

MST e Cibercomunicação: o uso da Internet enquanto ferramenta de Comunicação por um movimento social do campo¹

Marta H. D. Tejera²

Emater-RS/Ascar

Resumo

Neste ensaio abordamos o uso, pelo Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST), da Internet como ferramenta comunicacional e a capacidade de inserção que essa utilização confere ao movimento em território virtual. Dessa forma, e ao nos filarmos à Sociologia Compreensiva, caracterizamos esta investigação como uma análise a partir do que Silva (2003, p. 83) chama de “narrativas do vivido”. Ou seja, valendo-se de um conjunto de técnicas que se somam com a intenção de “radiografar, cartografar, relacionar, ‘biografar’, contar, descobrir, fazer vir, fazer emergir” justamente o “modo de fazer” Comunicação, organizado pelo MST no ciberespaço, pretende-se encontrar pistas para responder: de que forma o MST organizou sua inserção na *web*? Que tipo de ganho esta inserção assegurou para o movimento no campo da Comunicação?

Palavras-chave: esfera pública virtual; MST; Comunicação *on-line*; estratégia de Comunicação

A compreensão da importância da Comunicação *on-line* foi o mote para a pesquisa ocorrida no ano de 2011, tendo como foco o uso feito pelo Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST) deste nicho comunicacional. Na busca de respostas às perguntas-chave dessa investigação, dedicamos um período à observação participante³, combinando trechos de acompanhamento *on-line* com entrevistas e consulta a documentos do próprio MST que orientam a produção de conteúdo para o *site* do movimento. No que diz respeito à observação participante, a intenção foi analisar a rotina de produção e a edição de notícias para a página do MST, assim como perceber o papel do *site* na estratégia comunicacional da organização.

¹ Trabalho apresentado no GP Políticas e Estratégias de Comunicação, XIV Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Jornalista, Doutora em Comunicação Social - Práticas profissionais e processos sociopolíticos nas mídias e na comunicação das organizações – pela PUCRS. É gerente-adjunta na Gerência de Comunicação da Emater-RS/Ascar e editora da revista Agroecologia e Desenvolvimento Rural Sustentável. martatejera@cpovo.net

³ De acordo com Hohlfeldt (HOHLFELDT; FRANÇA; MARTINO, 2001, p. 206), as pesquisas no campo do *newsmaking* exigem a chamada pesquisa participante, em que o pesquisador permanece com a equipe pesquisada, sem fazer parte dela propriamente. No caso dessa opção, o pesquisador se mantém no mesmo espaço da equipe em caráter provisório o tempo necessário para desenvolver seus estudos, sob pena de envolver-se com os valores do grupo estudado. Hohlfeldt (2001) explica que nesse formato de pesquisa os dados são colhidos a partir da observação e ao verbalizar e conscientizar as práticas apreendidas, estimulando tanto o pesquisador como o grupo pesquisado ao debate e à tomada de consciência sobre as práticas adotadas.

A pesquisa empírica aqui proposta dedicou-se, então, à observação da rotina de produção das notícias para o *site*. Assim, avaliamos com os integrantes da equipe o grau de importância do *site* nas possibilidades de inserção na mídia convencional e na capacidade de diálogo com colaboradores, simpatizantes e outros públicos. Ao nos debruçarmos sobre o modo de trabalho da equipe, analisamos os valores-notícia considerados pelo grupo.

1.1 www.mst.org.br: Diálogo com o urbano

O *site* do MST surgiu em 1997 como uma evolução das discussões para a área durante o III Congresso do MST, em 1995, e como uma necessidade de ampliar as possibilidades de diálogo com o público externo após o Massacre de Eldorado de Carajás⁴. Conforme descrito no Manual de Comunicação do Movimento (MST, 2011, p. 17), o Congresso avaliou a necessidade de expandir o debate do tema Reforma Agrária, ampliando o público, atingindo não somente a população rural, mas também urbana.

Sendo assim, conforme revela o Manual de Comunicação para os Veículos do MST (MST, 2011, p. 18), a organização decidiu-se por manter uma página na *web*, que em princípio obedecia a um formato bastante rudimentar, com conteúdo fixo e sem atualização sistemática. A partir de 2003 essa mesma página tornou-se mais ágil e passou a contar com atualizações diárias. Considerando a possibilidade de ter a página como um meio de Comunicação independente, capaz de abrigar vários recursos para noticiar os fatos relativos ao movimento e ainda ampliar o diálogo do MST, alcançando outros públicos, houve o esforço em investir nesse meio. Dessa forma, a página passou por atualizações tanto na programação visual como no sistema operacional. As mudanças que garantiram uma página mais rápida também repercutiram em outros aspectos relativos ao *site*. Como explica Miguel Stédile⁵, em um primeiro momento o *site* funcionava como uma espécie de atalho que encaminhava o internauta às páginas do movimento em nível regional. Muitas secretarias estaduais do movimento começaram a criar suas páginas que, segundo Stédile, eram bastante estáticas e tinham dados gerais sobre o MST naquelas regiões, sem

⁴ O Massacre de Eldorado de Carajás ocorreu no dia 17 de abril de 1996 na cidade de Eldorado de Carajás, no sul do Pará. Nessa ocasião foram mortos dezenove colonos sem-terra e mais de 70 ficaram feridos em decorrência da ação da polícia militar daquele estado. Depois do Massacre de Eldorado de Carajás o dia 17 de abril foi marcado como dia internacional da luta dos camponeses, em homenagem às vítimas de Carajás e de outros lugares do mundo. Nessa data, o MST e outros movimentos associados à Via Campesina realizam mobilizações para cobrar o julgamento dos responsáveis pela violência no campo e pela realização da Reforma Agrária. Ao mesmo tempo em que Carajás foi um marco da violência contra os sem-terra, o episódio reinseriu a discussão em torno da Reforma Agrária em nível nacional e também projetou o MST em nível internacional. Devido a essa exposição pública elevada, a página do movimento surgiu como uma alternativa para o setor de Comunicação manter um diálogo com frentes de apoio importantes para o movimento e que muitas vezes estão no espaço urbano ou fora do Brasil.

⁵ Entrevista com Miguel Stédile, em outubro de 2009 na sede do MST, em Porto Alegre.

atualizações constantes. O processo evoluiu para um espaço *on-line* único, com a supressão das páginas regionais.

A partir do relato do editor da página, Igor Felipe Santos⁶, sabe-se que, além do conteúdo próprio do MST, a página reproduz matérias daqueles que o movimento chama de “veículos aliados” (MST, 2011, p. 22) como Brasil de Fato, RadioAgênciaNP e Instituto Humanitas Unisinos, entre outros, além de *blogs* e *sites* públicos. Também existem os *links* para consulta ao conteúdo *on-line* de parceiros como jornal Brasil de Fato, blog da Rede de Comunicadores pela Reforma Agrária, etc

No *site* do MST há *links* para as páginas dos parceiros do movimento em outros países, os chamados “Comitês de Solidariedade”, organizados em caráter voluntário por pessoas ou organizações estrangeiras. Esses espaços contêm, muitas vezes, o material que está disponível na página do MST, mas no idioma daquele país. O conteúdo do *site* do MST é traduzido por voluntários dos Comitês de Solidariedade e reproduzido nos espaços *on-line* desses parceiros. O resultado dessa interação virtual, segundo Stédile (2009), pode ser sentido de maneira positiva em alguns momentos de tensão para o movimento, como aquele protagonizado no começo de 2009 por ocasião do fechamento das escolas itinerantes. Conforme relata Stédile (2009), especificamente em relação a esse fato surgiram automaticamente petições *on-line* lideradas por comitês de solidariedade de outros países, como da Suécia, sem que o movimento tivesse solicitado apoio.

1.2 Organização da página

A página de abertura do MST possui um *menu* principal em que figuram etiquetas que organizam conteúdos fixos ou mutáveis. O **Mural** é possivelmente o espaço verdadeiramente interativo do *site*, no qual há a possibilidade de receber mensagens dos internautas ou onde os internautas podem travar diálogos, em geral de defesa e ataque ao movimento. Essa área obedece a regras de utilização conforme descrito na apresentação:

O **Mural** possui regras de utilização. Nome e e-mail são obrigatórios. Não serão publicadas mensagens com mais de 15 linhas, insultos ou agressões de qualquer outra natureza, bem como acusações sem provas, além de textos escritos exclusivamente em letras maiúsculas (MURAL..., 2008).

⁶ Entrevista com Igor Felipe Santos, em fevereiro e março de 2011, realizada na sede da Secretaria de Comunicação do MST, em São Paulo.

Apesar do aviso, muitas “acusações sem provas” foram postadas e mantidas no Mural, talvez para mostrar que trata-se de um território democrático que permite manifestações variadas. A maioria dos *posts* que estão no Mural encontra-se sem respostas oficiais no *site* – as respostas, individualizadas, são enviadas pelos setores aos quais as perguntas se destinam, conforme nos explicou Tavares (2011)⁷ – e os debates entre internautas ocorrem, mas em menor frequência, mesmo que existam mensagens manifestando claramente posição contrária ao movimento como a destacada:

Enviado por cleverson em seg, 28/04/2008 - 21:16.

Desde quando uma ocupação de propriedades rurais que se diz pacífica pode usar de armas brancas como foices e facões [...] vocês utilizam de armas brancas para intimidarem os proprietários pois estão sempre em maior número e ainda por cima utilizam mulheres e crianças como barreira de defesa!!!!!! Covardes!!!!!!!!!!!!!! E não senssurem meu e-mail, por favor!!! Vivemos em um Estado Democrático de Direito e tenho a LIBERDADE de expressar minha opinião.

A maior parte dos *posts*, no entanto, é de apoio ao movimento, como o que segue:

Enviado por Edson Amaro de Souza em seg, 21/04/2008 - 08:49.

Recentemente, o senador Gerson Camata (PMDB-ES), escandalizado com as ações dos movimentos sociais, indagou na tribuna do Senado quem financia movimentos como o MST e propôs inclusive uma CPI para investigar isso. Bem, CPIs dão trabalho e requerem tempo e dinheiro. Para poupar todo esse esforço, resolvi confessar ao senador: quem financia o MST sou eu, Edson Amaro, professorzinho mal pago da rede estadual do Rio de Janeiro, e mais milhares de estudantes, trabalhadores e trabalhadoras que, quando nos sobram uns trocados de nossos magros salários, assinamos as publicações do MST, doamos livros para as bibliotecas do Movimento ou nos dispomos a ajudar de outras formas, por acreditarmos que a união dos pobres desse país só pode resultar em dias melhores para os nossos descendentes.

Outros internautas usam essa área do site para opinar sobre a maneira como o MST foi retratado na mídia ou como os jornalistas conduzem questões relacionadas ao movimento, a maioria entendendo que o MST foi prejudicado nas reportagens.

Enviado por joaquim em qua, 27/02/2008 - 11:09.

TV Estadão entrevista Pedro Stedile do MST: o show à parte foi dos jornalistas Roldão Arruda e mais ainda do Fausto Macedo (vale à pena ler!!!) Vejam a entrevista em 5 partes, em vídeo. O analfabetismo cultural, político e sociológico dos jornalistas, especialmente do Fausto Macedo, é um show à parte, suplantando em léguas e léguas o "analfabetismo gramatical" do Pedro Stédile. Este mostrou muito conhecimento sobre a questão agrária no Brasil do ponto de vista cristão e usou bem os argumentos para justificar a linha de ocupação de terras do MST. E os

⁷ Entrevista com a jornalista Joana Tavares, da redação da página do MST, em março de 2011.

jornalistas ficaram presos a perguntas ditadas pelos interesses que sustentam o Estadão e por sua posição arquiconservadora da sociedade brasileira (MURAL..., 2008).

Na área **Eu apoio o MST** há vídeos ou entrevistas feitas pela equipe do *site* ou pela Brigada de Audiovisual da Via Campesina, com a opinião de personalidades públicas a respeito do movimento. Através do *site* pode-se ainda acessar a Revista Sem Terra e o Jornal Sem Terra. Também na capa do *site* está o atalho para o *Twitter*, onde o MST mantém um perfil atualizado pela mesma equipe responsável pela página. O movimento mantém ainda um canal no *Youtube*. Os perfis em redes como o *Facebook* não eram oficiais do MST. Conforme Stédile (2009), a orientação é de que todas as informações estejam centralizadas na página do movimento. Essa orientação vale para os integrantes, em geral, sem estímulo à produção de páginas pessoais (*blogs*).

[...] o fato de ter aumentado esta popularidade da Internet, do acesso, não significa que nossos integrantes são navegadores, nosso pessoal não gosta muito de ler na tela, prefere imprimir. Nosso pessoal é, digamos, mais objetivo na navegação, não é aquele que se dispersa, começa vendo um vídeo no Youtube e termina no Wikipedia. [...] Eles tem menos tempo para acessar, o que torna mais objetiva a navegação. Porque não necessariamente ele vai usar em casa ou nos assentamentos [...], mesmo nos assentamentos o pessoal tem Internet na sede da cooperativa. Então tu estás trabalhando no programa de contabilidade, no controle do leite, não está se distraindo [...]. E mesmo que tenha ampliado o acesso à Internet ela vai chegar via parabólica, via rádio, então é ainda uma conexão lenta [...]. Isso também vai condicionando para que a forma de acesso à Internet seja mais racional. Eu acho isso positivo, para ser franco (STÉDILE, 2009).

1.3 Audiência

Sabendo-se que a página do MST segue desde a sua construção a premissa do movimento de manter-se como espaço de Comunicação com a área urbana, interessou-nos saber quem é público que consulta o espaço. Conforme aferição do *site* da Amazon, Alexa⁸, que calcula o tráfego das páginas *web*, o **www.mst.org.br** recebe uma média de cinco mil visitantes ao dia. Santos (2011) acredita que esse é um número bom para o movimento, pois permite uma repercussão interessante para o que foi publicado nas últimas 24 horas.

Para Santos (2011), a página do movimento cumpre o papel de manter um diálogo com várias camadas da sociedade e talvez uma das camadas mais visadas para o MST através dessa ferramenta seja a dos formadores de opinião. Na análise de Santos (2011), o

⁸ Disponível em: www.alexa.com

valor da página está justamente no fato de ela ter a capacidade de apresentar-se como um veículo diversificado, que consegue atender a vários públicos, além de ter condições de apresentar uma boa variedade de mídias abrigadas em um único local. A equipe sabe que o vídeo disponibilizado na página (e que pode ser compartilhado) é um dos conteúdos mais acessados, assim como o Jornal Sem Terra, que vai para o meio *on-line* cerca de 20 dias depois do seu lançamento na versão *off-line*. Tavares (2011) acredita que o internauta que busca a página não está atrás somente de notícias factuais, mas da posição oficial do MST a respeito de vários temas, além de textos que aprofundem assuntos.

Conforme relata Santos (2011), uma das indicações de que a página é acessada por jornalistas de veículos convencionais em busca de pautas é a estratégia de trabalho conjunto entre a equipe da página e a assessoria de imprensa. Santos (2011) conta que é comum que muitos jornalistas do Brasil inteiro busquem a assessoria de imprensa para desenvolver pautas que viram em um primeiro momento no *site*. Mayrá Lima (2011)⁹, assessora de imprensa do MST em Brasília, revela que especialmente em época de jornadas, quando há muita produção de conteúdo, o papel da página é fundamental para atualizar os jornalistas que estão acompanhando as mobilizações, na medida em que a produção de *releases* e o envio desses não são capazes de acompanhar o ritmo de acontecimentos durante essas mobilizações. Além disso, Lima (2011) declara que os jornalistas que habitualmente cobrem a editoria rural ou o tema da reforma agrária monitoram o *site* para manterem-se atualizados sobre as movimentações do MST.

1.4. Sobre o fazer comunicacional do MST em plataforma *on-line*

Após um período de negociações, nos foi permitido passar um total de uma semana de trabalho, entre fevereiro e março de 2011, acompanhando os profissionais do *site* do MST, na redação da página do movimento, em São Paulo.

Na redação, os jornalistas Igor Felipe Santos e Joana Tavares, davam conta de todo o trabalho, com tarefas acumuladas de redação, edição e atualização do *site*, além do atendimento à imprensa e, no caso de Joana Tavares, edição do Jornal Sem Terra. Os dias em que acompanhamos o trabalho dos dois jornalistas coincidiram com a Jornada das Mulheres da Via Campesina, integrada pelas mulheres do MST, momento que se caracteriza por proporcionar várias atualizações para a página do movimento em função da quantidade de ações, em nível nacional, alusivas à data.

No primeiro dia (28/02), o trabalho pareceu-nos um pouco burocrático. Como

⁹ Entrevista com Mayrá Lima, em junho de 2011.

a Jornada das Mulheres da Via Campesina ainda não estava acontecendo, as atualizações não tinham um volume considerável. Além disso, o editor da página estava ausente. No dia seguinte (1º/3), com a chegada do editor, realizamos nossa primeira entrevista sobre a página do MST, recuperando a história do *site*, seus objetivos e rotinas. Ao mesmo tempo começava a Jornada das Mulheres da Via Campesina.

O editor da página, Igor Felipe Santos (2011) afirmou durante a entrevista que a Comunicação para o MST é um setor que, de maneira geral, atua em consonância e como estrutura de apoio ao objetivo central do movimento: a luta pela Reforma Agrária. Ou seja, o MST não deve figurar como um elemento midiático que suplanta, a partir da exposição na mídia, o seu objetivo principal. Nesse sentido entende-se que a página do MST ocupa um espaço importante até certo ponto, já que o MST não utiliza a ferramenta como território para ações de mobilização *on-line*. Logo, entendemos que a rede é uma possibilidade comunicacional interessante dentro de uma estratégia que envolve outras ferramentas. Assim, destacamos que a ação *on-line* do MST não se caracteriza como um modelo relacionado ao ciberativismo, uma vez que o papel da Internet na estrutura comunicacional do movimento está restrita a determinadas regras e também ao gênero de movimento que é o MST e à realidade na qual se insere, sem o objetivo primeiro de gerar ações e repercussões dentro e fora da rede para alcançar a meta da reforma agrária. Compreendemos que a opção de um espaço *on-line* aparece como mais um esforço no campo da Comunicação que, talvez, ofereça uma gama maior de benefícios, dadas as características desse tipo de ferramenta.

Stédile (2009) avalia que para o MST não é viável, por exemplo, fazer algumas apostas quando o assunto é a Comunicação na rede. O uso da Internet como meio para organizar mobilizações *off-line* – uma das características do ciberativismo – é descartado pelo MST, na medida em que o movimento conta justamente com o elemento surpresa nas ações que protagoniza. Além disso, Stédile (2009) analisa que não é interessante superdimensionar as ações *on-line*. Para o coordenador de Comunicação do MST, a *web* utilizada para esse fim acaba resultando em efeito contrário, gerando inércia.

A interpretação de que a Internet possibilitou ao MST pular a etapa da mediação, comunicando-se de maneira direta com o público externo, não significa para Santos (2011) que isso torna o *site* do MST uma instância extraordinária. Conforme avaliação de Santos (2009), o que há no ciberespaço é uma reprodução do que se vê fora dele: os *sites* mais acessados seriam aqueles de empresas de comunicação que mantêm veículos também fora

da *web*. Para Santos (2011), o grande avanço representado pela Internet, no caso do MST, é que ela se mostra como uma oportunidade de dispor o discurso do movimento de forma direta (SANTOS, 2011). Trata-se de uma ruptura com os cercos informativos, furando o bloqueio usual das edições promovidas pelos veículos tradicionais, bloqueio esse que já é incorporado pelos profissionais como prática rotineira nas redações e que no meio digital pode deixar de existir, na medida em que a possibilidade de obter informações diferentes sobre um mesmo tema passa a ser considerada e a força de atuação do receptor, enquanto seletor de conteúdo, é um fato.

Como o papel da página do MST é o de comunicar-se com o público urbano, esse fator já determina alguns valores-notícia para o *site*, fazendo com que exista a necessidade de concentrar esforços na tarefa de explicar o MST, fortalecer seus argumentos e aprofundar os temas relativos ao campo, tornando o público das cidades conhecedor dessa realidade. Considerando esses aspectos editoriais, tem-se a rotina de produção de material para a página que, em geral, depende muito do que é enviado pelos colegas das secretarias regionais e pelos colaboradores em assentamentos e acampamentos. Nas regiões onde não há jornalistas, o setor de Comunicação fica a cargo de militantes que passaram pelo curso de Comunicação do Iterra ou as informações são transmitidas por militantes sem formação prévia, mas que repassam, por telefone, aos jornalistas da página ou das assessorias de imprensa.

As postagens na página do MST ficam sempre centralizadas no escritório de São Paulo, onde funciona a redação. Alguns estados, onde o trabalho dos jornalistas já está consolidado, como no Rio Grande do Sul, o material chega já pronto para ir ao ar na página, mas em outras regiões é normal a equipe do *site* receber as informações brutas via telefone e ficar responsável pela redação da matéria (SANTOS, 2011).

De maneira geral o que se observou é que as secretarias quando enviam o material para a página já encaminham o mesmo *release* para o seu *mailing* regional. Essa rotina impede uma aferição exata do que acabou virando pauta nos veículos convencionais graças à página, porque não se sabe, ao certo, se os veículos se pautaram pelo *site* ou pelo recebimento dos *releases*. No entanto, em alguns momentos, o envio de *releases* para o *mailing* é uma tarefa impossível, seja porque a pauta foi passada por telefone, diretamente aos jornalistas da página (portanto em área onde não há setor de comunicação organizado), seja porque, em situação de jornadas, manifestações, ocupações ou confronto, a tensão e o fluxo do momento não oportunizam essa prática. Nesses casos é mais visível o uso do *site*

pelos jornalistas de veículos, como ferramenta de atualização para as pautas que estão cobrindo e para saber, de forma rápida, o posicionamento oficial do MST a respeito de determinados fatos.

Conforme Raquel Casiraghi¹⁰ (2011), as coberturas em geral são organizadas da seguinte forma: quando vai ocorrer uma mobilização, por exemplo, os coordenadores se reúnem com o setor de imprensa e passam as informações sobre a ação, discutindo a pauta, indicando quem está apto a dar entrevistas, conduzindo o trabalho da assessoria de imprensa a partir do que chamam de “linha de imprensa”, ou seja, de que maneira essa pauta será tratada junto aos meios de comunicação. Em geral o setor de imprensa faz uma pesquisa para que a pauta não esteja desvinculada de fatos anteriores, uma vez que as mobilizações sempre obedecem a um histórico. Tal pesquisa subsidia os jornalistas da assessoria do MST na produção do texto que será escrito posteriormente. Definidos esses critérios é feito o *release*, que é enviado ao *mailing* regional e que geralmente é aproveitado para o *site*. Na medida do possível, por ocasião de marchas, por exemplo, pode haver a produção de vários *releases* em um único dia. Quando há a oportunidade ou a solicitação, os jornalistas fazem entrevistas com coordenadores ou outras pessoas ligadas ao movimento.

Essa é uma estratégia usada para aprofundar a pauta e possibilitar que o *site* do MST ofereça um diferencial ao leitor. De acordo com Casiraghi (2011), não é sempre que os assessores de imprensa têm condições de ir até o local onde ocorre a mobilização. Neste caso, essas atividades podem receber um suporte dos chamados “jornalistas amigos do MST” que colaboram com textos, fotografias e vídeos.

Na explicação de Santos (2011), existem três possibilidades na rotina de produção para o *site*: receber os materiais que vem das assessorias regionais e editá-los, algumas vezes complementando com informações ou solicitando esses complementos; pautar as assessorias regionais a partir de um tema do momento, de reuniões ou encontros do movimento ou ainda tendo como ponto de partida a “ronda” (telefonar para os escritórios regionais e ver se há alguma novidade); e buscar materiais produzidos por *sites* parceiros, que estão de acordo com o movimento. Essa última possibilidade é uma prática comum. “Nossa página não tem material só dela. Ela reproduz textos de outros veículos alternativos

¹⁰ Entrevista com Raquel Casiraghi, assessora de imprensa do MST no Rio Grande do Sul, em abril de 2011, na sede do MST, em Porto Alegre. Casiraghi deixou o MST no final de 2011 junto com um grupo de “dissidentes” que optaram pela constituição de outra organização, ainda em formação. Essa saída de militantes recebeu uma cobertura importante da imprensa no Rio Grande do Sul.

e até da grande mídia, desde que esteja de acordo com a nossa linha editorial” (SANTOS, 2011). Esse é o valor-notícia aplicado ao material “de fora”, produzido por outros veículos e que acaba sendo aproveitado para o *site* do MST a partir de uma seleção onde a identificação ideológica do texto ou o teor da notícia são os critérios de escolha.

Em relação às matérias enviadas pelos jornalistas ou colaboradores do movimento, Santos (2011) afirma que todas são aproveitadas, já que o site sempre precisa de atualização e as pessoas que trabalham para o MST como jornalistas ou como colaboradores do setor de Comunicação já sabem o que é informação válida para a página do movimento. Ou seja, o valor-notícia já está introjetado, fazendo com que mesmo aqueles que não têm formação acadêmica ou que não foram treinados especificamente para a função estejam aptos a essa avaliação rápida, sabendo o que pode ser relevante o suficiente para figurar como notícia na página do movimento. Conforme o editor (2011) da página do MST, essas colaborações de militantes são mais intensas em períodos de ocupações, manifestações ou jornadas, quando “os companheiros que estão fazendo a ação querem se ver no *site*, querem dar vazão às suas ações, então acaba que enviam informações para divulgação” (SANTOS, 2011). A avaliação final do material que vai ao ar fica a cargo de Santos e da jornalista que o acompanha na tarefa de edição do material antes de ir para a página, organizando o texto de forma que obedeça a determinados critérios que o uniformizem. Essa avaliação diz respeito muito mais à necessidade de revisão gramatical, complementaridade ou disposição na página do que da possibilidade de descarte em função do tema. De certa forma também são valores-notícia aplicáveis para a sequência do processo de produção para a página, processo esse que começa na apuração da informação, mas que segue na edição e na postagem. Ou seja, em uma avaliação rápida os jornalistas da página já sabem o que pode ser ampliado, cortado e o que merece maior destaque. A possibilidade de descarte do material recebido praticamente inexistente.

No terceiro dia (2/3) de nossa estada na redação da página do MST, a jornada das mulheres da Via Campesina ocorre a pleno no Rio Grande do Sul e no Espírito Santo. A dinâmica de trabalho se dá da seguinte forma: a jornalista Joana Tavares recebe as matérias que vão chegando ao longo do dia e mantém o editor informado sobre o que está sendo enviado pelos jornalistas e colaboradores de todo o país (a jornada não é centralizada e o MST promove várias manifestações ao mesmo tempo em regiões diferentes na semana). Além das matérias também chegam para a página outros materiais relacionados ao tema, como artigos, panfletos, manifestos, vídeos, banner eletrônico. Os jornalistas da página

discutem a disposição do material na página e conversam pelo Skype com outros jornalistas sobre o material da cobertura prevista para aquele dia e fazem uma busca na Internet de outros textos que possam ir para a página. Santos (2011) explica que essa pesquisa pode ocorrer em vários *sites*, mas em geral se resume aos *sites* de veículos de comunicação tradicionais, *blogs* parceiros e páginas do governo.. O editor informa à jornalista sobre o vídeo a respeito do uso de agrotóxicos e que será enviado pelo MST de Pernambuco. Antes do final da tarde um jornalista da Agência NP chega com um boletim de rádio sobre a jornada. O que se vê nessa rotina é que o trabalho dos jornalistas pode ser resumido assim: avaliar o material que chega, sugerindo complementações ou a produção de matérias especiais, revisar os textos enviados pelas assessorias, redigir textos a partir de informações brutas que chegam por telefone ou *e-mail*, buscar outros conteúdos que possam manter a página atualizada nas discussões do momento, definir a distribuição do conteúdo.

De certa forma, notamos que existe relativa tranquilidade por parte da pequena equipe da página em relação ao trabalho dos jornalistas que operam as assessorias regionais do MST e, até mesmo, dos colaboradores que não têm formação de nível superior em Comunicação. Santos (2011) conta que há no MST um coletivo amplo de Comunicação, integrado por jornalistas e por outras pessoas que não são necessariamente jornalistas, mas que gostam de escrever e se interessam em contribuir para a área. Esses militantes geralmente recebem orientação sobre métodos e prioridades em Comunicação para o MST (SANTOS, 2011). Essa dinâmica vale para os vídeos que são produzidos pela Brigada de Audiovisual da Via Campesina, mas que também podem ser feitos por um militante que saiba manejar a câmera, registrando as imagens, ou por colaboradores externos. A comunicação via audiovisual é apresentada pelo MST como um dos grandes ganhos em relação ao uso da Internet. Trata-se de uma condição muito positiva para o movimento poder fazer seus vídeos e veiculá-los, como avalia Stédile (2009) ao citar o exemplo de uma ação do MST do Rio Grande do Sul, ocorrida em agosto de 2009:

Em agosto nós fizemos o acampamento nacional da Reforma Agrária e que foi o acampamento que resultou na conquista da revisão dos índices de produtividade e a primeira ação do acampamento foi uma ocupação do Ministério da Fazenda. O que aconteceu neste dia de manhã? A ocupação ocorreu às 9h, 9h30min e nós tínhamos ali uma equipe que estava filmando a ação [...]. Então ali, logo após a ocupação, foi editado o material no *notebook* e, dali mesmo, do local da ocupação, enviado por Internet para a página e, às 10h, antes que os veículos de TV tivessem saído de lá com as imagens para a redação, a nossa versão e as nossas imagens da ocupação já estavam na Internet, que é isso que eu acho que é a possibilidade que se tem hoje: tanto pautar antes como você ter uma possibilidade audiovisual de se contrapor inclusive à própria televisão. Antes que você tivesse qualquer imagem negativa ou distorcida daquela ação via televisão, você tinha uma

imagem anterior, via Internet, produzida pelo movimento (STÉDILE, 2009).

Embora cauteloso com as possibilidades da rede enquanto ferramenta de Comunicação para o MST, Stédile (2009) analisa como positiva a possibilidade de o MST divulgar a sua versão, seja através de imagens ou de textos, de maneira instantânea, em um meio que tem condições de promover diálogo com um público grande, revelando-se então como uma alternativa válida em diversas situações. Um exemplo lembrado por Stédile (2009) como ilustrativo da importância da rede na estratégia de Comunicação do movimento foi o da desocupação da Fazenda Southall, em São Gabriel, no Rio Grande do Sul, em agosto de 2009, e que culminou com a morte do colono Elton Brum.

Naquela ocasião, houve uma ação da Brigada Militar do Rio Grande do Sul durante a desocupação da área no município de São Gabriel. Essa área foi ocupada por centenas de integrantes do MST que condicionavam a saída do local a partir do atendimento de uma pauta de reivindicações junto aos governos federal e estadual. Conforme informações do movimento, essa pauta integrava a jornada de lutas do MST e dizia respeito, de maneira geral, à aplicação de recursos para saúde, educação e infraestrutura nos assentamentos da região e à desapropriação do restante da Fazenda Southall, além da liberação imediata, na Justiça, das fazendas Antoniazzi e 33, em São Gabriel, para o assentamento de famílias acampadas no Rio Grande do Sul.

Em 21 de agosto, quase 300 policiais militares entraram na Fazenda Southall para fazer a retirada dos colonos, uma ação de despejo que acabou em morte. Durante a desocupação, o sem-terra Elton Brum foi morto por um disparo que lhe atingiu o tórax. As primeiras informações prestadas pela Brigada Militar (e divulgadas pelos veículos que faziam a cobertura da desocupação) davam conta de que o colono havia morrido vítima de mal súbito. No entanto, logo após a chegada do sem-terra no hospital de São Gabriel, o MST já divulgava a notícia de que Brum havia sido morto por um tiro de calibre 12, pelas costas, apresentando a foto do corpo alvejado.

Outra possibilidade que o *site* oferece ao movimento é a de colocar integralmente as respostas concedidas em entrevistas e que não são aproveitadas ou que são editadas pelos veículos. Stédile (2009) afirma que essa prática foi adotada pelo MST antes do blog da Petrobras¹¹, que se notabilizou por aproveitar o espaço *on-line* para esse fim. Também

¹¹ <http://fatosedados.blogspetrobras.com.br> é o *blog* da Petrobras que adotou a prática de publicar perguntas que os jornalistas enviam por escrito e as respostas que a empresa dá a essas mesmas perguntas, na íntegra.

através do *site* o MST contrapõe matérias publicadas em veículos como a revista *Veja*, para quem o movimento se nega a dar entrevistas, devido ao teor das reportagens publicadas. Essa dinâmica vale para muitas matérias publicadas na mídia convencional e que são contrárias ao movimento. A tática é não permitir que as reportagens fiquem sem uma resposta oficial do MST e garantir a pluralização e publicização dos pontos de vista.

No entanto sabe-se que pluralização e publicização na Internet são informação *à la carte*, ou seja, necessita que o receptor busque esses dados, ao contrário do que ocorre em uma revista ou jornal, ou nos telejornais e noticiários radiofônicos, em que o receptor pode ser capturado por uma notícia, mesmo que não tenha interesse naquele fato, em um primeiro momento. Essa captura, na *web*, é mais difícil, porque, em geral, é preciso que a busca seja efetuada pelo receptor, interessado em conhecer o MST enquanto fonte de informação.

Considerando-se este aspecto pode-se acreditar que os movimentos sociais e outras coletividades que utilizam a Internet como um campo comunicacional para travar seus diálogos estão em desvantagem em relação às empresas de Comunicação. No entanto a Internet, por hora, é um espaço livre a ser ocupado e o MST assim o faz, avançando em sua trajetória que o caracteriza como um movimento social que tem acompanhado o desenvolvimento da tecnologia na área da Comunicação, como demonstram Burch, Leon e Tamayo (2001, p. 125), ao relatar que quando o telex era uma novidade que facilitava a comunicação, o MST foi o primeiro movimento social do Brasil a organizar, em parceria com a Comissão Pastoral da Terra, uma rede de telex em todos os estados, com a intenção de facilitar o tráfego de informações e dar unidade ao discurso do movimento, em nível nacional. Com essa mesma lógica vieram depois do telex, o fax e, de forma natural, os computadores e a Internet.

Além disso, acredita-se que essa relação emissor-receptor está passando por mudanças que estão recém no começo. Como assinala Ferrari (2010, p. 80) “estamos vivenciando uma reconfiguração do campo do jornalismo, da relação emissor-receptor, antes bastante vertical e hoje bem horizontal, sem uma hierarquia obrigatória”. Essa alteração na maneira como o emissor busca e seleciona o conteúdo do seu interesse modifica tanto o papel daquele que recebe a notícia como o do executor e favorece, de certa forma, outras fontes de informação, como os *sites* de coletividades diversas, entre eles, aqueles dos movimentos sociais. Nesse sentido, *sites* como do MST revelam-se como apostas sociais em que se amplia o “lugar da mídia” e dos profissionais da mídia,

estendendo o papel dos atores da informação para outros agentes que não só os jornalistas das grandes redações. As organizações midiáticas possuem hoje concorrentes no terreno da informação e que são representantes das mais diversas áreas e essa concorrência disputa um “cyber-eleitorado”, ao qual é dada a possibilidade de seguir as suas preferências e traçar seu próprio trajeto, tornando a Internet uma espécie de hipermercado da informação (PÉLISSIER, 2003, p. 4-5).

Há um modo novo de acessar conteúdos que encontra na rede seu território propício. Essa nova maneira prevê um receptor diferenciado, enquanto sujeito atuante, e um emissor que desenvolve outras habilidades que não terminam com a publicação da matéria no *site*, mas que prosseguem em pesquisas sobre conteúdos que podem complementar aquele tema, em desdobramentos da pauta por dias consecutivos e em formatos diversos (texto, áudio, imagens), oferecendo alternativas ao receptor, ampliando a base de dados e oferecendo ao público o que Ferrari (2010, p. 128) chama de “produto sob medida”.

Quando pensamos na informação produzida para o meio *on-line*, feita de maneira coletiva – como ocorre frequentemente com o MST – também surge a reflexão sobre a discussão recente em que todos podem ser jornalistas, reportando suas realidades com base na situação propícia de publicação fácil, que favorece o chamado “jornalismo cidadão”, via rede, mostrando que a informação não precisa ser monopólio reservado aos profissionais de imprensa e propagando uma lógica comunitária, de descentralização e participação, remetendo à proposta de “pensar a mídia sem massa” e “pensar o jornalismo sem os jornalistas” (PÉLISSIER, 2003, p. 176-177).

Em consonância com essas ideias vê-se que para o MST o site se mostra como uma possibilidade de divulgar com rapidez as orientações do movimento, denúncias e atividades e, também, propicia o contato com as organizações fraternas e com outras coletividades, facilitando a articulação e fortalecendo os laços, permitindo que não fiquem isolados. Essa construção ocorre a partir de um trabalho profissional, executado por uma pequena equipe com formação na área, mas também a partir do apoio de militantes e outros agentes. Através da página abriu-se para o MST a possibilidade de contrapor versões e ampliar o debate em torno da Reforma Agrária para públicos além daqueles que tradicionalmente participam de suas atividades. Esta possibilidade encontra afirmação através de uma estratégia de Comunicação *on-line* assentada no terreno que vem sendo caracterizado como o da esfera pública virtual.

Referências bibliográficas

CASIRAGHI, Raquel. **Entrevista**. abr. 2011.

FERRARI, Pollyanna. **A força da mídia social. Interface e linguagem jornalística no ambiente digital**. São Paulo: Factash, 2010.

FERRARI, Pollyanna. **Jornalismo digital**. São Paulo: Contexto, 2003.

HOHLFELDT, Antonio. Hipóteses contemporâneas de pesquisa em comunicação. *In*: FRANÇA, Vera Veiga; HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C. (Orgs.). **Teorias da Comunicação: conceitos, escolas e tendências**. Rio de Janeiro: Vozes, 2001. p. 187-240.

LIMA, Mayrá. **Entrevista**. jun. 2011.

MST. **Manual de redação para os veículos do MST**. [S.l.: s.n.], 2011.

MURAL do MST. 11 dez. 2008. Disponível em <<http://www.mst.org.br/mural>>. Acesso em: 28 jul. 2011.

PÉLISSIER, Nicolas. L'information en ligne: un nouveau paradigme pour le journalisme? *In*: PRAGMATIQUE des communications instrumentées. Paris: L'Harmattan, 2003. p. 21-63.

PÉLISSIER, Nicolas. Tous journalistes? Les établissements de formation au défi du Web participative. **Les Cahiers du Journalisme**, n.21, p.176-178, 2010.

SANTOS, Igor Felipe. **Entrevista**. mar. 2011.

SEM TERRA foi assassinado pelas costas. 21 ago.2009. Disponível em: <<http://www.mst.org.br/node/7974>>. Acesso em: 18 jul. 2011.

SILVA, Juremir Machado da. **O que pesquisar quer dizer: como fazer textos acadêmicos sem medo da ABNT e da CAPES**. Porto Alegre: Sulina, 2010.

STÉDILE, Miguel. **Entrevista**. 27 out. 2009.

STÉDILE, Miguel. **Entrevista**. 4 set. 2011.

TAVARES, Joana. **Entrevista**. mar. 2011.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação de massa**. São Paulo: Martins Fontes, 2005.