

Comunicação como elemento de mobilização política e dialogia no MST Nacional

Autor: OLIVEIRA, Guilherme J. P. H. e. Mestrando pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.

Resumo: Neste artigo propomos trabalhar, a partir de entrevistas e pesquisa bibliográfica, com a exposição das estruturas de comunicação internas e externas do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra, em uma perspectiva nacional, para entender o papel e as potencialidades destas, em especial no que tange a participação direta dos assentados nestes meios de comunicação, se apropriando deles. As investigações realizadas até o momento dão conta de que o MST constrói sua estrutura de comunicação e produção simbólica a partir de uma relação entre uma estrutura centralizada, ao redor da qual se articulam sua assessoria de imprensa (AI), seus meios de comunicação (Jornal Sem Terra, Revista Sem Terra, Site e Rádios), seus meios de formação (escolas rurais, centros de formação, brigadas de cultura) e sua rede de informação (dirigentes, militantes e colaboradores, políticos próximos, etc), nos interessando o acompanhamento das duas primeiras categorias e a investigação e lançamento de hipóteses acerca do significado destas para a base do movimento, suas articulações e públicos externos e a mídia. A partir da observação destes meios pretendemos trabalhar os conceitos de Comunidade, Ideologia e Dialogia, para o entendimento das funções, hipóteses e potenciais destes meios para o Movimento e na sociedade como um todo. A hipótese de que parto é a da existência de uma estrutura de comunicação organizacional efetiva e atuante no movimento, que o sustenta e o compõe, com grau moderado de participação direta da base do movimento, mais presente em instâncias de sugestão e avaliação do que naquelas de produção, denotando a existência de uma profissionalização do setor de Comunicação do Movimento.

Palavras chave: Dialogia; Comunicação Comunitária; Movimentos Sociais.

Considerações Iniciais

O objetivo inicial deste estudo fora o de testar a hipótese de que as estruturas de comunicação dos movimentos sociais assumiam um papel diferenciado das estruturas de mídia padrão / difusionista ou das assessorias de imprensa, focando a análise no Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra, que hoje pode ser considerado, sem dúvidas ou dificuldades, o mais organizado movimento do país.

Para tal análise, optamos pela realização de entrevistas abertas com os membros do movimento que participavam do setor de comunicação, em especial aqueles que produziam e editavam material para suas mídias. Como metodologia para a realização das entrevistas, optei ainda por trabalhar com uma série de perguntas simples, a saber: qual o histórico da mídia / setor; qual a tiragem e público do veículo; como se dá a participação do público no veículo; qual a relação do veículo com a base do movimento; qual a relação do veículo com a direção do movimento; como se constrói e se avaliam as pautas do veículo. A partir destas perguntas base, abriram-se as entrevistas, variando de acordo

com a necessidade e complexidade da mídia, assim como da disponibilidade dos entrevistados. Fica aqui registrada minha gratidão aos entrevistados, que se mostraram abertos às perguntas, pacientes com as ignorâncias deste pesquisador e dispostos a contar, apaixonadamente alguns, sua relação com a comunicação, o jornalismo e o movimento.

O contexto de exploração da Comunicação Social no Brasil é marcado pela presença de serviços privados que atuam livremente ou por concessões (no caso das Rádios e Tvs) e, às vezes, com recursos públicos diretos (publicidade) ou indiretos (isenções ou políticas de incentivo). Nossa sociedade chega hoje ao que Ferreira (2006) classificou como “sociedades emancipadas”, “às quais se atribuem políticas comunicacionais em consonância com expedientes como transparência, ética, liberdade de expressão, equilíbrio social, e divisão de poderes”. Apesar das discussões atuais acerca do papel de TV e rádio públicas, assim como das concessões públicas de rádio e televisão, as estruturas estatal e privada seguem formato difusionista, que entendo como aquele que privilegia a emissão de produtos comunicacionais de diversos gêneros sem abertura para o retorno imediato ou para a veiculação livre de produção pela sociedade, e portanto não permitindo participação popular efetiva. As classes populares e movimentos sociais ficam, dessa forma e como apontam as pesquisas de Comparato (2001) e Lupion (2006), alijadas dos meios de comunicação social eletrônicos, principal forma de se chegar às massas. Além destes meios, desde 1998 está regulamentada no país a radiodifusão comunitária e educativa, capitaneada pelas emissoras estatais da TVE. Há presença, ainda, de emissoras estatais que difundem conteúdos dos poderes Legislativo e Judiciário. Reforçando este quadro conjuntural, vale apontar que, no que tange à propriedade dos meios de comunicação e a importância de sua utilização por e pelas comunidades, Ferreira (2006) coloca, citando o cubano López Vigil (2002 p.490): *A pergunta é inevitável: Quem e quantos são os donos da palavra e da imagem na América Latina e no Caribe? A concentração salta aos olhos e ao ouvido: 85% das emissoras de rádio, 67% dos canais de televisão e 92% da mídia escrita pertencem à empresa privada.*

Levantamentos de movimentos de apoio à comunicação popular e comunitária e contra a concentração, como o *Donos da mídia*, ligado ao Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação, e do coletivo Intervozes, que apóia a causa do Direito à Comunicação, dão números ao quadro de concentração dos meios em cerca de uma dezena de grupos econômicos, reforçando o quadro privado, e restrito, das comunicações no país, de forma que não iremos detalhar aqui, de forma que não detalharemos aqui.

Tomamos ainda por consensual a ligação dos movimentos sociais com o caráter reivindicatório de políticas públicas para populações carentes e/ou excluídas, desconsiderando sua efetividade ou

lisura durante tal processo, muitas vezes atacadas pela mídia conservadora, conforme o noticiário de veículos como *Carta Maior*, *Caros Amigos* e *Carta Capital* frisa continuamente. Neste sentido, as estratégias e políticas de comunicação destes movimentos se constituem como resposta aos ataques desta mídia conservadora, composta por veículos privados que compõe o quadro citado. A necessidade desta comunicação “responsiva” se constrói também a partir da estrutura base dos meios de comunicação, em especial os de caráter privado, que vem a ser o que Detoni classifica como modelo difusionista de comunicação, acima descrito, em anteposição a um modelo dialógico, conforme Amayo (1992, pag.61-62):

No modelo de transmissão difusionista, o fluxo de informações é unidirecional e ocorre, em geral, sem intervenção dos ouvintes, apesar do tom coloquial e intimista de algumas emissões. A audiência é vista como uma massa amorfa, com características generalizantes. A relação que se estabelece é entre uma entidade abstrata (a emissora) e o ouvinte médio, outra abstração. Os conteúdos tendem a confirmar as posições e os valores cristalizados, contribuindo para homogeneizar os comportamentos e ignorando as diferenças. As emissoras dependem da indústria discográfica e das grandes agências de notícias e trabalham com temas e formatos padronizados. Requerem altos investimentos e possuem uma administração vertical e centralizada.

Vale ainda citarmos Lima (1981, p.59) que pontua trechos diversos na obra de Paulo Freire em que tal modelo de comunicação, em sua essência “difusionista”, portanto não-dialógico, recebe duras críticas, ao que destaco: “*Comunicação (é) a co-participação dos sujeitos no ato de pensar... implica numa reciprocidade que não pode ser rompida. O que caracteriza a comunicação enquanto este comunicar comunicando-se é que ela é diálogo, assim como o diálogo é comunicativo*”

Para melhor refletir acerca dos dados de López Vigil, talvez animadores posto que anteriores ao momento de fusões e concentração que se desenha hoje, vale atentar novamente para as reflexões de Comparato (2001), que coloca os Meios de Comunicação de Massa hegemônicos como instituições ligadas histórica e ideologicamente às oligarquias, portanto aos poderes hegemônicos estabelecidos na sociedade. A solução, apontada pelo autor, está na democratização da emissão, através da gestão popular dos meios, e encontra respaldo nas teorias de *Agenda Setting*. Tal hipótese, por sua vez, deixa em aberto a possibilidade de que as classes populares não têm sua própria agenda, suas próprias necessidades, expressos nos meios de comunicação de massa. Consideramos ainda certa a hipótese de que tal impacto é ainda maior sobre a grande maioria dos Movimentos Sociais, que, diferentemente do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST), não contam com estrutura de dimensões e alcance nacionais.

Sobre a estrutura de comunicação do MST

Da investigação que balisou este texto percebe-se que o MST constrói sua estrutura de comunicação e produção simbólica a partir de uma relação entre uma estrutura centralizada, ao redor da qual se articulam sua assessoria de imprensa (AI), seus meios de comunicação (Jornal Sem Terra, Revista Sem Terra, Site e Rádios), seus meios de formação (escolas rurais, centros de formação, brigadas de cultura) e sua rede de informação (dirigentes, militantes e colaboradores, políticos próximos, etc). Este artigo focará no conjunto dos dois primeiros itens, mais afeitos a lógica e tradição das ciências da comunicação.

Na série de entrevistas realizada e no material pesquisado, fica patente a ligação histórica do movimento com a comunicação. Ainda em seus primórdios, antes mesmo do movimento se oficializar enquanto tal, no embrionário acampamento da Encruzilhada Natalino, quando este se encontrava cercado pelo coronel Curió, em 1983, foi um jornal, então um boletim mimeografado, passado de forma escondida pelos bloqueios do exército, que realizou a comunicação com apoiadores e a sociedade civil. À época, respondia ao isolamento que a mídia fazia do campo, angariando apoio ao Movimento e trazendo informações de fora para a ocupação. O Jornal Sem Terra conta sua data a partir deste boletim, ao passo que a criação oficial do Movimento se deu em 1984. No começo da década de 1990 surgiu a Revista Sem Terra, sistematizada em definitivo por volta de 1997. O massacre de Eldorado dos Carajás e o IV Congresso do Movimento, em 2000, foram fundamentais para ampliar a articulação entre as esquerdas, o que passou a ser um dos direcionamentos do MST, e refletiu em suas estratégias de comunicação. Nesta época se constitui a assessoria de imprensa do Movimento e se investiu no site como ferramenta de comunicação.

Hoje o setor de comunicação é centralizado na direção do movimento, e das decisões desta direção são direcionadas as ações dos militantes envolvidos diretamente neste núcleo no diretório nacional, em São Paulo, a saber, em meados de 2009: um assessor de imprensa, uma profissional que realiza clipping e revisão, duas editoras (uma para o jornal e uma para o site), um diagramador para o jornal, além de dois editores, um membro da direção do movimento e um revisor para a revista, constituindo uma equipe enxuta, com a qual atuam ainda outros militantes, em tarefas de infraestrutura e distribuição. Este esquema básico não inclui a rede de assessorias nos outros escritórios nacionais e estaduais.

Tal estrutura tem duas funções principais: a de informar a própria base social do movimento sobre questões de seu interesse, algo em torno de 120 mil acampados e 350 mil assentados, distribuídos em 23 estados e no Distrito Federal; e a de informar a sociedade sobre as demandas e interesses do Movimento, inclusive em resposta a mídia e a outras instituições. Tem, portanto uma função de

manutenção da unidade interna e de formação de uma base de atuação política. Sua perspectiva é de contenção de danos, para tentar dialogar com a sociedade através de seus próprios meios de comunicação e através de “brechas” nos meios de comunicação da “imprensa burguesa”, em princípio considerada desfavorável ao MST. Os meios do Movimento se destinariam a públicos diferentes dentro deste quadro maior de funções, a saber: o Jornal Sem Terra se destina predominantemente a comunicação interna do movimento; a AI atende estudantes, a imprensa de esquerda e é porta voz do Movimento para a “imprensa burguesa”; o site é ferramenta de divulgação para a imprensa como um todo, formadores de opinião e público interno, e a revista tem uma função de formação de público qualificado e apresentação do Movimento e propagação de seus ideais a um público de formadores de opinião.

O Movimento tem ainda dificuldade com mensuração da demanda e dos custos desta produção, assim como limites financeiros para sua reprodução e distribuição para a base, chegando de maneira desigual aos assentamentos e acampamentos país afora. Essa distribuição é focada na militância (setores, brigadas, instâncias e cooperativas), que se torna referência, quase que uma instituição intermediária. Há outros desafios, além da distribuição, para que as mídias baseadas na palavra, base da produção em comunicação do MST, cheguem a sua base: a tiragem (para o jornal e a revista) e o analfabetismo, inclusive funcional, em grau não mensurado pelo setor de comunicação do MST. O rádio é o meio que atinge uma quantidade maior de pessoas, e o mais aceito, na opinião dos militantes entrevistados.

Fora as estruturas centralizadas de comunicação, o setor existe também nos assentamentos e acampamentos, havendo, geralmente, dois responsáveis por ele, e se constituindo, portanto, em uma estrutura cotidiana para o movimento. Esses militantes tem aí a função de comunicação em seu dia a dia, geralmente agindo como porta-vozes e “olhos” do movimento, de uma forma que será sistematizada pelas estruturas de comunicação centralizada, da mesma forma que os responsáveis locais por setores como produção, saúde, gênero, educação, cultura, frente de massa, e etc. Embora o ideal, para o próprio Movimento, fosse que tal estrutura estivesse presente e atuante, de maneira sincronizada com as estruturas centrais, em todo assentamento e acampamento, demandas e deficiências ou dificuldades locais interferem na estruturação do setor, ou impedem um contato constante, ainda que mediado pelas direções estaduais, com a direção do Movimento. Para a formação desta rede qualificada de militantes, que além de fazer as vezes de porta-voz e de passar informações para a assessoria de imprensa é fonte direta do jornal e do site são realizadas oficinas de mídia, de acordo com a demanda dos acampamentos e assentamentos.

É interessante frisar, antes de ater nossa análise nos meios de comunicação em particular, que a integração entre a área de comunicação e a de formação não é sistematizada, hoje, além daquela

com as outras áreas (de produção, infra-estrutura e articulação), embora haja participação de membros da editora Expressão Popular e da Escola Nacional Florestan Fernandes na sugestão de pautas e nos conselhos editoriais da revista e do jornal.

Assessoria e mídias

A AI surgiu no MST, em nível nacional, no ano de 2003, respondendo a uma demanda reprimida que existia, em grande volume, ao menos desde 1996, e que não contava até então com atendimento sistematizado. Hoje está presente nos três escritórios nacionais do movimento, em São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília, e há militantes responsáveis pela função nos sete escritórios estaduais, no Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Paraná, São Paulo, Pernambuco, Alagoas e Bahia. Nos estados em que não há assessor o dirigente responsável pela comunicação geralmente assume a função. Esta rede realiza de duas a três reuniões por ano, além de se articular através de uma lista de e-mails interna, de caráter informativo, e do uso da ferramenta Skype e de telefone e fax.

Entre os papéis da AI estão: realização de clipping; informação das atividades do MST com a imprensa de esquerda; atendimento a jornalistas; sistematização das informações em São Paulo, que se torna espaço de monitoramento e inteligência; formação de canais de diálogo com a imprensa e com colaboradores; comunicação com a sociedade como um todo; diálogo com entidades, inclusive na atuação em apoio a eventos e na construção de eventos; atuação em contra-informação, inclusive através dos meios de comunicação do movimento, como o site, o jornal e a revista.

As ações de clipping, chamadas pelo assessor de “Leitura e Conscientização da mídia”, são feitas para a direção, para a rede (de militantes/colaboradores) e para a base do movimento, em caráter nacional e estadual, pelos assessores de imprensa. No nível nacional, é feita por uma profissional que não tem função direta de AI, e focada nos veículos nacionais (Folha, O Globo, Estadão e Valor Econômico). Além do clipping simples, coletando e enviando notícias que envolvam o movimento ou a temática, se faz uma resenha (termômetro), bimensal, na qual se analisa a cobertura, geralmente para as reuniões da diretoria nacional. Nesta atividade, há dificuldade em acompanhar a mídia eletrônica (Rádio e TV). Duas vezes por semana é feito clipping de sites noticiosos.

Além das funções de AI, o setor participa semanalmente de reuniões com os editores do site e do jornal, eventualmente contando com participação dos editores da revista, na qual são definidas as estratégias de curto prazo em comunicação e as pautas e coberturas do site e do jornal.

O Jornal Sem Terra (JST), veículo mais antigo do movimento, passa hoje por uma reestruturação, motivada por discussões contínuas. Referenciais sobre o histórico do jornal, e sobre a evolução do setor de comunicação e de seus debates, geralmente ligados aos congressos do movimento, podem ser encontrados no trabalho de Andreuchetti (1994).

Hoje o JST conta com 16 páginas, e são impresso 20.000 exemplares, em periodicidade mensal, disponíveis no site do Movimento. Seu conteúdo é focado em realidade nacional e em notícias dos assentamentos e acampamentos e para essa base, razão pela qual é tido mais como um veículo de caráter interno. Em sua divisão, desconsiderado o Jornal das crianças Sem Terrinha, de quatro páginas, o jornal conta hoje com quatro páginas culturais, a saber “Estudo”, de análise de temas, “Lutadores do povo”, com biografias de brasileiros ligados a processos de libertação popular, como Chico Mendes, na edição 292, “Balaio”, que faz as vezes de agenda e uma contracapa, na qual há campanhas de divulgação e apoio ou pôsteres e imagens que remetem ao ideário socialista, defendido pelo movimento. Em relação ao noticiário político há cinco páginas de “Realidade Brasileira”, noticiário nacional, duas de “Estados”, com notícias de assentamentos, acampamentos e mobilizações e uma de “Internacional”. Há ainda duas páginas de entrevista, uma de capa e uma editorial, onde há espaço para editoriais do movimento e cartas dos leitores.

O processo de construção de pauta se dá em discussões com o restante da comunicação nacional, semanais, e que envolvem pauta e dinâmicas do site e da assessoria de imprensa. Suas fontes estão geralmente dentro do movimento, seja da militância e direção, seja da base. Somente as entrevistas tendem a focar mais, e não somente, no movimento, mas todas as editorias tendem a trabalhar temas debatidos no movimento, ou pela imprensa burguesa sobre o movimento. As pautas são construídas, portanto, em torno de temas afeitos à realidade dos acampados. Para a então editora, Nina Fideles, “o diálogo acontece em todos os espaços do movimento”, com preferência para as matérias enviadas pelas direções e/ou comunicação estaduais, que a editora caracterizava como “o coração do jornal”. Estas contribuições buscam ainda respeitar a linguagem dos colaboradores, que muitas vezes não corresponde a linguagem jornalística. Não se exige, inclusive, o “lead”, a estrutura fixa, e a edição busca alterar o mínimo possível o conteúdo enviado. Há participação, crescente, dos leitores, através de cartas, e-mails, e nos encontros do movimento com comentários pessoais. Os espaços mais comentados são as sessões de “Entrevistas” e “Estudos”. A editora frisou ainda “o cuidado de fazer um bom jornal”, incentivando as participações e um olhar sem-terra, analítico sobre os acontecimentos, inclusive pela periodicidade, mensal, que não permite tratar questões factuais, embora haja demandas de pauta “temporais”.

Há ainda uma opção, no jornal, de trabalhar a “formação através da notícia”, buscando uma linguagem acessível a base do movimento, embora não simplista. Há registros de sua utilização em alguns espaços de formação, nos assentamentos e em alguns acampamentos, para educação e cultura, como meio de estudo coletivo e de fomento a debates.

Na investigação acerca da Revista Sem Terra foi realizada entrevista com o editor Antonio Biondi e com o militante e dirigente Neuri Rosseto, também utilizadas no entendimento do histórico e

constituição do setor de comunicação.

A revista surgiu entre o final dos anos 80 e início dos anos 90 – os entrevistados não souberam precisar a data. Buscava então um caráter analítico, de forma complementar ao JST. O projeto inicial previa uma revista de estudos e artigos, baseada em dossiês, e durou dois anos, coordenado pelo jornalista Alípio Freire. Após as discussões deste período, a revista surgiu como uma mídia que buscava levar o Movimento para a sociedade. Recebeu grande atenção o projeto gráfico da mídia, que buscava ser leve, agradável, trabalhando nos primeiros números com duas ou três cores (o militante não soube especificar), por economia, e mantinha foco em temas centrais, a cada número. Realizada quase que inteiramente por militantes, enfrentou problemas sérios de regularidade, o que dificultou criar uma identidade mais forte entre revista e Movimento e impossibilitou um trabalho com assinaturas, embora não tenha sido descontinuada pela direção do Movimento. Havia seções para a sociedade e para a base do Movimento, que eram importantes para dar acesso, por exemplo, a questões internacionais e culturais, não informadas na mídia de massas. Aproximadamente em 2004 a revista foi reestruturada, enfrentando o desafio da regularidade. Houve dificuldades, especialmente econômicas, pois não havia fonte de assinaturas. Hoje a revista é bimestral e conta com cerca de 60 páginas, sem problemas de continuidade e com alguns números especiais, para congressos ou para o Fórum Social Mundial, por exemplo.

De acordo com Antonio Biondi, um de seus editores atuais, a revista conta com participação e debate de apoiadores e integrantes em sua confecção. Enquanto a reunião de pauta conta com uma média de cinco a sete pessoas, a do conselho editorial, crítica a respeito do material já produzido, tem de 15 a 20 pessoas. Os editores buscam criar uma aproximação entre estes dois grupos, dos quais participam, criando um corpo, uma lógica mais coesa. Além do trabalho ser realizado pelos dois editores, o que torna sua edição final mais equilibrada, é do militante Neuri Rosseto a função de fazer uma espécie de ponte com o movimento, através de sua direção. Também são realizadas sugestões de pautas e críticas por e-mail, sugestões de foco e demandas para trabalhar o material, participação esta que tem aumentado nas duas últimas edições, uma das quais comemorativa dos 25 anos do movimento.

Além da participação através da comissão de pauta e da comissão editorial, tem se ampliado o conjunto de colaborações e contribuições na feitura da revista, com matérias realizadas pela rede de militantes e colaboradores do movimento. Há, hoje, uma espécie de “leitor médio” identificado, que seriam os militantes mais “especializados”. Para Neuri a revista é pouco utilizada internamente, e, quando dela se utilizam, o fazem com funções na formação política interna. Sua grande utilidade é nas relações públicas, internacionais ou de divulgação nos estados.

O processo de construção da pauta diz muito sobre a relação desta mídia com seus públicos.

Conforme apontado, é um processo que envolve os editores, a direção e colaboradores, em duas reuniões (de pauta e do conselho, que amplia e discute os apontamentos da primeira). Após a escolha das pautas, partem para sua produção o que Antonio caracteriza como uma rede de apoiadores do movimento, cujos laços enriquecem muito a publicação. Quem escreve geralmente são intelectuais, integrantes do movimento e jornalistas, com colaboração do Conselho Editorial na formulação e busca dos contatos, como no caso da entrevista com o historiador Eric Hobsbawn (maio/2009, número 50), ou da cobertura da conjuntura boliviana, realizada por repórter do jornal Brasil de Fato.

O espaço na revista é dividido entre os temas de política, economia e coberturas internacionais, que dominam a pauta, variando em páginas e temas tratados de edição a edição. Os demais temas, como o próprio Movimento ou Cultura recebem de duas a três matérias, geralmente contando com menos destaque. A utilização de colunas, antiga na mídia, foi reformulada. Antes dedicadas a um tema, contando com colaboradores que se revezavam, passarão a ser assinadas por colaboradores fixos, em sua maioria intelectuais, “catedráticos” em seus temas.

Entre os desafios e necessidades da revista, os entrevistados destacaram a necessidade de uma aproximação maior com o Movimento e o restante da equipe de comunicação, processo que tem se dado de forma gradual, com avanços positivos nos últimos meses. Destacaram ainda a falta de recursos fixos para a revista, até por dificuldades nas finanças do MST, que hoje a sustenta diretamente, o que tem sido estudado pelos editores e direção, e leva a necessidade de aumentar o conjunto de assinaturas, hoje em torno de 400. Outra questão foi levantada neste tópico: como a base não compra a revista, mas a recebe, doada, Neuri coloca a hipótese de que ela não se sente responsável por ela, por sua manutenção, com uma conseqüente utilização em formação. Há uma afetividade com o meio, mas não um sentido de pertencimento e de responsabilidade na construção. Outro desafio elencado foi o de aumentar sua utilização e conhecimento na sociedade, como um todo, e o de se tornar nacional em sua elaboração, pois a considera *muito pensada ainda em São Paulo*. Para tal desafio, uma saída seria aproveitar o potencial dos apoiadores do movimento fora do país, como, por exemplo, os militantes da Via Campesina.

Quanto ao site¹ da entidade, destacamos que o surgimento da mídia foi datado em 1997, passando por duas reformulações, e passa por uma terceira em 2009. A mídia tem, como principal característica, o caráter noticioso, sendo presentes ainda documentos e dados históricos.

Quanto às características da mídia, em especial a caráter noticioso/comunicacional, há três focos presentes no noticiário do site: nas atividades do Movimento (ações; ocupações; despejo; atividades

¹ www.mst.org.br – site do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra.

culturais e de formação); nas políticas públicas relacionadas à reforma agrária, na União e nos Estados; na “linha de frente” contra o agronegócio, em reportagens e notícias contrárias ao setor.

Predomina no site o uso da linguagem jornalística padronizada nas agências de notícias, com reportagens curtas (três a quatro mil toques), e atualização diária de cerca de cinco matérias por dia, sendo comum a utilização de materiais de veículos e agências de notícias de campos políticos considerados de esquerda. Há também a presença de reportagens e entrevistas mais extensas, ligadas a temas amplos, da realidade ou do interesse do movimento. Em relação a este predomínio jornalístico, diz a editora que “talvez a gente não tenha achado uma linguagem melhor que a jornalística”. Tal linguagem busca ainda ser simples, elucidativa, necessária, por exemplo, para permitir ao público que desconhece questões como a nomenclatura do agronegócio.

O trabalho do site é realizado por uma editora, que acumula com as funções jornalísticas algumas funções de programação, divididas com outros militantes, que colaboram esporadicamente. As informações utilizadas chegam como material de contra-informação, da assessoria nacional, e como material de informação de atividades, das assessorias estaduais. Há também materiais que chegam via coordenadores e dirigentes de setores, ou através de e-mail, de militantes ou de dirigentes estaduais. Raramente a jornalista e editora vai a campo, ficando a apuração a cargo da militância ou da assessoria de imprensa. A pauta, oriunda destes materiais, reflete demandas do próprio movimento e da imprensa de esquerda, muitas vezes em resposta à própria “imprensa burguesa”, e é consolidada nas reuniões semanais do setor de comunicação.

Em relação ao público do site, a editora o apontou como composto pela militância, por profissionais liberais em geral, que se interessam pelo Movimento, e pela imprensa, que, em alguns momentos, como nas jornadas de luta, é o primeiro público. O número de acessos de diferentes IPs varia, ficando, no período das jornadas, com uma média de 3500 a 4500 acessos por dia. Em época de pico, como nas jornadas dos meses de março e abril, chega a 8000 acessos por dia. Em seu uso pela militância, o site atinge geralmente coordenadores e dirigentes, além daqueles militantes que estão realizando cursos ou que representam o Movimento em atividades internas e externas, como o contato com os acampados.

Além do canal de participação através da sugestão de pautas, o site conta com um mural de comentários que funciona “como um termômetro” e é lido pela área de comunicação. Mediado, este espaço de comentários não permite propaganda, conteúdos sem relação com o tema discutido ou agressões a comentários anteriores ou ao movimento, embora publique inclusive discordâncias.

Além do caráter noticioso, o site tem uma área institucional, na qual é possível encontrar a história do Movimento e suas linhas de atuação, de acordo com a editora muito aquém das possibilidades e mesmo do que seria necessário.

No espaço do site há ainda acesso a outras mídias do Movimento, a revista e o jornal, , além de arquivos do programa Vozes da Terra (rádio). Isto reflete o entendimento, recente ainda, de que o site é uma mídia central para o movimento, por seu poder agregador e seu caráter midiático, de acesso assíncrono e dependente, somente, do acesso a rede, podendo inclusive servir como apoio para as outras mídias. Deste modo, o site é também um multiplicador das mensagens do Movimento, permitindo, por exemplo, o acesso a militantes e interessados que não tenham como assinar a revista ou o jornal. O site também colabora, eventualmente, com reportagens utilizadas pelas outras mídias.

Quanto à reformulação em curso, foi feita a crítica de que o site é muito engessado, do ponto de vista técnico, dificultando o trabalho de edição e o uso de ferramentas de áudio, vídeo e imagem. Há uma necessidade, portanto, de modernizar seu design, a qual não iremos analisar detalhadamente neste momento. Pesa ainda o fato da linguagem de programação que será adotada, a Drupal, ser baseada em software livre, além de mais flexível, segura, com mais funcionalidades e um layout mais flexível, além de contar com uma ferramenta de buscas melhor estruturada e mais simples de ser operada.

Rede e militância – comunicação orgânica no movimento

Além da importância individual das mídias e dos setores próximos, como a editora Expressão Popular, as escolas nos acampamentos e a Escola Nacional Florestan Fernandes, chamou-me atenção nas investigações que resultaram nestes trabalhos a importância dada às redes, seja a interna, entre militantes orgânicos ao movimento e membros da base em funções de direção, seja a externa, composta de militantes que se relacionam, apóiam e/ou ajudam em ações, em sua maioria dentro da legalidade e estrutura do Estado ou da comunidade internacional. Igor, responsável pela assessoria nacional de imprensa do Movimento, coloca, a este respeito, que é central o sentimento de identificação e pertencimento ao movimento nesta rede, e que seu motor são os valores, princípios e formas do movimento são o motor desta rede, e têm uma unidade em todo o país. Para Antonio Biondi, a rede de apoiadores do movimento e seus laços ajudam muito a enriquecer as publicações. Este papel é ainda mais valorizado pelo Jornal Sem Terra, para o qual o envio de notícias pela rede interna do movimento é prioridade na publicação.

Em um primeiro feedback deste artigo com a militância do movimento que colaborou em sua construção, nas entrevistas, registramos ainda a seguinte fala:

Na parte em que você trata do envolvimento dos militantes com a revista, do uso dela para o público interno, talvez valha colocar que estamos em um processo crescente nesse sentido, com a revista ganhando espaço entre a base e os dirigentes,

ampliando esses laços e se aperfeiçoando com isso. Entre nossa conversa e agora, as coisas avançaram nesse sentido - a última reunião do conselho editorial calcou-se muito nisso -, e talvez valesse colocar um olhar de perspectiva positiva a respeito.

Este papel centralizador da comunicação reflete a ideologia e identidade do movimento. Para Igor, por ser a comunicação um instrumento do movimento, uma ação do MST, enquanto movimento social, reivindicatório, político e ideológico que busca lutar pela reforma agrária (contra o latifúndio), pela terra e pela transformação da estrutura da sociedade, sua comunicação, e suas mídias, refletem essa organização. A relação destes elementos (participação popular, ação da militância nos movimentos e distribuição ampla a uma rede) são centrais na determinação de uma relação, que temos como hipótese que seja Dialógica, entre os meios e seus receptores.

Comunidade, Dialogias e Ideologia

Para melhor entender os resultados da pesquisa acima relatada, focarei minha análise na discussão do princípio da Dialogia, usando como elementos auxiliares os conceitos de Comunidade e de Ideologia.

Além das referências já utilizadas para o estabelecimento de um princípio da dialogia na comunicação, ou de uma comunicação “dialógica”, elenco para reflexão a discussão, oriunda do jornalismo, que Medina realiza. Em sua obra, a base da dialogia na comunicação se apresenta na relação entre emissor e receptor presente na história comunicada, em sua completude ou em sua relação com o receptor, assim como na relação que se estabelece entre jornalista e entrevistado. Quando esta relação é completa, e há reflexão e troca entre os participantes, é estabelecida a Dialogia. Creio que dentre os meios retratados todos tem, em maior ou menor escala ferramentas que permitam o diálogo, seja na construção das pautas e na produção das reportagens e notícias, seja em sua recepção pelos diversos públicos. Porém, embora haja, nos meios, participação desta mesma base, ela não é efetiva. São meios internos ao Movimento, em suas “classes” militantes, mas sem uma política de ampliação, que demanda um investimento que não têm condições de realizar neste momento, por falta de recursos humanos e financeiros, e sem o qual não poderão se tornar comunitários, num sentido dialógico. O limite para a dialogia nestes meios está portanto mais em sua capacidade de difusão e de produção de conteúdo, as vezes “descolado” da base que o constitui, do que na linguagem utilizada neles.

A opção, ao que parece, de contar com uma estrutura de produção simbólica que trabalha de dentro para fora do movimento (com a assessoria, o site e a revista) é a de criar uma estrutura de difusão para a sociedade externa, simpática ou potencialmente simpática ao MST, enquanto o papel de coesão interna é mantido por outras estruturas, citadas na introdução deste trabalho. É uma opção,

justificável do ponto de vista político, lamentável para aqueles que gostariam de ver os potenciais de uma experiência em comunicação comunitária desta amplitude. Ressalvo que utilizo o termo Comunitária por falta de um mais preciso, para se referir a um meio interno, destinado a um grupo coeso ou que se pretende coeso, com origens assemelhadas e objetivos decididos em comum e por consenso. Uso do referencial de Detoni, em sua defesa dos meios comunitários como forma de garantir pluralismo de idéias e exercício de uma democracia efetiva, como referência:

Elas permitiriam a valorização do “local”, o protagonismo do ouvinte que passa a fazer parte de um espaço em que fala e não apenas é destinatário da fala. O esquema canônico da comunicação E-M-R é visto em sua dinamicidade. Sobre essa comunicação responsiva, Bakhtin adequadamente assinala que: (...) nos cursos de lingüística geral (inclusive em alguns tão sérios quanto o de Saussure) aparecem com freqüência representações evidentemente esquemáticas dos dois parceiros da comunicação discursiva – o falante e o ouvinte (o receptor do discurso). Sugere-se um esquema de processos ativos de discurso no falante e de respectivos processos passivos de recepção e compreensão do discurso no ouvinte. Não se pode dizer que esses esquemas sejam falsos e que não correspondam a determinados momentos da realidade; contudo, quando passam ao objetivo real da comunicação discursiva eles se transformam em ficção científica. Neste caso o ouvinte, ao perceber e compreender o significado (lingüístico) do discurso, ocupa simultaneamente em relação a ele uma ativa posição responsiva: concorda ou discorda dele (total ou parcialmente), completa-o, aplica-o, prepara-se para usá-lo, etc.; essa posição responsiva do ouvinte se forma ao longo de todo o processo de audição e compreensão desde o seu início, às vezes literalmente a partir da primeira palavra do falante. (2003, p.271).

Além da participação popular e da administração realizada por grupos estatais ou privados com fins públicos (não empresariais), os meios comunitários se diferenciam, ao menos no plano ideal, dos demais meios pelo que Detoni classifica como comunicação dialógica, em anteposição ao modelo difusionista. Como já dito, nos meios estudados, pela opção de realizar uma comunicação para o público exterior ao movimento, o caráter difusionista, ao menos aparentemente, predomina. Ressalva feita ao Jornal Sem Terra, que se volta para o público interno, e para a transição buscada pela Revista Sem Terra, que pretende se aproximar do público interno, e tem buscado realizar este caminho nos últimos anos. Complementamos a revisão conceitual aqui tratada colocando que, conforme demonstra o trecho anteriormente grifado em Lima, e outros que não reproduzirei neste artigo, a comunicação, para Paulo Freire, somente é comunicação na medida em que é dialógica. Do contrário, trata-se somente de difusão, quase que Propaganda. Outros autores, como Bakhtin, porém, dizem que toda mensagem é por essência dialógica, pois em sua emissão está prevista a

resposta/necessidade do receptor, se aproximando mais da leitura de Medina. Utilizamos qualquer uma das duas “linhas” de análise retratada, e perceberemos que, em menor ou maior grau, há limites na dialogia dos meios do Movimento, embora haja uma constante movimentação a favor da horizontalização dos processos comunicacionais no seio do MST, inclusive por aqueles que constroem essas mídias.

Complementando os apontamentos, destaco o princípio da comunidade, em sua abordagem feita por Bauman (2001), que a discute enquanto espaço de segurança e de liberdade, assim como enquanto espaço de exclusão do outro em favor de uma identidade coletiva, e em detrimento das identidades individuais – assim entendidas num esquema de conceituação liberal. Tomo este princípio por base para esta análise, e creio se aplique ao caso estudado no sentido de que se observa, nos meios de comunicação e estruturas de comunicação e de formação do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra um esforço por criar uma concepção conjunta, uma identidade composta por um ideário construído – aparentemente de forma coletiva e horizontal, posto que direcionado por Congressos internos e por uma direção eleita, e com participação aberta em seus fóruns e espaços públicos de discussão, como suas mídias internas. Afirmar, porém, o nível de democracia e coesão nesta comunidade não é possível na análise realizada, por motivos que serão tratados no item destinado aos limites deste estudo.

Para reforçar esta análise e entrar no conceito da Ideologia, utilizaremos ainda os referenciais de Adorno e Horkheimer, na “Dialética do Esclarecimento”, e através da leitura de Maar (2008) apreendemos que a Ideologia é categoria resultante de uma mistificação no processo de compreensão do mundo, através da Cultura, composta e estabelecida pelas instituições sociais, tais e principalmente a escola, os meios de comunicação e instituições comunitárias (igreja, assentamento rural, sindicatos, família, etc). Nesta mistificação, resultado do rompimento com a natureza, surge também a Cultura, e ambos os conceitos se imbricam. Em um dos capítulos da *Dialética*, intitulado *Indústria Cultural: esclarecimento como enganação das massas*, Adorno aproxima Ideologia e Cultura no sentido de quase sinônimos, a primeira como espécie de formalização da segunda, quase uma *face semiconsciente* daquela (cf. Lastória, 2008), componente e composta pela sociedade – através de suas instituições, como tratado anteriormente – ao que Maar (2008, p.8) coloca: “*Ideologia hoje é isso: sociedade que se instala como se fosse única*”. A compreensão de Maar (2008, p.7), derivada da “Dialética”, interliga teoricamente os três conceitos, ao que ele completa: “*Não há cultura inocente: essa parece ser a advertência fundamental de Adorno e Horkheimer, mas também de Benjamin e Marcuse*”. Tomando esta linha teórica, começamos a entender a relação entre Cultura e Ideologia: ambas as categorias são subjetivas e

compostas em diversos aspectos pelas diferentes representações de comunidade, e que formam e são reforçadas pelas instituições de comunicação de massa, em especial a mídia e a escola, mas também as academias diversas. Seu impacto formador deriva do apelo que têm para a pessoa e sua comunidade, e aí está seu poder de referenciamento e reforço de uma ideologia hegemônica. O impacto desta ideologia dominante é categorizado como Dominação por Adorno e Horkheimer, ao que Maar (2008, p.8) coloca: “*A dominação é, agora, presença imanente na cultura*”. No caso específico do MST, em seus assentamentos/acampamentos e estruturas burocráticas, assim como em suas estruturas de produção simbólica, levanto a hipótese de termos uma tensão entre diferentes Ideologias/culturas: a do movimento e a das mídias de massa hegemônicas. Como esta tensão poderia ser resolvida? Não creio, sinceramente, que o poderia. Se nos valermos da compreensão da teoria dos campos, de Bordieu, a qual abordo a partir dos referenciais de Oliveira (1997, p.191), talvez possa ao menos ser melhor compreendida, ao que cito os seguintes trechos:

“Assim, os campos sociais são definidos pelas ações sociais semelhantes construídas a partir do contato, do diálogo, do enfrentamento, do aceitamento da ideologia burguesa e suas manifestações. Por isto, Bordieu fala dos campos associados a um outro conceito, o de habitus que ele define como: ‘um conhecimento adquirido e também um haver, um capital (de um sujeito transcendental na tradição idealista), o habitus indica a disposição incorporada, quase postural”

E ainda (1997, p.194):

Com esta concepção, Bordieu descarta a produção como o lugar onde se encontra a essência do sistema social. Explicitamente, ele critica o marxismo por ter esta concepção. Segundo ele, as divisões sociais são formadas a partir de suas representações, ou seja, à medida que classes e outros agrupamentos sociais tem mecanismos de representação, elas passam a ter existência como campos autônomos.

Considerações Finais

Ao final deste trabalho, considero que esteja clara a existência de uma estrutura de comunicação organizacional efetiva e atuante no movimento, que o sustenta e o compõe, permitindo sua atuação sincrônica e coordenada em suas estruturas de direção e para a sociedade, de forma semelhante a de outras instituições públicas e privadas. Esta estrutura é gestada desde o Acampamento em Sarandi, na Encruzilhada Natalino, um dos marcos históricos dos processos de luta que levaram ao surgimento do MST. Outros momentos, como o Massacre de Eldorado dos Carajás e os esforços pela mobilização do campo político da esquerda, como a ascensão e “amadurecimento” do PT, o IV

Congresso do movimento (2000), o surgimento da Consulta Popular e o processo de construção dos Fóruns Sociais Mundiais refletiram no próprio movimento, que creio apresente uma função de comunicação intrínseca, que faz parte de sua organização e de sua forma de atuação política no espaço público da sociedade.

Há, porém, limites da integração entre as estruturas de comunicação, no que tange a inserção das demandas comunicacionais dos acampados, portanto caracterizando um processo comunicacional de dialogia parcial, com predominância de elementos difusionistas. Não há, portanto, participação direta dos acampados do Movimento, mas se constata confluência entre as estruturas de comunicação, ideológicas e formativas, sendo a área estratégica para a formação de uma “Cultura” Sem Terra, a partir de um sentimento de Comunidade e da constituição de um Ideologia, em especial considerando as dinâmicas contemporâneas do processo político e as disputas que o compõe.

A partir, especialmente, da análise do papel das estruturas de comunicação interna e de assessoria de imprensa coloco minha compreensão de que a comunicação é uma atividade meio para o Movimento, uma estratégia que se vale da produção simbólica para chegar a seu objetivo fim, que seria o poder, ou o projeto político de poder e sociedade, ideológico e subjetivo portanto, do MST. Um desafio seria talvez integrar esse meio a sua base, permitindo que este jogo de poder seja mais direto e orgânico, e que esta participação reflita e transforme as dinâmicas que envolvem essa base. Permitindo, portanto, que seja democrático, como talvez não o seja em nenhuma outra instituição, campo ou parte da sociedade.

Referências bibliográficas

ADORNO, Theodor W. e HORKHEIMER, Max. *Dialética do Esclarecimento: fragmentos filosóficos*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.

ANDREUCHETTI, Katia C. M. *A Imprensa do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra: Um Estudo de Caso*. Rio Grande do Sul: Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Trabalho de conclusão de curso), 1994.

BAUMAN, Zygmunt. *Comunidade: a busca por segurança no mundo atual*. São Paulo: Jorge Zahar Editor, 2001.

COMPARATO, Fábio Konder. *A democratização dos meios de comunicação de massa*. In Revista USP 37. São Paulo: USP, CCS, 2000-2001.

Constituição Federativa do Brasil – promulgada em 5 de outubro de 1988. No site https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constitui%C3%A7ao.htm .

DETONI, Márcia. *Radiodifusão comunitária: baixa potência, grandes mudanças? Estudo do*

potencial das emissoras comunitárias como instrumento de transformação social (dissertação).
São Paulo: Eca/USP, 2004.

EPCOM, Instituto de Estudos e Pesquisas em Comunicação. *Os Donos da Mídia.* Porto Alegre: 2002. No site www.fndc.org.br.

FERREIRA, Gisele Sayeg Nunes. *Rádios comunitárias e poder local: estudo de caso de emissoras legalizadas da Região Noroeste do Estado de São Paulo.* (dissertação). São Paulo: Eca/USP, 2006.

GONÇALVES, Bruno Lupion. *Marcos regulatórios e democratização da mídia: O direito de antena.* Trabalho de Conclusão de Curso na Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo. São Paulo: 2006.

LASTÓRIA, Luis Calmon Nabuco. *Uma nova economia psíquica ou mutações tóxicas Elementos para reflexão acerca da subjetividade contemporânea.* In. Durão, Fabio Akcelrud, Zuin, Antonio, e Vaz, Alexandre Fernandez. *A Indústria Cultura Hoje.* São Paulo: Boitempo, 2008.

LIMA, Venício Artur de. *Comunicação e Cultura: as ideias de Paulo Freire.* Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1981.

LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. *Pesquisa em comunicação. 8ª Edição.* São Paulo: Edições Loyola, 2005.

MAAR, Wolfgang Leo. *Prefácio.* In. Durão, Fabio Akcelrud, Zuin, Antonio, e Vaz, Alexandre Fernandez. *A Indústria Cultura Hoje.* São Paulo: Boitempo, 2008.

MEDINA, Cremilda. *Entrevista, o diálogo possível.* São Paulo: Ática, 1986.

OLIVEIRA, Dennis de. *Imprensa Sindical, Globalização Neoliberal e o Mundo do Trabalho.* São Paulo: ECA USP, 1997 (tese de doutorado).