

Comunicação e consumo: espaço das mediações da cultura transnacional e das culturas populares

MARIA SALETT TAUK SANTOS
(*Universidade Federal Rural de Pernambuco*)

Resumo

Este trabalho estuda a participação de camponeses em um Programa de desenvolvimento rural, com tecnologias alternativas, no Nordeste brasileiro, tomando o consumo como ponto central da análise. Os camponeses negam o consumo no nível concreto de suas vidas para afirmá-lo no nível simbólico. Nesta ambivalência eles refuncionalizam o uso original das propostas do Programa.

Palavras-chave: comunicação, consumo, participação, mediações culturais

Resumen

Este trabajo estudia la participación de campesinos en un Programa de desenvolvimiento rural con tecnologías alternativas en el Nordeste brasileño, teniendo el consumo como punto central de la analisis. Los campesinos niegan el consumo en el nivel concreto de sus vidas para afirmarlo en el nivel simbolico, de sus aspiraciones. En este ambivalencia ellos refuncionalizam el uso de las propuestas del programa.

Palabras-clave: comunicación, consumo, participación, mediaciones culturales

Abstract

This work aims on studying the participation of country people in a rural development program, with alternative technologies, in the Brazilian Northeast, having consumption as the research's main point. The country people deny the concrete level consumption in their lives but, they affirm it in the symbolic level. Due to this ambivalence they refunction the original usage of the answers to the program.

Keywords: communication, consumption, participation, cultural intervention

Introdução

A noção de que o modelo de comunicação rural centrado na difusão de tecnologia e concebido em gabinetes de organizações governamentais ou centros de pesquisa, distantes dos contextos populares, não foi capaz de contribuir para superação da pobreza da maioria da população camponesa levou este modelo a sofrer muitas críticas.

A principal crítica ao modelo difusionista surge no final da década de 60 com as denúncias de Paulo Freire (1985) quanto ao caráter invasor e domesticador das mensagens sob as perspectivas desse modelo¹. Inicia-se a partir daí a busca de alternativas para um trabalho que viesse possibilitar os pequenos produtores rurais tornarem-se sujeitos da própria luta pela melhoria de suas condições de vida. É nesse sentido que começa a se desenvolver a partir da década de 70, por toda América Latina e particularmente no Brasil, experiências de comunicação rural, cuja proposta era a de favorecer o diálogo, o desenvolvimento da consciência crítica dos camponeses, assim como o estímulo à participação política dessa população². As práticas participativas de comunicação passaram a ser consideradas condição indispensável à viabilização da luta pela organização camponesa.

Particularmente nos anos 80, com a flexibilização do sistema político no Brasil, proliferaram-se iniciativas de organização populares capitaneadas pelas Organizações não Governamentais no sentido de incentivar e desenvolver formas de organização *autênticas* dos agricultores a partir das suas *necessidades concretas* dentro de uma dinâmica de comunicação dialógica, participativa. Entre estas ONGs está o SERTA - Serviços de Tecnologias Alternativas criado em 1989 para dar continuidade a um esforço iniciado em 1983 pelo Centro de Capacitação e Acompanhamento dos Projetos Alternativos - CECAPAS, organização criada pela Igreja Católica³.

¹ Sobre as críticas ao modelo difusionista ver, entre outros: FONSECA, Maria Tereza Lousada. *A extensão rural no Brasil, um projeto educativo para o capital*. São Paulo: Loyola, 1985. BARBOSA, Waldir de Albuquerque. *A questão agrária e a comunicação rural no Brasil*. São Paulo: 1986. Tese (Doutorado em Comunicação) Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, 1986.

² Sobre o assunto ver, entre outros: DIAZ BORDENAVE, Juan E. *New approaches to communication training for developing countries*. In: WORLD CONGRESS OF RURAL SOCIOLOGY, 1992, Baton Rouge Louisiana. Paper. Louisiana 1972. _____. *Aspectos e implicaciones políticas de la comunicación participativa*. IN: SEMINÁRIO LATINO AMERICANO DE COMUNICACIÓN PARTICIPATORIA, 1978. Quito: CIESPAL, 1978. TERRERO, José Martínez. *Comunicação grupal libertadora*. São Paulo: Paulinas, 1988.

³ Ver: CONFERÊNCIA NACIONAL DOS BISPOS DO BRASIL - NE II *Projetos Alternativos: origem, característica, critérios para a provação, acompanhamento e avaliação dos projetos*. Recife, 1984 mimeo. CENTRO DE CAPACITAÇÃO E ACOMPANHAMENTO AOS PROJETOS ALTERNATIVOS. *Metodologia da Comunicação e CECAPAS*. Pesqueira, 1985. Folder, SERVIÇOS DE TECNOLOGIAS ALTERNATIVAS - SERTA. *Documento preparatório para a avaliação dos 3 primeiros anos*. Nazaré da Mata, 1992 mimeo.

Propondo uma metodologia de comunicação dialógica o SERTA alia ao esforço de conscientização dos camponeses uma proposta na área da produção agrícola (cf. SANTOS, 1992,1994). Esta proposta apresenta duas inovações em relação às propostas modernizadoras dos serviços de extensão rural governamentais:

- 1) O uso de tecnologias alternativas, assim chamadas por se constituírem em uma alternativa ao modelo *modernizador* da agricultura, pouco absorvedoras de insumos e, portanto, adaptadas às condições de pobreza do pequeno produtor.
- 2) A preocupação ecológica. O programa se baseia no uso de técnicas biológicas de produção, desde a conservação do solo ao controle das pragas, da adubação do plantio ao manejo dos animais, que não requerem a utilização de agentes químicos em termos de fertilizantes ou de agrotóxicos.

Na dinâmica do trabalho com os pequenos produtores rurais todo o esforço é voltado para favorecer a prática da agricultura alternativa e a participação na luta por políticas favoráveis à pequena produção. O saber do agricultor é valorizado. Ele aprende e ensina as técnicas alternativas aos outros agricultores. As estratégias da luta política são igualmente discutidas entre os companheiros agricultores para serem posteriormente articuladas junto aos órgãos de representação da categoria.

Apesar das características de organicidade do Programa das Tecnologias Alternativas e contrariando a noção de que a comunicação dialógica favorece necessariamente à participação popular, entretanto, os pequenos produtores rurais se mostram reticentes na adesão às propostas do programa. A participação deles, se considerarmos o incipiente avanço das lutas do Programa TAs, é lenta.

Na busca de uma explicação para o comportamento dos agricultores face ao Programa das Tecnologias Alternativas realizamos um estudo de caso da participação dos pequenos produtores rurais no âmbito do programa SERTA no Estado de Pernambuco, Brasil. A pesquisa se desenvolveu dentro da abordagem teórica que estuda as culturas populares de forma relacional à cultura hegemônica transnacional. Do caráter desnivelado que alimenta a relação culturas populares/cultura hegemônica advém duas características fundamentais das culturas populares que são a ambivalência política e a capacidade de refuncionalizar o uso das mensagens de outras culturas para vivê-las de outra maneira. O consumo foi o espaço escolhido para a observação da participação dos pequenos produtores rurais do Programa, por ser considerado o espaço chave onde se manifesta a cultura no cotidiano: a recepção das mensagens da cultura *alternativa*, propondo uma tecnologia adaptada às condições de pobreza campesina, e das mensagens da cultura hegemônica propondo tecnologias e hábitos de consumo *modernos* como saída para o desenvolvimento do campo.

A perspectiva teórica das mediações culturais combinada aos dados empíricos da observação da participação dos agricultores no Programa TAs suscitaram as hipóteses de que a participação reticente dos pequenos

produtores rurais no Programa deve-se: a) à exposição desses agricultores às mensagens hegemônicas *modernizadoras* via mídia, serviços de extensão rural entre outros, que desenvolvem neles expectativas de consumo incompatíveis com as propostas do Programa das Tecnologias Alternativas; b) à ambivalência política dos pequenos produtores rurais face às propostas do Programa, fazendo-os aderir apenas àquelas que satisfazem as suas necessidades imediatas; c) à capacidade de refuncionalizar a forma de participação no Programa no sentido de adaptá-la as suas necessidades cotidianas.

A pesquisa foi realizada em duas fases. A primeira envolvendo toda a população, cerca de 400 agricultores que participavam do Programa em 1993. Nesta fase foi observada a participação dos pequenos produtores rurais nos dias de campo, nos mutirões e nos Encontros, ocasiões onde se manifestavam as duas propostas fundamentais do Programa: a produtiva e a política. Era necessário captar o lado visível das interações que denotam a participação como a fala, o gesto e as ações, e, sobretudo o que poderia estar subjacente àquelas mensagens: a motivação maior que levava as pessoas a participarem do Programa.

A necessidade de precisar melhor as causas da participação reticente dos agricultores do Programa exigiu uma segunda fase à pesquisa. Ocasião em que foi relacionada a participação a variáveis sócio-econômicas e culturais, entre elas o consumo e a ambivalência política da população estudada. Dessa maneira foi necessário que investigássemos o pequeno produtor rural nos aspectos da sua subjetividade, no seu cotidiano. Tal aprofundamento tornava inviável trabalhar com o universo inteiro. Escolhemos uma amostra de 5% da população segundo critérios intencionais de sexo, idade, propriedade de terras, tempo e frequência de participação do Programa TAs.

A questão da participação foi tratada enquanto processo de comunicação por duas razões:

1) O conceito de participação invoca, como enfatiza Freitas Filho (1988), a idéia de comunicação: estar ou por-se em comunicação com alguém;

2) O trabalho desenvolvido pelo Programa SERTA caracteriza-se como um esforço de comunicação popular se comparado à conceituação desenvolvida por Círculo Peruzzo (1991):

a) Trata-se de um esforço de educação popular: ensinar as práticas da agricultura alternativa combinado à luta por políticas favoráveis à pequena produção agrícola;

b) Parte de um esforço de conscientização: a realidade do pequeno produtor como ponto de partida para a luta pela sobrevivência da categoria;

c) A metodologia da comunicação utilizada valoriza a participação dos agricultores como sujeitos de sua luta;

d) Trata-se de interação comunicacional que envolve uma organização não governamental e um segmento de classe subalterna: os pequenos produtores rurais.

Mediações e Consumo

No âmbito da teoria crítica da comunicação, consideramos a abordagem de maior poder explicativo sobre a questão da participação dos pequenos agricultores do Programa TAs a que trata dos fenômenos da comunicação dentro do processo das mediações cultura transnacional e culturas populares. A participação do pequeno produtor do Programa se dá dentro de um espaço conflituoso. Concomitantemente às mensagens do Programa TAs esses agricultores acham-se historicamente expostos às mensagens da cultura transnacional, que é hegemônica, via serviços de Extensão Rural, a mídia e outros meios que defendem a *modernização* como saída para o desenvolvimento do setor agrícola.

Ainda que por razões diversas como a falta de terra e água, falta de acesso ao crédito e assistência técnica entre outros, o pequeno agricultor não consiga incorporar a modernização, ele percebe que o grande produtor incorpora e se dá bem. A modernização passa a representar para ele um ideal a alcançar enquanto forma produtiva eficiente que ela representa para o desenvolvimento do setor agrícola.

Acontece que o processo de modernização traz embutida a questão da expansão do mercado capitalista. Modernizar-se significa antes de tudo consumir e incorporar hábitos de consumo não apenas no que se refere à produção na agricultura quanto em relação aos demais domínios da vida e atividades humanas. É aí que opera o segundo nível do consumo: o simbólico. No caso específico dos pequenos produtores rurais modernizar-se significa incorporar as inovações *modernas* à sua produção, o que significa consumo de insumos, implementos, maquinarias agrícolas. O apelo ao consumo de bens *modernos*, entretanto, extrapola a esfera estrita da produção agrícola, invade todos os domínios, do vestuário ao conforto doméstico, do trabalho ao lazer, se constituindo num *estilo de vida*, numa forma de pertencimento ou integração a um padrão de vida de uma classe social considerada superior que se distingue pelo consumo de bens simbolicamente *modernos*.

Tal compreensão advém da abordagem que considera as culturas populares como integrantes do processo de reprodução social e como tal define e estuda essas culturas a partir de uma teoria da reprodução. Não no sentido limitado da teoria econômica como assinala Canclini, mas incluindo os aspectos culturais e da vida cotidiana: trata-se “de ver conjuntamente a reprodução do capital, da força de trabalho, das relações de produção e de mercado - reprodução da vida - a família, a cotidianidade - e a reprodução cultural - o conjunto das relações educativas, comunicacionais - como base dos processos nos quais se conformam as culturas populares” (CANCLINI e RONCAGLIOLO, 1988).

É no domínio da reprodução social que o consumo desempenha um papel chave na medida em que o consumo “é um dos espaços onde se constitui a cultura das classes populares” (CANCLINI e RONCAGLIOLO,

1988), que apenas adquire sentido de forma relacional à cultura hegemônica, e onde “se marcam suas diferenças em relação às outras culturas” (ibid.). É igualmente no âmbito do consumo onde se dá o conflito entre as classes originado pela participação desigual na estrutura produtiva, conflito este que se prolonga na distribuição dos bens e na satisfação das necessidades (ibid.).

Como o consumo contribui para engendrar a identidade cultural das classes é questão que, segundo Canclini, não pode ser respondida unicamente por nenhuma das teorias que abordam isoladamente a questão. O autor entretanto, reúne a partir das principais linhas de investigação alguns postulados que norteiam os estudos sobre o consumo entre os quais ressaltamos duas abordagens por considerá-las particularmente significativas ao presente estudo.

A primeira abordagem considera o consumo como lugar de diferenciação social e distinção simbólica entre as classes. Em uma sociedade que se pretende democrática, diz Canclini, “baseado na premissa de que os homens nascem iguais, sem superioridade de sangue ou de nobreza, o consumo é uma área fundamental para construir e comunicar as diferenças entre os grupos. Ante a democratização, que implica em haver massificado o consumo de quase todos os bens - educação, alimentos, televisão etc. - a diferença se produz não apenas pelos objetos que possui, senão também pela forma como utiliza: a qual escola se envia os filhos, quais são os rituais de alimentação, que programas televisivos prefere-se” (CANCLINI e RONCAGLIOLO, 1988, p.55). Nesse sentido, adianta ainda Canclini, é que as classes se diferenciam “tanto pelos bens que seu poder econômico as permite alcançar quanto pelo modo de transmutar esses bens em signos” (ibid.).

É, portanto, no espaço do consumo e não apenas no da produção e mais especificamente no domínio do simbólico e não apenas no econômico que se estruturam, segundo Pierre Bourdieu, a identidade e a separação entre as classes. O consumo como afirma Bourdieu, é uma forma de distinção. Nas sociedades contemporâneas, “boa parte da racionalidade das relações sociais se constrói, mais do que na luta pelos meios de produção, através da luta para apropriar-se dos meios de distinção” (apud CANCLINI, 1991:p.7). A diferenciação entre as classes hoje é mais pela diferente participação na reprodução material simbólica que pela desigualdade econômica. O consumo é uma forma de diferenciação entre as classes na medida em que estas se distinguem não apenas pelos bens que seu poder econômico as permite comprar, como pelo modo de transformar esses bens em signos de prestígio, de poder: “existe uma coerência oculta entre os lugares onde os membros de uma classe comem, estudam, habitam, tiram férias, no que lêem e desfrutam, no que se informam e o que transmitem aos outros” (apud CANCLINI, 1991). O grupo social ao qual pertencemos nos acostuma a necessitar de certos objetos e a nos apropriarmos deles de uma determinada maneira... assim “não existem necessidades naturais, pois as necessidades surgem como interiorização

de determinações estruturais" (CANCLINI e RONCAGLILO, 1988:p.51). É portanto o valor simbólico que condiciona a existência, o valor e o uso dos bens. Nesse sentido o consumo é também simbólico: "já não podemos pensar em consumo a partir de uma concepção naturalista das necessidades e instrumentalista dos bens, pois não existe correspondência mecânica ou natural entre necessidades e objetos supostamente desenhados e produzidos para satisfazê-las" (ibid., p.53).

A segunda abordagem considera o consumo como sistema de integração e comunicação. Para que se constitua em instrumento de diferenciação, o consumo, segundo Canclini, deve constituir primeiro um sistema de comunicação amplamente compreensível (CANCLINI e RONCAGLILO, 1988:p.56). Explica Canclini: "se os membros de uma sociedade não compartilhem os significados atribuídos aos bens, sua posse não servirá para distingui-los" (ibid.). E exemplifica: "um diploma universitário ou uma casa num certo bairro diferenciam seus possuidores se o valor é admitido por quem não os tem" (ibid.). Dessa maneira consumir pressupõe como afirma Leonini através de Canclini, intercambiar significados culturais e sociais: "através das coisas é possível manter e criar as relações entre as pessoas, dar um sentido e uma ordem ao ambiente no qual vivemos" (ibid., p.56).

Nesse sentido o consumo, como assinala Canclini, ao mesmo tempo em que constitui um fator de distinção, funciona como fator de integração na medida em que não tem por finalidade apenas a posse de um objeto ou satisfação de uma necessidade mas também o de definir ou reconfirmar significados e valores comuns, "em tempo de fraturas e heterogeneidade, de segmentações dentro de cada nação e de comunicações fluidas das ordens transnacionais da informação, da moda, do saber. Em meio dessa heterogeneidade encontramos códigos que nos unificam, ou ao menos permitem que nos entendamos. Porém esses códigos compartilhados são cada vez menos o da etnia, o da classe ou da nação em que nascemos. Estas velhas unidades, na medida em que subsistem, parecem reformular-se como pactos móveis dos bens e das mensagens. Uma nação se define menos a essa altura por seus limites territoriais ou por sua história política. Mas sobrevive como uma comunidade hermenêutica de consumidores cujos hábitos tradicionais levam-na a relacionar-se de um modo peculiar com os objetos e informações circulantes nas redes internacionais" (CANCLINI, 1991:p.8).

No movimento ambivalente de distinguir e ao mesmo tempo padronizar, integrar, o consumo se mostrou uma variável importante para explicar a participação reticente dos pequenos produtores rurais face ao Programa das Tecnologias Alternativas.

Do ponto de vista das condições reais de vida os pequenos produtores rurais pesquisados negam o consumo. O que demonstra a proximidade das propostas do Programa TAs para esta população *produzir preferencialmente para matar a fome a partir dos limitados recursos existentes.*

Entretanto, no domínio do simbólico, das suas aspirações, eles afirmam o consumo conforme demonstrado a seguir.

A negação do consumo

Da alimentação ao vestuário, da perfumaria ao lazer o consumo dos agricultores envolvidos pelo SERTA é contingente, está sempre na dependência de fatores limitantes que caracterizam o seu estado de pobreza.

“De manhã a gente como cuscuz, quem mora em sítio não tem pão...”

“Carne só no dia da feira...”

“No dia que tem carne, a gente come carne. Só pra provar, porque pobre não pode comer carne...”

“Quando eu tenho condição de comprar eu também compro bolacha...”

A maior parte do que se produz e do que consegue ganhar em dinheiro o pequeno produtor gasta com a alimentação da família. O pouco que sobra ele utiliza na aquisição de produtos destinados ao vestuário, higiene e alguma *vaidade* da família.

A aquisição de artigos fora da alimentação como os de uso pessoal, vestuário, perfumaria, está condicionada ao ganho em dinheiro de algum membro da família. Porisso comprar roupa, assim como outros bens, apenas acontece uma ou duas vezes ao ano, quando a família pega em dinheiro proveniente da venda de parte da produção agrícola; da venda de algum animal que cria: “quando vende um gado de ano em ano é que a gente pega em dinheiro pra comprar o que precisa”. Ou da atividade desenvolvida fora do setor agrícola: “Quando a gente quebra pedra e consegue vender aí a gente já sabe o que é que vai comprar”. Ou ainda através da contribuição de algum membro da família que trabalha nas grandes cidades, como é o caso de várias famílias entre as entrevistadas que tem filhos em São Paulo e que mandam dinheiro pelo Banco ou trazem quando vêm passar as férias com a família.

Quanto ao lazer a limitação começa pela escassez do tempo livre. Apesar de não trabalhar no roçado aos domingos, eles tem que dar comida aos animais, ir buscar água em barreiros para consumo doméstico, ir à feira, entre outros afazeres. Comumente o que os agricultores declaram fazer como divertimento não implica em gasto de dinheiro. Em geral, a missa, as reuniões de caráter diverso, como as do sindicato e as do Programa TAs, visitas a parentes e amigos, foram as declaradas como diversões preferidas pelos agricultores adultos entrevistados. É interessante observar que os agricultores adultos consideram sempre as reuniões divertimento. Participar de reuniões sindicais, movimento de igreja, Programa das

Tecnologias Alternativas, tudo enfim que implique em se reunir com os companheiros, tem para eles um significado lúdico.

Quanto aos jovens entrevistados, eles gostam de ir à festa. A diferença em relação aos jovens da cidade é a frequência e o modo como fazem. Em geral as festas que costumam ir acontecem em três ocasiões durante o ano: as festas de fim de ano, Natal, Ano Novo e Reis; o São João; e a festa do santo padroeiro do município onde vivem. Essas festas acontecem na rua, na sede do município e contam com brinquedos comuns aos parques : roda gigante, carrossel, entre outros. Jogos de tiro ao alvo, roleta, bingos e pequenos espetáculos teatrais e ou ainda mamulengos.

O lazer em forma de consumo que os jovens envolvidos pela pesquisa conhecem é basicamente circunscrito a essas festas. E não é sem sacrifício que conseguem chegar até lá. A dificuldade começa pelo transporte. As famílias são numerosas e torna-se caro apanhar um transporte que os conduza do sítio à cidade. Acabam as vezes indo a pé, percorrendo alguns quilômetros. Uma vez na festa é igualmente escasso o dinheiro para *correr nos brinquedos* e comprar algo para comer.

Quando perguntamos a uma agricultora se ela costumava ir ao cinema ela respondeu com espanto: "Cinema? Não sei nem o que é isso, a não ser que seja como 'Paixão de Cristo', eu vi uma vez quando garotinha". Os jovens entrevistados não têm acesso à cinema, teatro ou vídeo.

O tempo de diversão é outro que não o dos jovens da cidade. Tal qual a vida dos seus pais, eles vivem em compasso de espera: o inverno, a colheita, o trabalho, o dinheiro para comprar o que deseja, o que vêem os outros jovens consumindo. A diferença agora é que aquela espera aparentemente sem pressa dos seus pais cedeu lugar a uma espera impaciente. Enquanto assistem a televisão eles sonham com a chegada dos irmãos que estão trabalhando em São Paulo. Esses costumam voltar anualmente. Na bagagem eles trazem dinheiro para família. É uma festa a chegada dos filhos que estão fora: "trazem dinheiro, trazem novidade... todo mundo vai junto pra festa na rua".

A afirmação do consumo

Se o consumo é negado pelas condições concretas de existência, no domínio do simbólico, de suas aspirações, os pequenos produtores rurais afirmam o consumo. Estas aspirações desenvolvidas, em grande parte, pelos apelos que recebem do sistema hegemônico através de diferentes canais, particularmente a mídia, são no sentido de incorporar o padrão de consumo *moderno* como forma de integrar-se à ordem hegemônica.

Ao alimentar aspirações de consumo que estão fora do resultado do seu trabalho e da sua luta os pequenos produtores rurais entram em contradição com as propostas do Programa TAs:

Consumo na produção

O programa TAs propõe tecnologias adaptadas às condições de pobreza dos pequenos produtores rurais do Nordeste, aproveitando os recursos existentes na propriedade do pequeno agricultor tais como o adubo orgânico, os defensivos biológicos naturais, a construção de instrumentos de trabalho com material existente nos sítios, tudo sem que seja necessário incorporar a tecnologia *moderna* inacessível, na maioria dos casos para o pequeno produtor da região. A preocupação é maximizar a produção sem, que seja necessário emprego de capital, através de técnicas como a rotação de culturas, cuidados para evitar a erosão, a produção de sementes pelo próprio agricultor, além da criação de pequenos animais.

Os pequenos produtores quando perguntados sobre as suas aspirações em relação à produção, verifica-se que estão voltadas para a agricultura peculiar aos grandes produtores:

"Eu tenho muita vontade de criar gado".

"Se tivesse dinheiro eu queria empregar em garrote para engorda".

"Eu gostaria de comprar um trator".

"Uma máquina para pulverizar o adubo..".

Consumo de bens

A aspiração no consumo de bens da população entrevistada está ligada em sua maioria ao desejo de melhoria do espaço doméstico que varia desde fazer reformas na casa até adquirir móveis e eletrodomésticos para aumentar o *conforto* da família. Conforto é uma palavra recorrente no discurso dos pequenos produtores. Observa-se, entretanto, que a noção de conforto para eles nem sempre corresponde a coisas que materialmente aumentaria o seu bem estar, facilitando a sua vida no cotidiano doméstico. Muitas vezes, a noção do conforto está associada a uma estética desenvolvida fora da sua realidade. Assim, a aspiração de bens de consumo em muitos casos está mais próxima à aquisição de bens que simbolicamente os aproximem e os façam participar de uma ordem transnacional que é hegemônica. Isso acha-se explícito no discurso de Maria Josefa quando afirma que gostaria de ter uma cozinha que combinasse com a sala "pra ficar bonito"; ou o bufê desejado por Benedita: "como esses que têm nessas casas..." dos mais ricos, naturalmente; ou ainda na aspiração do jovem Paulo Rogério: "eu desejava uma TV em cores com videocassete no meu quarto".

Além dos bens de *conforto*, a alimentação ocupa lugar de destaque entre as aspirações de consumo dos pequenos produtores rurais. A maioria dos agricultores entrevistados aspiram poder comer bem todo o tempo, com sua família, artigos que considera da *mesa do rico* como a carne, o

queijo, as frutas e verduras. Calçados e roupas estão igualmente entre os bens que mais gostariam de consumir, sobretudo os jovens.

Consumo e qualidade de vida

O Programa TAs enfatiza a prioridade da produção para consumo familiar: só no futuro deve-se comercializar o produto e obter dinheiro. Acontece que a questão de ganhar dinheiro é a preocupação fundamental dos agricultores entrevistados. A maior angústia expressa todo tempo nas suas palavras é a dificuldade de ganhar, de obter algum dinheiro, o que o obriga a procurar empregos temporários para ajudar a manter a família. A falta de dinheiro é apontada pelos entrevistados como seu maior tormento, quando avalia a sua condição atual como agricultor:

“A vida da gente é muito sacrificada, uma pessoa que vive só da agricultura, não tem dinheiro pra nada. Vive quase morrendo de fome”.

“O que falta ao agricultor é o dinheiro. Se a gente pegasse em dinheiro, trabalhava por aqui mesmo”.

E quando avalia a perspectiva de obter dinheiro na agricultura para melhorar a sua vida, a descrença aparece:

“Se os agricultores for depender somente da agricultura, plantar hoje pra vender e lucrar aquele dinheiro pra viver com a família, eu acho que não dá pra sobreviver não”.

“A dificuldade é a falta de recurso porque esse trabalho na agricultura mal dá pra alimentação da família e o resto?”

A condição de trabalhar apenas para sobreviver é algo que na avaliação dos agricultores entrevistados é inadmissível, sobretudo para os mais jovens. Eles querem dinheiro que lhes permitam consumir não apenas o que precisam mas o que aspiram, o que desejam. É nesse sentido que o velho e sábio Emiliano avalia: “Eu tenho que plantar sem dinheiro mesmo. Só vou ter dinheiro no fim do ano. O jovem hoje quer isso? Viver sem dinheiro, só com a comida? Nunca?”

A busca da possibilidade de consumo tem levado os jovens a não apenas desacreditar na agricultura como a abandonar a atividade em busca de empregos para ganhar dinheiro nas grandes cidades. Para eles dinheiro na mão é o que conta: “A agricultura não dá dinheiro, eu pretendo ir pra cidade arrumar um trabalho”.

A possibilidade de ganhar dinheiro e ter acesso a variedade de consumo que oferece a grande cidade pode até ser ilusória. Entretanto, a volta dos agricultores que foram trabalhar nas grandes cidades para visitar

os familiares deixa quase sempre a impressão de que aparentemente *melhoraram* de vida. O critério de julgamento na maioria dos casos é feito através da *perfumaria* que conseguiram incorporar: relógios digitais, rádio toca fita, entre outras quinquilharias. É evidente que critérios ligados à qualidade da vida passam ao largo. A chegada dessas figuras impressiona não apenas pelo vestuário colorido que ostentam, bermudas, camisas, tênis e óculos espelhados, quanto pela nova forma adquirida de falar. Na família, a boa impressão é quase sempre inevitável, o que se pode ler no discurso do velho Emiliano:

“Eu vejo minha família quando chega de São Paulo gorda danada, aquilo é porque come lá. Se eles não comessem lá os meninos era gordo e pançudo? ...Os meus filhos ganham dinheiro lá em São Paulo. Os meus netos quando chegam aqui é tudo cheio de relógios, cheio de brinco, dos negócios todos...”

Consumo é a palavra mágica. É nesse espaço imaginário onde se materializa a incompatibilidade da proposta do programa TAs e as aspirações da população de pequeno produtores rurais. A tecnologia alternativa está perto de suas condições reais de existência mas distante, no plano simbólico, de suas aspirações de consumo. Desejam incorporar os apelos *modernizadores* como forma de sentirem *integrados* na ordem hegemônica. O que contribui para a reticente participação no Programa das Tecnologias Alternativas.

Ambivalência e Refuncionalização

Se do ponto de vista do consumo as expectativas dos agricultores são incompatíveis com as propostas do Programa TAs, por outro lado os pequenos produtores rurais encontram na proposta *alternativa* algo que lhes satisfazem e vem ao encontro de suas necessidades imediatas, tais como: a melhoria na forma de produzir, o aumento da produção apesar dos minguados recursos disponíveis, a ajuda dos técnicos do Programa, a solidariedade dos demais companheiros de luta cotidiana, o alívio das tensões através das brincadeiras e orações que a convivência dentro do Programa SERTA propicia. A razão de enxergar, tanto na proposta *modernizadora* quanto na proposta *alternativa*, benefícios para a sua vida faz com que os pequenos produtores desenvolvam em relação ao Programa TAs um comportamento ambivalente. Isso fica evidenciado sobretudo se considerarmos o comportamento dos agricultores em relação à luta política do Programa. Uma parte da população entrevistada *participa* dessa luta, mas continua alimentando as mesmas expectativas de esperar da ação assistencial dos políticos a solução para os problemas da pequena produção. Outra parte de agricultores mantém conduta igualmente

ambivalente. Participa das atividades do Programa SERTA, que dizem respeito à luta política, mas confessam descrever totalmente na força transformadora da política. Finalmente, uma terceira parte dessa população, de agricultores e agricultoras que participam ativamente das atividades do SERTA, e de outras atividades políticas através de órgãos de classe confessam, em seus depoimentos, a fé na força da luta dos agricultores para conseguir as transformações através do Programa das Tecnologias Alternativas. Apesar da crença manifesta na luta política, materializada não apenas nos discursos quanto através da militância desses agricultores, observa-se que a ambivalência está igualmente presente nas posições que assumem. Esta é a conclusão a que se chega quando comparamos a participação atual em relação aos planos desses agricultores para o futuro. Observa-se que o que aspiram nunca é o resultado da luta presente. Anunciada, militante ferrenha do Programa SERTA, deseja "um emprego certo, pra receber um salário". Maria Espírito Santo, 20 anos de militância popular em defesa da pequena agricultura, aspira para o futuro das filhas "um trabalho digno... que elas tivessem um emprego fixo na indústria". Maria Josefa, participante ativa do Programa, aspira "um negócio pra negociar, um trabalho mais maneiro".

A conduta ambivalente dos pequenos produtores rurais, portanto, oscila entre a participação do Programa nos aspectos onde eles encontram algo útil que satisfaça as suas necessidades imediatas e a não adesão aos aspectos da luta que não atendem às suas expectativas de vida futura (via consumo). Nesse último sentido, ao não vislumbrar melhorias econômicas, via participação política no Programa TAs, que satisfaçam as suas aspirações de consumo erigidas a partir das mensagens *modernizadoras* hegemônicas, os pequenos produtores rurais refuncionalizam o *uso* dessa participação. Os agricultores emprestam um significado diferente à participação no Programa no sentido de adaptá-la às suas necessidades cotidianas imediatas que oscila entre o lúdico e o religioso: o lazer, o de receber e dar solidariedade, de compartilhar sofrimentos e encontrar apoio para enfrentá-los pela via da religião. Estes significados não são antagônicos em relação à proposta original de participação política no Programa, entretanto, na medida em que se distanciam do sentido original da luta proposta pelo SERTA, os agricultores tornam a sua participação reticente em relação aos objetivos do Programa. Fato este que contribui conseqüentemente para o avanço lento dessa luta pois no lugar da produção põem a reza; no lugar da participação política põem o lazer.

Referências bibliográficas

- CANCLINI, Néstor García. Cultura transnacional y culturas populares, bases teóricas metodológicas para la investigación. In: CANCLINI, Néstor García; RONCAGLIOLO, Rafael (ed.) *Cultura transnacional y culturas populares*. Lima: Instituição para América Latina, 1988 p. 18-76.
- _____. CANCLINI, Néstor García. El consumo sirve para pensar. *Dia-logos de la comunicación*, 30, Lima, 1991, p. 7.
- FREIRE, Paulo. *Extensão ou comunicação*. 8. ed. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1985.
- FREITAS FILHO, Domingos. *Comunicação e participação: os meios de comunicação de massa como sujeitos políticos*. São Paulo, 1988, p. 174, Tese (Doutorado em comunicação) Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, 1988.
- PERUZZO, Cicilia Maria Krohling. *A participação na comunicação popular*. São Paulo, 1991, p. 73, Tese (Doutorado em Comunicação) Escola de Comunicações e Artes - Universidade de São Paulo, 1991.
- SANTOS, Maria Salett Tauk. *Grito da seca: a retórica da participação*. Recife: Universidade Federal Rural de Pernambuco; Sherbrooke: Universidade de Sherbrooke, 1992 (textos acadêmicos, 1)
- _____. *Igreja e pequeno produtor rural: a comunicação participativa no Programa CECAPAS/SERTA*. São Paulo, 1994, Tese (Doutorado em Comunicação) Escola de Comunicações e Artes - Universidade de São Paulo, 1994.