

OFICINA PEDAGÓGICA “O AGRO É POP?”: Uma intervenção contra ao discurso ideológico da mídia brasileira sobre o agronegócio.

Andressa Duarte da Silva¹

Resumo

A escola enquanto instituição regulada pelo direito público, tem a função de apresentar a universalidade. A ideologia se utiliza de espaços materiais e imateriais. A escola é um espaço imprescindível no processo da implantação de ideologia da classe dominante. O presente trabalho vem mostrar o desenvolvimento e discussão de uma oficina pedagógica realizada no segundo ano do ensino médio na modalidade de formação de professores do Colégio Estadual João Pessoa localizado na cidade de Campos dos Goytacazes, ao Norte do Estado do Rio de Janeiro. O presente trabalho teve como objetivo compreender a influência da mídia brasileira na difusão da ideologia do agronegócio. O procedimento metodológico utilizado consistiu na realização de oficina pedagógica. A mídia cria na sociedade sabedorias convencionais equivocadas, assimiladas por esta inconscientemente, a partir da combinação entre manipulação e ideologia.

Palavras-chave: Ideologia , Mídia , Agronegócio.

Introdução:

A oficina pedagógica foi realizada no Colégio Estadual João Pessoa, está localizado na cidade de Campos dos Goytacazes. É uma escola central da cidade, pois fica próximo a umas das principais avenidas de acesso da cidade, devido a este motivo recebe alunos de vários bairros e até de distritos. É uma escola pública da rede estadual de ensino, mas mesmo assim recebe muitos alunos de classe média alta que estudam na escola somente no ensino médio para adquirir as cotas dos vestibulares. A instituição trabalha com o Ensino Médio e o Curso de Formação de Professores no Período da manhã, Ensino Fundamental no período da Tarde e Educação de Jovens de Adultos no período da noite que com o fechamento de várias escolas da rede estadual terminará este ano

A oficina pedagógica que gerou este artigo foi desenvolvida com professorandos do segundo ano do curso de formação de professores de formação continuada. Eles serão

¹Universidade Federal Fluminense, andressa_duarte@id.uff.br

futuramente professores da educação infantil e do primeiro seguimento do ensino fundamental. Visto isso a construção de um pensamento crítico é de grande importancia na formação destes professorando, pois a pouco tempo eles estarão em escolas auxiliando seus alunos no proceso de construção do conhecimento.

A educação está ao redor sendo exercida a todo instante, cotidianamente aprende-se ao ensinar e ensina-se ao aprender. O individuo está sujeito a aprendizagens de diversas formas e de diversos autores, não há uma única forma de aprender ou ensinar. A educação não se realiza somente na escola e o professor não é único que a pratica. Está difusa em todos os mundos sociais, entre as incontáveis práticas do processo de aprendizagem, primeiramente no convívio social, e mais a diante na escola com professores e métodos pedagógicos distintos.

O indivíduo em todo seu processo de formação humana e intelectual passa por um processo educacional. Segundo Brandão (1981) existe a educação de cada categoria de sujeitos de um povo; ela existe em cada povo, ou entre povos que se encontram. Existe entre povos que submetem e dominam outros povos, usando a educação como um recurso a mais de sua dominância. Neste processo vários atores carregados de suas influências ideológicas moldam o indivíduo. Moldam os comportamentos conforme as necessidades da classe que domina a idéia que está sendo imposta.

A ideologia é um instrumento de uma classe social sobre outra. E um conjunto de crenças falsas e ilusórias que faz com que o indivíduo tome consciência de sua classe social esse sistema é construído pela classe dominante. A ideologia é sustentada pelos dominados, pois recebe as idéias da classe dominante e as te como natural e universal. Todas essas idéias são carregadas de interesses e sua principal função é ocultar as divisões sociais e políticas, dando uma aparência de divisão e diferenças naturais da sociedade.

A ideologia é assim, uma consciência equivocada, falsa, da realidade. Desde logo, porque os ideólogos acreditam que as idéias modelam a vida material, concreta, dos homens, quando se dá o contrário: de maneira mistificada, fantasmagórica, enviesada, as ideologias expressam situações e interesses radicados nas relações materiais, de caráter econômico, que os homens, agrupados em classes sociais, estabelecem entre si. Não são, portanto, a ideia Absoluta, o Espírito, a Consciência Crítica, os conceitos de Liberdade e Justiça, que movem e transformam as sociedades. (MARX 1988, p.11)

A ideologia na educação é um pouco contraditória tendo em vista que a educação deveria nos fazer conscientes de nossa condição social, econômica, política e não nos deixar alheios a nós mesmos. A educação pública serve de instrumento à classe dominante. A ideologia molda os comportamentos conforme as necessidades da classe que domina a ideia que está sendo imposta. As para a que seja eficaz é necessário ser expressa de uma maneira particular. Os principais instrumentos de transmissão da ideologia que permite a dominação são as instituições como a família, a Igreja, o Estado. A escola enquanto instituição regulada pelo direito público, tem a função de apresentar a universalidade. A ideologia se utiliza de espaços materiais e imateriais. A escola é um espaço imprescindível no processo da implantação de ideologia da classe dominante. Diversos programas e instituições privadas vêm se inserindo no espaço escolar para implantação de suas ideologias para implantação de seus interesses particulares. Neste contexto que o Agronegócio insere sua hegemonia na educação brasileira, trazendo ideias e valores próprios e os tendo como o natural e correto.

O agronegócio é um complexo sistema que compreende agricultura, indústria, mercado, capital e trabalho. O movimento desse complexo e suas políticas são controlados por corporações transnacionais que trabalham com um ou mais *commodities*. Grandes propriedades são utilizadas na produção para exportação. (SCHLESINGER E NORONHA ,2006,p.123)

O Agronegócio vincula-se diretamente as demandas do capital. Cada vez mais o agronegócio tem estendido sua ideologia nas escolas públicas, podendo ser comprovado pelas ações da Associação Brasileira do Agronegócio (ABAG) que implementou o projeto “Programa Agronegócio na Escola”, que é desenvolvido na região do município de Ribeirão Preto no estado de São Paulo desde 2001 como sendo o principal objetivo é levar conceitos fundamentais do agronegócio aos alunos e através de visitas às empresas associadas levando realidade do setor e da região para a sala de aula. O programa adota uma metodologia de capacitação de professores e coordenadores por meio de palestras e visitas as empresas da região.

Um estudo de como se organiza de fato a estrutura ideológica de uma classe dominante: isto é, a organização material voltada para manter, defender e desenvolver a “frente” teórica ou ideológica. A parte mais considerável e mais dinâmica dessa frente é o setor editorial em geral: editoras (que têm um programa implícito e explícito e se apoiam numa determinada corrente), jornais políticos, revistas de todo tipo, científicas, literárias, filológicas, de divulgação, etc., periódicos diversos até os boletins paroquiais. (GRAMSCI,2001,p.256)

A educação é um meio cheio de significados e está sempre carregado de ideologias. É dela atualmente o agronegócio está se utilizando para ampliar suas influências no campo. Formando jovens que pense o campo como o agronegócio tornando esses “valores” os naturais os normais. Atualmente a mídia brasileira é marcada por difundir ideologias e valores, é neste contexto que o agronegócio expande sua ideologia e seus preceitos. E é neste contexto que surge a ideia de construir com os alunos um pensamento crítico a respeito do contexto da expansão do agronegócio no 20 campo brasileiro e fazer com que eles pudessem compreender a realidade da caracterização do agronegócio no campo brasileiro.

A mídia como difusora da ideologia.

A mídia cria na sociedade sabedorias convencionais equivocadas, assimiladas por esta inconscientemente, a partir da combinação entre manipulação e ideologia.

Sabe-se que a mídia, principalmente nos dias de hoje, assume a posição de principal formadora de “verdades” e opiniões - logo, de sabedorias convencionais - através do uso dos seus diferentes discursos estratégicos, através dos diferentes meios de comunicação. É de alta relevância entender como essas estratégias midiáticas conseguem criar essas sabedorias convencionais, manipular para que estas sejam vistas como verdadeiras e, assim, interferir nas diferentes decisões e crenças da sociedade.

No decorrer do tempo, conceitos éticos, culturais e sociais vêm sendo modificados e, alguns, criados no intuito de se adaptarem a realidade do mundo contemporâneo. Nos tempos atuais há grandes controladores destes conceitos e, o mais forte deles, a mídia. Esta fonte de poder utiliza-se, por sua vez, da manipulação e da ideologia, fazendo com que as pessoas assimilem algumas sabedorias convencionais (popularmente conhecidas como ‘senso comum’) errôneas retirando, assim, o enfoque que seria necessário dar a assuntos de maior importância e bastante questionados pela população, como por exemplo, de problemas sociais.

O manipulador trata o manipulado como se fosse uma coisa: maneja, dirige, molda as suas crenças e/ou os seus comportamentos, sem contar com o seu consentimento ou sua vontade consciente. O manipulado, por sua vez, ignora ser objeto de manipulação: acredita

que adota o comportamento que ele mesmo escolher, quando, na realidade, a sua escolha é guiada, de modo oculto, pelo manipulador.

Utilizando a manipulação e a ideologia, a mídia cria e controla quase todas as crenças da sociedade, formando assim certas sabedorias convencionais. A mídia se refere à associação entre verdade e conveniência, de modo que, o que é mais simples, cômodo e confortável, ou seja, conveniente, acaba por se tornar uma verdade. O que ocorre, então, é que, normalmente, a mídia cria essas sabedorias convencionais para chamar atenção e se propagar no mercado de comunicação.

Na sociedade atual os meios de comunicação assumiram grande destaque devido ao avanço técnico e ao crescimento da globalização. A participação da mídia na vida cotidiana da sociedade é fruto de toda uma formação histórica atrelada a própria lógica do capital.

Os meios de comunicação estão em todos os espaços, inclusive dentro do ambiente escolar, e suas informações podem exercer influência significativa sobre os alunos. Atualmente, observamos a crescente participação nos meios de comunicação de um dos setores da agricultura brasileira, denominado agronegócio.

Esse modelo de organização empresarial das atividades agropecuárias é fruto do processo de expansão do capital no campo. No Brasil, o agronegócio ganhou evidência a partir da década de 1990. Isso se deu porque o setor patronal que comanda o agronegócio buscou, por meio de campanhas publicitárias divulgadas na mídia, melhorar sua imagem perante a sociedade brasileira.

Desta maneira, a escola e o ensino de Geografia estão diante de um grande concorrente na tarefa de informar e de formar opinião sobre a realidade do meio rural no Brasil. Pelo fato deste tema (o meio rural), fazer parte dos conteúdos básicos do currículo de Geografia no ensino fundamental e médio

Essas fragilidades decorrem principalmente do fato de que as informações que os professores possuem sobre o agronegócio são aquelas pautadas predominantemente pela mídia. Desta forma, seus conceitos sobre esta atividade são influenciados pelas campanhas publicitárias deste setor empresarial.

Nos últimos anos a agricultura brasileira tem alcançado um espaço maior nos meios de comunicação. Contudo, o setor que tem eclodido com maior frequência nas mídias relacionadas ao campo é o setor do agronegócio que vem desenvolvendo programas de marketing com o intuito de valorizar o seu papel na sociedade perante o público urbano, por meio de campanhas publicitárias utilizando a imagem de artistas conhecidos, além de veicular nos seus noticiários, informações sobre os recordes de produção e de exportação de produtos do agronegócio brasileiro em detrimento de outros e, também, importantes assuntos relacionados ao campo. Nesse contexto, a instituição escolar exerce um papel importante para a formação de alunos críticos cientes da realidade social que estão vivenciando.

Uma intervenção didática contra discurso do agronegócio na mídia brasileira.

O agronegócio se apresenta na escola com material ideológico do capital, está basicamente interessado em para cumprir o papel de sua ideologia, em cumprir as pressões do capital. A ideologia do agronegócio fundamenta a reprodução do capital. A utilização da educação como porta de entrada para sua ideologia forma nos estudantes um pensamento de a lógica do capital é certa retirando deles valores que possam influenciar no seu pensamento crítico, em questionar os seus verdadeiros valores e suas próprias ideologias adquiridas desde sua formação como pessoa.

Rossi 2016 diz que a lógica material do agronegócio está em cumprir na agricultura as imposições do capital e sua ideologia é de se apresentar como uma ‘resposta’ perante os conflitos da questão agrária. A ideologia imposta pelo capital pode ser observada de em diversos meios de comunicação e de locais formadores de opiniões como: música, filmes, propagandas e também em materiais didáticos, por exemplo, no material oferecido pela ABAG as escolas da cidade de Ribeirão Preto. O agronegócio atualmente está avançando no país e ganhando força cada vez mais na implantação de sua ideologia nas escolas.

O presente trabalho vem mostrar o desenvolvimento e discussão de uma oficina pedagógica realizada no segundo ano do ensino médio na modalidade de formação de professores do Colégio Estadual João Pessoa localizado na cidade de Campos dos Goytacazes, ao Norte do Estado do Rio de Janeiro. A oficina teve por objetivo compreender a influência da mídia brasileira na difusão da ideologia do agronegócio.

Ao ligar a TV somos inundados por conteúdos ideológicos e com agronegócio não é diferente. Suas constantes propagandas vêm difundindo junto à população brasileira a sua ideologia a todo instante, no intervalo da novela, no comercial do jornal se escuta o agro é pop, o agro é tec, o agro é tudo. Segundo Max (1988) a ideologia é um instrumento de uma classe social sobre outra. É um conjunto de crenças falsas e ilusórias que faz com que o indivíduo tome consciência de sua classe social, esse sistema é construído pela classe dominante. A ideologia da classe dominante faz com que os dominados aceitem a situação e as considerem como natural e universal

Desde o princípio do capitalismo em suas diferentes fases esse modelo do Agronegócio passou por modificações, ampliações e adaptações, intensificando a exploração da terra e do homem. Este se utiliza da mídia para difundir sua ideologia que por sua vez traz as demandas do capital, a demanda dos grandes latifundiários brasileiros. A realização da oficina pedagógica buscou junto aos professorando desnaturalizar e desconstruir o conteúdo ideológico difundido pelos meios de comunicação sobre o agronegócio.

O procedimento metodológico utilizado consistiu na realização de oficina pedagógica. Segundo González (apud Candau, 1995) é a partir das brincadeiras, da troca de experiências que os participantes confluem seu pensamento, o sentimento e a ação. Desta maneira a oficina pedagógica constitui o lugar da comunicação, da produção de objetos e conhecimentos. As oficinas são espaços de interação e troca de saberes, que ocorrem através de dinâmicas, atividades individuais e coletivas que proporcionam aos professorando expor seus conhecimentos sobre a temática em questão e assimilar novos conhecimentos.

A proposta metodológica de uma oficina pedagógica busca apreender o conhecimento a partir do conjunto de acontecimentos vivenciados no dia a dia, onde a relação teoria-prática constitui o fundamento do processo pedagógico. Deste modo o conceito de oficinas aplicado à educação, refere-se ao lugar onde se aprende fazendo junto com os outros.

A oficina foi organizada por três atividades com objetivos definidos. A primeira atividade teve como objetivo compreender o que os professorando entendem por meio rural para que a partir do que os alunos entendem pudesse dar início à discussão mais aprofundada. Nessa atividade eles puderam expor o que entendiam por campo e meio rural a partir de

desenhos e ilustrações próprias. Cada aluno pode se expressar de forma concreta o que ela predefinía como meio rural.

Na segunda atividade os objetivos foram analisar vídeos e documentários das mídias sobre o avanço do agronegócio no campo brasileiro e promover uma discussão crítica sobre o agronegócio. Nessa atividade os alunos assistiram as propagandas do agronegócio que estão mais em evidencia na mídia brasileira atualmente e em contra ponto as propagandas do agronegócio foi apresentado uma discussão sobre a expansão da fronteira agrícola que se expande a cada dia mais rumo ao Norte do país, gerando varios conflitos locais e muita devastação na área da Amazônia Legal.

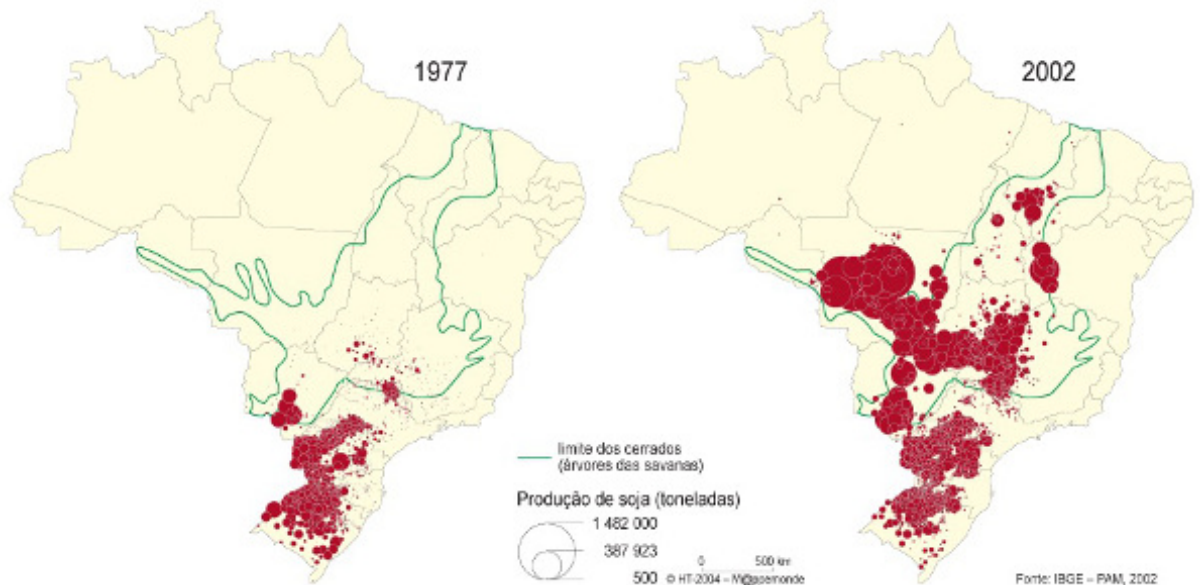
A terceira atividade teve como objetivos promover a valorização da agricultura familiar e analisar de onde vêm os alimentos consumidos pela sociedade brasileira. Nessa atividade os professorandos puderam compreender a partir de dados do IBGE de onde vem os alimentos que nos consumimos diariamente, pois um dos pontos do discurso das propagandas do agronegócio é que nossa alimentação vem da cadeia produtiva do agronegócio e os dados da produção de alimentos do país nos mostra que os alimentos que nos consumimos diariamente vem da produção dos pequenos agricultores familiares.

Observou-se no decorrer da oficina claramente que todos os professorando presentes já haviam tido algum contato com a propaganda atual do agronegócio organizada pela TV Globo, muitos sabiam reproduzir todas as partes da propaganda. E que muitos não tinham conhecimento do porque que essa propaganda está sendo altamente divulgada pela emissora e que as informações que são pasadas são maquiadas com os artificios midiáticos para aumentar a difusão da ideologia do capital na sociedade brasileira.

Ao serem questionados de qual a função dessas propagandas, quais eram suas finalidades um percentual significativo de professorando disseram que era “para a valorização do campo”, “para que o brasileiro pudesse entender de onde vem sua alimentação”, “que tudo que chega até nos vem do agronegócio”. Esas afirmações deixam claro que a ideologia do agronegócio está se expandindo a cada dia mais na sociedade brasileira e que a mídia está exercendo um grande papel nessa difusão em massa.

Ao longo da oficina observou-se que houve um processo de desnaturalização dos discursos midiáticos e estes puderam chegar à conclusão de que os interesses por trás dessas

propagandas tem o objetivo claro de difundir a ideologia dominante deste setor. Ao mostrar para os professorandos o avanço da fronteira da soja no Norte do país e suas consequências, eles passaram a ver e questionar o agronegócio. Nessa atividade foi utilizado o mapa que segue abaixo para que eles pudessem compreender que a soja avança a cada dia em direção ao Norte do país e o quanto ela já devastou na região do Centro-Oeste.



Mapa utilizado para mostrar o avanço da soja em direção a região Norte do país, Fonte: IBGE,2002.

Ao final da oficina foi realizada a última atividade que consistia na valorização da agricultura familiar, na oportunidade foi construído pelos professorando um quadro comparativo sobre os alimentos que são produzidos no Brasil e quem os produz.

Neste momento o quadro foi confrontado com os dados que são mostrados na propaganda quando afirma que o agronegócio é o principal responsável pelos alimentos produzidos no Brasil, mas na realidade exposta no quadro comparativo construído pelos alunos demonstrou que é da agricultura familiar que vem os alimentos mais consumidos pelos brasileiros e que o agronegócio brasileiro é voltado para a exportação de suas *commodities* e não para o consumo interno.

Compreende-se com a realização desta oficina que a ideologia do agronegócio está sendo cada vez mais difundida e que os professorando chegam na escola e nas aulas carregados destas concepções. Desta maneira é necessário que eles aprendam a pensar

criticamente sobre o assunto e analisar de uma maneira clara as informações que lhe são passadas diariamente e é muito importante que eles tenham um pensamento crítico sobre o assunto formados para que possam futuramente construir com seus alunos saberes individuais e não processos e ideologias a respeito da sociedade e do modo de produção atual, que seus alunos possam construir seus próprios pensamentos e não difundam ainda mais ideologias que lhe são oferecidas diariamente.

Referências Bibliográficas

- CANDAU, Vera Maria et al. **Oficinas pedagógicas de direitos humanos**. 2ª ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1995.
- CHAUÍ, Marilena. **Ideologia e educação**. Educ. Pesqui. São Paulo, v. 42, n. 1, p. 245-257, 2016.
- GRAMSCI, Antonio, 1891-1937 **Cadernos do cárcere**. Edição e tradução, Carlos Nelson Coutinho; co-edição, Luiz Sérgio Henriques e Marco Aurélio Nogueira. - 2ª ed. - Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001.
- MARX, Karl. **O Capital**. Vol. 2. 3ª Ed., São Paulo, Nova Cultural, 1988.
- BRANDÃO, Carlos. **O Que é Educação**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1981. 116 p.
- ROSSI, Rafael, **Atividades Educativas contra o Agronegócio**. Revista Rebel, v. 06, p. 144-156, 2016.
- SCHLESINGER, Sergio; NORONHA, Silvia. **O Brasil está nu!** O avanço da monocultura da soja, o grão que cresceu demais / Rio de Janeiro: FASE, 2006. 148 p.
- VEIGA, Ilma Passos Alencastro. **Projeto de ação didática**: uma técnica de ensino para inovar a sala de aula. In.: _____ (org.). Técnicas de Ensino: Novos tempos, novas configurações. Campinas: Papirus, 2006
- ZACCUR, Edwiges (orgs). **Professora pesquisadora**: umas práxis em construção. Rio de Janeiro: DP&a, 2002. p.97-116.
- TARDIF, Maurice. **Os professores enquanto sujeitos do conhecimento**. In.: _____. Saberes docentes e formação profissional. São Paulo: Vozes, 2014. p.227- 244.