



Movimentos sociais e comunicação: a mídia como instrumento contra-hegemônico¹

Helena Martins do Rêgo Barreto²
Universidade Federal do Ceará

Resumo

Neste trabalho, analisamos as mídias radicais produzidas pelos movimentos sociais, particularmente o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra, como um instrumento potencial para a construção de uma contra-hegemonia. Partindo das idéias de Gramsci, compreendemos que, para manter sua hegemonia, os grupos dominantes utilizam diversos aparelhos e cenários a fim de reproduzir suas idéias e gerar consensos, como as escolas e os partidos. Dada a centralidade da mídia na sociedade contemporânea, ela se tornou um importante espaço de disputa para a construção de visões de mundo. Das contradições inerentes à sociedade que vivemos, surgem alternativas criativas elaboradas pelos sujeitos sociais. Nessa perspectiva, inserem-se os movimentos sociais e suas estratégias de mobilização e visibilidade que, dialogando com Downing, encontram nas mídias radicais um espaço possível para se expressar.

Palavras-chave

Comunicação; Mídia radical; Hegemonia; Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem-Terra

1. Introdução: a centralidade da mídia na sociedade contemporânea

A idéia de que vivemos em uma “sociedade da informação” tem tomado força nas últimas décadas. Afinal, dentre as características da sociedade contemporânea, podemos citar a crescente importância dada às tecnologias da informação, tanto no aspecto econômico quanto no cultural, em especial neste cenário de convergência tecnológica, e a penetrabilidade dos efeitos gerados, a longo prazo, por essas tecnologias. Tendo em vista a crescente centralidade e o fato de ter se transformado em objeto importante da disputa política, estudos de mídia ganharam espaço nas reflexões das ciências sociais, despertando, especialmente, questionamentos referentes à relação comunicação e sociedade.

Neste sentido, nosso olhar ao pesquisar a comunicação deve ir além das investigações sobre técnicas e mídias, e buscar perceber as relações entre estruturas

¹Trabalho apresentado ao Intercom Junior, na Divisão Temática de Interfaces Comunicacionais, do XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste.

² Estudante do 7º semestre do curso de Comunicação Social -Jornalismo da Universidade Federal do Ceará. Atualmente é monitora da disciplina Teorias da Comunicação II. Email: mb.helena@gmail.com



sociais, meios de comunicação e o contexto histórico em que se dá a relação comunicativa. Tal abordagem do processo não é uma novidade no âmbito das teorias da comunicação. Ao longo do tempo, o desenrolar das teorias foi ao encontro de uma perspectiva ampliada, tanto no que se refere às discussões do papel do emissor e do receptor quanto à relação da comunicação com a sociedade. A partir de meados da década de 50 e acentuadamente nas décadas de 60 e 70, a perspectiva dos *cultural studies*, com a qual dialogamos, reforçaram o debate das estruturas sociais e do contexto histórico como fatores essenciais para compreendermos a ação da mídia e sua importância na construção do imaginário social e cultural. Segundo Mauro Wolf (2008),

Nos termos dessa abordagem, a “cultura não é *uma* prática, nem é simplesmente a descrição da soma dos hábitos e costumes de uma sociedade. Ela atravessa todas as práticas sociais e constitui a soma das suas inter-relações” (Hall, 1980, p.60). (...) No conceito de cultura cabem tanto os significados e os valores que surgem e se difundem nas classes e grupos sociais, quanto as práticas efetivamente realizadas, por meio das quais valores e significados são expressos e nas quais estão contidos. (p. 102-103).

Dentre essas práticas de construção de sentidos, destacam-se os usos da mídia. No contexto da sociedade contemporânea, podemos citar dois aspectos nos quais esses usos têm ação evidente: primeiro, a mídia foi forjada como um dos meios através dos quais se dá a mediação do discurso político, que depende, em grande medida, da veiculação midiática para tornar-se conhecido pelo público. Afirmção que pode ser embasada ao percebermos os efeitos gerados pela abordagem midiática durante períodos eleitorais, objetos de extensa bibliografia da área, bem como pelo fato de a outorga de concessões de rádio e televisão há tempos terem se tornado importante moeda de troca no cenário político. Segundo, a mediação que a mídia estabelece em relação à nossa própria sociedade acaba por influenciar o conhecimento que possuímos, visto que apenas parcela dos acontecimentos são veiculados e chegam até nós enquanto a grande maioria deles acaba sendo envolvido em uma espiral de silêncio, tornando-se desconhecido do grande público.

Mesmo que as transformações radicais de nossa época não atinjam toda a população mundial na mesma velocidade nem produzam consequências uniformes nas sociedades do planeta, é sobretudo a centralidade da mídia que faz com que suas implicações possam ser sentidas no cotidiano das pessoas independentes de classe, etnia, sexo ou idade. Não surpreende, portanto, que a mídia tenha também se transformado em palco e objeto privilegiado das disputas pelo poder político na contemporaneidade e, conseqüentemente, em



fonte primeira das incertezas com relação ao futuro da democracia. (LIMA, 2004, p: 176)

Essa centralidade citada por Venício A. Lima é facilmente percebida quando discutimos o universo da chamada “grande mídia”, sua presença e impacto no cotidiano da população. No entanto, outros atores sociais têm refletido e atuado na área, como os movimentos sociais. Maria da Glória Gohn (2007, p: 239) afirma que as agendas e formas de atuar desses movimentos foram alteradas e destaca, dentre as práticas modernas de ação deles, o uso da mídia. Além disso, organizações e movimentos sociais têm produzido suas próprias mídias, através das quais questionam a sociedade e os processos por meio dos quais as instituições das comunicações de massa sustentam e reproduzem a estabilidade social e cultural dominantes.

Neste artigo, buscamos compreender essas mídias como ferramentas para a construção de uma contra-hegemonia, a partir do fato de que são utilizadas para dar visibilidade a diferentes visões de mundo. Como recorte desta discussão, analisaremos a comunicação realizada pelo Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem-Terra no Ceará, especificamente aquela produzida pela primeira rádio livre implementada pelo MST no Ceará, a rádio “25 de Maio”, localizada no município de Madalena.

2. Hegemonia e Contra-hegemonia

No âmbito dos estudos da comunicação, a leitura do filósofo italiano Antonio Gramsci, cujas teorias serviram como base para estudos que buscavam articular cultura e política, influenciaram bastante a perspectiva dos estudos culturais. Gramsci alargou os caminhos marxistas, foi além da percepção ortodoxa que compreendia a superestrutura como reflexo direto das relações sociais que ocorriam no âmbito da infraestrutura para perceber a dialética entre as estruturas e a importância da cultura na estratégia revolucionária. O conceito de hegemonia, bastante utilizado pelos estudos culturais, segue esse prisma. Segundo Gramsci, o domínio da burguesia mantém-se devido ao controle das forças produtivas e do poder econômico, entretanto, a sustentação dessa classe privilegiada está alicerçada também na superestrutura, na produção de uma ideologia dominante e de consensos para “controlar” as classes populares. De acordo com Dênis de Moraes, “A hegemonia não se reduz à coerção e à força (econômica e militar), e sim pressupõe a capacidade de um bloco histórico (aliança ampla e durável de classes e frações de classe) dirigir moral e culturalmente, e de forma



sustentada, o conjunto da sociedade.” (2008, p: 40). Para o teórico britânico Raymond Williams,

Hegemonia é todo um conjunto de práticas e expectativas sobre a totalidade da vida: nosso senso e alocação de energia, nossa percepção de nós mesmos e nosso mundo. É um sistema vivido – constituído e constituidor – de significados e valores que, ao serem experimentados como práticas, parecem confirmar-se reciprocamente. Constitui assim um senso de realidade para a maioria das pessoas na sociedade. (...) Em outras palavras, Hegemonia é no seu sentido mais forte uma “cultura”, mas uma cultura que tem também de ser considerada como o domínio e a subordinação vividos de determinadas classes. (WILLIAMS, 1979. p:113 *apud* LIMA, 2004. p: 180)

Hegemonia é, pois, o resultado do embate entre visões de mundo diferentes. Segundo Gramsci, na arena da luta de classes atuam os “aparelhos privados de hegemonia”, espaços onde os imaginários sociais e os consensos são formados enquanto forças reguladoras do cotidiano, como escolas, sindicatos, partidos políticos, imprensa e Igreja. A hegemonia se realiza, então, em cenários diversos, dentre os quais destacam—se os que atuam na construção de sentidos e da representação da realidade. Entretanto, como destaca Williams, as estruturas internas de uma hegemonia são complexas, além disso ela não existe apenas como forma de dominação que não encontra resistência.

A hegemonia tem que ser continuamente renovada, recriada, defendida e modificada. Também é continuamente resistida, limitada, alterada e desafiada por pressões que não as suas próprias pressões. Temos então de acrescentar ao conceito de Hegemonia o conceito de contra-hegemonia e de Hegemonia alternativa, que são elementos reais e persistentes da prática. (WILLIAMS, *idem*. P:115-116 *apud* LIMA, 2004. p: 180-181)

Portanto, enquanto se reafirma simbolicamente, a hegemonia dominante também é questionada. Para a construção de uma contra-hegemonia, devem ser utilizados os aparelhos que compõe a superestrutura, visto que atuam para a construção de visões de mundo diferenciadas. Nesse sentido, Dênis de Moraes traz uma reflexão extensa sobre hegemonia e comunicação que, devido à sua importância, reproduzimos aqui:

A notável contribuição de Gramsci sobre o embate pela hegemonia no seio da sociedade civil — a partir de sua teoria marxista ampliada do Estado — permite-nos meditar sobre o desempenho dos meios de comunicação. Devemos analisá-los não apenas como suportes ideológicos dos sistemas hegemônicos de pensamento, mas também como lugares de produção de estratégias que objetivam reformular o processo social. Sem deixar de reconhecer a sistemática reverberação dos discursos dominantes nas mídias, temos que considerar que debates, polêmicas e contradiscursos se manifestam nos conteúdos informativos,



ainda que numa intensidade menor do que a primeira, mas em proporção bem maior do que a de décadas atrás. Os aparatos mediáticos não operam *full time* para mascarar fatos ou distorcê-los. Seria menosprezar a percepção da audiência e desconhecer as exigências da febril concorrência no mercado da comunicação. É evidente que nem tudo o que se divulga está contaminado pelas injunções de uma malha ideológica rígida a ponto de fraudar a vida — afinal complexa e diversificada. Na era da informação abundante e em tempo real, os paradigmas se atualizam e as modalidades de relação com o público se refinam³.

Refletindo sobre o pensamento de Gramsci em relação às imbricações entre mídia e hegemonia, no artigo “Gramsci e o Jornalismo”⁴, Franco Ottolenghi afirma:

O quesito fundamental a que é preciso responder diz respeito, então, à natureza, ao papel, às características e à eficácia dos processos de comunicação que devem ser mobilizados; em suma, a definição de uma estratégia de comunicação. Isto equivale, desde logo, ao reconhecimento e à aceitação de que o terreno da comunicação, em primeiro lugar na figura histórica do jornal, será um terreno nevrálgico do conflito moderno e também uma dimensão original da democracia, muito além da percepção própria da velha cultura socialista. Portanto, não se trata apenas de reconhecer a dimensão *estratégica* dos processos comunicativos (o jornalismo, na reflexão gramsciana), da sua organização, da sua interação com o conjunto dos poderes, mas de projetar as formas de uma nova cultura, de um novo espírito público, no quadro do grande processo histórico que anuncia, no Ocidente, a inversão da relação governante-governados.

Além da comunicação ser vista como uma ferramenta para uma “demarcação” de posição ou para dar respostas à mídia dominante difundindo informações diferenciadas, seria utilizada também nos esforços da construção de nova sociedade, culturas, hegemonia. Por influência da teoria gramsciana, segundo John Downing, “as noções de *contra-hegemonia* e *contra-hegemônico* tornaram-se bastante comuns entre os escritores influenciados pelo pensamento de Gramsci - embora ele próprio nunca tenha usado esses termos -, como forma de categorizar as tentativas de contestar as estruturas ideológicas dominantes e suplantá-las com uma visão radical alternativa” (2002: p. 48). A partir do diálogo com Maria da Glória Gohn (2007), compreendemos a pertinência dessa discussão no âmbito dos movimentos sociais, pois

³ “Notas sobre o imaginário social e hegemonia cultural”. Disponível em: <http://www.artnet.com.br/gramsci/arquiv44.htm>

⁴ Disponível em: <http://www.acessa.com/gramsci/?page=visualizar&id=127>. Acesso: março/2008



Todo movimento está articulado a um conjunto de crenças e representações e são elas que dão suporte a suas estratégias e desenham seus projetos político-ideológicos. Não se trata da vertente marxista ortodoxa que vê a ideologia como mistificação da realidade mas sim da vertente marxista-gramsciana que trata a ideologia no campo das práticas sociais, como conjunto de idéias que dão suporte a projetos estratégicos de mudança da ordem das coisas na realidade social (p. 235).

A ação dos meios na construção dos imaginários leva-nos à problemática dos efeitos da mídia. Mauro Wolf defende a relevância e a complexidade dessa discussão para a atualidade, não no aspecto determinista como dantes analisado, por exemplo, pela teoria da bala mágica ou agulha hipodérmica, mas no sentido de que a mídia influencia, a longo prazo, a sociedade.

Ao voltar sua atenção para a importância e para a função dos processos simbólicos e de comunicação como pressupostos de sociabilidade, a sociologia do conhecimento torna-se progressivamente uma das temáticas-guia na fase na fase atual da pesquisa: sendo assim, não é por acaso que, de modo paralelo, a temática dos efeitos se identifica na perspectiva dos processos de construção da realidade. (idem, p.140).

Assim, os conteúdos produzidos e divulgados pelos movimentos sociais através de suas próprias mídias, a longo prazo, podem forjar-se como instrumentos para a construção de um imaginário coletivo que se relaciona com as visões de mundo do movimento. Têm a capacidade, ainda, de contribuir para a formação de uma identidade coletiva dos integrantes dos movimentos, temática cara aos estudos de recepção que, por sua complexidade, não abordaremos neste trabalho.

3. Mídia radical alternativa

Na contramão da concentração e da exclusão que caracteriza os sistemas de comunicação, resistem os meios de comunicação *popular-alternativos*, que, segundo Cícilia Peruzzo, consistem na corrente que se ocupa “da comunicação no contexto de organizações e movimentos sociais vinculados às classes subalternas ou, como dizem enfaticamente, da comunicação “*ligada à luta do povo*” por melhores condições de existência e pela sua emancipação, mediante movimentos de base organizados” (Peruzzo. 1998. p. 119. Grifo da autora). De acordo com a autora, a corrente subdivide-se em duas linhas de pensamento: uma primeira que percebe a comunicação como revolucionária na medida em que possui conteúdos críticos que conduzem à transformação; e uma segunda, que, mesmo não vendo a comunicação popular como



contraponto à comunicação massiva, admite que ela possa contribuir para com a democratização dos meios e para modificar a cultura dos envolvidos. A Rádio “25 de maio FM -95,3” pode ser situada dentro dessa primeira corrente, pois, segundo a coordenadora do Setor de Comunicação, Juventude e Cultura do MST-Ceará, Joyce Ramos, assim como as demais atividades do assentamento, a rádio é pensada e realizada de forma coletiva, tendo como instância de deliberação o conselho do assentamento. Segundo informou, a comunicação é vista como ferramenta importante para a transformação: “Enquanto a comunicação burguesa concentra, a comunicação popular busca justamente o contrário, a socialização, a divulgação da informação, mas não qualquer informação, e sim aquela que sirva para construir, transformar”⁵. Mas a configuração desse objeto nesses termos nos leva à discussão dos conceitos alternativo/popular ou radical.

O uso termo popular já foi discutido por ampla biografia - não cabe a nós resgatar - , no entanto salientamos que a compreensão de popular como algo do povo (categoria extremamente ampla) não ajuda a delimitarmos nosso objeto (da mesma forma percebemos as falhas da utilização do termo comunitário). Por outro lado, quando a compreensão do popular como algo ligado à imutáveis tradições, como afirma Martin-Barbero (2002), ofusca as relações existentes na sociedade contemporânea, na qual Barbero percebe uma mediação entre o popular(es) e o massivo, aquele sobrevive e resiste ao sistema dominado por este, o que resulta na constituição de uma heterogeneidade cultural.

O uso do termo alternativo, por sua vez, como a própria Cícilia Peruzzo destaca, tem recebido conotação específica ao que se refere à imprensa crítica desenvolvida durante o regime militar (2004: p.120). John Downing afirma ser um paradoxo falar em mídia *alternativa*, visto que tudo sempre é uma alternativa a outra coisa. O autor é incisivo na crítica a termos como “comunitário” ou “popular” que, para ele, são mais firmes naquilo que excluem – a mídia convencional – que do que significam. Ao buscar um termo que suprima tais lacunas teóricas, Downing propõe a noção de mídia radical: “Com o termo *mídia radical*, refiro-me à mídia – em geral de pequena escala e sob muitas formas diferentes – que expressa uma visão alternativa às políticas, prioridades e perspectivas hegemônicas.” (2002: p. 21). Assim, ele liga o conceito e a função da mídia radical às experiências contra-hegemônicas, influência gramsciana que assume no seguinte trecho:

⁵ Entrevista realizada em nov/2008



Numa estrutura em que as classes e o Estado capitalista são analisados meramente como controladores e censores da informação, o papel da mídia radical pode ser visto como o de tentar quebrar o silêncio, refutar as mentiras e fornecer a verdade. Esse é o modelo da contra-informação, que tem um forte elemento de validade, especialmente sob regimes repressores e extremamente reacionários. (...) No entanto, a opinião de Gramsci dirige igualmente nossa atenção para cenários menos tensos, talvez mais cotidianos, nos quais se poderia descrever a hegemonia capitalista em termos da autocensura exercida pelos profissionais da mídia convencional, ou outros intelectuais orgânicos em posição de autoridade, e sua aceitação incondicional dos códigos da mídia profissional padrão. Nesses cenários, a mídia radical tem a missão não apenas de fornecer ao público os fatos que lhe são negados, mas também de pesquisar novas formas de desenvolver uma perspectiva de questionamento do processo hegemônico e fortalecer o sentimento de confiança do público em seu poder de engendrar mudanças construtivas. (idem, p. 49- 50).

Apesar do exposto, o próprio autor admite não haver definição exata que nos diga a quem se refere a mídia radical. Para ele, “o contexto e as conseqüências devem ser nossos principais guias ao que pode ou não pode ser definido como mídia radical alternativa.” (idem, p. 28).

4. O contexto brasileiro: emergência da comunicação radical e relação com o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST)

A comunicação radical desponta, no Brasil, no contexto do declínio do regime militar. A sociedade civil inconformada emerge; surgem novos personagens para remodelar a dinâmica social, como os movimentos sociais. Com a grande mídia controlada e censurada, tornou-se necessário criar outros canais de interlocução com a sociedade, dentre eles os jornais alternativos. Na década de 80, a diversificação e o surgimento das novas tecnologias em comunicação, que introduziram a radiodifusão de baixo custo, fizeram com que houvesse grande expansão das rádios livres. Segundo Peruzzo (1998),

A rádio livre é aquela que, numa conjuntura conflitiva ou não-conflitiva, ocupa um espaço no dial dos receptores sem ter recebido a concessão de um canal, sendo, por isso, também conhecida como “clandestina”, “pirata” ou “alternativa”. (...) Em geral, representa uma forma de contestar o sistema de radiodifusão vigente, que priva a maior parte das organizações da sociedade civil do acesso às ondas sonoras. (p.216)

Em meio à redemocratização política, a democratização da comunicação entrou na pauta das discussões de forma mais aberta, ocorreu uma proliferação de jornais e, mais tarde, de sites de partidos e dos próprios movimentos, além de movimentos sociais



ligados diretamente a esse tema, como a Frente Nacional por Políticas Democráticas de Comunicação (FNDPC) e , mais tarde, o Movimento Nacional de Democratização da Comunicação (MNDC) (MEKSENAS, 2002). Na década seguinte, a mídia angaria papel ainda mais destacado na sociedade, influenciando inclusive a forma de organização dos diversos atores sociais.

Durante a redemocratização, emergem também os movimentos sociais. Ainda na década de 80, especificamente no ano de 1985, surge o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem-Terra com o intuito de lutar pela reforma agrária. A bandeira era, então, *Terra não se ganha, se conquista*. Três anos mais tarde, o MST começava a ocupar terras também no Ceará:

A vinda do MST para o Ceará só se deu em 1988 com a ajuda de militantes de outros estados. A situação de seca e miséria facilitou a criação de uma comissão provisória de organização dos trabalhadores rurais sem-terra, chegando a organizar 450 famílias em reuniões. A decisão de nacionalizar o movimento para que ele fosse de massas e tivesse um maior peso político veio ainda do 1º Congresso Nacional, em 1985, onde participou uma pessoa do Ceará, Dona Maria Lima, sindicalista de Quixadá e participante da CPT, foi a escolhida para representar o Estado. (...) A região do Sertão Central cearense foi escolhida para acontecer os primeiros trabalhos de organização. Na época, os trabalhadores avaliaram que essa região deveria ser a primeira pelos problemas com a seca, a exploração do trabalho sofridas pelos trabalhadores. A primeira fazenda escolhida foi a *Reunidos de São Joaquim*, localizada entre os municípios de Boa Viagem, Quixeramobim e Madalena. Trezentas famílias, totalizando 1500 pessoas, ocuparam a fazenda no dia 25 de maio de 1989 e, depois, cerca de 50 dessas famílias ocuparam o Incra, em Fortaleza, com bandeiras do MST, reivindicando a posse da terra no dia 29 de maio do mesmo ano. Assim, o MST finalmente se firmava no Ceará, ao mesmo tempo em que mostrava à sociedade para que veio do seu melhor jeito: ocupando.⁶

No livro *Teorias dos Movimentos Sociais*, Maria da Glória Gohn discorre acerca dos diversos paradigmas formulados e utilizados para compreendermos os movimentos sociais. Após a análise desses paradigmas, a autora define os movimentos como

ações sociopolíticas construídas por atores sociais coletivos pertencentes a diferentes classes e camadas sociais, articuladas em certos cenários da conjuntura socioeconômica e política de um país, criando um campo político de força social na sociedade civil. As ações se estruturam a partir de repertórios criados sobre temas e problemas em conflitos, litígios e disputas vivenciadas pelo grupo na sociedade. As ações desenvolvem um processo social e político-cultural que cria uma identidade coletiva para o movimento, a partir dos interesses em comum. Esta identidade é amalgamada pela força do princípio da solidariedade e construída a partir da base referencial de valores culturais e políticos compartilhados pelo grupo, em espaços coletivos não-institucionalizados. (GOHN, 2007. p. 251)

⁶ LIMA, Mayrá Silva (2006).



Nesse sentido, compreendemos o MST um sujeito sociopolítico, possuidor de organizada dinâmica interna, mas um ator importante no cenário político que, ao longo dos 25 anos de luta e resistência, somou à luta pela reforma agrária outras pautas de reivindicação, como educação e direitos humanos. No último congresso realizado, em 2007, ele reafirmou suas linhas políticas e, entre os compromissos assumidos e publicados na Carta do 5º Congresso Nacional do MST, no 16º tópico, temos:

Lutar para que cada assentamento ou comunidade do interior tenha seus próprios meios de comunicação popular, como por exemplo, rádios comunitárias e livres. Lutar pela democratização de todos os meios de comunicação da sociedade contribuindo para a formação da consciência política e a valorização da cultura do povo.⁷

Nas palavras de Miguel Stedile, da Coordenação Nacional do MST, “não existe fronteira entre a luta política, a comunicação e a cultura, já que toda a comunicação e cultura é uma opção política e está a serviço de um projeto político”. Por isso, a construção de um projeto popular implica necessariamente na construção de uma nova comunicação e de uma nova cultura⁸.

Antes da inclusão dessa pauta como reivindicação do movimento, a preocupação em relação à mídia já existia. Em alguns lugares, principalmente no Sudeste, rádios ligadas ao movimento já proliferavam, bem como o Jornal e a Revista Sem-Terra. No Ceará, por exemplo, o Setor de Comunicação do MST já desenvolvia parceria com oito rádios no interior do estado, através das quais veiculava programas do movimento. No entanto, encampar o combate pela democratização da comunicação, ter como linha de ação produzir uma comunicação própria e, ainda, perceber a comunicação como uma forma de combater o monopólio de produção cultural amplia a visão do movimento e a atuação nesta luta além de, internamente, trazer nova dinâmica ao setor.

4.1. A Rádio 25 de Maio FM – 95,3

No dia 23 de novembro de 2007, o MST rompeu mais uma cerca: a do latifúndio da comunicação. Em Madalena, cidade localizada a 180 km de Fortaleza, capital do Ceará, a voz dos Sem-Terra passou a ter mais um instrumento para difundir lutas e visões de mundo. Estava no ar a rádio *25 de Maio FM - 95,3*, primeira rádio livre do

⁷Disponível em: <http://www.mst.org.br/mst/pagina.php?cd=3713>. Acesso: nov/2008

⁸ Disponível em: <http://www.mst.org.br/mst/pagina.php?cd=5997>. Acesso: nov/2008



movimento no Ceará. Para Marcelo Matos, um dos responsáveis pela implementação dela, “A inauguração da rádio, que tem o mesmo nome do assentamento, é um marco simbólico na luta pela democratização da comunicação no estado. É mais uma ocupação de latifúndios, seja da terra, do saber ou do ar. Além disso, a rádio está presente no primeiro e maior assentamento do MST no estado. No local vivem atualmente 424 famílias assentadas e mais de quatro mil pessoas⁹”.

Antes de possuir um veículo próprio, o setor de comunicação do MST- CE desenvolvia parceria com oito rádios no interior do Estado, nas quais realizava programas próprios do movimento. No entanto, sabendo da experiência de outros estados, onde já existiam rádios do próprio movimento, veio a vontade de realizar aqui uma comunicação própria. Como afirma a atual coordenadora do setor de Comunicação, Joyce Ramos, "A comunicação tem o papel de educar, formar, mobilizar. (...) Mas esse papel de formar e mobilizar estão voltados para um determinado objetivo: fortalecer a luta e prol de uma causa, que é a transformação social". A concretização desse desejo pôde ocorrer com o auxílio de Raúl Fernandez, engenheiro de Telecomunicações, à época estudante de uma universidade espanhola, que manifestou à Direção Nacional do MST o interesse de colaborar com o movimento na montagem de mais uma rádio livre. Tendo em vista o desenvolvimento da comunicação no Ceará, decidiu-se trazer para cá esse novo veículo. A escolha do assentamento deu-se por uma questão simbólica: a rádio seria instalada onde, há quase 20 anos atrás, foi firmado o primeiro assentamento do estado. Raúl conta que, no início, foi preciso enfrentar muitas dificuldades, tanto financeiras (recursos captados por ele vieram da prefeitura da cidade espanhola Ruez), quanto estruturais, já que não havia pessoas capacitadas para trabalhar na rádio. Mas, afirma, com a participação da comunidade e "com muito trabalho e vontade", ela foi ao ar.

Durante toda a semana, programas musicais, esportivos e informativos, como o *Reforma Agrária em Debate*, compõem a programação¹⁰ da rádio *25 de Maio FM*. As crianças também participam dessa experiência. Aos domingos, vai ao ar o *Sem-terrinhas em Ação*, feito pelos próprios sem-terrinhas, bem como o *Cantoria*, destinado

⁹ Disponível no site: http://www.mst.org.br/mst/jornal_pagina.php?ed=57&cd=4612. Acesso: nov/ 2008.

¹⁰ A programação divide-se da seguinte forma: 6-7h: Manhã do campo; 7-9- Show da reforma agrária (apenas música do MST); 9-11h - Show da manhã: programa voltado para a juventude; 11-12: Bate-bola (esportivo); 12-14h - Reforma agrária em debate; 14-16h – Vozes da Terra; 16-18h- Show do forró; 18- Terço; 19-22- Falando ao coração (romântico); Aos sábados e domingos somam-se a esses: Show de brega, Sem-terrinhas em ação, Cantoria (espaço reservado aos artistas locais)



à divulgação da música dos artistas locais. No entanto, Raúl conta que as dificuldades de acesso à informação acaba fazendo com que a maioria da programação seja composta por programas musicais, tanto por músicas do MST, quanto pelas que eles têm acesso através da indústria cultural.

Segundo Joyce, assim como as demais atividades do assentamento, a rádio é pensada e realizada de forma coletiva, tendo como instância de deliberação o conselho do assentamento. Segundo Henrique, Braga & Mafra, “A questão da participação é vital e impulsionadora para os movimentos sociais. Para que pessoas se mobilizem e tomem a decisão de se engajarem em algum movimento, é preciso não só que essas pessoas tenham carências e problemas em comum, mas que compartilhem valores e visões de mundo semelhantes.” (HENRIQUES, 2004. p.37).

O envolvimento com o “fazer comunicação” pode forjar-se como uma maneira de fortalecer os laços de pertença da população em relação ao movimento social, conclamando-a para o engajamento e a mobilização, compreendida como uma “reunião de sujeitos que definem objetivos e compartilham sentimentos, conhecimentos e responsabilidades para a transformação de uma dada realidade, movidos por um acordo em relação a determinada causa de interesse público”(idem, p. 36). Na ocorrência dessa identificação sujeito /movimento, os elementos de identificação com a causa e com o projeto mobilizador acentuam-se potencialmente no caminho da construção de uma hegemonia própria, que se contrapõe à hegemonia dominante.

5. Conclusão

Dos meios de comunicação existentes, hoje, o rádio ainda é um dos mais presentes no cotidiano da maioria da população brasileira. Segundo dados da Pesquisa Nacional Por Amostra de Domicílios – PNAD, de 2006¹¹, as rádios comunitárias existem em 48,6% dos municípios brasileiros, superando as estações comerciais de rádio FM (34,3%) e AM (21,2%). Por conta da introdução do quesito sobre existência de rádios comunitárias, o percentual das rádios FM teve um decréscimo em relação a 2005, pois a maior parte das rádios comunitárias está nesta frequência. Dentre as

¹¹ Disponível em

<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/perfilmunic/cultura2006/cultura2006.pdf> Acesso: abril/2008



regiões, é na região Nordeste que as rádios existem em maior número. São lugares onde o rádio e a televisão aberta têm presença marcante, o que não ocorre com revistas impressas e TV's comunitárias.

Aos dados já citados, somamos as taxas de analfabetismo da população. Segundo a Síntese dos Indicadores Sociais 2008- Uma Análise das Condições de Vida da População Brasileira ¹², a taxa de analfabetismo das pessoas com mais de 15 anos caiu de 14,7% para 10%, no entanto, persistia um número elevado de pessoas que não sabiam ler ou escrever: 14,1 milhões de analfabetos, dos quais 9 milhões eram pretos e pardos. A pesquisa aponta que 52% dos analfabetos de 15 anos ou mais estão no Nordeste. No Ceará, a taxa de analfabetismo das pessoas de 15 anos ou mais de idade chega a 19,2 %, enquanto o analfabetismo funcional chega nessa mesma faixa etária chega a 30,7%. A posição geográfica também se relaciona com essas altas taxas. Infelizmente, nas zonas rurais, a taxa (23,3%) era três vezes maior que a urbana (7,6%).

Interpretados, os números mostram a importância dos meios de comunicação, destacadamente o rádio e a TV, no cotidiano da população brasileira. Em um contexto onde o analfabetismo ainda é uma realidade, o acesso à internet e outras tecnologias é escasso, essas mídias podem servir como instrumentos de educação, de formação cidadã. Feitas por um movimento social como o MST, cuja visão de mundo é trabalhada simbolicamente em vários aspectos, como nas místicas ou na própria constituição do “ser sem-terra”, a comunicação tem o potencial de ser utilizada como mais um meio para o questionamento da ordem social vigente e para a proposição de uma outra ordem, constituindo, tendo como base uma leitura gramsciana, uma contra-hegemonia.

Este é um trabalho em desenvolvimento. Uma peça que faz parte da arquitetura de nosso projeto de conclusão de curso, que ainda está em andamento. Por isso, longe de trazer afirmações fechadas, lança-se ao debate e à crítica a partir das discussões conceituais que esboça, articuladas à experiência obtida em contato com os militantes do MST.

¹² Disponível em:
http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia_visualiza.php?id_noticia=1233&id_pagina=1



6. Bibliografia

- CALDART, Roseli Salette. **Pedagogia do Movimento Sem Terra**. 3º ed. São Paulo: Expressão Popular, 2004.
- DOWNING, John D. H. **Mídia radical: rebeldia nas comunicações e movimentos sociais**. S. Paulo: SENAC, 2002.
- GOHN, Maria da Glória. **Teorias dos Movimentos Sociais**. São Paulo: Edições Loyola, 6a ed. 2007.
- LIMA, Venício A. de. **Mídia, Teoria e Política**. São Paulo, Editora Fundação Perseu Abramo, 2001
- MARTIN-BARBERO, Jesus. **Dos Meios As Mediações - Comunicação Cultura e Hegemonia**.
- MEKSENAS, Paulo. **Cidadania, Poder e Comunicação**. São Paulo: Cortez, 2002
- PERUZZO, Cicília M.K. **Comunicação nos movimentos populares - a. participação na - construção da cidadania**. Petrópolis: Vozes, 1998
- POLISTCHUK, Ilana & RAMOS TRINTA, A. **Teorias da Comunicação. O pensamento e a prática da Comunicação Social**. Rio de Janeiro: Campus, 2003.
- WOLF, Mauro. **Teorias das comunicações de massa**. São Paulo: Martins Fontes, 2008.
- BRAGA, Clara S.; HENRIQUES, Márcio S.; MAFRA, Rennan L. M. **O planejamento da comunicação para a mobilização social: em busca da co-responsabilidade**. In: Henriques, Márcio Simeone (org). **Comunicação e Estratégias de Mobilização Social**. Belo Horizonte (MG), Editora Autêntica, 2004.
- BRAGA, Clara S.; HENRIQUES, Márcio S.; MAFRA, Rennan L. M.; do Couto e Silva, Daniela B. **Relações Públicas em Projetos de Mobilização Social: Funções e características**. In: Henriques, Márcio Simeone (org). **Comunicação e Estratégias de Mobilização Social**. Belo Horizonte (MG), Editora Autêntica, 2004.
- MORAES, Dênis de. Comunicação Alternativa em rede e difusão contra-hegemônica. In COUTINHO, Eduardo Granja. **Comunicação e Contra-hegemonia**. Rio de Janeiro (RJ), Editora UFRJ, 2008.
- Monografia, Artigos e Documentos
LIMA, Mayrá Silva.. **DA RESISTÊNCIA À LIBERTAÇÃO - Comunicação e Cultura no MST**. Fortaleza, 2006. Monografia de graduação em Comunicação Social.
- Pesquisa Nacional Por Amostra de Domicílios – PNAD, de 2006
(<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/perfilmunic/cultura2006/cultura2006.pdf>)
Síntese dos Indicadores Sociais 2008- Uma Análise das Condições de Vida da População Brasileira
(http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia_visualiza.php?id_noticia=1233&id_pagina=1)
- MORAES, Dênis de. Notas sobre o imaginário social e hegemonia cultural. Disponível em: <http://www.artnet.com.br/gramsci/arquiv44.htm>