

Das ideias que se fazem gestos: sensibilização, formação e produção de novas ações comunicativas¹

Helena Martins do R. Barreto ²

Márcia Vidal Nunes³

Resumo: *As atuais dinâmicas das comunicações afetam distintos aspectos da vida social, das configurações identitárias às relações produtivas. No âmbito da política, questões ligadas à visibilidade e à representação ganham destaque. Observa-se, todavia, que as práticas comunicativas dos movimentos sociais, de modo geral, pouco extrapolaram o caráter espontâneo e responsivo. O MST diferencia-se pelo desenvolvimento de comunicações duradouras e diversas, como jornais, revistas, rádios, filmes e ações propagandísticas. Diante deste cenário, à luz de análises de entrevistas e documentos publicados pelo movimento sobre comunicação, discutimos a dinâmica interna de ampliação do que se percebe como estratégia e objeto da política, feito que envolve o questionamento do lugar de espectador; do olhar sobre a cultura e da configuração da hegemonia.*

Palavras-Chave: *1. Comunicação Política. 2. Políticas de Comunicação 3. Movimentos Sociais*

1. O novo ordenamento do mundo: um olhar a partir da comunicação

As dinâmicas contemporâneas assumidas pelas comunicações potencializam novo ordenamento do mundo. Podemos encontrar as raízes desse processo ao olharmos o desenvolvimento histórico da humanidade com atenção destacada à incessante busca pelo encurtamento do tempo; pela aproximação dos espaços. A vontade de tornar comuns valores, símbolos, moedas e domínios conduziu ao desenvolvimento de tecnologias que permitiram, de forma sempre mais acelerada, o contato entre lugares distantes.

Nesta nova configuração social, que atinge desde as construções identitárias às dinâmicas produtivas, todavia, as comunicações assumiram o papel de principais mediadoras das relações sociais, da percepção do mundo. A midiaticização, forma particular de interação baseada na tecnologia e no mercado, adquiriu feições difíceis de precisar. Com isso, ocorre a transformação da pauta de interesses; das referências que formam a consciência e dos modos operativos desta; dos valores e processos de construção da realidade (SODRÉ, 2010, p. 09).

Dadas essas mutações, devemos questionar como as regras do poder relacionam-se com a posse da comunicação e da informação. Afinal, além de possibilitar o aparato técnico que viabiliza as novas relações espaço-temporais, a informação contribui para a construção e a legitimação daquilo que se pensa sobre o mundo. O papel ideológico dos *media*, por isso,

¹ Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Comunicação e Cidadania do XX Encontro da Compós, na Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, de 14 a 17 de junho de 2011.

² Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFC. Bolsista Capes – DS. Email: mb.helena@gmail.com

³ Professora Doutora, vinculada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFC. Email: marciavn@hotmail.com

talvez nunca tenha sido tão perceptível. Ademais, progressivamente, os meios de comunicação estão ocupando o lugar da tradicional esfera pública, conforme percebeu Habermas (2003) ao discutir a reestruturação dos espaços nos quais ocorria debates sobre temas de interesse comum; bem como o das instituições que eram responsáveis pelo fomento dessas discussões, como escolas, partidos políticos e o próprio parlamento.

2. Da política que se transforma

O que apontamos até aqui explica o novo relevo atribuído às comunicações nas práticas políticas, em meio das quais problemas ligados à visibilidade, à representação e à capacidade de diálogo destacam-se. Isso não quer dizer que questões relacionadas à esfera econômica tenham sido superadas, ao contrário. O poderio econômico dos monopólios midiáticos influi na disposição dos poderes, na produção das notícias e dos valores partilhados socialmente, fazendo com que as lutas por representação, bastante antigas, adquiram novas dimensões e envolvam outros atores e interesses.

Para refletirmos sobre a questão da representação, destacamos elementos que Charles Taylor aponta como constituidores do significado atual do “reconhecimento”, cujas raízes históricas encontram-se nos conceitos de honra e autenticidade. Segundo Taylor, o ideal de identidade considera os “outros-importantes” à definição identitária e “[...] atribui nova importância ao reconhecimento. A minha própria identidade depende, decisivamente, das minhas reacções dialógicas com os outros.” (TAYLOR, 1998, p. 54). Para ele, por isso, o novo na sociedade moderna não é a necessidade de reconhecimento, mas “[...] as condições que podem levar uma tentativa de reconhecimento ao fracasso.” (*Ibidem*, p. 55), algo que via com apreensão, pois defendia não só que o reconhecimento igualitário era necessário para a vida em sociedade, mas que sua negação poderia se transformar em uma forma de opressão.

Esse alerta ajuda-nos a perceber os motivos que fazem com que as lutas simbólicas sejam fundamentais para os movimentos sociais hoje. Já que a forma como os outros reconhecem influencia o próprio reconhecimento e o dos demais, interferirá na conquista de apoio às reivindicações que defendem. Assim, “[...] o não reconhecimento ou o reconhecimento incorreto podem afectar negativamente, podem ser uma forma de agressão, reduzindo a pessoa a uma maneira de ser falsa, distorcida, que a restringe.” (*Ibidem*, p. 45).

Para Taylor (1998, p. 86), portanto, “[...] a luta pela liberdade e pela igualdade deve, por conseguinte, passar por uma reformulação dessa imagem” construída pelos grupos dominantes, que buscam, por meio de um reconhecimento incorreto, inferiorizar os

dominados. Em uma sociedade midiaticizada, a imagem construída pela mídia afeta ainda mais o reconhecimento do outro, sobretudo porque as mensagens que veicula através de textos, sons e imagens são constituidoras de simbolizações que fixam ou ajudam a legitimar significações já construídas. Nesse sentido, a *representação incorreta* construída, por exemplo, sobre o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST) dificulta a conquista do apoio de certos segmentos da sociedade, pois constrói barreiras ao diálogo.

O caso do MST é particular, pois tem sido alvo de verdadeiro bombardeio midiático, conforme constataram Comparato (2001), Berger (1998) e outros pesquisadores. Comparato (2001, p. 109), ao analisar os enfrentamentos que ocorreram entre o governo de Fernando Henrique Cardoso (PSDB) e o MST, constatou que as principais estratégias de FHC para combater o movimento não foram destinadas diretamente a este, mas à imagem que dele era construída pela opinião pública. Com o apoio das empresas de comunicação, o governo federal buscou desqualificá-lo; descaracterizá-lo como movimento social e criminalizá-lo. Por outro lado, o movimento percebeu a ação da mídia e tentou dar respostas à representação incorreta construída sobre suas ações, o que o levou a produzir diversos espaços de comunicação próprios, como o portal na internet⁴ e a Revista Sem Terra⁵.

Além desta disputa por representação, outras transfigurações estão em curso, como a configuração de uma cultura política centrada no consumo de imagens públicas; o uso de serviços comunicativos para campanhas eleitorais e governos, como as sondagens de opinião; a organização dos discursos de acordo com a gramática dos meios; e a realização de ações cada vez mais voltadas aos públicos dos meios de comunicação. Tais mutações, conforme ressalta Wilson Gomes, não devem levar ao esquecimento ou ao menosprezo da política feita “na rua”, mas sim à percepção da complementariedade entre rua e mídia, pois “[...] hoje vivemos em sociedades de fluxo contínuo, intenso, acelerado e multidirecional de informação política” (GOMES, 2007, p. 112), do que resulta um redimensionamento da importância do sistema midiático em meio aos demais componentes do sistema político.

O olhar sobre essa reconfiguração atualiza o entendimento, já antigo, de que a cultura, de modo geral, e a comunicação, em particular, contribuem para a estruturação do poder

⁴ Surgido em 1996, o portal www.mst.org recebe, atualmente, cerca de 5.000 visitas diárias, segundo publicação lançada, pela Secretaria Nacional do MST, por ocasião da passagem do aniversário de 25 anos da organização.

⁵ A Revista Sem Terra, lançada em 1997, é um periódico bimensal que surge para divulgar as ações do MST, sobretudo, para “amigos” do movimento e formadores de opinião.

político. Aliás, a história dos protestos e das organizações políticas está marcada pela existência de jornais que contribuíram para difundir ideias, expor debates e mobilizar adeptos e simpatizantes das causas publicizadas. No universo acadêmico, um profícuo campo de análises situado na interface da comunicação e da política, com o qual dialogamos, foi bastante influenciado pela tese gramsciana da hegemonia como a dominação sustentada pela força e pelo consenso viabilizado, principalmente, pelos aparelhos privados de hegemonia, dentre os quais encontram-se a escola, a igreja, os partidos e os meios de comunicação.

Esta leitura, que influenciou a formação dos Estudos Culturais britânicos, ganhou força, no Brasil, no último quartel do século XX, quando movimentos sociais, associações de moradores e partidos políticos produziram meios de comunicação alternativos. Ainda hoje, ela guarda potencialidade “[...] justamente, em relacioná-la [a comunicação] com a totalidade da vida social, compreendendo-a como *cultura*, práxis interativa, mediação entre sujeito e objeto. E, como tal, estará associada, no pensamento gramsciano, à problemática do Estado, das relações de poder, da hegemonia” (COUTINHO, 2008, p. 43. Grifo original).

Partindo da percepção da hegemonia como sistema de significados e valores, tal como proposta por Williams (1979), Lima (2004, p. 182. Grifo original) entende que ela “[...] se constitui e se realiza no espaço em que o sentido das coisas é construído, isto é, no espaço das *representações*.” Já que o autor percebe os meios de comunicação como cenários de representação e espaços de constituição de uma realidade própria, considera que a mídia se tornou, nos tempos atuais, o aparelho privado de hegemonia “[...] mais eficaz na articulação hegemônica (e contra-hegemônica)” (*Ibidem*, p. 190-191).

3. A realidade convoca a sociedade civil à mudança

O pensamento gramsciano é enriquecedor por mostrar os aspectos diversos que envolvem a dominação, o que fez ao negar o economicismo vulgar e incluir as questões do campo da cultura e da política nas análises das articulações do poder. É salutar, ainda, por lançar luz às práticas de questionamento da hegemonia dominante. Tais ações, que Williams (1979) nomeou como *contra-hegemônicas*, tornam-se possíveis devido à pluralidade da sociedade civil, que “[...] não pode ser percebida somente como lugar de enraizamento do sistema hegemônico de dominação, mas também como o espaço a partir do qual esse sistema é desafiado.” (ACANDA, 2006, p. 181). Esses entendimentos conduziram à expansão da política, já que “[...] en efecto, la concepción economicista del estado como mero instrumento

de coerción nas manos de la clase dominante tenía por corolario uma concepción estrecha de la política que sólo veía en esta el aspecto de la dominación.” (MOUFFE, 1985, p. 136).

Na história brasileira, a contestação é uma prática constante. Durante a “Nova República”, mobilizações populares trouxeram transformações e invenções forjadas no âmbito dos movimentos sociais que, desde décadas anteriores, defendiam o restabelecimento da democracia, a ampliação dos direitos e a cidadania. Essa efervescência deixou marcas na vida política e cultural do país; legado inscrito na chamada “Constituição Cidadã”, fruto de uma disputa política que culminou com a inclusão, no texto final, de preceitos defendidos pelos setores populares, como a participação na formulação das políticas públicas e a garantia de direitos os mais diversos, como o direito à vida, à moradia e à alimentação, dentre outros.

Tais contribuições, contudo, não permaneceram circunscritas ao âmbito institucional. Telles e Paoli (2000, p. 105) destacam que “[...] as lutas sociais que marcaram esses anos criaram um espaço público informal, descontínuo e plural por onde circularam reivindicações diversas.”, o que foi possível, de acordo com as autoras, “[...] porque no campo dos conflitos que agitaram toda essa década, foi construída uma trama representativa por onde a reivindicação por direitos pôde circular, criando identidades onde antes parecia só existirem homens e mulheres indiferenciados na sua própria privação.” (*Ibidem*, p. 105).

A presença desses movimentos – muitos considerados “novos” por trazerem à tona pautas como as questões culturais, ambientais e de gênero –, na esfera pública, “[...] teve o efeito de desestabilizar ou mesmo subverter hierarquias simbólicas que os fixavam em lugares subalternizados por entre uma trama densa de discriminações e exclusões, ao impor critérios igualitários de reconhecimento e princípios democráticos de legitimidade.” (TELLES; PAOLI, 2000, p. 107), o que fomentou a ampliação do campo da política.

Costa (2002, p. 73) afirma que também a difusão das tecnologias de informação e comunicação, apesar de seu caráter ambivalente, contribuiu para a variação das formas de ação e engajamento, além da composição de uma “[...] arena alternativa de constituição da opinião pública.”. Maria da Glória Gohn (2000, p. 23), por sua vez, dá às mídias importância central para as novas dinâmicas experimentadas pelos movimentos sociais; chegando a concluir que: “No novo contexto sociopolítico, a força e a expressividade de um movimento são dadas – mais pelas imagens e representações que eles conseguem produzir e transmitir via mídia do que pelas conquistas, vitórias ou derrotas que acumulam.”.

Essa afirmação taxativa dificulta vermos que as relações entre mídias e movimentos foram e ainda são tênues. Por exemplo, os atos e ocupações do MST inegavelmente revelam a força e a capacidade de mobilização que possui; mas sabemos que alcançam os espaços de discussão quando são noticiadas pela mídia. Não se trata, portanto, de destacar apenas um desses momentos, mas de compreender a inter-relação existente entre eles, nesta conjuntura na qual “[...] os problemas nas áreas da comunicação e da cultura ganharam centralidade e invadiram o campo das lutas, movimentos e organizações sociais.” (GONH, 2000, p. 13).

Diante desse cenário, o caso do Movimento Sem Terra mostra-se particular pois, em 1981, antes da sua organização nacional, ele começou a produzir o *Sem Terra – Boletim Informativo da Campanha de Solidariedade aos Agricultores Sem Terra*, que, inicialmente, contou com apenas 700 exemplares. Em 1984, quando o MST foi fundado, o boletim foi transformado no *Jornal dos Trabalhadores Rurais Sem Terra* (JST), este com distribuição nacional e tiragem de 10.000 exemplares – quantia que, em um ano, foi duplicada.

Naquele momento, predominava uma visão instrumental da comunicação, que um dos atuais coordenadores do Setor de Comunicação do MST, Miguel Stédile⁶ credita à incidência da tese do jornal como organizador coletivo⁷. Como a experiência do JST será a base da comunicação desenvolvida posteriormente, essa concepção perdurará por alguns anos. Tanto que questões relativas à comunicação não eram debatidas em uma instância específica, mas sim em outros setoriais, como expressa a cartilha “Como Trabalhar a Comunicação nos Assentamentos e Acampamentos.”⁸, fruto de capacitação realizada pelo Setor de Educação do movimento, que pretendia “[...] aprofundar o assunto da Comunicação” (MST, 1993, p. 02).

Apesar do documento ser oriundo de discussões bastante iniciais, nele já se registra uma contraposição à mídia hegemônica, postura que permeará toda a discussão do MST sobre o tema da comunicação. O que não se vê, então, é a preocupação com a formulação de uma Política de Comunicação, isso é, com:

⁶ As afirmações de Miguel Stédile foram registradas durante entrevista concedida presencialmente a Helena Martins, em julho de 2010.

⁷ Idéia proveniente da apropriação quase mecânica, por parte da esquerda de modo geral, dos postulados leninistas relacionados à imprensa, expressos, especialmente, no texto “Que fazer?” (LENIN, 1902).

⁸ Partindo da necessidade de melhorar a comunicação nos assentamentos e acampamentos, na cartilha propõe-se a produção de dois “instrumentos”: o Jornal Mural e o Jornal do Assentamento/Acampamento. Nela encontramos textos curtos e diversas ilustrações que ensinam, passo a passo, como são produzidos esses materiais, quais os utensílios necessários etc. Além dessas indicações, frases apontam que a produção e a divulgação das informações devem ser feitas não do jeito “burguês”, mas de forma coletiva, de acordo com a linguagem da comunidade e através de formatos diferenciados.

[...] um conjunto de diretrizes políticas, de natureza permanente e orgânica, sobre a comunicação de uma determinada organização social, invariavelmente materializado por práticas e produções comunicativas planejadas e executadas de forma participativa e dentro de parâmetros de eficiência e eficácia, desempenhando papel formativo e informativo no processo de Educação Popular, com vistas à conscientização dos sujeitos envolvidos direta e indiretamente pelos objetivos estratégicos da organização. (MIANI; FREGONESI. 2007, p.08)

Como questionaremos a presença dessa formulação nos documentos do movimento, é importante registrarmos que a investigação do que chamamos de Política de Comunicação não desconsidera o fato de que as práticas discutidas anteriormente sejam, essencialmente, tipos de comunicação política, afinal estamos de acordo com Sérgio Caparelli (1998, p.01) quando afirma que “[...] a política e a comunicação estabelecem um diálogo, uma inter-relação ou uma consubstancialização dentro de um contexto dinâmico e não estático”.

Nesta pesquisa, consideramos a interdependência desses campos e a totalidade dos processos que os envolvem, conforme alerta Caparelli, embora privilegiemos, metodologicamente, o questionamento da Política de Comunicação entendida como: a instituição de valores ético-políticos que fundamentam as práticas; a fixação de diretrizes que as orientam de forma permanente e a definição das ações que devem ser implementadas para a concretização dos objetivos estratégicos traçados pela organização, tal como propôs Koshiyama (1995, p. 17, *apud* MIANI; FREGONESI, 2007, p. 06).

4. A Política de Comunicação como objeto e estratégia política

A presença dos elementos que elencamos torna-se marcante na segunda metade da década de 90, quando o Movimento Sem Terra é alçado a sujeito político nacional. É, então, organizado o Setor Nacional de Comunicação do MST, que conduzirá esse amadurecimento teórico e prático acerca da comunicação. Com vivências e formulações, o olhar instrumental foi, passo a passo, suplantado pela compreensão do papel estratégico da comunicação e da inter-relação das produções comunicativas com as demais ações encampadas. Já o início deste novo milênio comporta “[...] os anos da virada para a comunicação no movimento”⁹, de acordo com Miguel Stédile. A comunicação passou a ser problematizada em reuniões das

⁹ Exatamente no ano 2000, durante o IV Congresso do MST, foi aprovada a resolução intitulada “Propaganda nas cidades”, que aponta como tarefas do movimento: “a) Implementar de forma permanente a edição de jornais especiais, dedicando um tema especial a cada número. b) Massificar sua distribuição nas capitais e grandes cidades do interior, priorizando a distribuição entre os trabalhadores, estudantes e organização populares. c) Manter a distribuição em forma de campanha que envolva toda a militância, em período determinado. d) Desenvolver diferentes formas de propaganda da reforma agrária.” (MST, 2001: 48–49).

instâncias diretivas. Representantes do Setor de Comunicação integraram a Direção Nacional do MST e, em muitos casos, as Direções Estaduais.

Os documentos¹⁰ produzidos pelo Setor mostra como tais entendimentos foram construídos internamente. Para os analisarmos, traçamos¹¹ duas linhas norteadoras das suas discussões: 1. sensibilização da organização e denúncia da mídia hegemônica; 2. atribuição de funções aos processos comunicativos e estímulo à formação de comunicadores populares.

As mudanças citadas tornaram-se possíveis pela assimilação processual, e ainda em curso, da relevância do tema por toda a organização, o que está explícito no documento “Preparar a comunicação, a agitação e a propaganda”, no qual afirma-se:

O processo de assimilação e de convencimento do todo da organização sobre a importância do trabalho de comunicação, agitação e propaganda, será imprescindível para o crescimento e desenvolvimento dos trabalhos desde a base, em níveis regionais, estaduais e nacional. A começar pelos dirigentes, que são os responsáveis pelas mensagens de orientação políticas e práticas para a nossa militância e da esquerda em geral. O ato de assimilar e convencer-se significará que esse desafio passará a fazer parte da vida cotidiana dos militantes de todas as áreas, dirigentes e dos militantes da comunicação, propaganda e agitação. (MST, 2004a, p. 03)

A primeira ação desenvolvida para sensibilizar o conjunto da militância, conforme observamos, consistiu em valorizar os materiais comunicativos do movimento, especialmente o *Jornal Sem Terra*, cuja mística existente e alimentada em seu torno é emblemática. Por exemplo, é bastante comum encontrarmos exemplares do periódico não só enfeitando espaços ou atos do MST, mas simbolizando a existência vitoriosa do movimento. O próprio aniversário do JST não é comemorado na data da publicação de sua primeira edição, mas sim no dia em que os trabalhadores obtiveram vitória em uma de suas primeiras lutas, no acampamento Encruzilhada Natalino, no Rio Grande do Sul (MST, 2001, p. 01).

Muito embora valorize suas produções e saiba que, em relação a outras organizações da sociedade civil, tenha acumulado experiência nesse campo, o MST reconhece que ainda há debilidades a superar, como a leitura de “[...] que a comunicação faz parte da luta” (*Ibidem*, p. 01), algo que acredita ser de difícil “assimilação” devido à natureza popular, sindical e política da organização. Assim, “[...] a comunicação, os meios de comunicação, a informação acabam sendo demandas secundárias, pois temos demandas urgentes e imediatas de

¹⁰ O material em análise nos foi cedido pela coordenação do setorial. A lista completa dos documentos consta nas referências deste artigo.

¹¹ Essas linhas encontram-se em conexão constante, pois referem-se a temas, reflexões e proposições que estão dialeticamente relacionados. A opção por essa organização é, assim, estritamente metodológica.

sobrevivência humana” (MST, 2004a, p. 01). A pouca centralidade dada ao tema, de acordo com o documento, acaba impelindo o movimento a retardar “o avanço da consciência” e a abrir mão de uma “batalha ideológica”, o que leva os camponeses a reproduzirem valores difundidos pelos tradicionais meios de comunicação (MST, 2004a, p. 01).

O texto também trata da turva distinção entre as ideias de comunicação, propaganda, informação e agitação, e alerta que isso dificulta a especificação das tarefas e de seus respectivos responsáveis. Após listar possíveis ações para cada uma dessas dimensões, aponta que a superação das deficiências ocorrerá com a organização e capilarização do setor:

A comunicação e a difusão das idéias revolucionárias se dará através da organicidade interna, por onde correm os veículos de comunicação e o jeito do MST na totalidade. Portanto, o desafio da comunicação, agitação e propaganda dependem fundamentalmente da organicidade interna do nosso Movimento. A comunicação não terá vida e perenidade por conta própria, só desenvolverá enquanto área de trabalho do conjunto do Movimento, se a organicidade estiver enraizada na base, nos núcleos de família, nas regionais, estaduais e nacional. (MST, 2004a, p. 02).

Creditamos a potencialização dessa almejada sensibilização ao aumento das denúncias sobre a mídia hegemônica, cujas práticas criminalizantes foram acentuadas naquele período. Para ilustrar o cenário, Miguel Stédile recorda as capas publicadas pela Veja, como a que trazia a foto de um dos líderes do MST, João Pedro Stédile, com uma expressão tensa, em tons avermelhados. Para o integrante do Setor de Comunicação, isso ratifica que, quando “[...] a criminalização se acentua, a ofensiva da mídia não só se acentua ou até mesmo é anterior, prepara a criminalização, legitima o processo de criminalização.”

Houve, então, o esforço para se entender as relações entre comunicação e sociedade, o que vemos no documento “Hegemonia, Política, Comunicação e Cultura”. Fruto de um curso realizado na Escola Nacional Florestan Fernandes, o texto diz objetivar “[...] demonstrar como, neste momento histórico, a hegemonia das classes dominantes é sustentada por uma estratégia de difusão de valores através dos meios de comunicação.” (MST, 2005, p. 01). E mais: “Queremos demonstrar o papel que a cultura e a comunicação assumem e, da mesma forma, porque a comunicação e a cultura são fundamentais para construir uma hegemonia dos trabalhadores.” (*Ibidem*, p. 01). Defende, ainda, que um amplo projeto de Reforma Agrária, que reestruture a totalidade da produção da vida, implica a construção de “[...] novos valores, novos significados e o enfrentamento à hegemonia do capital.” (*Ibidem*, p. 09).

No documento, o entendimento das articulações entre capital e Estado, cultura e comunicação é a base de sustentação da análise sobre a função política que a concentração

mediática desempenha, o que é exemplificado pelo papel ideológico que telenovelas, jornais e filmes cumprem ao difundir “padrões hegemônicos de representação”, que fixam a imagem dos movimentos sociais como violentos, atrasados. Alicerçado por essas denúncias, provoca: “A questão a ser pensada é: por que aceitamos de forma natural, por tanto tempo, a idéia de que o domínio dos meios de produção da TV, do cinema, das rádios, do teatro, é inerente à classe dominante?” (MST, 2005, p. 8), e arremata: “Transformar a comunicação e a cultura são tarefas para se construir uma hegemonia da classe trabalhadora hoje.” (*Ibidem*, p. 9).

A expressão dos conflitos com os veículos empresariais é constante não apenas nas discussões internas; ela está bastante presente nas mensagens voltadas aos públicos externos. Por exemplo, ao investigar diversas edições da Revista Sem Terra, Nunes, Menezes e Carvalho (2010, p. 322-323) notaram que três eram os temas tratados com destaque: debate sobre a reforma agrária, análise conjuntural do Brasil e crítica à mídia tradicional. A mesma centralidade é percebida ao analisarmos as linhas políticas traçadas para a sua assessoria de imprensa, o que exhibe a conexão entre a fixação de valores e a definição das práticas, mesmo em se tratando de um espaço ocupado não exclusivamente por militantes¹². O documento que estabelece essas linhas inicia com a denúncia dos aparatos comunicacionais hegemônicos e das táticas que eles usam para criminalizar o movimento, tais como cooptação de dirigentes através do personalismo; divisão por meio da divulgação de supostas frações internas; criminalização a partir da publicização de estigmas negativos (MST, 2006, p. 01).

Após tecer as críticas, o Setor de Comunicação estabelece formas de relacionamento com a imprensa tradicional; indica o que deve ser pautado prioritariamente, bem como os veículos e jornalistas com os quais o movimento não dialoga; atenta para casos e formas de utilização de entrevistas coletivas e para o cuidado com as imagens; detalha, inclusive, formas de dar respostas à imprensa. Por outro lado, destaca a importância das relações com os meios de comunicação comunitários, sobretudo com as rádios, que devem, de acordo com o documento, ser abastecidas com notícias. Fica claro, portanto, que o MST procura exercer, na prática, as ideias acumuladas, seguindo uma visão de totalidade que tem possibilitado a ele efetivar o que Caparelli (1998, p. 01) define como “comunicação política”, isto é, a percepção de que “[...] a política é um atributo de comunicação, talvez seu conteúdo”.

¹² De acordo com Vargas (2006, p. 61), no MST trabalhavam, em 2006, 11 assessores, dos quais 7 eram jornalistas formados. A pesquisadora afirma que, eventualmente, o MST realiza encontros de formação com os seus assessores, como ocorreu em 2005, quando também participaram militantes do movimento que desempenham função de assessoria, e, em 2006, ano em que apenas os jornalistas foram reunidos.

4.1 Objetivos e coletivização das ações

A reflexão sobre a efetivação das ideias em gestos nos conduz à discussão do segundo eixo estabelecido para a análise da documentação: a atribuição de funções aos processos comunicativos e o estímulo à formação de comunicadores populares.

Nos “Princípios ideológicos da comunicação do MST” (2001a), encontramos uma lista de dezesseis atribuições concernentes à prática comunicativa, que podem ser resumidas em dois objetivos gerais: 1. potencializar a organização e a mobilização; e 2. manter a unidade política e ideológica do movimento.

A ideia da comunicação como elemento organizador e mobilizador encontra lastro na produção teórica da área, a exemplo das pesquisas desenvolvidas por Kaplún (1987) e Peruzzo (2004). Particularmente, o MST esboça a confiança de que esses objetivos podem ser alcançados “[...] quando [a ação comunicativa] permite o acesso às informações, quando multiplica os instrumentos de propaganda e levam à ação dos militantes, quando se torna um suporte para a atividade dos formadores, educadores, técnicos, etc.” (MST, 2004, p.03).

Na tentativa de materializar essas propostas, o movimento desenvolveu o hábito de valorizar desde a produção à venda dos materiais, que diz ser considerada “[...] tão valiosa e digna que o ato de ocupar um latifúndio.” (*Ibidem*, p. 05). Com o mesmo intuito, propôs atrelar, especialmente, o Jornal Sem Terra às demais atividades da organização. Nesse sentido, indica que: “A leitura do Jornal Sem Terra poderia contribuir na alfabetização de jovens e adultos, nas reuniões das Coordenações Regionais, utilizando o editorial do Jornal como análise da conjuntura; como estudo das Direções Estaduais.” (*Ibidem*, p. 04).

Em pesquisa anterior, analisamos a gestão de uma rádio livre produzida pelo movimento, em Madalena (CE), e problematizamos como a relação com a comunicação potencializa a mobilização e a organização. Vimos que sobretudo as juventudes foram envolvidas pelo trabalho na rádio. O convívio ali, conforme constatamos, possibilitou o conhecimento das discussões e linhas políticas defendidas pelo movimento, tanto pela participação em espaços de formação destinados aos jovens quanto pela necessidade de divulgar as propostas e concepções, que foram conhecidas a partir da leitura do JST e de

cartilhas temáticas. Tudo isso levou, por fim, à identificação desses jovens, que passaram a se reconhecer como integrantes do MST e não mais apenas como moradores do assentamento¹³.

Esse exemplo dialoga com o segundo objetivo apontado: a manutenção da unidade política e ideológica, algo fundamental para a sobrevivência de um movimento composto por diversificada base social. Para constituir essa unidade, busca-se estabelecer referências históricas, simbólicas ou programáticas comuns entre seus integrantes. Nesse esforço, estão inseridas as escolhas do hino, da bandeira e do símbolo do MST, bem como a edificação de uma identidade coletiva, o “Sem Terra”, “[...] nome que revela uma identidade, uma herança trazida e que já pode ser deixada aos seus descendentes, e que tem a ver com uma memória histórica, e uma cultura de luta e de contestação social.” (CALDART, 2001, p. 211).

As finalidades pretendidas acarretaram ao movimento o cuidado dos conteúdos que veicula, visto que visam apresentar aos receptores uma outra leitura da história, que contribua para a desmistificação do estigma de grupo violento, dentre outros. Além disso, ciente de que os valores e representações hegemônicas “[...] estão contidos na estrutura formal de representação desses produtos, e não necessariamente no âmbito do conteúdo.” (MST, 2005, p. 02), o Setor de Comunicação desenvolveu uma leitura crítica da estética das produções massivas e desafiou-se a elaborar uma outra. Como avalia Iná Camargo Costa (*apud* MST, 2007, p. 06, grifo nosso), “[...] os militantes do MST entenderam que o seu combate exigia a construção de suas próprias formas de **representação estético-política**, da experiência social e a invenção de suas próprias formas de ação cultural contra-hegemônica.”

Os objetivos que discutimos podem ser relacionados à formulação gramsciana que considera a realização de uma reforma intelectual e moral necessária à efetivação de um processo de transformação da sociedade. Essa reforma deve partir do questionamento dos códigos dominantes, que são compartilhados socialmente, e conduzir à elaboração de novas representações, condutas, modos de vida. A conexão do que analisamos com essa perspectiva teórica fica clara no documento de 2005, que avalia como também a cultura camponesa está impregnada pelos valores hegemônicos e afirma que ela deve ser questionada e não tratada como imutável ou como a expressão de uma resistência dada *a priori* (MST, 2005, p. 04).

¹³ Referimo-nos à monografia de Helena Martins, desenvolvida sob orientação de Márcia Vidal, intitulada “*Onde só vento se semeava outrora*. Comunicação: espaço de luta política – análise da rádio 25 de Maio FM, produzida pelo MST”, defendida em 2009, na UFC.

Isso porque, de acordo com a leitura expressa naquele texto, a transformação da cultura em mercadoria atinge inclusive as tradições, tratadas hoje também como produtos (*Ibidem*, p. 04). Com vistas à alteração desse quadro, aponta como necessário o questionamento do que designa como a “lógica do espetáculo” que, ao separar produtores e espectadores em pólos distintos, faz com que estes últimos construam uma vivência baseada no consumo dos bens culturais produzidos por outrem. Defende, portanto, que uma ação contra-hegemônica, na esfera cultural, deve pretender recriar a cultura popular, o que “[...] significa que ela precisa estar a serviço da emancipação dos seres humanos, onde o povo assuma o papel de protagonista e produtor das expressões culturais.” (MST, 2005, p.05).

O apelo à criação de uma nova cultura, a partir da ação dos próprios trabalhadores, está em todos os documentos que analisamos. Neles, há, de forma recorrente, o alerta sobre a necessidade de formação técnica e política na área, pois defende-se que, com ela, os próprios militantes se apropriariam das técnicas e linguagens e conquistariam autonomia para a produção dos próprios jornais, revistas, peças de teatro e conteúdos audiovisuais.

Essas formações, ressaltamos, são realizadas desde os primeiros anos do movimento, quando ocorriam encontros e oficinas de capacitação com os chamados “zeladores” do JST. O que ocorre, posteriormente, é uma mudança qualitativa delas. Os cursos técnicos sobre questões específicas vão dando lugar, nos anos 2000, a outros, mais completos. Em 2002, houve uma experiência, no Instituto Técnico de Capacitação e Pesquisa da Reforma Agrária (Itterra), em Veranópolis (RS), de incluir carga horária destinada à qualificação em comunicação, em cursos de ensino médio. Posteriormente, o movimento investiu em cursos informais, sobretudo após a fundação da Escola Nacional Florestan Fernandes, em 2005.

O ápice desse processo de formação ocorreu em 2009, quando a Universidade Federal do Ceará (UFC), em parceria com o MST, iniciou o curso de Jornalismo da Terra, voltado a integrantes desta e de outras organizações populares, como o Movimento dos Atingidos por Barragens (MAB) e a Comissão Pastoral da Terra (CPT). Com isso, sessenta pessoas vindas de dezesseis Estados poderão ter formação superior na área da comunicação, o que decerto contribuirá para com o desenvolvimento das produções comunicativas desses coletivos.

Todo o empenho para se garantir uma formação de qualidade, aliado ao acesso às tecnologias, tem possibilitado ao MST produzir ainda outras formas de comunicação, como filmes e ações de agitação e propaganda. É salutar, também, a tentativa de elaborá-las com características diferenciadas, desde a estética ao conteúdo. Afinal, como problematiza Miguel

Stédile, “O fato da convergência tecnológica permitir fazer muitas coisas pode abrir espaço para o questionamento à indústria cultural; para a produção de novos formatos e estéticas. O risco é você usar esse arsenal técnico para fazer a mesma coisa e de forma mais precária.”.

Embora esse desafio esteja colocado, sabemos que padrões hegemônicos continuam sendo reproduzidos. Além disso, há outras falhas reconhecidas e registradas nos documentos em análise, como o uso excessivo da linguagem panfletária e a falta de uma logística que garanta boa distribuição dos materiais. Apesar delas, o processo que discutimos até aqui nos mostra a preocupação crescente em relação à temática da comunicação e da cultura, e, ainda, o refinamento progressivo das ações e formulações do MST.

5. Conclusão

O Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra tem caminhado para a construção de uma Política de Comunicação consistente, principalmente no que se refere à fixação de diretrizes políticas e ao atrelamento das ações comunicativas à estratégia política de cada período. Apesar desses avanços, percebemos a ausência, nos textos dos documentos analisados, de indicações de atividades práticas permanentes. Por exemplo, o que o Setor aponta para a Jornada de Lutas que realiza, todos os anos, no mês de abril? Supomos que a falta de definições táticas pactuadas coletivamente acaba debilitando as ações comunicativas nos Estados, conforme temos acompanhado. Neles, de modo geral, as assessorias e o Setor de Comunicação funcionam de forma incipiente, mantendo o caráter instrumental e defensivo que, tendo em vista a experiência e as análises feitas, já poderiam ter sido superados.

A existência de avanços e contradições nas práticas e discussões do MST só reforça a necessidade de um questionamento constante dos modos de compreender e atuar politicamente. Sozinhas, as fórmulas oferecidas pelos clássicos do pensamento político ou pelos exemplos das ações que já ocorreram não darão conta dos desafios dos tempos atuais. É preciso discutir e atualizar as estratégias; questionar novos problemas que chegam a público; atentar criticamente para as formas de intervenção reinventadas pelas novas tecnologias.

Essas não são movimentações simples, pois ferem lógicas construídas historicamente e enfrentam interesses econômicos e políticos nem sempre explícitos. Além disso, esses questionamentos tornam-se mais difíceis nas sociedades do capitalismo avançado, pois nelas “[...] a ação incorporadora do hegemônico em relação às práticas emergentes, oposicionais ou alternativas tende a ampliar cada vez mais seu raio de abrangência” (RIBEIRO, 2004, p. 31).

Tendo em vista os desafios postos, concluímos que a experiência do MST tem o potencial de fomentar debates e ações, principalmente, junto às demais organizações da sociedade civil.

6. Referências

- ACANDA, Jorge Luís. **Sociedade civil e hegemonia**. Trad.: Lisa Stuart. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2006.
- CALDART, Roseli Salette. **O MST e a formação dos sem-terra: o movimento social como princípio educativo**. Revista Estudos Avançados 15. São Paulo, 2001. Disponível: www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-40142001000300016. Acesso: jun/2010.
- CAPARELLI, Sérgio. **Das políticas de comunicação à comunicação política (e vice-versa)**. Porto Alegre, 1998. Disponível em: www.robertexto.com. Acesso: jan/2011.
- COMPARATO, Bruno Konder. **A ação política do MST**. São Paulo Perspec.[online]. 2001, vol.15, n.4, p. 105-118. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/spp/v15n4/10377.pdf>. Acesso: jun/2010
- COSTA, Sérgio. **As Cores de Ercília**. Esfera pública, democracia, configurações pós-nacionais. Ed.UFMG, 2002.
- COUTINHO, Eduardo Granja. **Gramsci: a comunicação como política**. In: COUTINHO, FREIRE e PAIVA (Orgs.), **Mídia e Poder: Ideologia, discurso e subjetividade**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2008.
- GOHN, Maria da Glória. **Mídia, Terceiro Setor e MST - Impactos sobre o futuro das cidades e do campo**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.
- GOMES, Wilson. **Transformações da Política na Era de Comunicação de Massa**. São Paulo: Paulus, 2004.
- LIMA, Venício A. de. **Mídia, Teoria e Política**. 2ª ed. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2004.
- MORAES, Dênis de. **A tirania do fugaz: mercantilização cultural e saturação midiática**. In: Moraes, Dênis de (Org.). **Sociedade Mídiaizada**. (p. 33-50). Rio de Janeiro: Mauad, 2006.
- MIANI, R. A.; FREGONESI, L. A. **A Política de Comunicação como fator de organização e mobilização dos movimentos sociais e populares**. Intercom, 2007. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R1140-2.pdf> Acesso: dez/2010
- MOUFFE, Chantal. **Hegemonia, política e ideologia**. In: Del Campo, J. L. (org.), **Hegemonia y Alternativas Políticas en America Latina**, Siglo XXI, 1985.
- NUNES, M. V.; MENEZES, A. S.; CARVALHO, A. G. **A auto-imagem do MST na “Revista Sem Terra”: a guerra simbólica através da mídia**. In: BARBALHO; FUSER; COGO (Orgs.) **Comunicação para a Cidadania: Temas e Aportes Teórico- Metodológicos** (p. 315-333). São Paulo: Intercom, 2010.
- PAOLI, Maria Célia; TELLES, Vera da Silva. **Direitos Sociais: conflitos e negociações no Brasil contemporâneo**. In: ALVAREZ, Sônia E.; DAGNINO, Evelina; ESCOBAR, Arturo (orgs.). **Cultura e Política nos Movimentos Sociais Latino-Americanos: novas leituras**. Belo horizonte: Ed. UFMG, 2000.
- RIBEIRO, Lavina. **Comunicação e Sociedade**. Rio de Janeiro: E-papers, 2004.
- SODRÉ, Muniz. **Antropológica do Espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede**. 5ª Ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.
- WILLIAMS, Raymond. **Marxismo e Literatura**. Rio de Janeiro: Zahar, 1979.
- TAYLOR, Charles. **Multiculturalismo**. Lisboa: Ed. Instituto Piaget, 1998.
- VARGAS, Isabela J. **Ocupando manchetes – como o MST agenda a mídia – estudo sobre as estratégias de agendamento do Movimento dos Sem Terra no abril vermelho**. UNB, 2006. Disponível em: bdtd.bce.unb.br/tesesimplificado/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=1891 Acesso: jul/2009.
- Documentos do MST:**
- MST. **Teatro e Transformação Social**. Vol. 1: Teatro Forum e Agit-Prop. São Paulo: CFPC, 2007

- MST, Setor Nacional de Comunicação do. **Princípios Ideológicos da Comunicação do MST**. 2001a
- MST, Setor Nacional de Comunicação do. **Preparar a comunicação, agitação e propaganda**. 2004a.
- MST, Setor Nacional de Comunicação do. **Linhas políticas do Setor de Comunicação, Agitação e Propaganda para o próximo período**. 2004.
- MST, Setor Nacional de Comunicação e Coletivo Cultura do. **Hegemonia, Política, Comunicação e Cultura**. Brasília, 2005.
- MST, Setor Nacional de Comunicação do. **Linhas Políticas para a assessoria de imprensa**. Brasília, 2006.
- MST, Setor de Educação. **Boletim da Educação. N° 3. Como Trabalhar a Comunicação nos Assentamentos**