Comunicação Território e Cidadania: a Política de Comunicação do Pro-SEMEIA na Democratização da Reforma Agrária[1]

Universidade Federal de Goiás, Goiânia, GO

Resumo

O trabalho tem como objetivo geral analisar a política de comunicação do Pro-Semeia, Programa Nacional de Formação em ATER para Assentamentos de Reforma Agrária e Contribuições para a Agenda 2030, compreendendo a comunicação organizacional como ferramenta de articulação entre instituições, territórios e lutas sociais. A partir de Kunsch (2003), Carvalho (2002) e Silva (1996), investiga-se como a Coordenação Nacional estrutura diretrizes capazes de dialogar com a pluralidade cultural e socioterritorial dos assentamentos de reforma agrária no país. Por meio de pesquisa documental e bibliográfica, tensiona a construção de uma identidade uniforme frente às especificidades regionais contempladas pelo projeto, de modo a contribuir com a luta pela Reforma Agrária pelo território brasileiro.

Palavras-chave: relações públicas; reforma agrária; comunicação organizacional; cidadania; território.

A Política de Comunicação do Pro-SEMEIA e a Metodologia[2]

Para iniciar o estudo sobre a política de comunicação supracitada, é necessário entender a estrutura do projeto. O Programa Nacional de Formação em ATER para Assentamentos de Reforma Agrária e Contribuições para a Agenda 2030 é uma realização do Ministério do Desenvolvimento Agrário e Agricultura Familiar (MDA), do Incra Nacional e da Universidade Federal de Goiás (UFG), tendo a Fundação RTVE como proponente. O Programa alcança mais de sete mil famílias em todo o Brasil e articula 19 Universidades e Instituições de Ensino Superior, distribuídos em 13 unidades da federação, organizados em 21 equipes regionais.

---

[1] Trabalho apresentado no Grupo de Pesquisa Comunicação Organizacional, Cultura e Cidadania, atividade integrante do XX Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e Relações Públicas.
[2] Disponível em: https://drive.google.com/file/d/1izkeHBaf6AaOKnyISjhW-mThz7p94v9r/view?usp=sharing. Acesso em 13. abr. 2026.

A estrutura organizacional é composta por uma Coordenação Nacional, Coordenações Regionais e agentes de comunicação vinculados a cada regional, responsáveis por intermediar a produção de conteúdos e demandas comunicacionais junto à Coordenação de Comunicação Nacional.

Na etapa de pesquisa bibliográfica, serão organizados conceitos teóricos como reflexões sobre o processo histórico de construção da cidadania no Brasil (Carvalho, 2002; Manzini-Covre, 1993), análises sobre a formação da estrutura fundiária e os conflitos em torno da terra (Martins, 2010; Silva, 1996), da crítica à lógica de produção e acumulação capitalista (Marx, 1996) e dos fundamentos do planejamento estratégico da comunicação e das relações públicas no âmbito das organizações (Kunsch, 2003).

Na pesquisa documental, será analisada a Política de Comunicação do projeto a partir das categorias estruturais estabelecidas. Assim, serão consideradas nove categorias correspondentes aos capítulos do documento: Capítulo I – Do conceito, princípios e objetivos; Capítulo II – Da Coordenação de Comunicação Nacional; Capítulo III – Das Coordenações Regionais; Capítulo IV – Dos Agentes de Comunicação; Capítulo V – Dos Públicos; Capítulo VI – Da Identidade Visual; Capítulo VII – Das Redes Sociais – Instagram e Site; e Capítulo VIII – Das Disposições Finais**.** Essas categorias serão analisadas à luz dos princípios teóricos mobilizados na pesquisa, em busca da compreensão de como a visão estratégica da comunicação é capaz de articular instituições, territórios e lutas sociais em prol da reforma agrária e do exercício da cidadania.

Comunicação Organizacional: Dimensão Estratégica e Política

Para iniciar este estudo, parte-se da compreensão das Relações Públicas no campo da Comunicação Organizacional, conforme organizado por Kunsch (2003). Para a autora, as Relações Públicas têm como objeto as organizações e seus públicos, atuando na promoção e administração de relacionamentos, na mediação de conflitos e na gestão de crises, assumindo caráter de estruturação no que tange ao âmbito organizacional.

Kunsch (2003) identifica quatro funções centrais das Relações Públicas: a função administrativa, responsável por integrar a comunicação à totalidade da organização por meio de planejamento, pesquisas e auditorias; a função estratégica, voltada ao posicionamento institucional perante a sociedade e à avaliação dos impactos da opinião pública; a função mediadora, que busca estabelecer diálogo entre organização e diversidade de públicos; e a

função política, relacionada às dinâmicas de poder. Nesse sentido, "a comunicação organizacional deve constituir-se num setor estratégico, agregando valores e facilitando, por meio das relações públicas, os processos interativos e as mediações" (Kunsch, 2003, p. 90).

E é justamente ao reconhecer essa complexidade que a Política de Comunicação do Pro-SEMEIA é concebida como instrumento de organização e estratégia. A elaboração parte da articulação com dispositivos legais e constitucionais que fundamentam tanto o direito à comunicação quanto à política de reforma agrária e o reconhecimento da agricultura familiar no Brasil, incluindo os marcos previstos na Constituição Federal e na Lei nº 11.326/2006. Por meio da ancoragem à lei, a política busca situar a comunicação do projeto no campo das políticas públicas e das relações de poder que estruturam a reforma agrária.

Além disso, a política normatiza funções e responsabilidades no interior da estrutura hierárquica do projeto, estabelecendo fluxos, deveres e padrões de produção de conteúdo. Assim, a política comunicacional do Pro-SEMEIA articula as funções administrativa, estratégica, mediadora e política das Relações Públicas, conforme destacadas por Kunsch (2003), valorizando o conteúdo produzido ao delimitar uma organização estratégica que valorize o volume e a qualidade dos conteúdos para a visibilidade satisfatória à discussão da reforma agrária por todos os territórios contemplados.

Reforma Agrária como Arena de Conflitos e Disputas Narrativas

A estrutura fundiária do país carrega marcas do sistema sesmarial, vigente entre 1530 e 1822, que distribuiu extensas áreas de terra a um número restrito de famílias, consolidando um padrão concentrador de propriedade (Silva, 1996). Esse modelo estabeleceu as bases históricas da desigualdade no acesso à terra.

Posteriormente, com a promulgação da Lei nº 601 de 1850, Lei de Terras, o acesso à terra passou a ocorrer exclusivamente por meio da compra, restringindo drasticamente a possibilidade de posse por parte de ex-escravizados e imigrantes pobres. Como sintetiza Wakefield (1833 apud Marx, 1996), a livre disponibilidade da terra alteraria profundamente as relações de trabalho, tornando inviável a manutenção de formas coercitivas de exploração. Nesse sentido, Martins (2010) argumenta que o Brasil estruturou sua ordem social a partir do "cativeiro da terra", criando um sistema em que a liberdade do trabalho dependia da restrição do acesso à propriedade fundiária.

É nesse cenário que a comunicação organizacional assume centralidade estratégica. Conforme argumenta Kunsch (2003), as Relações Públicas exercem também uma função política, ao lidarem com controvérsias, crises e relações de poder que permeiam as organizações. No contexto da reforma agrária, essa dimensão política torna-se ainda mais evidente, uma vez que o debate público sobre o tema envolve disputas narrativas, estigmatizações históricas e embates ideológicos.

Cidadania e Comunicação: o direito à voz

A discussão sobre cidadania também é fundamental para compreender a dimensão pública da política de comunicação do Pro-SEMEIA. De acordo com Carvalho (2002), a cidadania constitui-se a partir da articulação entre três dimensões fundamentais: direitos civis, direitos políticos e direitos sociais. A consolidação desses três elementos permitiria a constituição de uma cidadania plena. No entanto, o autor demonstra que, historicamente, o Brasil esteve distante dessa plenitude, uma vez que a participação popular nos processos decisórios foi restrita a grupos específicos, mantendo grande parte da população à margem das instâncias de poder, fenômeno que denomina “cidadania em negativo”.

Nesse cenário, os direitos sociais frequentemente ocuparam posição secundária, e a relação entre Estado e sociedade foi marcada por distanciamento. A ampliação desses direitos, especialmente após a Primeira República, representou avanços importantes, ainda que a efetiva participação política e o acesso pleno à cidadania permanecessem limitados (Carvalho, 2002).

Maria de Lourdes Manzini Covre complementa essa compreensão ao afirmar que ser cidadão “significa ter direitos e deveres, ser súdito e ser soberano” (Covre, 1993, p. 9). A definição evidencia que a cidadania envolve não apenas acesso a direitos formais, mas também reconhecimento e possibilidade de participação ativa na vida pública.

No contexto da reforma agrária e da agricultura familiar, a cidadania está diretamente relacionada à visibilidade social, ao reconhecimento institucional e à possibilidade de expressão dos sujeitos historicamente marginalizados da estrutura fundiária brasileira. Nesse sentido, a política de comunicação do Pro-SEMEIA incorpora essa dimensão ao estabelecer como princípios o compromisso com a comunicação pública e cidadã, a promoção da

diversidade social, cultural e étnica e o fortalecimento da identidade institucional de forma socialmente responsável.

Ao estruturar mecanismos formais de envio, validação e organização de conteúdos produzidos pelas Coordenações Regionais e seus agentes de comunicação, a política busca garantir que as diferentes realidades territoriais sejam representadas de maneira democrática nos canais oficiais. Campanhas institucionais, coberturas regionais, editorias temáticas e produções audiovisuais são espaços de valorização das culturas locais e das experiências da agricultura familiar evidenciadas pelo projeto.

Para que essa visibilidade não se torne fragmentada ou desigual, a regulamentação comunicacional é necessária. A normatização de fluxos e formatos, por meio das diretrizes editoriais, permite organizar a pluralidade, assegurando que todas as regionais tenham oportunidade de representação dentro de uma identidade institucional comum. Assim, a política de comunicação atua simultaneamente como instrumento organizacional e como dispositivo de ampliação simbólica da cidadania, ao conferir voz, reconhecimento e presença pública aos protagonistas da reforma agrária, garantindo seu caráter soberano.

REFERÊNCIAS

BRASIL. Constituição (1988). Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. Brasília, DF: Presidência da República, 2016. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 24 fev. 2025.

CARVALHO, José Murilo de. Cidadania no Brasil: o longo caminho. 3. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2002.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. Planejamento de relações públicas na comunicação integrada. São Paulo: Summus, 2003.

MANZINI-COVRE, Maria de Lourdes. O que é cidadania. São Paulo: Brasiliense, 1993.

MARTINS, José de Souza. O cativeiro da terra. São Paulo: Contexto, 2010.

MARX, Karl. O capital. São Paulo: Nova Cultural, 1996.

SILVA, Lígia Osório. Terras devolutas e latifúndio: efeitos da Lei de 1850. São Paulo: Editora da Unicamp, 1996.