹. Como marca da precaução com a revisão técnica da informação, o então editor-chefe José Hamilton Ribeiro enfatiza, na carta ao leitor, que cada página do primeiro número havia sido “lida e rubricada” por profissionais especializados, indicando ainda o acompanhamento do periódico por “consultores permanentes” (*Conversa na Varanda*, GLOBO RURAL, nº 1, out./1985, p. 5).

Se por um lado a ideologia técnica-produtiva ampliou o mercado consumidor de notícias sobre o campo – com a revista alcançando a tiragem de quatrocentos mil exemplares em outubro de 1986¹⁰² (*Nosso voto de aniversário*, GLOBO RURAL, nº 13, out./1986, p. 3) –, por outro teve impactos negativos. Maia (2011, p. 112) observa que, apesar de ter “proporcionado ganhos significativos para a balança comercial brasileira e gerado altas taxas de lucro para parte dos agropecuaristas, o modelo de modernização da Revolução Verde revelou-se excludente do ponto de vista social e insustentável do ponto de vista ambiental”. Como nota a autora, o surgimento da revista coincide com um período de crise econômica do país e de intensificação das consequências do padrão agrícola adotado nos anos precedentes.

Do primeiro exemplar circulante da *Globo Rural* até o de número 360, os efeitos econômicos e demográficos da modernização do campo foram significativos. A lavoura de grãos cresceu 123% em produtividade média, 73% em área cultivada e 180% em produção total, e o rebanho bovino aumentou em 40% (*Evolução do Agro*, GLOBO RURAL, nº 361, nov./2015, p. 44-45). As sementes transgênicas se tornaram dominantes, superando a marca dos 90% no cultivo da soja, o

¹⁰¹ Idem.

¹⁰² Em comparação com a primeira edição, a de nº 13 teve uma tiragem com ganho de 500%.

que elevou a produtividade de grãos a 3500 quilos por hectare (*Túnel do Tempo*, GLOBO RURAL, nº 31, nov./2015). As disparidades entre pequenos e grandes produtores cresceram e a combinação entre crédito rural, pesquisa agrícola e serviços de Assistência Técnica e Extensão Rural (ATER) financiada pelo Estado foi sendo substituída pela iniciativa privada. A taxa de crescimento anual da população residente em regiões rurais passou a decrescer progressivamente e o índice de urbanização superou a marca de 80%, como mostram os dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Dessa forma, pode-se considerar que a *Globo Rural* dialoga com uma conjuntura específica e compõe uma representação do rural brasileiro em plurais versões.

Nesses 30 anos, as edições que simbolizam a trajetória da revista no infográfico *Túnel do Tempo* (Tabela 1), além de expressarem sua identidade editorial, constituem um material expressivo para o estudo de representações sociais da ruralidade brasileira, que consiste no problema desta pesquisa. Tendo o objetivo de identificar, descrever e interpretar essas representações sociais, o objeto empírico é formado por textos informativos publicados nessas trinta edições, excluindo-se as pautas internacionais e as notas. No total, 500 notícias e reportagens foram catalogadas, sendo nove delas eliminadas da análise por se tratarem de pautas sobre a própria *Globo Rural*, o que resultou em um *corpus* integrado por 491 textos.

Tabela 1 – Edições *Globo Rural* 1985-2015

EDIÇÕES – GLOBO RURAL		
ANO	MÊS	CAPA
1985	Outubro	“O peão Davi na corte do rei Zebu”
1986	Outubro	“China: 800 milhões de agricultores”
1987	Janeiro	“O grito do Pantanal”
1988	Novembro / Dezembro ¹⁰³	“O semeador do Cerrado”
1989	Maio	“Ricos em terra alheia”
1990	Abril	“Natureza congelada”
1991	Outubro	“Ilhas de fartura”
1992	Setembro	“O salmão brasileiro”
1993	Outubro	“Brava gente brasileira”
1994	Abril	“Fronteiras do mel”
1995	Abril	“A força dos pequenos”

¹⁰³ A edição da revista refere-se concomitantemente aos dois meses.

1996	Março	“O fio da esperança”
1997	Março	“A hora da eficiência”
1998	Dezembro	“O conflito das águas”
1999	Julho	“Criação pede conforto”
2000	Outubro	“O rio da esperança”
2001	Junho	“Alimentos orgânicos ocupam o cardápio”
2002	Junho	“O queijo da montanha”
2003	Abril	“Lavoura Polêmica”
2004	Janeiro	“2004: Campo fértil passa bons negócios”
2005	Outubro	“A segunda revolução do nelore”
2006	Dezembro	“Como aproveitar 100% de sua propriedade”
2007	Setembro	“O campo está para peixe”
2008	Junho	“100 anos de agricultura”
2010	Janeiro	“2010: O ano da virada”
2011	Maio	“Dá para confiar no etanol?”
2012	Outubro	“O primeiro cavalo clonado do Brasil”
2013	Agosto	“Quem manda ser tão competente?”
2014	Agosto	“É lavoura no pasto e pasto na lavoura”
2015	Março	“Agricultura a conta-gotas”

Fonte: elaboração própria.

O exame do material empírico se estrutura em dois processos: descrição, com base metodológica na análise de conteúdo, e interpretação. Leva-se em conta, como demarcam os pesquisadores Clélia Nascimento-Schulze e Brígido Camargo (2000, p. 292), que quando se opta pelo estudo das representações sociais a partir de textos, estes materiais “importam menos pelas suas qualidades formais do que pelo seu conteúdo, sobretudo pela possibilidade deste conteúdo indicar posições, sentimentos, cognições e predisposições à adoção de condutas diante do referente, do que é dito ou escrito”. Os autores reforçam que a investigação das representações sociais não pode desconsiderar o conteúdo, uma vez que isso significaria retirar da teoria o que é seu cerne, tendo em vista que a obra inaugural, *A psicanálise, sua imagem e seu público* (1961), tem metade do volume voltado para a análise de conteúdo dos meios de comunicação.

Em coautoria com Peter Henry, Moscovici (1968, p. 36, tradução livre) explica que “tudo o que é dito ou escrito é suscetível a

uma análise de conteúdo”¹⁰⁴, o que se atribui aos textos jornalísticos. Para os autores, a análise de conteúdo não deve visar “o estudo da língua e da linguagem, mas a determinação, mais ou menos parcial, das condições de produção dos textos que são seus objetos de análise” (HENRY; MOSCOVICI, 1968, p. 37, tradução livre)¹⁰⁵. Nesse sentido, entende-se que a descrição realizada por meio da análise de conteúdo possibilita o reconhecimento e posterior interpretação dos sentidos produzidos pelas notícias, processo que se organiza em torno da codificação e da categorização do material empírico.

A codificação consiste, de acordo com Laurence Bardin (1977, p. 103), na transformação dos “dados brutos do texto”, o que possibilita o alcance de “uma representação do conteúdo”. Na codificação das 491 notícias e reportagens da *Globo Rural*, o tema foi priorizado como critério. Para Bardin (1977, p. 105), “fazer uma análise temática consiste em descobrir os ‘núcleos de sentido’ que compõem a comunicação e cuja presença ou frequência de aparição podem significar alguma coisa para o objectivo analítico escolhido”. Na descrição das representações sociais, a codificação por temas visa à construção de categorias ordenadoras dos sentidos emergentes dos conteúdos noticiados, proporcionando interpretar as transformações pelas quais passaram as representações identificadas. No caso específico do jornalismo de revista, Schwaab e Tavares pontuam que

os temas podem ser vistos não apenas como conteúdos determinados por certas rotinas produtivas e de consumo, mas também como elementos de processos de extração midiática onde aspectos culturais e campos sociais se entrecruzam. Ao falar para um certo público e com ele criar uma certa “relação”, a revista tenta “esgotar” uma temática e “tratar” a realidade de outra forma (SCHWAAB; TAVARES, 2009, p. 184).

¹⁰⁴ No original: “Tout ce qui est dit ou écrit est susceptible d'être soumis à une analyse de contenu” (HENRY; MOSCOVICI, 1968, p. 36).

¹⁰⁵ No original: “Ce choix est nécessaire car toute analyse de contenu vise, non l'étude de la langue et du langage, mais la détermination, plus ou moins partielle, de ce que nous appellerons les conditions de production des textes qui en sont l'objet” (HENRY; MOSCOVICI, 1968, p. 37).

Os autores assinalam que, nas revistas de periodicidade ampliada, as manifestações temáticas podem ser derivadas ou conformadoras de um perfil editorial, variando em função do nicho que configura seu público ou do assunto que tomam como referência. O tema é, por essa direção, um elemento que, “mais do que dizer sobre o mundo, participa no como se diz, incidindo sobre práticas, conteúdos e formas” (SCHWAAB; TAVARES, 2009, p. 182). Assim, infere-se que o perfil editorial da *Globo Rural* é centralizado no entorno de múltiplas tematizações do *rural*, assumido como um norteador dos sentidos veiculados por essa mídia jornalística. Tais sentidos, “apesar de escaparem do seu controle, reforçam a capacidade que certas temáticas têm de operar processos de circulação significativa na relação mídia e sociedade” (SCHWAAB; TAVARES, 2009, p. 183).

Retomando-se a teoria moscoviciana, “a estruturação temática coincide, de algum modo, com o trabalho de objetivação”, tendo em vista que tematizar algo é, para Moscovici e Vignaux (2009, p. 225), transformá-lo em “um objeto pertencente a uma realidade escolhida entre todas as outras realidades possíveis ou anteriores”. Na circularidade dos processos de ancoragem e objetivação – os quais geram as representações sociais –, pode-se depreender que a *Globo Rural*, ao mesmo tempo em que fundamenta a construção de temáticas acerca do rural, é afetada pelas múltiplas objetivações desses temas, o que se manifesta na variedade de representações possíveis partindo-se de um eixo temático comum.

Para a ordenação dos temas emergentes das notícias e reportagens avaliou-se o encadeamento estrutural da pauta – considerando-se aspectos como localização editorial e conteúdos de chapéu, título, linha fina, intertítulo, box e infografia – e a angulação apreensível do conjunto textual – identificando-se o sentido predominante no texto jornalístico. Dessa forma, chegou-se à categorização de quatro eixos temáticos (econômico-produtivo; técnico-científico; sociocultural; natural-sustentável), descritos em suas especificidades em ordem quantitativa decrescente quanto ao número de textos que concentram. Em cada categoria, os conteúdos foram distribuídos em função de três intervalos de tempo (1985/1995 – 1996/2005 – 2006/2015)¹⁰⁶, a fim de que fosse possível visualizar o percurso histórico das tematizações.

¹⁰⁶ Como a primeira edição da *Globo Rural* foi publicada em outubro de 1985, o marco anual da revista tem como referência este mês. No entanto, na delimitação dos intervalos de análise segue-se a ordem cronológica das edições

3.1.1. Descrição quantitativa por eixos temáticos

(A) Eixo econômico-produtivo

Os conteúdos que se orientam predominantemente pelo princípio econômico-produtivo se distribuem em 237 textos, o que equivale a pouco mais de 48% do *corpus*. Neste eixo temático estão presentes pautas sobre aproveitamento fundiário; arrendamento; produção de grãos; agroindústria e agronegócios; estimativa de safras; rendimento de culturas de origem animal e vegetal; cotações de *commodities*; preços de insumos químicos, rações e sementes; produtividade de grandes e pequenos produtores rurais; transportes e escoamento de produtos agrícolas; cooperativismo; maquinários; leilões e eventos agropecuários; exportações; fontes de energia; crédito e empreendedorismo.

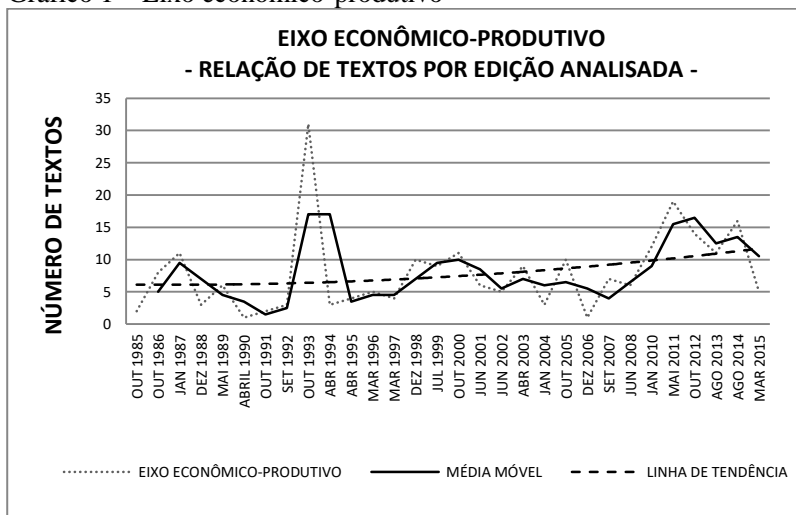
De 1985 a 1995, foram contabilizadas 74 matérias de abordagem econômico-produtiva, as quais enfocam histórias de produtores rurais que obtiveram sucesso em seus negócios; a lucratividade decorrente do investimento em tecnologia e mecanização; a instabilidade da moeda nacional e a dinâmica de crescimento/retração das exportações. Na década seguinte, os 72 textos jornalísticos elencados abrangem o investimento do capital privado na estrutura portuária; a modernização da pecuária por meio do confinamento; a instabilidade no mercado internacional de grãos; a ampliação do nicho consumidor de alimentos orgânicos; o mercado de leilões; a valorização do preço da terra; a elevada produtividade das safras transgênicas e o aumento da demanda de álcool. Por fim, as 91 notícias e reportagens restantes, publicadas entre 2006 e 2015, ressaltam a retomada da estabilidade na cotação de grãos; a queda nos preços do álcool; a política de renegociação das dívidas rurais do governo Lula; o crescimento da exportação de carne e os ganhos financeiros com melhoramento genético.

Do ponto de vista das editorias, nas edições analisadas dos cinco primeiros anos o caderno *Globo Rural Mercado* acompanha os conteúdos de economia e produtividade de maneira mais pontual, centrando-se na política agrícola; no mercado financeiro e nos indicadores do setor primário. A partir de 1993, o caderno *Globo Rural Economia* passa a concentrar esses assuntos, que se dispõem em seções

consideradas, o que justifica os valores não coincidentes entre o final de um período e o início do outro.

menos estáveis no início dos anos 2000. De 2005 em diante, nota-se a ascensão do espaço destinado a essas pautas, predominantes nas seções *Produtos e Mercados* (“Economia + Negócios + Análises + Tendências”) e *Leilões e Criação* (“Negócios + Gestão + Gente + Genética + Mercados”).

Gráfico 1 – Eixo econômico-produtivo



Fonte: elaboração própria.

O Gráfico 1 mostra a variação do eixo econômico-produtivo no material examinado, indicando uma tendência quantitativa semelhante nas primeiras duas décadas e crescente na última. Pode-se relacionar o ponto máximo em outubro de 1993 ao fato de ser esta uma das edições de aniversário (8º ano), caracterizadas por serem mais densas e exibirem previsões anuais para a safra. Esses índices agrícolas e análises de mercado adquiriram relevância no decorrer dos anos e, desde 2005, são publicados em uma edição separada, que é distribuída anualmente, junto com o exemplar do mês de aniversário, aos assinantes da revista: *o Anuário do Agronegócio*, que também premia as empresas com melhor desempenho no setor.

Comparando-se os gêneros textuais informativos considerados, na primeira década as reportagens predominam sobre as notícias tematizadas em torno da economia e da produção agropecuária. Nos anos seguintes essa relação se mantém equilibrada, verificando-se uma progressiva redução no número de reportagens, que foram

substituídas por textos mais concisos, direcionados aos negócios de alto desempenho e à produção em larga escala. Essa propensão à cobertura setorial é acentuada de 2010 em diante, com a inclusão de previsões comparadas acerca das safras do Brasil e de outros produtores internacionais de *commodities* (Argentina e Estados Unidos) e análises altamente especializadas no agronegócio, com destaque para bolsa de valores¹⁰⁷. Avaliando-se o intervalo 2010-2015, o conteúdo da revista dialoga diretamente com empresários, empreendedores e investidores, havendo gradativa anulação do espaço destinado aos pequenos produtores em comparação ao período anterior.

(B) Eixo técnico-científico

Incorporam-se a este eixo 148 textos, o que representa cerca de 30% do *corpus*. Nesta temática enquadram-se conteúdos sobre biotecnologia; dados científicos de espécies de animais e plantas; instrumentos e ferramentas de trabalho no campo; pesquisas realizadas em universidades; soluções técnicas para cultivo e criação; sanidade animal; irrigação; pastagens; melhoramento genético; manejo do solo; adubação; inovações tecnológicas; controle de pragas; nutrição animal; combustíveis e energia; manutenção de equipamentos; sistemas produtivos; análises climáticas; telecomunicação e informatização.

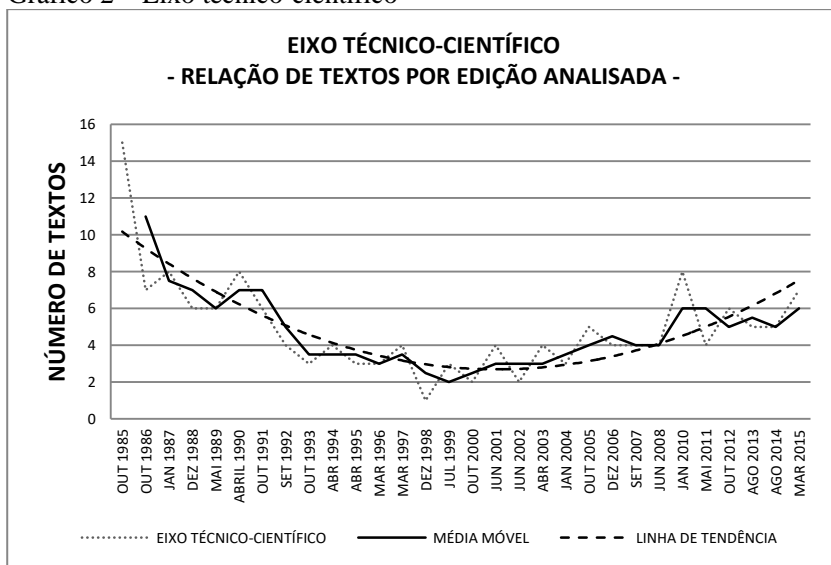
Nos dez primeiros anos da revista, os 70 textos de ancoragem técnico-científica apresentam mecanismos que podem auxiliar o trabalho de pequenos produtores, ensinando a construir ferramentas e utensílios e a combater pragas; evidenciam a renovação dos métodos de aração; detalham o manejo de espécies de produção e exibem novas variedades de plantas e animais. De 1996 a 2005, distinguem-se 31 matérias que se voltam à expansão biotecnológica; à adubação com reutilização de resíduos; às consequências da modernização para o bem-estar animal; à hidroponia; à importação de material genético e às alternativas científicas para a conservação ambiental. Em relação aos 47 textos intercalados entre 2006 e 2015, sobressaem questões de ordem energética, climática e de acesso a novas tecnologias aplicadas à agricultura e à pecuária de precisão.

Nos primeiros 15 anos da revista, os conteúdos técnico-científicos são recorrentes nas editoriais *Novas Técnicas* (“Manejo e jeito novo de fazer o trabalho render mais”) e *Benfeitoria* (“Coisas que você

¹⁰⁷ Em 2014 a revista estreou em seu site um boletim direto da bolsa de Chicago.

mesmo faz e que valorizam seu chão”), caracterizando também a angulação de certas matérias de *A ficha do bicho* (“Origem, características, manejo, raças e serventia”) ou *A ficha da planta* (“Origem, variedades, utilidades, economia e curiosidades”). De 2000 a 2005, tais editoriais são nomeadas apenas como *Ficha*. De 2005 em diante, passam a integrar as seções *Como criar*, *Como plantar* e *Como fazer*, incluídas em *Vida na Fazenda* (Culinária + Criação + Cultivo + Cultura), e *Campo Aberto* (Tecnologia + Meio Ambiente + Inovação + Gente). Desde 2011, *Como fazer* (equivalente à anterior *Benfeitoria*) deixou de ser publicada. A primeira tentativa de exclusão foi feita no início da terceira década de análise, mas os leitores pediram o retorno da seção, que perdurou por mais alguns anos¹⁰⁸.

Gráfico 2 – Eixo técnico-científico



Fonte: elaboração própria.

Acompanhando a evolução temporal da tematização técnico-científica, o Gráfico 2 mostra uma proximidade entre as décadas 1985-1995 e 2006-2015, com ascensão nesta última. Quanto à natureza dos textos jornalísticos, há uma estabilidade nesses 30 anos, com a

¹⁰⁸ Na edição de dezembro de 2006 foram publicadas, no *Espaço do Leitor*, três reclamações de leitores insatisfeitos com a retirada de *Como fazer* da revista.

preponderância de reportagens. O teor de divulgação científica e tecnológica coexiste com técnicas do cotidiano do trabalhador rural nos primeiros anos, sendo aparente o perfil de didatismo similar às atividades de extensão rural. A partir dos anos 2000, a integração entre ciência, inovação e produtividade passa a ser dominante, intensificando-se na última década examinada, em articulação direta com temas econômico-produtivos.

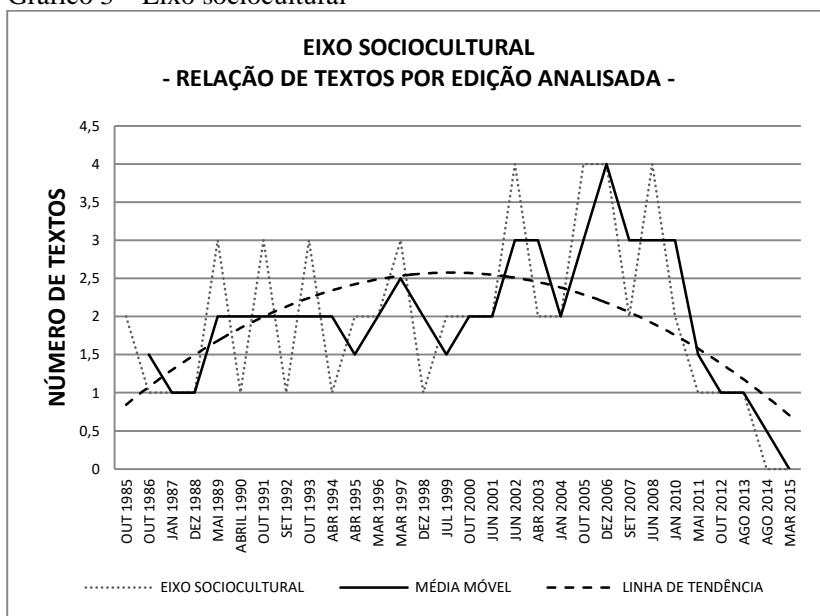
(C) Eixo sociocultural

Correspondendo a 58 textos, com alcance de quase 12% do *corpus*, a tematização sociocultural engloba conteúdos de receitas e culinária em geral; relações sociais em pequenas comunidades rurais; vida no campo; migrações campo-cidade; efeitos da modernização; música; povos originários; artesanato; esportes e rodeios; festas tradicionais e religiosas; educação; história e cultura caipira.

No período entre 1985 e 1995, as pautas de 19 matérias priorizam pratos tradicionais da culinária rural; os esforços de pequenos proprietários para se fixarem à terra; a busca do campo como opção de vida para moradores até então residentes nas cidades e os desafios de um desenvolvimento rural não excludente. Na década subsequente, aparecem 24 textos que discorrem sobre tradições indígenas, produção artesanal, estilo country e educação agrária. E de 2006 a 2015 identificam-se 15 materiais textuais jornalísticos com assuntos como festas juninas, literatura e música sertaneja.

Neste eixo temático há o percentual de reportagens mais elevado, com prevalência absoluta desse gênero textual entre 1996 e 2005, década de maior concentração dessas pautas, como se nota no Gráfico 3. Editorialmente, os textos desta categoria se inscrevem na seção *Receitas* (“A cozinha do campo, os pratos caseiros de todas as regiões”) e, sobretudo nas grandes reportagens, até a primeira metade da década de 2000. De 2005 em diante, a seção *Vida na Fazenda* incorpora as pautas culinárias e outras editoriais de conteúdos socioculturais, como *Balaio* (“Gente, ideias, curiosidades, uma seção aberta à imaginação”), destinada à publicação de fotos enviadas pelos leitores, e *Varanda*. A partir da edição de 2011, *Balaio* e *Varanda* são excluídas e, mais recentemente, em 2013, *Receita*. Observa-se que, de 2006 a 2015, à medida que os temas econômico-produtivos e técnico-científicos ascenderam, os socioculturais decresceram, indicando uma reconfiguração do perfil editorial da *Globo Rural*.

Gráfico 3 – Eixo sociocultural



Fonte: elaboração própria.

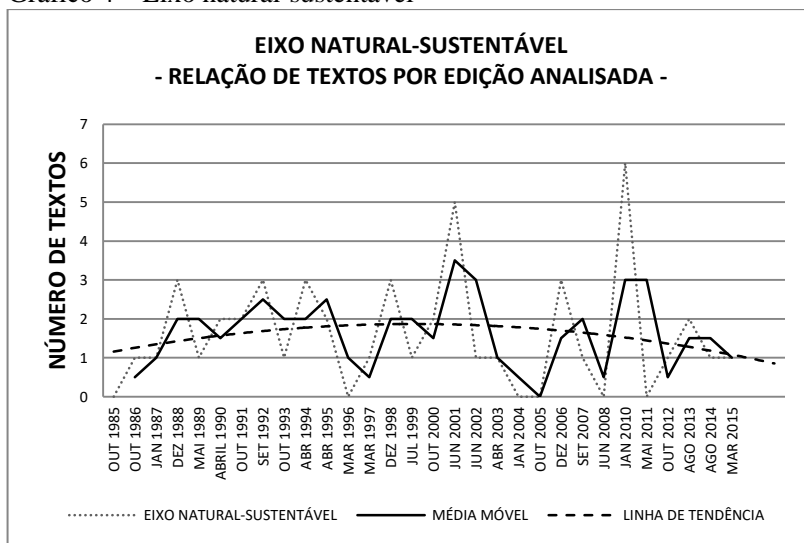
(D) Eixo natural-sustentável

Aproximadamente 10% do *corpus*, percentual referente a 48 textos, encontram-se neste eixo temático, que se desdobra em conteúdos sobre biomas brasileiros; ervas medicinais; espécies ameaçadas de extinção; meio ambiente; mudanças climáticas; animais e plantas silvestres; cultivos orgânicos; sistemas agroflorestais; conservação de recursos não-renováveis; legislação ambiental; demarcação de áreas de preservação; biodiversidade; agrotóxicos; reciclagem; turismo e esportes; biocombustíveis e práticas ambientalmente sustentáveis de produção.

De 1985 a 1995, emergem de 19 notícias e reportagens discussões sobre ameaças atravessadas pelo Pantanal; a criação de pássaros fora das gaiolas; o esforço para preservar em laboratório amostras de espécies com risco de desaparecimento; a redução das áreas nativas de araucárias; trilhas esportivas; vida marinha; plantas e animais exóticos atrativos do ponto de vista estético; jardinagem e paisagismo. De 1996 a 2005, 14 textos retratam zoologia e animais venenosos; o

projeto de transposição do rio São Francisco; a preservação em cativeiro e a destinação das embalagens de agrotóxicos. Nos dez anos seguintes, 15 matérias pautam cosméticos naturais; turismo em regiões de conservação; integração lavoura-pecuária-floresta; eventos organizados para discutir alterações climáticas; projeto de recuperação da Mata Atlântica; créditos de carbono e geração de combustíveis por meio de esterco animal.

Gráfico 4 – Eixo natural-sustentável



Fonte: elaboração própria.

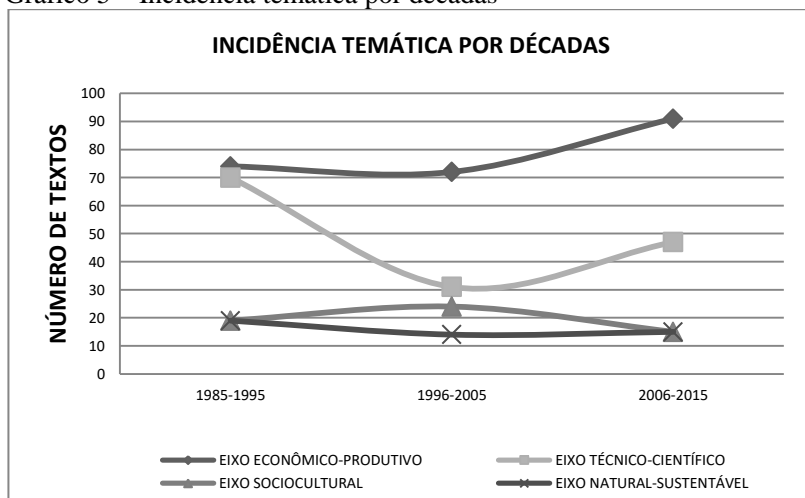
Os conteúdos de ordem natural-sustentável são, na primeira década, apresentados em sua maioria na forma de reportagens; nas décadas seguintes, há um equilíbrio em relação ao número de notícias. Ao contrário dos eixos temáticos precedentes, este não é editorialmente demarcado, variando entre as seções anteriormente enumeradas e alcançando picos de incidência na virada no século XX para o século XXI, como permite notar o Gráfico 4. A tendência decrescente no número de pautas desta categoria nos últimos cinco anos, que caminha em paralelo à elevação econômico-produtiva e técnico-científica, não é tão simbólica quanto a redução notada no eixo sociocultural. Nota-se, nesse período, um impulso na cobertura sobre sustentabilidade, com o lançamento, em 2013, do prêmio “Fazenda Sustentável”, organizado anualmente pela revista. Considerando-se a variação quantitativa em

função das três décadas de referência, este eixo temático manteve-se mais uniforme do que os outros, mas a angulação da sustentabilidade pela prioridade econômica reforça o encaminhamento agrícola e setorial que a *Globo Rural* tem seguido, o que se inclui na análise qualitativa dos conteúdos identificados.

3.1.2. Descrição qualitativa dos conteúdos

O movimento quantitativo dos conteúdos categorizados nas trinta edições da revista *Globo Rural* (Gráfico 5) sugere a aproximação, por um lado, entre os temas econômico-produtivos e técnico-científicos e, por outro, entre os socioculturais e natural-sustentáveis. Essa comparação, observada em sua dualidade, aponta, em princípio, para as consequências do incentivo à modernização agrícola brasileira na segunda metade do século XX, que potencializou a produção em larga escala amparada nas descobertas da ciência. Por outro lado, se os números indicam a tendência crescente das pautas técnicas e produtivas na primeira e na última década consideradas, a angulação dos textos jornalísticos aponta para uma variação entre esses períodos, principalmente no que se refere ao espaço destinado à pequena produção e à crítica ao modelo excludente de desenvolvimento econômico, progressivamente reduzido (ou mesmo anulado) de 2005 em diante.

Gráfico 5 – Incidência temática por décadas



Fonte: elaboração própria.

Entre 1985 e 1995, há uma paridade entre as notícias e reportagens sobre os pequenos e grandes produtores rurais, notando-se a preocupação com a divulgação de técnicas de cultivo e de criação focadas em propriedades menores e com a fixação do homem à terra. Nessas edições, há lugar para as análises de mercado (concentradas nas seções de economia), para a agricultura familiar, para os riscos enfrentados pela natureza e para a cultura caipira, que conformam uma imagem de otimismo do campo como espaço de vida, de produção e de preservação: “tudo que a gente dá tem um sentido construtivo, positivo, somador. E tudo vem cercado de uma grande vontade de ser claro, simples, objetivo”, escreve José Hamilton Ribeiro ao apresentar o primeiro número da revista ao leitor (*Conversa na Varanda*, GLOBO RURAL, nº 1, out./1985, p. 5).

As reverberações negativas do projeto modernizador que ganhou êxito com o golpe de 1964 se manifestam de maneira reincidente nas edições da primeira década, notadamente em termos sociais e ambientais. Entre os assuntos problematizados, a má distribuição de terras; a substituição dos animais de tração e dos trabalhadores rurais por maquinários; os impactos da ocupação agrícola do Centro-Oeste sobre o Cerrado e o Pantanal; a importância da agricultura familiar para a produção de alimentos e a migração da população rural para as cidades constituem exemplos de encaminhamentos críticos ao modelo de desenvolvimento, como ilustra o especial *O Brasil que anda*, de outubro de 1991:

[...] nas décadas de 50/60, as estradas comandaram a aproximação entre o campo e a cidade. Mais para a frente, no período 60/70, a oferta de insumos químicos e de equipamentos mecânicos fixou-se na tonelagem das safras. Finalmente, nos 70/80, privilegiou-se o mercado, em nome do qual se expandiram as fronteiras, o meio de se formar os grandes complexos agroindustriais. Essa cadeia de acontecimentos permitiu, pela ordem: dar mobilidade aos migrantes; liberar mão de obra do campo, sem ter onde acolhê-la no mercado de trabalho; redesenhar o mapa de forma não raro cega e selvagem. Nessa toada, colonos pobres, agricultores sem-terra, boias-frias, favelados foram ficando pelos caminhos – que muitas vezes

eles próprios ajudaram a abrir (*O Brasil que anda*, GLOBO RURAL, nº 72, out./1991, p. 35).

No contexto brasileiro, a instabilidade da moeda nacional e o descontrole da inflação – que fechou o ano de 1994 em 916%, como informa o infográfico *Túnel do Tempo* – marcam as projeções para o setor agropecuário na primeira década da *Globo Rural*, período também atravessado pelas incertezas políticas da redemocratização; pelo nascimento do Mercosul; pela divisão territorial do estado de Goiás para a criação do Tocantins, atuais grandes produtores agrícolas; e pela realização, no Rio de Janeiro, da Eco-92 – Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e o Desenvolvimento – evento que colocou em discussão a ameaça à biodiversidade e as mudanças climáticas acirrada no final do século XX. Nesse cenário, as reportagens exploram a identificação entre natureza e espaços rurais, com pautas que vão da angulação técnico-científica à natural-sustentável.

Na década que se inicia em 1996, a criação do Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (Pronaf), a legalização da produção e comercialização de produtos orgânicos e o lançamento do Programa Nacional de Biodiesel coexistem com a privatização de empresas estatais, a elevação da produtividade de grãos – que chega a 100 milhões de toneladas pela primeira vez – e o aumento do investimento privado em engenharia genética, com a consequente possibilidade de clonagem de animais de produção. O fortalecimento do agronegócio e as dificuldades à sobrevivência da pequena produção configuram duas frentes díspares da economia agropecuária, persistindo nos conteúdos pautados pela *Globo Rural*.

Os rumos da agricultura no século XXI passam a ser frequentemente questionados no início dos anos 2000, dando continuidade às reflexões ambientais – com destaque ao uso consciente da água, que se tematiza de forma recorrente em pautas sobre irrigação – e estendendo a crítica à modernização – a princípio dimensionada em termos humanos – ao bem-estar animal. Os desafios de se reconfigurar a educação técnica e superior em ciências agrárias na virada do milênio sinaliza os equívocos da prática científica desvinculada do compromisso social e ambiental. O esgotamento do modelo agrícola convencional e a ação predatória do homem sobre a natureza são endossados em reportagens sobre fenômenos meteorológicos e sanidade animal:

Depois da vaca louca, o rural nunca mais será o mesmo, pelo menos na Europa. Mas a lição tende

a irradiar-se também de forma incontrolável pelo resto do mundo. Em 50 anos de mercantilização das relações do homem com a terra, criaram-se inúmeras barreiras de ordem prática e uma dificuldade quase ideológica de se enxergar o campo como algo mais que mero entroncamento de safras e insumos. O enlace economicista com a modernidade reduziu-o à condição de substrato complacente de um modelo clivado de antagonismos – o mais visível deles opõe o alimento à saúde, mas não é o único. O que se desenha, no fundo, é um conflito de natureza mais ampla entre dois relógios de tempos distintos, dois ritmos irredutíveis e inconciliáveis – o da reprodução biológica e o da reprodução do dinheiro (*O sabor do século 21*, GLOBO RURAL, nº 188, jun./2001, p. 47).

A produção de alimentos em quantidade compatível com as projeções exponenciais de crescimento da população, pretexto para o modelo agrícola da Revolução Verde, é confrontada pela qualidade do que se produz, reforçando-se, na agenda da revista, a ideia de que “o alimento saudável é o novo paradigma da produção rural” (*O sabor do século 21*, GLOBO RURAL, nº 188, jun./2001, p. 47). O cultivo e comércio de transgênicos, regulamentado em 2005, aparece como polêmica que tensiona o embate entre produtividade e segurança alimentar. Sob o prisma econômico, a prioridade adquirida pelo agronegócio em detrimento da pequena produção começa a se anunciar nas edições de 2004 e 2005, mostrando que, embora tenha se mantido quantitativamente fixo, o eixo econômico-produtivo foi o que obteve a alteração mais expressiva nos sentidos privilegiados pelos assuntos noticiados, o que fica patente na reportagem *Continua chovendo na horta*, de janeiro de 2004:

A capitalização do empresariado rural é evidente, após três anos de bons resultados financeiros. A maior prova disso é a capacidade de financiar a própria produção. Para o custeio da safra em curso, o crédito oficial aumentou em relação a 2002/2003, alcançando 32 bilhões de reais. Mas a demanda era muito maior, da ordem de 95 bilhões de reais. O equivalente a cerca de 35 bilhões de reais veio do exterior – em grande parte foi

dinheiro de companhias de comércio transnacionais, destinado às já habituais operações de compra antecipada de mercadorias de exportação (*Continua chovendo na horta*, GLOBO RURAL, n° 219, jan./2004, p. 9-10).

Entre 2006 e 2015, embora iniciativas governamentais, como o Programa Mais Alimentos, busquem estimular a agricultura familiar, o agronegócio e a tecnologia direcionada à grande produção dominam as pautas, alternando-se nas reportagens de capa. As matérias patrocinadas por empresas de máquinas e veículos agrícolas, bancos e marcas de insumos e rações, presentes de forma mais retraída na década anterior, passam a ser mais frequentes. O Brasil acumula safras recordes e assume a liderança mundial da exportação de carne de frango, tornando-se, em 2011, a sexta maior economia do mundo. Na contramão da crise financeira global iniciada em 2008, o agronegócio cresce e é apontado como o responsável por sustentar a economia brasileira, o que alimenta os conflitos entre ruralistas e ambientalistas. Nesse contexto controverso, a *Globo Rural* procura conciliar produtividade e preservação por meio do discurso da sustentabilidade (econômica e ambiental), baseado em histórias de sucesso de grandes produtores que investiram em tecnologia para atender às demandas da legislação de transporte, armazenamento e fiscalização de agrotóxicos e ao novo Código Florestal:

Tem dinheiro no banco, a juros baixos e para fazer uma produção mais adequada ao meio ambiente. Mas o produtor rural não sabe e não foi atrás. Em um país onde “o cobertor é curto” para financiar o agronegócio, está sobrando dinheiro em uma linha de crédito voltada especificamente para aquilo que tende a ser o “calcanhar de Aquiles” do setor: a sustentabilidade ambiental (*Há R\$ 2 bilhões nos bancos à espera de projetos sustentáveis*, GLOBO RURAL, n° 307, mai./2011, p. 53).

A integração entre economia, produtividade, técnica, ciência e produção sustentável gradativamente exclui as reportagens socioculturais – marcantes nas décadas anteriores – das edições da revista. Mantém-se, contudo, o foco na emblemática imagem do “homem do campo”, anunciada no primeiro *Editorial*. Entretanto, apesar de se conservar o protagonismo dos “personagens, suas histórias e

ambientações”, esses sujeitos já não “ganham destaque nas aberturas do texto e nas fotos mais que os números de sua produção e rendimentos”, especificidade anteriormente ressaltada por G. Silva (2009, p. 293). Nesse percurso, os conteúdos mostram uma ressignificação da perspectiva setorial do rural, que pende para os números do agronegócio e seus personagens.

3.2. ANÁLISE INTERPRETATIVA DE REPRESENTAÇÕES SOCIAIS DA RURALIDADE BRASILEIRA NA REVISTA *GLOBO RURAL*

As alternâncias e permanências nos conteúdos noticiados pela revista *Globo Rural* apontam para a produção de sentidos diversificados sobre a ruralidade brasileira. Esses sentidos caracterizam representações sociais derivadas dos eixos temáticos que estruturam a descrição, embora não correspondam necessariamente às tematizações categorizadas. Levando-se em conta que a ruralidade se constrói a partir da relação de simbolização que os textos jornalísticos estabelecem com as manifestações materiais e imateriais do rural na realidade da vida cotidiana, as representações sociais da ruralidade brasileira se diferenciam de acordo com o princípio organizador de seus sentidos.

A noção de princípio organizador de uma representação social direciona o interesse pelas “ideias, máximas ou imagens que, de maneira ou outra, são virtuais ou implícitas” (MOSCOVICI; VIGNAUX, 2009, p. 219-220). Pelo princípio organizador, busca-se dar conta da geratividade das representações, ancorando e objetivando sentidos. Em relação ao *corpus* investigado, depreende-se que as notícias e reportagens são objetivações que, analisadas em seu conjunto, aproximam-se ou distanciam-se conforme a ancoragem. Dessa forma, ainda que se visualize a hegemonia dos conteúdos econômicos, a imagem de ruralidade que daí emerge é, sobretudo, ancorada na técnica, uma vez que, lembrando Abramovay (2000), o próprio conceito de ruralidade surge em oposição à abordagem exclusivamente setorial, buscando dar conta da territorialidade que permite entrever o que há no rural além do econômico. Tomando a ruralidade como “uma realidade da sociedade moderna” (WANDERLEY; FAVARETO, 2013, p. 44), a análise interpretativa permite identificar quatro representações sociais, conforme o princípio organizador que as especifica: a ruralidade com ancoragem na técnica; a ruralidade com ancoragem sociocultural; a ruralidade com ancoragem na natureza; e a ruralidade com ancoragem

no movimento descrito pelos sociólogos (WANDERLEY, 2000; VEIGA, 2006) como “nova ruralidade”.

A representação da ruralidade ancorada na *técnica* é orientada pelo princípio do trabalho que, alinhado à ideia de modernização do campo, configura a imagem do rural como ambiente dominado pela ação física do homem, seja pela via direta ou mediada pela tecnologia. As pautas que focalizam a mecanização da produção, a ciência aplicada ao desenvolvimento de novas tecnologias e as práticas de cultivo e de criação adotadas por pequenos e grandes produtores apresentam majoritariamente esta versão de ruralidade. Pela importância concedida ao espaço rural, a representação de ancoragem técnica é fortemente apegada à materialidade física e geográfica do campo, podendo ser definida como uma ruralidade territorializada. Em certos pontos, nota-se nesta representação social o reforço da polarização campo-cidade, que tem no urbano seu extremo atuante. É a partir da tecnologia desenvolvida nos centros de pesquisa localizados nas cidades que o trabalho rural prospera, discurso amparado nas histórias de sucesso de produtores rurais, quase sempre encerradas pelo binômio produtividade/lucratividade.

Ainda que a representação ancorada na técnica se baseie na sujeição do campo à atividade humana, o que assinalaria, de modo mais amplo, uma dimensão sociocultural da ruralidade, a representação cuja ancoragem é aqui categorizada como *sociocultural* não tem como enfoque a relação do homem com o território por meio da mediação técnica. O que se observa, nesta ruralidade, é a simbolização da vivência humana, da dimensão social e cultural que se ancora no rural, mas que não se limita ao território físico. Trata-se de uma ruralidade culturalmente desterritorializada, recorrente em matérias sobre festejos populares e religiosos, música caipira e sertaneja, culinária e artesanato. Nesta representação, o campo aparece valorizado em detrimento das desvantagens atribuídas à cidade, o que fomenta a crítica ao modelo de desenvolvimento que relega ao rural e a seus habitantes a condição de passado a ser superado. Ao mesmo tempo em que exalta e mitifica a imagem do “homem do campo”, a ruralidade sociocultural conforma uma visão de humanidade oposta, que ameaça a cultura e a sociedade rurais. Semelhante ao que observa Williams (2011, p. 140) na poesia bucólica, a “humanidade é projetada numa tradição rural desaparecida, e a desumanidade, nos agentes de um processo contemporâneo”.

Pela ancoragem na *natureza*, a representação da ruralidade remete particularmente à imagem de natureza intocada que Maia (2011) distingue em seu estudo sobre a revista *Globo Rural*. Trata-se do

reconhecimento do rural como espaço de preservação da flora e da fauna nativas, sobrepondo-se às caracterizações técnica e sociocultural da ruralidade. Nos textos analisados, esta representação é construída nas pautas que enfocam os biomas brasileiros, as espécies selvagens, as belezas naturais e o meio ambiente de forma geral. Na visão ancorada na *natureza*, a ruralidade privilegia o espaço natural, representação que “não só refuta o direito da humanidade de explorar a natureza, como assinala seu dever de mantê-la intacta, livre das interferências nocivas da civilização” (MAIA, 2011, p. 129). A ruralidade, como aparece na análise literária de Williams (2011, p. 121), é representada como uma “forma alternativa, como uma outra ordem, solitária e profética, contendo o amor à humanidade justamente nos lugares onde homens não há”.

Compondo-se a partir da conjunção das representações precedentes, a *nova ruralidade* nasce atrelada ao paradigma do desenvolvimento sustentável que, a rigor, deveria ser desdobrado em “socialmente *includente*, ambientalmente *sustentável* e economicamente *sustentado* no tempo”, como assinala Ignacy Sachs (2010, p. 10, grifos no original). Nesta representação, nota-se a proposição de uma coexistência harmônica – por vezes excessivamente – entre técnica, natureza e vida humana, que convergem para um enfoque sistêmico, de teor paliativo quanto aos efeitos excludentes da modernização. As pautas associadas à nova ruralidade referem-se a assuntos como sistemas agroflorestais, integração lavoura-pecuária-floresta, turismo rural, agricultura de baixo carbono e matrizes energéticas renováveis, que passam a ser mais frequentes a partir dos anos 2000. Nesta representação, rendimentos e preservação constroem uma narrativa de otimismo sobre o futuro da produção agropecuária.

Partindo-se do encadeamento dessas representações sociais da ruralidade brasileira verificadas na *Globo Rural*, é possível delinear um movimento cíclico dessas construções simbólicas em trinta anos, conforme o caráter hegemônico, polêmico ou emancipado que, segundo Moscovici (1988), demarca a dimensão social das representações. Na teoria moscovicianiana, as representações hegemônicas aparentam estabilidade e são compartilhadas pela maioria (MOSCOVICI, 1988). No caso das notícias, pode-se dizer que as representações hegemônicas circulam pela maior parte dos conteúdos, construindo um sentido predominante.

Na *Globo Rural*, diante de um cenário eminentemente econômico-produtivo, a hegemonia técnica da primeira década vem sendo substituída, nos últimos anos, pela narrativa agregadora que

singulariza a representação da nova ruralidade. A ruralidade ancorada na natureza surge, diante da proeminência técnica, na condição inicial de representação emancipada, a qual, de acordo com a classificação de Moscovici (1988), possui certa autonomia e dialoga com grupos mais localizados. Tal condição é progressivamente apresentada como polêmica, o que se intensifica na virada do século XX para o XXI, alimentando a controvérsia entre o discurso modernizador e o ambiental. Como expõe Moscovici (1988), representações polêmicas são geradas no embate de ideias e tendem a confrontar o hegemônico.

Em termos socioculturais a ruralidade é, preliminarmente, representada na condição concomitante de polêmica, no que se refere à reprovação das consequências da modernização sobre a população rural, e emancipada, no que diz respeito a tradições e práticas culturais localizadas. No entanto, o caráter secundário que a esfera social assume diante do encaminhamento econômico e ambiental que a revista tem dado à sustentabilidade nos últimos anos mantém a posição emancipada dessa representação, num cenário de emergência e de estabilização da nova ruralidade.

Na movimentação conjunta dessas representações, observa-se que a nova ruralidade se sedimenta na incorporação do polêmico (natureza) ao hegemônico (técnica), o que pode ser percebido como indício da permeabilidade da revista *Globo Rural*, enquanto produto jornalístico, ao contexto social contemporâneo, marcado pelo enfrentamento à ideologia produtivista alheia ao esgotamento dos recursos naturais. A alteração que se vê na condição hegemônica, polêmica ou emancipada das representações sociais da ruralidade expressa a mobilidade dessas construções simbólicas no curso dos processos sociais em que se incluem, confirmando que a “noção de rural é elaborada a partir de determinadas condições e circunstâncias sociais” (MARTINS, 1986, p. 12).

É essa especificidade do contexto social contemporâneo que leva Veiga (2006) a argumentar que, em vez de renascer, como defendem alguns pesquisadores, a ruralidade estaria nascendo – por isso “nova”. A partir do autor, entende-se que a “nova ruralidade” está mais ligada à reestruturação do pensamento social acerca da relação homem-natureza do que a uma mudança na realidade rural brasileira, a um “novo mundo rural”. A identificação entre natureza e espaços rurais é algo presente em investigações realizadas em diferentes regiões do mundo, como mostra Abramovay (2000), o que certamente está associado à expressividade que as questões de ordem natural têm sobre as representações sociais da ruralidade. Por essa direção, pode-se dizer

que a nova ruralidade está vinculada a uma nova forma de visibilidade, ligada ao que Maia (2011) descreve como despertar do imaginário biocêntrico.

A capacidade de tensionar a hegemonia pela via da polêmica e a subsistência de representações emancipadas e de conteúdos em minoria quantitativa possibilitam entrever o dinamismo das representações nas interações sociais – e comunicativas – em que são acionadas. Esse dinamismo também reflete a relação da *Globo Rural* com os leitores, seus contextos e interesses, uma vez que, na regulação da comunicação da revista com seu público, a criação de representações recíprocas é um “problema permanente”, como enfatiza Moscovici (1979, p. 356).

Depreende-se assim que as transformações e permanências percebidas nos conteúdos de uma representação e na posição que esta ocupa nos processos comunicativos – entre eles o midiático – de um determinado momento histórico tornam possível apreender a atuação das notícias na construção social da realidade. Cabe acentuar que “o rural é parte de uma forma de construção social da realidade” (MARTINS, 1986, p. 12-13) e a opção por determinada ancoragem da ruralidade mostra o texto jornalístico como um produto que se configura com base na seleção e na interpretação de um contexto particular. Ao simbolizar esse contexto de uma angulação específica, as notícias podem contribuir tanto para a manutenção quanto para a ruptura com a ordem hegemônica.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Representar é uma ação de pensamento que se constrói na relação entre um sujeito e um objeto que se busca conhecer. Uma ação que é comunicacional e que se inclui nas interações sociais; que é socialmente ancorada e objetivada. O processo de representar se assemelha em muito ao de pesquisar; ao de observar um objeto que não se conhece tentando compreendê-lo com ancoragem na teoria e comunicando-o por meio da escrita. O resultado, assim como a representação, é um olhar possível sobre esse objeto, que pode ser apreendido de múltiplas formas.

O objeto desta pesquisa são as representações sociais da ruralidade brasileira na revista *Globo Rural*, as quais foram assimiladas de um ponto de vista construcionista, tendo como pressuposto a proposição de que os produtos jornalísticos, como jornais e revistas, comunicam mediante um objeto representado, como defende Moscovici (1979). Com o anteparo da Teoria das Representações Sociais, buscou-se identificar, descrever e interpretar essas representações sociais da ruralidade em 491 notícias e reportagens publicadas em 30 edições da *Globo Rural*, o que apontou para a pertinência de se compreender os textos jornalísticos como espaços de emergência e circulação dessas construções simbólicas.

Nesse percurso, a descrição quantitativa e qualitativa dos conteúdos examinados sinalizou a predominância de pautas econômico-produtivas e técnico-científicas em comparação com as socioculturais e natural-sustentáveis, fornecendo substrato para que se identificasse como representações sociais a ruralidade com ancoragem técnica (orientada pelo princípio do trabalho), a ruralidade com ancoragem sociocultural (voltada à dimensão social e cultural que se ancora no rural), a ruralidade com ancoragem na natureza (identificada com a imagem intocada da biodiversidade) e a nova ruralidade (vinculada ao paradigma da sustentabilidade). As alterações e permanências notadas no movimento dessas representações em três décadas permitiram que se visualizasse a mobilidade e circularidade desses fenômenos, que se alternaram entre a condição de hegemonia, polêmica ou emancipação, propiciando enxergar os textos jornalísticos como construções que não se limitam à reprodução da ordem hegemônica, mas que também instauram dissensos.

Pela análise empírica inferiu-se que, nesses 30 anos, os conteúdos que mais tensionaram o predomínio econômico-produtivo foram os de angulação natural-sustentável, o que indica a

permeabilidade do jornalismo às injunções ambientais que se intensificam na passagem para o século XXI. Em termos de representações sociais, a emergência da nova ruralidade, entendida como um reordenamento na forma de visibilidade do rural, pode ser vista como manifestação da inserção do jornalismo nos processos sociais contemporâneos, em que se aguçam os conflitos em torno da natureza

Essas constatações possibilitadas pela análise empírica reforçam a inclusão do jornalismo nas relações sociais, o que implica reconhecer que os produtos jornalísticos são também receptores no processo comunicativo, uma vez que o objeto acerca do qual constroem representações lhes é externo, como argumenta Moscovici (1979). Pode-se dizer que a materialidade da notícia como resultado da ação representativa corrobora a definição de Alsina (1989, p. 185, tradução livre)¹⁰⁹ de que esse gênero textual “é uma representação social da realidade cotidiana”. No caso deste estudo, uma representação social da ruralidade, que é uma realidade socialmente construída e comunicada pela *Globo Rural*.

Deve-se levar em conta que a opção pela análise de uma publicação segmentada e direcionada à cobertura rural delimita um universo simbólico favorável à identificação de representações plurais da ruralidade. Os resultados obtidos estão, contudo, limitados aos conteúdos noticiosos, podendo ser complementados por um estudo etnográfico direcionado para a circulação dessas representações no imaginário dos jornalistas ou por uma pesquisa que se volte para as representações da ruralidade no contexto da recepção. As aberturas de pesquisa se estendem, também, a outros gêneros textuais jornalísticos, como os opinativos.

As inferências trazidas por esta investigação reforçam, nesse sentido, a legitimidade de se compreender o jornalismo como atuante na constituição simbólica do pensamento social. Nesta investigação, a Teoria das Representações Sociais se mostrou como ancoragem fecunda para dar conta de uma abordagem construcionista das notícias, reforçando a noção de construção como uma potência crítica, que não se encerra no reforço do consenso, do pensamento hegemônico. Dentre os processos de socialização de uma representação, a polemização e a emancipação configuram-se como possibilidades de ruptura na realidade

¹⁰⁹ “Noticia es una representación social de la realidad cotidiana” (ALSINA, 1989, p. 185).

cotidiana, o que se fez patente no caráter emancipador da percepção dos problemas da natureza frente ao processo mais amplo de domínio tecnológico e econômico e, por extensão, da construção social da ruralidade.

REFERÊNCIAS

ABRAMOVAY, Ricardo. Funções e medidas da ruralidade no desenvolvimento contemporâneo. In.: **Texto para Discussão**. Nº 702. Rio de Janeiro: Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada – IPEA, 2000, p. 1-31.

ALSINA, Miquel Rodrigo. **La construcción de la noticia**. Buenos Aires: Paidós, 1989.

ALZAMORA, Geane Carvalho; SALGADO, Tiago Barcelos P. Mídia. In.: FRANÇA, Vera; MARTINS, Bruno Guimarães; MENDES, André Melo (Orgs.). **Grupo de Pesquisa em Imagem e Sociabilidade (GRIS): trajetória, conceitos e pesquisa em comunicação**. Belo Horizonte: Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas - PPGCom - UFMG, 2014, p. 183-190.

ANDERSON, Charles Arnold. Tendências na Sociologia Rural. In.: MARTINS, José de Souza (Org.). **Introdução crítica à Sociologia Rural**. São Paulo: Hucitec, 1986, p. 181-197.

ARAÚJO, Massilon J. **Fundamentos de Agronegócios**. São Paulo: Editora Atlas S. A., 2007.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BERGER, Peter L.; LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade**: tratado de sociologia do conhecimento. 24ª edição. Petrópolis: Vozes, 2004.

_____. **Modernidade, pluralismo e crise de sentido**. Petrópolis: Vozes, 2012.

BORDENAVE, Juan Díaz. **O que é comunicação rural?** 3ª edição. São Paulo: Editora Brasiliense, 1988.

BRAGA, José Luiz. Circuitos versus campos sociais. In.: JUNIOR, Jeder Janotti; MATTOS, Maria Ângela; JACKS, Nilda (Orgs.). **Mediação & Mdiatização**. Salvador: EDUFBA; Brasília : Compós, 2012a, p. 31-51.

_____. Dispositivos Interacionais. In: XX Encontro Anual da Compós, 2011, Porto Alegre. **Anais do Encontro Anual da Compós**. Brasília: Compós, 2011. v. 1. p. 1-15.

_____. Interação como contexto da comunicação. In.: **MATRIZES**. São Paulo. Ano 6 – nº 1, jul./dez. 2012b, p. 25-41

_____. Interação & Recepção. In: 9º Encontro Nacional da Compós, 2000, Porto Alegre. **Anais do 9º Encontro Nacional da Compós**. Porto Alegre: PUC/RS, 2000, v. 1, p. 1-16.

_____. O grau zero da comunicação. In: XXIV Encontro Nacional da Compós, 2015, Brasília. **Anais do XXIV Encontro Nacional da Compós**. Brasília: Compós, 2015, p. 1-19.

CANTÚ, Adriana; CIMADEVILLA, Gustavo. Comunicación y Ruralidad. Vigencia y obsolescencia de las teorías clásicas. In.: **Comunicación, Ruralidad y Desarrollo**. Bueno Aires: Ediciones INTA, 2015, p. 200-230.

CARNEIRO, Maria José. Do “rural” como categoria de pensamento e como categoria analítica. In.: CARNEIRO, Maria José (Org.). **Ruralidades contemporâneas: modos de viver e pensar o rural na sociedade brasileira**. Rio de Janeiro: Mauad X: FAPERJ, 2012, p. 23-50.

_____. Finalizando: no caminho de um rural incerto. In.: CARNEIRO, Maria José (Org.). **Ruralidades contemporâneas: modos de viver e pensar o rural na sociedade brasileira**. Rio de Janeiro: Mauad X: FAPERJ, 2012, p. 247-254.

_____. “Rural” como categoria de pensamento. **Ruris**. Vol. 2, N. 1, março de 2008, p. 9-38.

_____. Ruralidade: novas identidades em construção. **Estudos Sociedade e Agricultura**, 11, outubro 1998, p. 53-75.

CLOKE, Paul. Conceptualizing rurality. In: CLOKE, Paul; MARSDEN, Terry; MOONEY, Patrick (Orgs.). **Handbook of rural studies**. Londres: SAGE, 2006, p. 18-28.

CORRÊA, Laura Guimarães; SILVEIRA, Fabrício José N. da. Representação. In.: FRANÇA, Vera; MARTINS, Bruno Guimarães; MENDES, André Melo (Orgs.). **Grupo de Pesquisa em Imagem e Sociabilidade (GRIS): trajetória, conceitos e pesquisa em comunicação**. Belo Horizonte: Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas – PPGCom - UFMG, 2014, p. 208-215.

DE PAULA, Silvana Gonçalves. Quando o campo se torna uma experiência urbana: o caso do estilo de vida country no Brasil. **Estudos Sociedade e Agricultura**, nº. 17, Rio de Janeiro, outubro 2001, p. 33-53.

DUARTE, Ricardo; SOARES, Jeferson Boechat. Extensão rural e comunicação rural no Brasil: notas históricas e desafios contemporâneos. In.: **Revista de Extensão e Estudos Rurais**. V. 1, N. 2, p. 397-426, jul./dez. 2011.

ÉBOLI, Renata do Lago. **Globo Rural: mito e realidade do homem do campo**. 2007. 144 p. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade). Instituto de Ciências Humanas e Sociais, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, RJ.

FARR, Robert M. Representações sociais: a teoria e sua história. In.: GUARESCHI, Pedrinho A.; JOVCHELOVITCH, Sandra (Orgs.). **Textos em representações sociais**. 2ª edição. Petrópolis: Vozes, 1995, p. 31-59.

FAVARETO, Arilson da Silva. **Paradigmas do desenvolvimento rural em questão: do agrário ao territorial**. 2006. 221 p. Tese (Doutorado em Ciência Ambiental) – Programa de Pós- graduação em Ciência Ambiental, Universidade de São Paulo, São Paulo – SP.

FRANÇA, Vera. **Jornalismo e vida social: a história amena de um jornal mineiro**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1998.

_____. Representações, mediações e práticas comunicativas. In: PEREIRA, Miguel; GOMES, Renato Cordeiro; FIGUEIREDO, Vera Lúcia Follain de (Orgs.). **Comunicação, representação e práticas sociais**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio; Aparecida, SP: Ideias & Letras 2004, p. 13-26.

_____. Sujeitos da comunicação, sujeitos em comunicação. In.: GUIMARÃES, César; FRANÇA, Vera (Orgs.). **Na mídia, na rua: narrativas do cotidiano**. Belo Horizonte: Autêntica, 2006, p. 61-88.

FRANÇA, Vera; SIMÕES, Paula Guimarães. Interação. In.: FRANÇA, Vera; MARTINS, Bruno Guimarães; MENDES, André Melo (Orgs.). **Grupo de Pesquisa em Imagem e Sociabilidade (GRIS): trajetória, conceitos e pesquisa em comunicação**. Belo Horizonte: Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas - PPGCom - UFMG, 2014, p. 167-173.

FREIRE, Paulo. **Extensão ou comunicação?** 16ª edição. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2013.

FREYRE, Gilberto. **Casa-grande e senzala: formação da família brasileira sob o regime da economia patriarcal**. 48ª edição. São Paulo: Global, 2003.

HALFACREE, Keith H. Locality and Social Representation: Space, Discourse and Alternative Definitions of the Rural. In.: **Journal of Rural Studies**, Vol. 9, N. 1, p. 23-37, 1993.

_____. Talking About Rurality: Social Representations of the Rural as Expressed by Residents of Six English Parishes. In.: **Journal of Rural Studies**, Vol. 11, N. 1, p. 1-20, 1995.

HENRY, Paul; MOSCOVICI, Serge. Problèmes de l'analyse de contenu. In.: **Langages**, 3^e année, n°11, 1968, p. 36-60.

HEREDIA, Beatriz; PALMEIRA, Moacir; LEITE, Sérgio Pereira. Sociedade e economia do “agronegócio” no Brasil. In.: **Revista Brasileira de Ciências Sociais**. Vol. 25, n° 74, p. 159-196, outubro/2010.

JODELET, Denise. **Loucuras e representações sociais**. Petrópolis: Vozes, 2005.

_____. O movimento de retorno ao sujeito e a abordagem das representações sociais. In.: **Sociedade e Estado**. Brasília, v. 24, n. 3, p. 679-712, set./dez. 2009.

_____. Representações sociais: um domínio em expansão. In.: _____ . **As Representações Sociais**. Rio de Janeiro: Ed. Uerj, 2001, p. 17-44.

LEFEBVRE, Henri. Perspectivas da Sociologia Rural. In.: MARTINS, José de Souza (Org.). **Introdução crítica à Sociologia Rural**. São Paulo: Hucitec, 1986a, p. 163-177.

_____. Problemas de Sociologia Rural. In.: MARTINS, José de Souza (Org.). **Introdução crítica à Sociologia Rural**. São Paulo: Hucitec, 1986b, p. 144-162.

LISITA, Frederico Olivieri. **Considerações sobre a extensão rural no Brasil**. ADM – Artigo de Divulgação na Mídia, Embrapa Pantanal, Corumbá-MS, n. 77, abr. 2005, p. 1 – 3.

MAIA, Flávia Dourado. **O jornalismo entre o efêmero e o eterno: imaginário e natureza na *Globo Rural* (1985-2010)**. 2011.171p. Dissertação (Mestrado em Jornalismo) – Programa de Pós-graduação em Jornalismo, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis – SC.

MARTINS, José de Souza. A crise do imaginário rural brasileiro: da roça à tapera. In.: **Revista de Extensão e Estudos Rurais**. V. 3, N. 1, p. 7-23, 2014a.

_____. A modernidade do “passado” no meio rural. In.: BUAINAIN, Antônio Márcio *et al.* **O mundo rural no Brasil do século 21: a formação de um novo padrão agrário e agrícola**. Brasília: Embrapa, 2014b, p. 22-30.

_____. As coisas no lugar: da ambiguidade à dualidade na reflexão sociológica sobre a relação campo-cidade. In.: _____. (Org.). **Introdução crítica à Sociologia Rural**. São Paulo: Hucitec, 1986, p. 11-38.

_____. O futuro da Sociologia Rural e sua contribuição para a qualidade de vida rural. In.: **Estudos Avançados**. V. 15, nº 43, São Paulo, set./dez. 2001, p. 31-36.

_____. O senso comum e a vida cotidiana. In.: **Tempo Social – Revista de Sociologia da USP**. V. 10, nº 1, p. 1-8, maio 1998.

MENDRAS, Henri. A cidade e o campo. Tradução de Maria Isaura Pereira de Queiroz. In.: QUEIROZ, Maria Isaura Pereira de (Org.). **Sociologia Rural**. Rio de Janeiro: Zahar, 1969, p. 33-40.

_____. Sociologia do meio rural. Tradução de Darcy da Silva. In.: QUEIROZ, Maria Isaura Pereira de (Org.). **Sociologia Rural**. Rio de Janeiro: Zahar, 1969, p. 41-63.

MOSCOVICI, Serge. **A representação social da psicanálise**. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

_____. Das representações coletivas às representações sociais: elementos para uma história. In.: JODELET, Denise (org.). **As Representações Sociais**. Rio de Janeiro: Ed. Uerj, 2001, p. 45-66.

_____. El psicoanálisis en la prensa francesa: análisis del contenido y de los sistemas de comunicación. In.: **El psicoanálisis, su imagen y su público**. Buenos Aires: Editora Huemul, 1979, p. 207-363.

_____. Notes towards a description of social representations. In.: **European Journal of Social Psychology**. Vol. 18, 1988, p. 211-250.

_____. Prefácio. In.: JODELET, Denise. **Loucuras e representações sociais**. Petrópolis: Vozes, 2005.

_____. **Representações sociais: investigação em psicologia social**. 6ª ed. Petrópolis: Vozes, 2009.

_____. Social representations and pragmatic communication. In.: **Social Science Information**. London: SAGE, 1994, n. 33, v. 2, p. 163-177.

MOSCOVICI, Serge; VIGNAUX, Georges. O conceito de *themata*. In.: MOSCOVICI, Serge. **Representações sociais: investigação em psicologia social**. 6ª ed. Petrópolis: Vozes, 2009, pp. 215-250.

NASCIMENTO-SCHULZE, Clélia Maria; CAMARGO, Brígido Vizeu. Psicologia social, representações sociais e métodos. In.: **Temas em Psicologia da SBP**, v. 8, n. 3, p. 287-299, 2000.

NAVARRO, Zander. Desenvolvimento rural no Brasil: os limites do passado e os caminhos do futuro. In.: **Estudos Avançados**. V. 15, nº 43, São Paulo, set./dez. 2001, p. 83- 100.

PARK, Robert E. A notícia como forma de conhecimento: um capítulo da sociologia do conhecimento. In: BERGER, C; MAROCCO, B. **A Era Glacial do Jornalismo**. V. 2. Porto Alegre, Sulina, 2008. p. 51-70.

PEIXOTO, Marcus. Mudanças e desafios da extensão rural no Brasil e no mundo. In.: BUAINAIN, Antônio Márcio *et al.* **O mundo rural no Brasil do século 21**: a formação de um novo padrão agrário e agrícola. Brasília: Embrapa, 2014, p. 891 – 924.

PONTE, Cristina. **Para entender as notícias**: linhas de análise do discurso jornalístico. Florianópolis: Insular, 2015.

PORTO, Sérgio Dayrell. Televisão brasileira, economia e imaginário – Globo Rural e Som Brasil: a mesma safra urbana? In.: **Cadernos de Difusão de Tecnologia da Brasília**. V. 4, nº 2, maio/agosto 1987, p.165-178.

QUEIROZ, Maria Isaura Pereira de. Por que uma sociologia dos grupos rurais? In.: _____. (Org.). **Sociologia Rural**. Rio de Janeiro: Zahar, 1969, p. 7-32.

SACHS, Ignacy. Prefácio. In.: VEIGA, José Eli da. **Desenvolvimento sustentável**: o desafio do século XXI. Rio de Janeiro: Garamond, 2010, pp. 9-11.

SCHWAAB, Reges Toni; TAVARES, Frederico de Mello Brandão. O tema como operador de sentidos no jornalismo de revista. **Revista Galáxia**, São Paulo, n. 18, p.180-193, dez. 2009.

SILVA, Gislene. Imaginário coletivo: estudos do sensível na Teoria do Jornalismo. In: **Revista Famecos**. Porto Alegre, v. 17, n. 3, p. 244-252, setembro/dezembro 2010.

_____. Jornalismo e construção de sentido: pequeno inventário. In.: **Estudos em Jornalismo e Mídia**. Florianópolis, v II, n. 2, p. 95-107, jul. / dez. 2005.

_____. **O sonho da casa no campo:** jornalismo e imaginário de leitores urbanos. Florianópolis: Insular, 2009.

SILVEIRA, Lidiane Nunes da. **Roça, uma marca registrada:** o processo de valorização do rural na sociedade brasileira. 2015. 301 p. Tese (Doutorado em Extensão Rural) – Programa de Pós-graduação em Extensão Rural, Universidade Federal de Viçosa, Viçosa – MG.

SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a mídia?** São Paulo, Loyola, 2002.

SOROKIN, Pitirim; ZIMMERMAN, Carlo C.; GALPIN, Charles J. Diferenças fundamentais entre o mundo rural e o urbano. In.: MARTINS, José de Souza (Org.). **Introdução crítica à Sociologia Rural.** São Paulo: Hucitec, 1986, p. 198-224.

TAVARES, Frederico de Mello Brandão. O jornalismo especializado e a especialização periodística. In.: **Estudos em Comunicação.** n. 5, p. 115-133, mai. 2009.

TAVARES, Frederico de Mello B.; SCHWAAB, Reges. Revista e comunicação: percursos, lógicas e circuitos. In.: _____ (Orgs.). **A revista e seu jornalismo.** Porto Alegre: Penso, 2013, p. 27-43.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo:** porque as notícias são como são. Florianópolis: Insular, v. 1, 2 ed., 2005.

VEIGA, José Eli da. **A desgovernança mundial da sustentabilidade.** São Paulo: Editora 34, 2013.

_____. **Cidades Imaginárias:** o Brasil é menos urbano do que se calcula. 2ª edição. Campinas: Autores Associados, 2003.

_____. **Desenvolvimento sustentável:** o desafio do século XXI. Rio de Janeiro: Garamond, 2010a.

_____. Destinos da ruralidade no processo de globalização. **Estudos Avançados.** V. 18, nº 51, São Paulo, mai./ago. 2004, p. 51- 67.

_____. Nascimento de outra ruralidade. **Estudos Avançados.** V. 20, nº 57, São Paulo, 2006, p. 333-353.

_____. **Sustentabilidade:** a legitimação de um novo valor. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2010b.

WANDERLEY, Maria de Nazareth Baudel. A emergência de uma nova ruralidade nas sociedades modernas avançadas – o “rural” como espaço singular e ator coletivo. **Estudos Sociedade e Agricultura**. Rio de Janeiro, N. 15, outubro 2000, p. 87-145.

_____. Olhares sobre o “rural” brasileiro. **Raízes**. Campina Grande, Vol. 23, N. 01 e 02, jan./dez. 2004, p. 82-98.

WANDERLEY, Maria de Nazareth Baudel; FAVARETO, Arilson. **A singularidade do rural brasileiro:** implicações para tipologias territoriais e a elaboração de políticas públicas. Brasília: 2013, 90 p.

WILLIAMS, Raymond. **Marxismo e Literatura**. Rio de Janeiro: Zahar, 1979.

_____. **O campo e a cidade:** na história e na literatura. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.

WOODS, Michael. **Rural Geography:** Processes, Responses and Experiences in Rural Restructuring. Londres: Sage, 2005.

_____. **Rural:** Key Ideas in Geography. Londres: Routledge, 2011.

ANEXO A – Capas *Globo Rural* (1985-2015)

ISSN 0102-6178

REVISTA

GLOBO

ANO 27 Nº 255 2010 - OUTUBRO 1998

RURAL

Você está ganhando um bosque de leucenas

FOMOS VER DE PERTO

CHINA

800 MILHÕES DE AGRICULTORES

Quebra-vento
joga o perigo
para o alto

A ficha
do búfalo

Como construir
o mais quente
forno de barro

- Ervas medicinais
- Maracujá no cerrado
- Carrinho que aduba
- Peixes ornamentais

Manaus, Santarém, Boa Vista, Altamira, Macapá, Porto Velho, Rio Branco, Ji-Paraná, Sinop, Alta Floresta — Cof. 26,00 — Via Aérea

rioGráfica

REVISTA

GLOBO

ANO 2 — N.º 16 — Cds 28,00 — JANEIRO 1987

RURAL

EXEMPLAR DE ASSINANTE VENDA PROIBIDA

O GRITO DO PANTANAL

Espaguete, a irrigação baratinha

Como resfriar o leite, sem energia

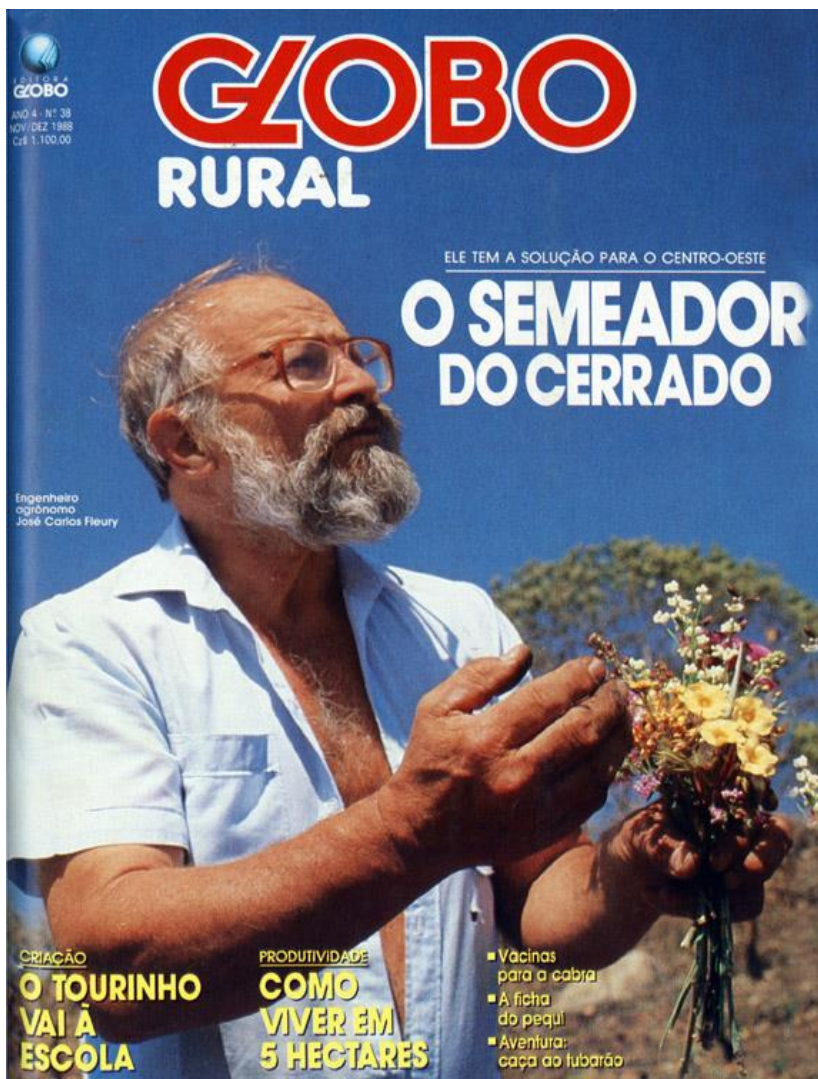
O porco, de cabo a rabicó

- Galinhas-gigantes
- Pimenta-do-reino
- Abelha-rainha
- Adeus, saúva

ARQUIVO FOTOGRAFICO

Minas, Bon Vista — Cds 34,00 — Via Aérea

rioGráfica



GLOBO
RURAL

ELE TEM A SOLUÇÃO PARA O CENTRO-OESTE

O SEMEADOR DO CERRADO

Engenheiro agrônomo
José Carlos Fleury

criação
O TOURINHO VAI À ESCOLA

PRODUTIVIDADE
COMO VIVER EM 5 HECTARES

- Vacinas para a cabra
- A ficha do pequi
- Aventura: caça ao tubarão

GLOBO
RURAL

EDITORA GLOBO
CEDOC
B3 JOITECA

RESINA
**GOTINHAS COM
PESO DE DÓLAR**

CABRAS
**UMA INGLESA
NA CAATINGA**

- Cerca bonita e valente
- Truta em tanque redondo
- Composteira mais rápida

MERCADO

- Boi, um negócio que decola
- Anos 90, a década da virada
- Exclusivo: quanto vale seu produto

ARRENDAMENTO

**RICOS EM
TERRA ALHEIA**

Vaidevino Falcari, arrendatário de 1.100 hectares em Uberaba, MG

CASA PRÓPRIA

ANO 4 - Nº 43
MAIO 1989
R\$1 1,85

GLOBO
RURAL

IRRIGAÇÃO NA MEDIDA CERTA

ASSINANTE

NATUREZA CONGELADA

Cientistas brasileiros mantêm hibernadas células de plantas que poderão ser despertadas para a vida daqui a um século

UMA MOSCA QUE INCOMODA MUITO BOI

COM COMIDA BOA, NÃO SADIO E FELIZ

ALIMENTAÇÃO

Defumados à moda de casa
A força do ovo de codorna
Conservas para o ano todo

6º ANIVERSÁRIO

EDICIONÁRIO
GLOBO
RURAL

ANOS 4 - Nº 72
OUTUBRO 1991
R\$ 1.800,00

A GRACA
DA BORBOLETA

EDITORA GLOBO
CEDOC
BIBLIOTECA

ESPECIAL

ILHAS DE FARTURA

Uma viagem às regiões do
Brasil que produz

LEITE
**UM NOVO RUMO
PARA O PRODUTOR**

BANANA
**MISORE, UMA
FRUTA DE FUTURO**

JACARÉS
**LUCRO À VISTA
NO CATIVEIRO**

COMO COMBATER...
...o cupim na pastagem
...doenças dos porcos
...os inimigos da soja

Barretos, BA: pólo
dinâmico na imensidão do
Brasil central



REDE
GLOBO
ANO 7 Nº 83
SETEMBRO 1992
C\$ 19.000,00

GLOBO

RURAL

EDITORA ESCALA
DE 199
BIBLIOTECA

ESPECIAL SEMENTES

- Como escolher
- Quando colher
- Como guardar
- Onde conseguir
- O que plantar

ENDURO AVENTURA A CAVALO

BANANA TEMPORÃ E LUCRATIVA

PECUÁRIA COMO SE LIVRAR DA AFTOSA

A fêmea (acima) e o macho (abaixo) criados em Delfim Moreira, sul de Minas

BALAIO



Falém de flores: é primavera

FICHA DA PLANTA

O SALMÃO BRASILEIRO


GLÓBO
 ANO 9 Nº 96
 OUTUBRO 1993

Especial: a agricultura em 1993 e as previsões para 1994

GLÓBO

RURAL

8º ANIVERSÁRIO



Família
 Sandri,
 Palmas,
 MA: gaúchos
 tomam os
 corrações



BRAVA GENTE BRASILEIRA

O povo forja soluções em um país complicado

PISCICULTURA

**O SUCESSO DO
BAGRE AFRICANO**

LEITE

**NO DF, CRESCEM
AS MINIUSINAS**

- Baiano faz charuto de classe
- Frutas novas na serra gaúcha
- Café sequinho no terreno
- Um "Balaio" só de crianças

Também: 2 figurinhas do "Entre em Campo"



O zebu na caminhada rumo ao bife precoce


EDITORA GLOBO
 ANO 9 Nº 102
 ABRIL 1994

GLOBO
RURAL

PECUÁRIA

 O ZEBU NA CAMINHADA RUMO AO BIFE PRECOCE
 O CARIÓTIPO DO ZEBU
 O CARIÓTIPO DO ZEBU

PLANTIO
ALTERNATIVAS PARA O INVERNO

DIVERSIFICAÇÃO
MARINGÁ NO MAPA DO VINHO

BRASÍLIA
EMOLDURADA POR FLORES

- Deu bananeira no cafezal
- Manuelzão, guia das veredas
- As férias do leão-marinho
- Milho à porta das granjas

APICULTURA
FRONTEIRAS DO MEL

Produtores descobrem o celeiro do Nordeste

ISSN 0102-6178 CR\$ 3.700,00
00102>

9 770102 617000



A boiada chega mais cedo ao frigorífico

PREÇO PARA PORTUGAL: 120,00



Globo

 ANO 12 Nº 114

 ABRIL 1992

GLOBO

RURAL

CORTESIA DO EDITOR





854 4 300

 0 0 1 1 4 >

 9 770302 67000

José Maioski, esposa e filhos, em Francisco Beltrão, PR: o sentido da vida está na terra

VIOLA

ACORDES DO BRASIL CABOCLÓ

PIMENTA-DO-REINO

PRODUÇÃO AUMENTA NO PARÁ

NOVAS TÉCNICAS

O CONTROLE DO AMARELINHO

AGRICULTURA FAMILIAR

A FORÇA DOS PEQUENOS

Recursos privados na modernização dos portos

LEITORIA GLOBO
EDOC
BIBLIOTECA

GLOBO
RURAL

Economia
TRANSPORTES

XINGU-DA-SEDA

O FIO DA ESPERANÇA

Paranaenses aprimoram técnicas e enfrentam crises

A lagarta, o início do encasulamento (acima à esq.) e os casulos já concluídos

ESPECIAL
O delicado equilíbrio entre a tradição e o futuro faz do Xingu uma bela e fascinante utopia brasileira

BENFEITORIA
A CASINHA QUE PROTEGE O BEZERRO

POMAR
OS CUIDADOS PARA COLHER MAIS E MELHOR

RS 4,50
001723
CONFESSÃO DO EDITOR
9 780172 017230

A pecuária enfrenta o desafio da transição

SELECÇÃO DE PRODUTORES
GOBO
 ANO 11, Nº 127
 MARÇO 1997
 R\$ 4,90

SELECÇÃO DE PRODUTORES NO POLO BATATEIRO DE SÃO MIGUEL ARCANJO, SP

GOBO RURAL

Economia

APICULTURA
JATAÍ, DÓCIL E PRODUTIVA

FERTIRRIGAÇÃO
ÁGUA E ADUBO PARA A FLOR

- Estufas arejadas
- Arroz catarinense
- Cidade das redes
- A saudável macela

BATATA

A HORA DA EFICIÊNCIA

Cultura prepara-se para trilhar o caminho da modernidade

0 01327
 CONTEÚDO
 03/97
 7 7160182917000

GLBO RURAL

Os cafezais mineiros provam o sabor da modernidade

GLBO RURAL

ANO 14 Nº 158 DEZEMBRO 1998 R\$ 4,90



NORDESTE

OS FRUTOS DA PERSISTÊNCIA

- Ceia de Natal na fazenda
- Incerteza no canavial
- Lodo para o bem do solo
- O maestro da floresta



**Novas cores
nos vasos**

Pivô de irrigação no norte de Minas, região do Riachão, que agora está seco

CONSERVAÇÃO

O CONFLITO DAS ÁGUAS

**Exploração sem controle
está levando à escassez
dos recursos hídricos**

PREÇO PARA PORTUGAL: ESC 49,500



GLOBO RURAL

A soja mato-grossense pega o barco para chegar ao Atlântico

ANO 14 Nº 165-JULHO 1999 R\$ 5,50

INFORMÁTICA

**BOM TEMPO
COM A
INTERNET**

- Máquinas em ação
- Carneiro precoce
- Ervas tintoriais
- A reserva legal

**SOYBEAN
DIGEST**

MANEJO

**criação
PEDE
CONFORTO**

**O bem-estar dos animais
engorda a rentabilidade**

PROMOÇÃO
**QUASE
DE
GRATIS**
REVISTAS GLOBO
COM DESCONTO

ISSN 0102-6178 00165
9 770102 617600

REV. 2011/11 PORTUGAL REC 44903

RODEIO

Barretos muda
para o futuro

**GATOS-DO-MATO**

As espécies
ameaçadas

TECNOLOGIA

A batata está
mais pura



GLOBORURAL

www.globoruralon.com.br

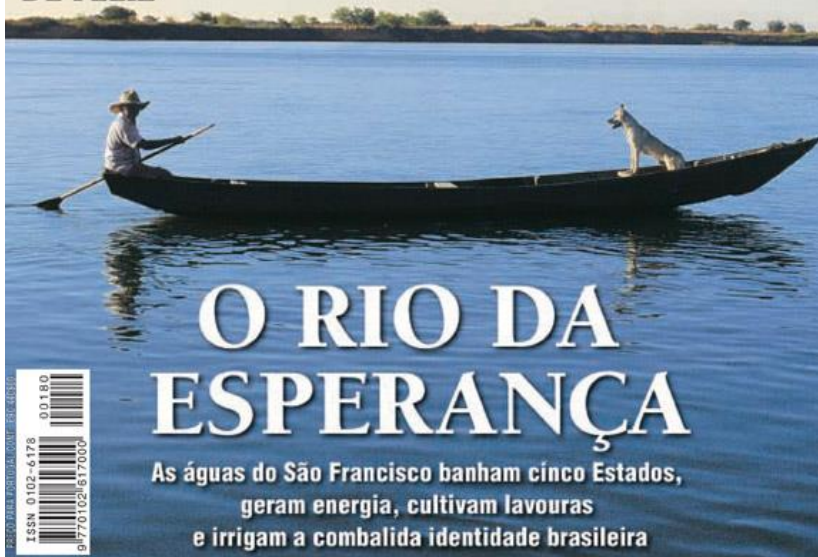
ANO 16 N.º 180 OUTUBRO 2000 R\$ 5,50

EDIÇÃO ESPECIAL DE 15.º ANIVERSÁRIO

**O PERFIL
DA SENHORA
DOS QUEIJOS**

**MORANGOS,
OS FRUTOS
DE FELIZ**

*Vendas
recordes na
Expointer*



O RIO DA ESPERANÇA

As águas do São Francisco banham cinco Estados,
geram energia, cultivam lavouras
e irrigam a combatida identidade brasileira



A coral não ataca, mas é perigosa Os grandes negócios da Agrishow 2001 Como iniciar uma criação de canários

www.globorural.com.br ANO 15 Nº 188 JUNHO 2001 R\$ 5,50

GLOBORURAL 15 anos

O ENSINO DE AGRONOMIA ENFRENTA OS DESAFIOS DA MODERNIZAÇÃO

Amazônia Nova Desc

Bahia supera Amazonas e lidera a produção de guaraná

Tini e Joop Stoltzenberg, agricultores em Itobi, SP

ALIMENTOS ORGÂNICOS OCUPAM O CARDÁPIO

Cultivo sem agroquímicos cresce 50% ao ano no país

PRODUTOS NATURAIS S.S. 0202-6177 050450

MISTURA NO PÃO PARA VALORIZAR A MANDIOCA

GLOBALRURAL

<http://globorural.globo.com>

ANO 17 N.º 200 JUNHO 2002 R\$ 5,90



O QUEIJO DA MONTANHA

Franceses escolhem serras de Minas Gerais para incentivar e modernizar a produção artesanal



Íeda
Simões
filha de
produtores
da Serra da
Canastra

Fungo é arma contra nova praga do canavial
Relíquias indígenas encontradas na lavoura



SANIDADE
Controle de doenças favorece exportações

TRIGO
Preços altos encorajam plantio

INVESTIMENTO
As terras que mais se valorizam no Brasil

GLOBORURAL

www.globorural.globo.com ANO 18 N.º 210 ABRIL 2003 R\$ 7,50

EDITORA GLOBO

**LAVOURA
POLÊMICA**

Produtores gaúchos colhem supersafra de soja transgênica

EXEMPLAR DE ASSINANTE
VENDA PROIBIDA

FRUTAS EXÓTICAS Desconhecidas, saborosas e muito valorizadas

GLOBORURAL
A SUA REVISTA DE AGROPECUÁRIA E NEGÓCIOS

www.globorural.globo.com

EDIÇÃO 2004
Nº 219
JANEIRO 2004
R\$ 7,50

2004
Campo fértil para bons negócios

TENDÊNCIAS: como será o ano para os 13 principais produtos agropecuários

BALANÇO: na contramão da economia do país, o setor cresceu 13% em 2003

ESPECIAL O biodiesel pode se transformar no petróleo vegetal?

SOJA
FRANGO
MILHO
CANHA
BOVINOS
TRIGO
CAFÉ
ALGODÃO
SUÍNOS
ARROZ
LEITE
LARANJA
FEIJÃO

GLOBO RURAL

AGROPECUÁRIA

09/12/2009 2009
Nº 240 | R\$ 7,90

EDIÇÃO DE ANIVERSÁRIO

20 ANOS

- Curiosidades, reportagens e "causos" rurais
- Humberto Pereira, criador do Globo RURAL, conta a história do nascimento da revista

A segunda revolução do
NELORE

- Liberada a importação de animais zebuinos da Índia
- Efeitos: melhoramento genético, produtividade, custos
- Pequenos e grandes produtores se beneficiam

VIDA NA FAZENDA
- Cultivo: Maracujá
- Criação: Pato
- Construir: Kit microtubos para irrigação

PROCISSÃO
Conheça a **Corimônica da Cavação** que acontece há 60 anos, em Gonçalves, no sul de Minas Gerais

PALOMA AMADO
A filha de **Jorge Amado** relança livro de receitas baseado nas mesas dos personagens de seu pai

HISTÓRIA DA MÚSICA CAIPIRA AMERICANA, O COUNTRY, QUE GANHA MUITOS ADEPTOS NO PAÍS

SAUDADE DO MARMELO A HISTÓRIA DA CIDADE MINEIRA QUE VIVEU TEMPOS DE GLÓRIA COM A FRUTA

A PALAVRA DO CAMPO

GLOBORURAL

DEZEMBRO 2006 | Nº 254 | R\$ 8,90
WWW.GLOBORURAL.GLOBO.COM

Como aproveitar 100% de sua propriedade

- Invista em produção auto-sustentável
- Reduza os custos reutilizando os resíduos
- Use tecnologias que não agridam o ambiente

EDITORA GLOBO

JOÃO PAULO MUNIZ, suinocultor no município de Caconde, São Paulo

GENTE DE FIBRA ASSOCIAÇÃO DE SISALEIROS MELHORA A VIDA DE MILHARES DE PESSOAS NO SERTÃO

A LETRA COMO SEMENTE MÉTODO INOVADOR DE ENSINO UTILIZA A NATUREZA COMO SALA DE AULA

CHEFS DA ROÇA As receitas caipiras do programa Globo Rural

A PALAVRA DO CAMPO

GLOBORURAL

www.globorural.globo.com

O campo está para peixe



EDITORA
GLOBO



ISSN 0150-4374
PUBLICADO EM 15 DE SETEMBRO DE 2007
R\$ 1,90

Água boa, clima ideal e variedade de espécies: a oportunidade é perfeita para grandes e pequenos criadores

Thiago Colpani, de Mococa, SP, com um pintado nos braços e um dorado na rede: diversidade nos tanques

O PIAUÍ ESTÁ NO MAPA!

Cidades de pedra e lendas fantásticas num parque em pleno sertão



PECUÁRIA GENÉTICA LEVA LUCRO À PEQUENA PROPRIEDADE

A PALAVRA DO CAMPO

GLOBORURAL

www.globorural.globo.com

PALMA
NOVO SISTEMA
DE CULTIVO GERA
RENDA NO SERTÃO
NORDESTINO

VINÍCIUS Murakami,
de três anos, filho
de hortigrangeros
de Atibaia, SP



**CENTENÁRIO
DA IMIGRAÇÃO**

**Trabalho,
persistência,
competência,
tecnologia e
inovação: este
foi o legado
dos imigrantes
japoneses aos
brasileiros no
mês em que
se comemora**

100 anos
de
agricultura



1613-0336 (ISSN) Nº 272
JUNHO 2008 | R\$ 8,90

AMAZÔNIA PECUARISTA MOSTRA QUE É POSSÍVEL RESPEITAR A LEI, CRIAR GADO E OBTER LUCRO SEM DERRUBAR ÁRVORES

A PALAVRA DO CAMPO

GLOBORURAL

www.globorural.globo.com

EXEMPLAR DE ASSINANTE
VENDA PROIBIDA
JANEIRO 2010 | Nº 201 | R\$ 6,90

EDITORA
GLOBO

2010

O ano da virada

- Brasil vai retomar o crescimento econômico e exportar mais
- Agronegócio espera aumento na produção e no faturamento
- Os segmentos da agropecuária com mais chances de sucesso
- O que o produtor rural deve fazer para garantir rentabilidade

A PALAVRA DO CAMPO

GOBORURAL

www.goborural.globo.com

Temporada de leilões começa quente
Foram realizados 240 remates de gado só em abril

Tem R\$ 2 bi sobrando no banco
Faltam projetos para a agricultura de baixo carbono

DÁ PARA CONFIAR NO etanol?

A queda da oferta faz o preço disparar e põe em xeque o sonho do Brasil de se tornar o maior fornecedor mundial de energia renovável. Para a indústria, a crise vai acelerar investimentos no campo

ISSN 1677-0001 00302
R\$ 7,90
MAYO 2011 | Nº 307 | R\$ 9,90 EDITORA GLOBO

ESPECIAL OS SEGREDOS DOS MELHORES CAFÉS DO MUNDO

A PALAVRA DO CAMPO

GLOBAL RURAL

globo rural.globo.com

6 EDITIONA GLOBO

ISSN 0102-4178 00324
9 770102 617000
OUTUBRO 2012 R\$ 3,24 R\$ 10,90

Você conhece a planta-ovo?
É uma das novidades desta primavera

Haja adubo!
Produtor já faz compra para 2014

A médica veterinária Perla Fleury, que participou dos trabalhos de clonagem

O primeiro cavalo clonado do Brasil

Nascido há 30 dias, ele é cópia do supergaranhão da raça mangalarga Turbante JO, que fez 1.678 filhos. A emocionante história de amor entre um fazendeiro e seu cavalo começa à pág. 28

INSCREVA-SE
PRÊMIO
FAZENDA SUSTENTÁVEL

Rodeio
Conheça os touros
que vão arrepiar os
peões em Barretos

Seringueira
Profissionais
liberais "plantam"
a sua aposentadoria

A PALAVRA DO CAMPO

GLOBAL

ISSN 0102-6178 00334
9 770102 617000
AGOSTO 2013 | Nº 334 | R\$ 10,90

BRUNO
GROSO

Neri José
Chiarello
em meio a
montanha de
milho em Sinop

Quem manda ser tão competente?

Supersafra vira problema em Mato Grosso, que não tem onde guardar o milho. Saca já vale menos de R\$ 10, enquanto em Santa Catarina, polo de aves e suínos, o preço é o dobro

A PALAVRA DO CAMPO

GLOBAL RURAL

globo rural.globo.com

100% GLOBO

Aldo Telles Jr. e seu pai, Aldo, na Fazenda Nove de Julho, em Brasnorte, noroeste de Mato Grosso

Floresta
Saiba como fazer uma "poupança verde" na fazenda

Mais doces e vermelhas
Novas melancias agradam os consumidores

+ SUSTENTABILIDADE E PRODUTIVIDADE

É lavoura no pasto e pasto na lavoura

Brasnorte (MT) não para, produz o ano inteiro: após a soja, planta milho e braquiária; vem o boi; depois faz o feno e tira a semente do capim, e o ciclo recomeça...

CRUZAMENTO COM NELORE É SAÍDA PARA VIABILIZAR CRIAÇÃO DO BOI JAPONÊS NO BRASIL

A PALAVRA DO CAMPO

GLOBORURAL

globorural.globo.com

Assista na TV a esta reportagem, domingo, 6/2, às 5h, na Globo News, às 9h05

EDITORA GLOBO

Tomate, gado e soja
É o cardápio de fazenda do Paraná

Ciência e tecnologia
Como Israel domou o deserto

Edward Douglas e João Colarco exibem cana de quatro semanas, em Juazeiro (BA)

Agricultura a conta-gotas

É possível produzir bem com baixo consumo de água, como mostra a Usina Agrovale, que colhe cana gigante em pleno Sertão da Bahia. Confira esta e outras dicas a partir da pág. 26