



Por justiça e comunicação social: o Movimento Sem Terra na sociedade em mediatização¹

Joel Felipe Guindani²

Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS.

RESUMO

Trata da discussão sobre as ações comunicacionais do Movimento Sem Terra (MST) na relação com a perspectiva teórica da mediatização. Sob a modalidade metodológica da Pesquisa Participante, reflete sobre como o MST está lidando com os desafios originados pela crescente mediatização social, com vistas ao desenvolvimento de seu próprio campo midiático. Através de entrevistas com lideranças nacionais e militantes da base, identifica-se que o MST reconhece a comunicação como uma indispensável estratégia para suas ações e lutas na conquista da terra. Na batalha por justiça, a comunicação social é realidade não apenas na agenda ideológica do MST, mas também nos espaços em que se concretizam assentamentos, cooperativas, escolas, acampamentos e ocupações.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação; Movimentos Sociais; Movimento Sem Terra; Mediatização.

INTRODUÇÃO

A reflexão é o resultado de uma pesquisa participante junto ao campo empírico, que com o passar do tempo foi sendo tecida com as linhas do saber teórico. A curiosidade, de partida, era saber como o MST está lidando com os desafios advindos da crescente mediatização social. Tal curiosidade originou perguntas como: Que lugar a comunicação ocupa na agenda do MST? Ela é problema ou solução para suas perspectivas e estratégias políticas? As respostas também nos serviram de base para compreendermos o fenômeno da mediatização social, especialmente em suas distintas formas de afetação na contemporaneidade.

Nas duas primeiras partes deste artigo é apresentada a perspectiva teórica da mediatização e sua com o campo dos Movimentos Sociais. Na última parte, em “O

¹ Trabalho apresentado no DT 07 – Comunicação, Espaço e Cidadania do XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul realizado de 17 a 19 de maio de 2010.

² Doutorando em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Mestre em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS-RS). E-mail: j.educom@gmail.com.



campo midiático do Movimento Sem Terra”, realiza-se uma reflexão teórica sobre midiática, tendo como base empírica o próprio campo comunicacional do MST.

Na “conclusão”, resgatam-se as perguntas que instigaram o caminho investigativo e, a partir delas, delinea-se o entrelaçamento entre proposições teóricas e campo empírico, que nos esclarecem e atualizam a discussão sobre a instigante relação ‘MST e midiática’. Identifica-se, que a luta do MST pela terra acaba se articulando; portanto, com a luta pela disputa do campo comunicacional e que suas estratégias, em certa medida, também são indícios dos processos da midiática social.

SOBRE A SOCIEDADE EM MEDIATIZAÇÃO

A justificativa para a utilização do aporte teórico da mediática é a de que o fenômeno da mediática “[...] responsabiliza-se cada vez mais por todas as mediações sociais; é ela (a mídia) que regula a relação indivíduo com o mundo e com seus pares” (PAIVA, 2005, p. 16).

A sociedade em vias de mediática se estabelece também dentro de um processo histórico, em que a evolução das técnicas de comunicação se apresenta como parte fundamental desse fenômeno. Como o processo de mediática da sociedade se dá de maneira assimétrica e não uniforme, podemos então considerar que ainda nos encontramos num processo gradativo, instigando-nos, assim, a novas reflexões e hipóteses sobre a questão.

Percebemos, assim, que desde a invenção da escrita, passando pela tipografia, pelos meios sonoros e audiovisuais até a virtualidade, as formas de comunicação humana sempre estiveram lado a lado com o processo evolutivo das técnicas de comunicação. De acordo com Braga (2006), fica evidente que a sociedade se constrói diferentemente, conforme os processos interacionais que dão maior relevância e hegemonia e que existe uma funcionalidade sistêmica entre a sociedade e a mídia, muito além do que uma simples relação física e concertada. A constante necessidade humana de alargar seu espaço interativo gera, por conseguinte, a necessidade de dispositivos que possibilitem esse novo agir, os quais, com o passar do tempo, tornam-se mais complexos e instigantes para muitos estudiosos, em especial aos comprometidos com o campo da comunicação:

Podemos assumir que a sociedade não apenas produz sua realidade através das interações sociais a que se entrega; mas igualmente produz



os próprios processos interacionais que utiliza para elaborar a sua realidade – progressivamente e a partir de expectativas geradas nas construções sociais anteriores; e também, em seguida, por processos autopoieticos assim desencadeados (BRAGA 2006, p. 145).

Para este autor, os processos interacionais da sociedade se tornam crescentemente mediados, ou seja, pouco a pouco, a evolução dos meios de comunicação vai configurando a nossa realidade, que também vai se caracterizando como uma sociedade mediada, onde as possibilidades de interação social entre indivíduos e instituições, de alguma forma, estariam transpassadas ou relacionadas com algum suporte tecnológico de comunicação. Por esse caminho, podemos considerar, num processo mais avançado de mediação, a inexistência de qualquer instituição ou prática social distante das lógicas midiáticas, ou de tecnologias convertidas em meios de informação e de comunicação.

Vale salientar que observamos a sociedade em mediação como não apenas caracterizada pela inserção genérica dos meios tecnológicos, mas que passa a agir e pensar as coisas e a própria realidade a partir e em função de protocolos de racionalidade midiática. Quer dizer, seja:

[...] una sociedad en vías de mediación es aquella donde el funcionamiento de las instituciones, de las prácticas, de los conflictos, de la cultura, comienza a estructurarse en relación directa con la existencia de los medios (VERÓN, 2002, p. 3).

Dessa maneira, a mediação da sociedade pode ser compreendida a partir de uma ação intensa, crescente, generalizada, que constitui um modo de organização, por valores e trocas simbólicas, fundada por uma nova técnica, que além de mediadora, deve ser problematizada e concebida como produtora de sentido. O fenômeno de mediação da sociedade vai além de problemas decorrentes apenas da evolução tecnológica. Ela configura-se como “[...] um fenômeno que, em seu interior, gera questões que remetem à sua complexidade, bem como mecanismos de seu próprio funcionamento” (FAUSTO NETO, 2006, p. 12). Ele ainda pontua que devemos compreender a mediação como um fenômeno que incide no tecido das relações sociais, da cultura, do simbólico de maneira não linear ou determinística, mas de maneira relacional e transversal³.

³ As afetações transversais da mediação podem ser observadas quando o MST é mediado e sobre as quais suas lideranças ou militantes não conseguem coibir ou censurar. Na transversalidade a mediação não abre espaço para negociações ou regras vindas de fora do seu campo. No modo relacional, a afetação midiática é menos intensa e possibilita uma negociação ou retorno de processos de sentido das construções idealizadas pelo MST, mas que mesmo assim se instauram nos modos de funcionamento da



Muniz Sodré (2002) também fundamenta a midiatização como a articulação do funcionamento das instituições sociais com o campo das mídias, de maneira crescente e complexa. Para ele, este fenômeno é recente e está, inicialmente, associado ao advento crescente das tecnologias de comunicação e informação.

[...] tudo isso confirma a hipótese de que a sociedade contemporânea (dita pós-industrial) rege-se pela midiatização, quer dizer, pela tendência à virtualização das relações humanas, presente na articulação do múltiplo funcionamento institucional e de determinadas pautas individuais de conduta com as tecnologias da comunicação (SODRÉ, 2006, p. 20).

Os processos de midiatização social implicam na aceleração temporal, por intervenção tecnológica nas coordenadas do espaço-tempo, alterando modos de percepção e atitudes na esfera dos costumes. Sodré enfatiza que, a partir da crescente afetação midiática, pôs-se a caminho uma nova ‘ecologia simbólica’, com consequências para a totalidade da vida social (SODRÉ, 2006). A partir dos processos de midiatização, configura-se um novo *ethos*. Melhor dizendo, um *ethos* midiatizado caracteriza-se pela manifestação articulação dos meios de comunicação e informação com a vida social; é a atmosfera afetiva (emoções, sentimentos, atitudes) em que se movimenta uma determinada formação social. Por esse viés, a sociedade em vias de midiatização, caracterizada por essa crescente inter-relação entre instituições/indivíduos com os meios e ou suportes tecnológicos de comunicação, configura a existência humana atual, instituindo no tecido da sociabilidade novas formas de agir, de ser e de atuar: “[...] a midiatização implica, assim, uma qualificação particular da vida, um novo modo de presença do sujeito no mundo ou, pensando-se na classificação aristotélica das formas de vida, um *bios* específico” (SODRÉ, 2006, p. 22).

MIDIATIZAÇÃO E MOVIMENTOS SOCIAIS

Certo consenso entre os aportes teóricos da midiatização é o de que toda tecnologia de comunicação e informação deve ser observada como potencializadora de transformações no tecido das relações sociais, na constituição das instituições e da conduta dos indivíduos. Por essa via, um dos problemas que preocupa os movimentos sociais - até porque tem influência direta na continuidade de suas lutas e na sua própria

midiatização. O modo relacional seria como se o campo midiático dissesse para o campo do MST: Venham, debatam sobre suas ações, mas estejam condicionados aos nossos protocolos, regras, pautas, tempo, perguntas etc..



garantia enquanto organização - é o crescente processo de midiaticização social. Como enfatizado, os meios de comunicação não são apenas simples meios de passagem, os quais não teriam um ofício produtivo ou engendrador de novos problemas na realidade. Pelo contrário, eles próprios pulsionam sentidos gerando alterações, podendo ser desestabilizadores ou controladores de ambientes ou de situações diversas.

Ao longo desta pesquisa participante⁴, percebemos que os meios de comunicação, ao mesmo tempo em que se tornam objeto de desejo, tornam-se objeto de medo e desconfiança por parte de muitos movimentos sociais, principalmente os situados na tradição política de esquerda. Um dos causadores dessa tensão entre desejo e medo é o processo desmobilizador que os veículos de comunicação podem desencadear. Isso se deve ao fato de que a comunicação midiática pode introduzir um novo hábito aos processos de discussão, mobilização ou de deliberação política, não mais estruturados no encontro face a face ou de co-presença. Nessa direção, Enzensberger (2003) também pontua que essa preocupação é histórica dentro da tradição da esquerda, bem como nas suas dissidências populares, que resumiram por muito tempo a evolução e apropriação dos meios num único termo: o da manipulação.

A tese de manipulação estabelecida pela esquerda é defensiva em sua essência e em seus reflexos e pode levar ao insucesso (...). Com uma única grande exceção, a de Walter Benjamin (e, em sua seqüência, a de Brecht), os marxistas, no entanto, não entenderam a indústria da consciência, só reconhecendo nela o reverso burguês-capitalista, porém não as suas possibilidades socialistas (ENZENSBERGER, 2003. p. 27-77).

Mesmo entre desejo e medo, é evidente a crescente apropriação de práticas midiáticas por parte dos movimentos sociais, ou seja, as práticas midiáticas sempre estiveram em posição párea ou indissociável com os Movimentos, não somente em tempos recentes, devido às facilidades de uso e acesso à *Internet*, mas desde os tempos dos panfletos, jornais e folhetins, rádio-poste em diante.

Muitos Movimentos sociais emergiram ou ganharam novo fôlego a partir das potencialidades oferecidas pelas tecnologias de comunicação. O exemplo mais usual é o Movimento Zapatista que, em meados da década de 1990, mobilizou, por intermédio da rede virtual, a consciência de muitas pessoas em favor de sua causa. Da mesma forma,

⁴ Para Cicília Peruzzo (2004, p. 24), a pesquisa participante diz respeito à “[...] presença constante do observador no ambiente investigado, para que ele possa ‘ver as coisas de dentro’; o compartilhamento, pelo investigador, das atividades do grupo ou do contexto que está sendo estudado de modo consistente e sistematizado – ou seja, ele se envolve nas atividades, além de co-vivenciar ‘interesses e fatos; a necessidade, segundo autores como Mead e Kluckholn, de o pesquisador ‘assumir o papel do outro’ para poder atingir o sentido de suas ações”.



novos Movimentos surgiram, conquistando e agregando adeptos em todos os continentes por meio das potencialidades ofertadas pela diversidade de tecnologias de comunicação.

Essa aproximação entre movimentos sociais e o campo da comunicação pode ser compreendida a partir de demandas que eles próprios delegavam ao campo midiático. Nesse estágio, os veículos de comunicação tinham a função de resolver problemas ou de potencializar funções que, de outra maneira, não seriam possíveis; quer dizer, em um primeiro momento, os veículos de comunicação ocupam a função de mediadores de necessidades desses movimentos sociais: a invenção ou utilização dos veículos de comunicação por parte dos movimentos sociais surgiram “[...] para atender a um problema percebido na situação social prévia àquela tecnologia” (BRAGA, 2007, p. 147). Em um segundo momento, a presença das tecnologias no interior dos movimentos sociais começa a deflagrar um “[...] deslocamento ou transbordamento para outras situações, em decorrência da disponibilidade da invenção e de sua derivação para outros usos, levando a outros desenvolvimentos tecnológicos” (BRAGA, 2007, p. 147). Adentrando em um terceiro estágio, as tecnologias ou os sistemas de comunicação acabam gerando um processo autopoiético: “[...] deixando de ser dependentes de dinâmicas anteriores (pré-mediatização), que tinham sido necessárias e suficientes para desencadear processos” (BRAGA, 2007, p. 147). Nessa dimensão, as afetações midiáticas põem em curso novas processualidades socio-simbólicas e não apenas instrumental ou técnica.

A perspectiva teórica da mediatização também nos ajuda a compreender que os Movimentos Sociais, além de suas lutas específicas, como a conquista de direitos, moradia, trabalho, terra etc., buscam desenvolver tecnologias de comunicação visando ao reconhecimento, à visibilidade e à legitimidade social para além de suas fronteiras.

Nessa direção, a visibilidade midiática tornou-se uma das principais práticas por meio das quais as lutas foram sendo conduzidas e articuladas. Com o passar do tempo, os Movimentos Sociais foram reconhecendo que o espaço midiático também assumia uma função estratégica e política, capaz de contribuir com seus objetivos e lutas. Em tempos de mediatização social, torna-se impossível, a qualquer movimento social, continuar indiferente aos espaços midiáticos, resistindo na surdina ou nas trincheiras das articulações. Mantendo-se nessa posição e, ao mesmo tempo, expondo-se por meio das ações ou protestos públicos, de uma forma ou de outra, a representação/produção simbólica é construída. Essa construção simbólica, realizada pelos movimentos sociais



e, cada vez mais, pelos veículos de comunicação, materializa-se de maneira complexa (BOURDIEU, 1998), variando entre aqueles que presenciam as ações/manifestações e aqueles que as assistem pelo espaço midiático, em suas casas, em qualquer parte do mundo.

Por essa via, novas articulações comunicacionais começam a ganhar vida no interior dos mais distintos movimentos sociais: entra em cena, com as demais práticas, a preocupação com a legitimidade das ações e o reconhecimento público, agora cada vez mais midiaticizado. Mediante esse cenário, intensificar as atenções para o campo midiático, “[...] mesmo teatralizando-se suas reivindicações para garantir espaço na mídia” (BERGER, 1998, p. 116), parece ser um ponto central nas agendas dos movimentos sociais. Como enfatiza Gohn (2000, p. 25), “[...] as lutas sociais também entraram para o mundo da realidade virtual, e isso potencializou suas ações porque passaram a atuar em redes que ultrapassaram as fronteiras locais e nacionais.”.

No capítulo seguinte evidencia-se como as bandeiras do MST⁵ na luta por reforma agrária é indissociável desta perspectiva midiática. Não definimos o MST como um movimento midiático, mas que se midiaticiza na medida em que faz de lógicas da midiaticização um forte aliado para empreender suas estratégias e ações.

O CAMPO MIDIÁTICO DO MOVIMENTO SEM TERRA

Na perspectiva teórica da sociedade em midiaticização, percebemos que, mesmo sendo a conquista da terra o objetivo central das suas ações, o MST perpassa essa objetividade, fazendo também pressão por mudança ou para conduzir o jogo das regras do campo midiático: “[...] a comunicação para nós é como a terra. É um espaço para se ocupar, resistir e transmitir as nossas lutas”⁶. Nesse sentido, a luta do MST pela terra acaba se articulando; portanto, com a luta pela disputa do campo comunicacional, levando o Movimento a repensar a problemática acerca da produção do simbólico.

⁵ O Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem-terra (MST) não possui uma data ou momento específico que defina sua origem. Para o líder João Pedro Stédile a origem do MST é resultante de vários locais e a sua história é composta pela soma de um conjunto de acontecimentos e fatores desenvolvidos a partir de 1978, especialmente após a expulsão dos colonos que viviam na reserva indígena dos Kaigangs, no município de Nonoai, norte gaúcho. Ver mais em: STEDILE, João Pedro; FERNANDES, Bernardo Mançano. **Brava gente**. A trajetória do MST e a luta pela terra no Brasil. São Paulo: Editora Fundação Percecu Abramo, 1999.

⁶ P é integrante do Setor Nacional do Setor Nacional de Comunicação do MST. Para manter a privacidade dos entrevistados/informantes, daqui em diante, todos os entrevistados serão identificados apenas pela primeira letra do sobrenome e, se as letras se repetirem serão acrescentados números.



Dessa maneira, cada vez mais as ações de protesto empreendidas pelo MST buscam a visibilidade pública como forma de conquistar legitimidade para a sua causa (MELO, 2008). Nas palavras de Fausto Neto, “[...] não se trata de um perceber e se perceber passivo, mas a produção de um trabalho – de constituir-se e de tornar-se visível – que se faz em função e por conta da existência da cultura midiática” (FAUSTO NETO, 2008). Isto se deve ao fato de que

[...] os meios se transformam no espaço privilegiado das mediações públicas articulando o público com o privado, e a especificidade de seu poder se acha precisamente na sua capacidade de construir dispositivos de regulação simbólica dos espaços sociais (FAUSTO NETO, 2006, p. 11).

Pressupõe-se, neste artigo, que essa visibilidade pública e a produção de sentido decorrido desse processo de midiatização social tomariam outra direção ou forma se os mesmos fossem trabalhados ou configurados por um espaço comunicacional próprio.

[...] o movimento possui outros setores, como o de produção, educação, saúde, mas a comunicação também é importante. Dependendo do momento ou das necessidades que o movimento estiver passando, a comunicação é centro da nossa luta (...), porque a mídia burguesa não abre espaço de graça pra nós não e quando abre é para bater na gente (P, 2009).

Por esse caminho, pode-se identificar que o processo de midiatização social também ativa, nos movimentos sociais, a necessidade de ações que visem à constituição de um campo próprio de comunicação. Para Vizer, os movimentos sociais buscam construir e manter meios próprios que divulguem conteúdos de acordo com suas políticas (VIZER, 2007). Isso decorre, em certa medida, devido à desconfiança e à impossibilidade de relacionamento amigável entre movimentos sociais e os demais veículos/grupos de comunicação,

[...] a gente se recusa a dar entrevista para a RBS. Eles não dão a última palavra para o MST (...). Na verdade eles são inimigos de quem luta por justiça, pois dependem do dinheiro que vem da exploração; das empresas que poluem e desmatam.⁷

Percebe-se aí certa impossibilidade de o MST ocupar os espaços regulados pela grande mídia. Dessa maneira, este movimento social busca alternativas para o acesso ao espectro midiático, construindo, assim, seu próprio campo comunicacional: “[...] a comunicação para nós é uma das estratégias para nossa luta e nos ajuda principalmente se for feita por um veículo de comunicação feito por nós” (S, 2009). Pode-se inferir,

⁷ S é integrante da Coordenação Nacional do Setor Nacional de Comunicação do MST.



portanto, que as atuações midiáticas do MST circulam também em torno da preocupação em se ser protagonista dessa produção de sentido por meio de dispositivos que estejam sob sua territorialidade e orientação:

[...] a gente procura realizar a comunicação em todos os espaços que o movimento ocupa, seja nos assentamentos, nas ocupações, nos acampamentos, através das cooperativas (...); nas escolas cada vez mais.⁸

Prova desta crescente inter-relação do MST com os processos midiáticos é o seu vasto campo comunicacional, que é formado por inúmeros veículos comunicação, como:

Jornal Sem Terra: O Jornal do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra é considerado o precursor das atividades de comunicação de massa do MST. Seu início data de 1981, momento em que o MST se definia enquanto movimento de atuação nacional.

Os dirigentes, na época Dom José Gomes, o Stédile e os companheiros dos sindicatos começaram o Jornal Sem Terra [...]. Foi até de baixo de um barraco, no acampamento Encruzilhada Natalino, no Rio Grande de Sul [...]. O Jornal Sem Terra era o grande instrumento da época.⁹

Nas primeiras edições, o Jornal Sem Terra possuía características de um boletim informativo, com produção e circulação semanal. Meses depois, passou a ser quinzenal, com uma tiragem de aproximadamente três mil exemplares. Um ano depois, em novembro de 1983, o Jornal Sem Terra circulou pela primeira vez com 16 páginas. Logo em 1984, com tiragem ultrapassando dez mil exemplares, a circulação passou a ser nacional. No Congresso Nacional do MST, realizado no ano de 1985, na cidade de Curitiba, o jornal se encaminhava para sua 42.^a edição e ganhava novas atenções, especialmente de outras entidades sindicais e partidárias. Nesse processo, o Jornal Sem Terra passou a ser um instrumento de contato com a sociedade e com o estado. Seus objetivos passaram a contemplar o público externo, versando não apenas sobre questões da organização interna ou ligadas à reforma agrária, mas também sobre diversos temas ligados à conjuntura política. Vale ressaltar que, no ano de 1986, o jornal foi agraciado com o prêmio Vladimir Herzog de jornalismo¹⁰. Atualmente, o Jornal Sem Terra possui 20 páginas e recebe contribuições dos setores de comunicação de todos os 23 estados

⁸ A é assentada e integrante do Setor Estadual de Juventude em Santa Catarina.

⁹ P1 é integrante do Setor estadual de juventude de Santa Catarina.

¹⁰ O prêmio Vladimir Herzog é uma realização do Sindicato dos Jornalistas Profissionais no Estado de São Paulo, em parceria com a ABI, a Fenaj, a Comissão de Direitos Humanos da OAB/SP, a Arquidiocese de São Paulo e a família Herzog. O objetivo é premiar os veículos de comunicação que se destacam na luta pelos direitos humanos e pela democratização dos meios de comunicação.



onde o MST está organizado, bem como textos de intelectuais que apóiam a luta pela reforma agrária. Seus 25 mil exemplares, mensalmente distribuídos, possuem abertura para algumas entidades como igreja, sindicatos, universidades e partidos políticos, etc.

Portal da Internet: Localizado em www.mst.org.br, o ‘site do MST’ está no ar desde 1996, chegando a atingir a média de 5 mil acessos diários. Nesse *site*, é possível acessar notícias do cotidiano de luta do movimento, como também notícias e informes de ações e eventos que reúnem outros Movimentos Sociais. No portal também é possível acessar todo o conteúdo do Jornal Sem Terra e da Revista Sem Terra, cadastrar-se no ‘MST Informa’ para receber notícias e baixar arquivos de áudio do programa Vozes da Terra.

Outros *links* possibilitam o acesso a dados do movimento (número de acampamentos, assentamentos e dados econômicos e sociais relativos à questão agrária), poesias e poemas, sugestão de livros, textos e documentos. O internauta pode ainda ouvir e baixar músicas que integram discos e obras lançadas com o tema da reforma agrária. Na loja virtual da reforma agrária, encontram-se à disposição bonés, botons, brindes, camisetas etc. “O site tem uma função de discutir temas mais amplos e de estabelecer uma comunicação com a sociedade em geral. Não é um veículo feito tanto para nossa militância, mas também para os que estão fora dela” (P, 2010).

Audiovisual: Destacamos ainda a centena de vídeos criados por militantes e que são postados no *youtube*. Há, desde o ano de 2005, uma crescente preocupação com a produção audiovisual:

[...] a intenção é aumentarmos a formação dos nossos militantes para o audiovisual (...), principalmente porque a produção pode ser feita até mesmo de um celular e colocada rapidamente na internet. Isso tem dado bons resultados para nós (P1, 2010)

Antes do fenômeno *youtube*, já eram produzidos vídeos em *VHS*¹¹. São mais de 15 documentários e até curtas metragens, algumas disponíveis também em *DVD* (abreviação de *Digital Video Disc* ou *Digital Versatile Disc*).¹²

Revista Sem Terra: Com tiragem de 10 mil exemplares e com edição bimestral, seu conteúdo procura aprofundar as questões agrárias e analisar a conjuntura política, econômica e social do País. Em suas mais de 62 páginas coloridas, a Revista Sem Terra traz reflexões de grandes pensadores e estudiosos, abordando temas especialmente do universo político latinoamericano. Sua fundação aconteceu no mês de agosto de 1997 e

¹¹ Video Home System (VHS). Sistema de Vídeo Caseiro.

¹² Ver mais em: <http://www.mst.org.br/multimidia>. Ou também na Videoteca Virtual Gregório Bezerra: <http://www.armazemmemoria.com.br/cdroms/videotecas/MST/index.htm>. Acessado em 12/03/2010.



buscou dar mais publicidade para as conquistas do MST, especialmente dos resultados de produtividade dos assentamentos do Brasil. De acordo com um militante a Revista Sem Terra “[...] cumpre sua função mais para a realidade urbana. A intenção é atingir mais a Classe Média, que gosta de ler uma boa revista, de boa presença, bem feita” (P1, 2010).

Editora Expressão Popular: Mesmo não estando somente sob a coordenação do MST, esta editora é fruto da iniciativa de lideranças desse Movimento. Como diz o conteúdo publicado em sua página na *Internet*,

[...] foi então que, a partir de 1999, fomos organizando o comprometimento de centenas de profissionais que pensam no mesmo rumo e transformando nossas idéias em realidade: temos hoje mais de 100 títulos publicados, com preços de capa entre R\$ 3,00 e R\$ 22,00, com várias edições esgotadas. Temos o compromisso com a construção de um novo mundo, a convicção de que um novo mundo é possível e, por fim, a certeza de que essa possibilidade será tanto maior quanto maior for o acesso dos homens e mulheres, sujeitos e protagonistas dessa construção, aos saberes desenvolvidos nesse rumo.¹³

A editora Expressão Popular está localizada na cidade de São Paulo (SP) e também possui representação comercial em quase todas as capitais do país.

Em conjunto com os demais Movimentos que compõem a Via Campesina¹⁴, o MST também desenvolve outros meios de comunicação, como a Rádio Agencia NP¹⁵, informativos e jornais de circulação estadual e regional.

Jornal Brasil de Fato: A exemplo da Editora Expressão Popular, o Jornal Brasil de Fato não é um veículo de comunicação estritamente sob o domínio do MST, porém o Movimento e seus simpatizantes foram os que primeiramente impulsionaram sua efetivação. Sua fundação ocorreu na cidade de Porto Alegre, durante o Fórum Social Mundial, no dia 25 de janeiro de 2003. Amplamente, o Jornal Brasil de Fato se propõe veicular temáticas muitas vezes ignoradas pela mídia convencional, buscando também fazer um contraponto, tendo como parâmetro a crítica de esquerda. Sua organização conta com o apoio de entidades que vão desde a Central Única dos Trabalhadores (CUT) até integrantes ligados à ala progressista da Igreja Católica.

¹³ Disponível em: <<http://www.expressaopopular.com.br/loja/empresa.asp>>. Acesso em: 28 mar. 2009.

¹⁴ A Via Campesina é um movimento internacional de camponeses e camponesas, pequenos e médios produtores, mulheres rurais, indígenas, gente sem terra, jovens rurais e trabalhadores agrícolas. As organizações que formam a Via Campesina se estabelecem na Ásia, África, Europa e Continente Americano. Sua fundação aconteceu em maio de 1993, na cidade de Mons, na Bélgica.

¹⁵ Localizada no sítio: www.radioagencianp.com.br. Acessado em 23/03/2010.



Rádios: Durante o 5.º Congresso Nacional do MST, realizado nos dias 11 a 15 de junho de 2007, na cidade de Brasília-DF, foi confeccionada uma carta contendo ‘os 18 compromissos’ a serem assumidos pelos seus militantes. Nesta carta um dos objetivos do movimento é:

[...] 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.¹⁶

São dezenas de experiências radiofônicas realizadas no interior dos acampamentos e assentamentos durante esses 25 anos. Ainda não existe um estudo que contemple, com propriedade, o número de Rádios em funcionamento:

[...] o problema é que nem o Movimento tem um controle sobre essa questão [...]. Não sabemos ao certo quantas rádios do MST estão no ar. É sempre aquela de abre e fecha. Por cima, creio que existem hoje umas 20 rádios [...] todas sem legalização, mas em funcionamento (P1, 2009).

Este número pode ser ainda maior se considerarmos as experiências das rádios-poste, muito desenvolvidas na região nordeste do Brasil. A rádio-poste, enfatiza, “[...] é muito utilizada nos acampamentos, onde o povo se concentra mais [...] aí qualquer alto-falante erguido numa taquara ajuda muito; sem contar que não tem essa de ser ilegal” (P, 2010).

Programas realizados em rádios comerciais e comunitárias: Outra tradição do MST no campo da radiodifusão são os programas realizados em rádios comunitárias e comerciais. Essa tradição vem desde a década de oitenta do século passado. Naquela época, o MST realizava um programa semanal na Rádio Aparecida, o qual permaneceu no ar por aproximadamente dez anos.

Em quase todos os assentamentos, aqueles mais estruturados, o Movimento tem algum envolvimento com as rádios da cidade, sejam elas comunitárias ou não. Mesmo naquelas rádios que a gente sabe que batem em nós, se pudermos comprar o espaço a gente faz o programa sem problema algum (P1, 2009).

Na cidade de Abelardo Luz, oeste catarinense, o MST possui dois programas semanais que são realizados na Rádio Rainha das Quedas AM. Um programa vai ao ar toda segunda-feira, e sua execução está sob a responsabilidade da Cooperativa dos Trabalhadores da Reforma Agrária de Santa Catarina, a Cooptrasc. Esse programa é

¹⁶ Carta do 5º Congresso Nacional do MST – 11 a 15/06/2007, Brasília-DF: <http://www.radiomundoreal.fm/rmr/?q=pt/node/22868> . Acessado em 22/01/2009.



utilizado como um informativo, abordando assuntos especificamente sobre o mundo agrícola e a rotina da cooperativa. O outro programa, intitulado “Terra e Vida”, é realizado pelo setor de comunicação estadual há mais de doze anos:

No início havia muita censura para nosso programa. Os donos da rádio sempre foram inimigos de classe, adversários políticos nossos. Inclusive houve uma época em que o dono da rádio exigia ouvir o programa antes. Não podia ser feito ao vivo e qualquer coisa aí ele cortava e censurava. Tinha o lado que não era feito com profissionalismo, mas no fundo era censura mesmo. Aí nós terceirizamos e compramos o horário com o patrocínio das lojas, postos de gasolina, loja de informática aqui da cidade (P1, 2009).

Ao visitar algumas famílias assentadas da região, percebemos que o programa ‘Terra e Vida’ é identificado pelos assentados como ‘o nosso programa’ e, por alguns ouvintes da cidade, como o ‘programa dos sem-terra’. Após pesquisa participante, enquanto aguardava a chegada do ônibus na rodoviária municipal de Abelardo Luz, perguntei ao dono da lanchonete sobre o programa ‘dos sem-terra’. Para ele, o programa é bom como os outros, pois toca bastante moda de viola: “[...] até parece que esses sem terra têm curso até para serem locutores, pois eles vão longe com esse programa”, destaca.

Sobre o campo comunicacional do Movimento Sem Terra, cabe destacar as atividades realizadas por João Pedro Stédile, um dos dirigentes nacionais que, além de diversos livros publicados, escreve para diversas revistas e veículos de grande circulação. Há também cursos regulares de ensino médio e universitário sobre comunicação que são realizados em estados como o Rio Grande do Sul, São Paulo, Ceará e Pernambuco.

Dentre essas ações comunicacionais do MST citadas até aqui, certamente existem inúmeras outras que se destacam em praticamente todos os 23 estados brasileiros em que o MST se faz presente. Para um militante, agricultor assentado no Rio Grande do Sul

[...] a luta por justiça passa também pela força de comunicação social. Quanto mais comunicação social o movimento fazer a justiça fica mais forte para nós aqui nos assentamentos (...), como também para aquele sujeito que ainda vai entrar na nossa luta.¹⁷

¹⁷ A é assentado na comunidade de 25 de Maio, município de Abelardo Luz, oeste catarinense.



CONCLUSÃO

Que lugar a comunicação ocupa na agenda do MST? Ela é problema ou solução para suas perspectivas e estratégias políticas? As respostas apontam para a certeza de que, na sociedade em midiatização, o MST tem, cada vez menos, a opção de não participar dos espaços comunicacionais, ou seja, adentramos em uma época em que as representações simbólicas são construídas cada vez mais por meio da mídia. Dessa evidência, a construção de espaços midiáticos passa a ser algo indissociável e preocupante ou, se não, um dos componentes mais importantes da agenda deste Movimento Social. Percebe-se que aproximação do MST aos espaços midiáticos deve-se ao motivo de que, atualmente, os veículos de comunicação estão cada vez mais interligados aos processos de produção cultural, político e social. Ou seja, atualmente, nossa cultura tende a trabalhar, cada vez mais, por meio do material simbólico advindo da mídia ou a partir de espaços de comunicação, como é caso do próprio campo midiático desenvolvido pelo MST.

Identificou-se, ao longo deste artigo, que o MST não almeja somente ser visibilizado ou produzir sentido por intermédio das notícias/espaços da grande mídia, visto que não se torna tão acessível e fácil ser o mediador do tema ou da estruturação do discurso dessas grandes redes de comunicação. Por meio desses espaços ‘multimidiáticos’, no caso o seu campo comunicacional, o MST vai configurando novas formas de lutas; fazendo de regras da midiatização insumos para a construção de suas estratégias. Enfim, na batalha por justiça a comunicação social é fato não apenas na agenda ideológica deste Movimento Social, mas também nos espaços em que se concretizam assentamentos, cooperativas, acampamentos, escolas e ocupações.

REFERÊNCIAS

BRAGA, José Luiz. **A sociedade enfrenta a sua mídia: Dispositivos sociais de crítica Midiática**. São Paulo: Paulus, 2006.

_____. Mediatização como processo interacional de referência. In: MÉDOLA, Ana Sílvia Lopes Davi; ARAUJO, Denize Correa; BRUNO, Fernanda (Orgs.). **Imagem, visibilidade e cultura midiática: livro da XV Compós**. Porto Alegre: Sulina, 2007.



BERGER, Christa. **Campos em confronto**: a terra e o texto. Porto Alegre: UFRGS, 1998.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. 2. ed. Rio de Janeiro: Bertreand Brasil, 1998.

ENZENSBERGER, Hans Magnus. **Elementos para uma teoria dos meios de comunicação**. São Paulo: Conrad, 2003.

FAUSTO NETO, Antonio. **Midiatização, pratica social – pratica de sentido**. Trabalho apresentado no encontro da Rede Prosul – Comunicação, Sociedade e Sentido. São Leopoldo, RS, 2006.

_____; GOMES, Pedro Gilberto; BRAGA, José Luiz; FERREIRA, Jairo (orgs.). **Midiatização e processos sócias na América Latina**. São Paulo: Paulus, 2008.
GOHN, Maria Glória da. **Mídia, Terceiro Setor e MST**: impactos sobre o futuro das cidades e do campo, Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.

MELO, Paula Reis. **Tensões entre Fonte e Campo Jornalístico: um estudo sobre o agendamento mediático do MST**. 214 f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação). Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS, São Leopoldo, RS, 2008.

PAIVA, Raquel; BARBALHO, A (orgs.). **Comunicação e cultura da minoria**. São Paulo: Paulus, 2005.

PERUZZO, Cecília Maria Krohling. Da Observação Participante à Pesquisa-Ação no Campo comunicacional: Pressupostos epistemológicos e metodológicos. In: MELO, José Marques de; GOBBI, Maria Cristina (orgs.). **Pensamento comunicacional Latino-Americano: Da Pesquisa-Denúncia ao Pragmatismo Utópico**. São Paulo: UMEESP, 2004.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho**: uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

_____. Eticidade, campo comunicacional e midiatização. In: MORAES, Dênis de. (org.). **Sociedade midiaticizada**. Rio de Janeiro: Maud, 2006.

VERÓN, Eliseo. **El cuerpo de las imágenes**. Buenos Aires, AR: Editorial Grupo Norma, Enciclopedia Latinoamericana de Sociocultura y Comunicación, 2002.

VIZER, Eduardo Andrés; FERREIRA, Jairo. **Mídia e movimentos sociais**: linguagens e coletivos em ação. São Paulo: Paulus, 2007.