

Estratégias de Comunicação do MST para se inserir na Esfera Pública¹**Isabel Costa da Fonseca – Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais****Resumo**

O artigo é uma análise das estratégias de comunicação do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra para se inserir na esfera pública. Por estratégias de comunicação, entende-se não só a elaboração de táticas de interlocução com os meios de comunicação de massa, mas também a construção de redes de solidariedade e recursos identitários. A discussão da institucionalização do MST como interlocutor na esfera pública é embasada na teoria de esfera pública de Jürgen Habermas e nas teorias de Gramsci, Shattschneider, Antônio Albino Rubim, Maria da Glória Gohn e outros autores.

Palavras-chave

MST; Esfera Pública; Media

Abstract**Brazil's Landless Workers' Movement Communication Strategies to get introduced into the Public Position**

This article is an analysis of the Brazil's Landless Workers' Movement communication strategies to get introduced into the Public Position. We must understand communication strategies not only as the elaboration of dialogue abilities concerning the means of mass communication, but also the construction of solidarity nets and identity resources. A discussion about the establishment of Brazil's Landless Workers' Movement as an interlocutor on the Public Position is based on the theory about Public Position by Jürgen Habermas and on the theories of Gramsci, Shattschneider, Antônio Albino Rubin, Maria da Glória Gohn, among other authors.

Key-words:

Brazil's Landless Workers' Movement; Public Position; Media.

Resumen**Estrategias de la Comunicación del "Movimiento de los Sin Tierra" – MST – para inserirse en la esfera de la opinión pública.**

El artículo que se presenta es una análisis de las estrategias de comunicación de "*Movimiento de los Trabajadores Rurales Sin Tierra*" para inserirse en la esfera pública. Por estrategias de comunicación se entiende que no sólo la elaboración de táticas de interlocución con medios de comunicación de masa, mas también, con la construcción de redes de solidariedad y recursos que lo así identifican. La discusión de la institucionalización del *MST* como interlocutor en la esfera pública es embasada en la teoría de Jürgen Habermas y en las teorías de Gramsci, Shattschneider, Antônio Albino Rubin, Maria da Glória Gohn entre otros autores.

Palabras-Clave:

MST; Esfera Pública; Media.

¹ Trabalho apresentado no XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

I. Introdução

O texto que segue é uma investigação sobre as estratégias do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST) para se inserir na esfera pública sob a lente da Comunicação, entendida em sentido amplo, abarcando estratégias de veiculação, vinculação e cognição.

Será feita, em um primeiro capítulo, uma revisão do conceito esfera pública com referência nos textos de Jürgen Habermas, Wilson Gomes, John Thompson e Antônio Albino Rubim. A formulação de Shattschneider sobre as condições de ampliação do conflito e a teoria de disputa de hegemonia de Gramsci também serão usadas.

Em um segundo capítulo, discorre-se sobre o processo de institucionalização do MST, com base em estudos de Maria da Glória Gohn, entre outros, e em entrevistas realizadas com dirigentes do MST. É analisado também o processo de construção de uma identidade pelo movimento.

No terceiro capítulo, por fim, discute-se o lugar ocupado no espaço público pelo MST. A análise será baseada em estudos de Bruno Konder Comparato, Bernardo Mançano Fernandes, Cristina Berger, Fernando Lattman-Weltman, Alessandra Aldé, Fernando Azevedo e Mauro Porto.

II_ Descrição da Pesquisa

A_ Primeiro Capítulo: Estruturação do Espaço Público

1_ A gênese do conceito de esfera pública

O livro *Mudança Estrutural na Esfera Pública*, que Habermas publicou em 1962, é uma referência importante para a discussão sobre espaço público. Na primeira parte de sua obra, Habermas afirma que, na Europa dos séculos XIV e XV, desenvolveu-se uma esfera pública burguesa autônoma em relação ao Estado Absoluto. Nessa esfera, cidadãos que possuíam bens e formação acadêmica promoviam racionalização pública e crítica sobre temas de interesse comum, valendo-se para tanto de jornais periódicos que fomentavam e propagavam suas idéias. O ponto alto dessa obra de 1962 é a tese de que os princípios da esfera de debates foram corrompidos a partir do momento em que deixou de ser clara a divisão entre Estado e sociedade civil (dicotomia público X privado) e que a imprensa passou a servir a interesses comerciais de particulares.

A partir de então, de acordo com Habermas, tornou-se raro a possibilidade de identificar uma “opinião pública”. A categoria, para o autor, não pode ser confundida um somatório de opiniões particulares mensurável num *survey*. É uma formação de consensos dada através de debate em um espaço público mobilizado. Os meios de comunicação de massa, que publicizam assuntos públicos de forma despolitizada, para fins de entretenimento, não contribuem para a formação de uma opinião pública e falsificam com esse nome juízos que não são debatidos racionalmente.

Nesse novo contexto, Habermas identifica também a perda do sentido anterior de “publicidade”. “*Outrora, ‘publicidade’ significa a desmistificação da dominação política perante o tribunal da utilização pública da razão; publicity subsume as reações de um assentimento descompromissado*”. (HABERMAS, 2003, p. 229).

Perde-se, por fim, a referencialidade concreta dos fatos e acontecimentos e os *media* se tornam o espaço em que se forja o real. Em sua multiplicidade de cobertura, eles supostamente abarcam a realidade inteira, conferindo à sociedade uma dimensão de todo, mas de forma pseudo-representada.

A correlação entre esfera pública e esfera privada está perturbada. Ela não está perturbada porque o metropolitano é per se homem de massa e, por isso, não tem mais senso para o cultivo da esfera privada, mas porque não lhe é mais possível ter uma visão global da vida cada vez mais complicada de toda a cidade de um modo tal que ela lhe seja pública. (HABERMAS, 2003, p.188).

Em sua obra de 1962, Habermas apresenta a sobrevivência da esfera pública como um simulacro com funções de propaganda e caráter plebiscitário, que busca consensos ou a minimização de conflitos através de uma opinião não-pública (não formada de modo racional, nem tampouco através de discussões) ou quase-pública (também não formada por pessoas privadas que participam de um processo de racionalização pública, mas institucionalmente autorizada), que é demonstrativa e manipulativa e não serve à racionalização da dominação.

As conclusões de Habermas nessa obra são bastante influenciadas pelos estudos de Adorno e Horkheimer acerca da categoria que denominaram “indústria cultural”. Em seu livro *Dialética do Esclarecimento*, publicado em 1947, os autores apresentam uma visão pessimista quanto ao potencial de exercício da crítica numa sociedade orientada pelo consumo, exercício de apropriação lúdica do mundo através de imagens que substituem o real.

Para os autores, a razão cognitiva instrumental da sociedade de consumo mantém as pessoas na imanência do real. Os meios de comunicação de massa, em especial, na medida em que reduzem a complexidade do mundo a signos homogeneizados, são atores importantes para a alienação da sociedade em relação a si mesma e portanto, para a prevalência da dominação social e do conformismo.

2_ Conceito de esfera pública revistado

Tanto o modelo normativo de esfera pública burguesa desenvolvido por Habermas na década de 60 como sua crítica às transformações dessa categoria ainda influenciam de forma determinante a discussão que se tem hoje sobre espaço público. A teoria habermasiana permanece atual, entre outros motivos, porque a hibridização entre as categorias de público e privado e a mercantilização da imprensa se intensificaram ainda mais nas últimas décadas.

Ainda trabalha-se, portanto, com a concepção elaborada pelo autor em 1962, de esfera pública como “*uma rede para a comunicação de conteúdos, tomadas de posições e opiniões, onde os problemas elaborados pelo sistema político encontram eco*”. (HABERMAS, 2003, p.188). Considera-se, contudo, uma série de revisões de sua teoria.

2.1_ Revisões do próprio Habermas

Por ocasião da publicação da 17ª edição de *Mudança Estrutural da Esfera Pública* na Alemanha, Habermas revê algumas de suas colocações nessa obra. O autor redige um prefácio intitulado “*O Espaço Público*”, 30 anos depois, no qual afirma a existência de uma pluralidade de esferas públicas concorrentes nos séculos XVIII e XIX e entre elas esferas públicas da cultura popular, que não são simples bastidores e meios passivos para uma cultura dominante, mas representam uma possibilidade de “*revolta periodicamente recorrente*”. (HABERMAS, 1999, p.10). Mesmo dentro do que chama

de “esfera pública burguesa” admite que não há homogeneidade e, nesse sentido, afirma que “*é errôneo empregar o termo público no singular*”. (HABERMAS, 1990, p.9).

Habermas assume, então, que a formação de opinião ocorre em diversas instâncias autônomas de debates e negociações entre atores societários, que têm importante papel reflexivo de produção de significados e de construção de identidades. Essas “*esferas públicas*” conformadas no interior de associações formulam proposições que podem alcançar a “*esfera pública geral*”, à qual correspondem estruturas comunicacionais generalizadas, como a grande imprensa.

Nesse prefácio, o autor reconhece também que, em razão da influência da teoria de massa de Adorno e da teoria behaviorista de Lazarsfeld, *Mudança Estrutural da Esfera Pública* subestima o potencial crítico dos públicos e apresenta-se demasiadamente pessimista em relação aos meios de comunicação de massa.

Numa palavra, meu diagnóstico de uma evolução linear de um público politicamente ativo a um público “privatista”, de uma “racionalização da cultura a um consumo de cultura”, é muito reducionista. (...) A partir do fato da permeabilidade crescente de fronteiras entre cultura ordinária e alta cultura, e da “nova intimidade entre política e cultura”, ela própria ambivalente, e não assimilando a informação simplesmente para a distração, os próprios critérios de julgamento mudaram. (HABERMAS, 1990, p.9).

Habermas reitera conceitos básicos de sua teoria, tal como a crítica ao mundo crescentemente administrado e à imprensa vassalizada pelo poder econômico. Observa que nas décadas de 1970 e 1980 o caráter comercial e propagandístico dos meios de comunicação de massa, que para o autor pré-estruturam e dominam o espaço público, intensificaram-se ainda mais. Contudo, após a crítica da teoria behaviorista realizada nos anos 1970 e os estudos de Stuart Hall sobre as estratégias de interpretação dos receptores, que possibilitam uma mudança de perspectiva em relação ao encadeamento linear das informações e dos efeitos, Habermas rompe com alguns pressupostos da teoria crítica frankfurtiana.

Em *Teoria da Ação Comunicativa*, Habermas opõe-se ao conceito adorniano de razão, que de acordo com ele, circunscreve-se ao aspecto cognitivo e instrumental do processo comunicativo. Habermas propõe um modelo processual de compreensão da racionalidade, no qual a comunicação e a linguagem exercem papel central. A linguagem, elemento fundante da expressão, da representação dos fatos e do ordenamento das relações interpessoais, permite o estabelecimento de acordos interpretativos em um processo no qual o que será considerado racional não são “verdades objetivas”, mas as proposições que sobreviverem à argumentação e à contra-argumentação.

O processo argumentativo tem lugar no “mundo da vida”, categoria que Habermas distingue dos “sistemas”. Sistemas seriam esferas especializadas, nas quais é possível uma linha imaginária de consenso, com regras próprias e certo grau de autonomia, tais como a escola (sistema altamente especializado em reprodução cultural), a família (sistema especializado em socialização), a Economia (sistema que se utiliza o código do dinheiro) e a Administração (sistema que opera através do poder). O mundo da vida é o nome dado pelo autor ao domínio de integração social, onde as pessoas se encontram no cotidiano e concedem umas às outras liberdade comunicativa.

O solo da teoria de Habermas está não no mundo sistêmico, mas no mundo da vida. Nos atos lingüísticos dessa arena, o autor supõe que pode existir um telos da autonomia. O autor observa que há uma intensificação sem precedentes da racionalidade instrumental, radicada na esfera sistêmica. No entanto, propõe que “*o processo é meramente tendencial e está longe de ter se concluído*”, pois “*não há como submeter à lógica do sistema todas as interações que se processam no mundo vivido*”. (PUTERMAN, 1994, p. 343).

Na mediação entre os impulsos comunicativos do mundo da vida e os domínios sistêmicos e institucionais, ganha relevo a noção de esfera pública política, “caixa de ressonância” na qual os problemas são percebidos, tematizados e dramatizados. Os movimentos de protesto, alimentados pelas reservas de racionalidade comunicativa, disputam visibilidade nessa esfera, tentando fazer com que suas reivindicações sejam identificadas como problemas e debatidas por públicos mais amplos do que os imediatamente envolvidos em suas questões. (HABERMAS, 1990).

2.2_ O campo dos media

Thompson considera o modelo habermasiano de esfera pública por demais espacial e dialógico para ser utilizado como instrumento de compreensão da realidade contemporânea. O modelo de Habermas, para Thompson, está preso à concepção tradicional de publicidade como co-presença e fecha os olhos para o fato comemorável de que os *media* permitiram um “distanciamento espaço-temporal” (conceito apropriado de Anthony Giddens) entre as formas simbólicas e seu contexto de produção. Com o desenvolvimento da grande imprensa, a publicidade dos acontecimentos não depende mais do compartilhamento de um lugar comum e temos assim uma “publicidade mediada”.

Para discutir esse ponto, é frutífero mencionar contribuições de Adriano Rodrigues, expostas em seu livro *Estratégias da Comunicação* (1997). Rodrigues explica que na contemporaneidade, os *media* cumprem (embora de forma precária) o papel exercido pelas explicações míticas e tradicionais nas sociedades pré-modernas. O mito e a tradição abarcavam todas as experiências em um mesmo fundo social totalizante, conferindo significado e regularidade aos comportamentos. O processo de modernização implicou a separação do saber em diferentes campos relativamente autônomos, de forma que as pessoas perderam a referência grupal de mundo. Nesse contexto, as formas de mediação emergiram com um significado especial. De acordo com Rodrigues, o campos dos *media*:

é uma noção abstrata com a qual se pretende dar conta de todo um conjunto de funções indispensáveis ao funcionamento de uma sociedade dividida e confrontada com a necessidade de assegurar, apesar de tudo, uma relativa homogeneidade da sua estrutura e um entendimento acerca dos seus princípios, objetivos, prioridades e modalidades de ação. (RODRIGUES, 1997, p. 153).

O campo dos media unifica as experiências dos distintos *campos sociais*, instituições com modalidades específicas de símbolos, discurso, ação e pensamento, que podem ser entendidas de forma semelhante aos *sistemas* de Habermas. Há uma série de instituições de mediação: a Igreja, as famílias, os partidos, os sindicatos, os movimentos sociais e diversas outras. Entre elas, os meios de comunicação de massa desempenham um papel de destaque.

Os meios de comunicação de massa exercem grande influência no agenciamento do imaginário coletivo. Municinando alguns sujeitos e não outros de visibilidade e notoriedade, conformam o entendimento sobre o que é prioridade na agenda política. Mais do que isso: os meios não se atêm à mediação do real, desempenham também um papel de constituição de identidades e sentidos. A realidade é confundida com aquilo que é mediatizado e por vezes, as narrativas midiáticas promovem um simulacro do real, sem referencialidade com “o acontecido”.

A mídia se envolve ativamente na construção do mundo social. Ao levar as imagens e as informações para indivíduos situados nos mais distantes contextos, modela e influencia o curso dos acontecimentos, cria acontecimentos que poderiam não ter existido em sua ausência. (THOMPSON, 1998, p. 106).

Esse poder dos media de nomear, legitimar e influenciar o real é problemático em um contexto de distribuição assimétrica dos recursos comunicacionais. Os meios de comunicação de massa pertencem a corporações que, acima de tudo, pretendem o lucro e os interesses dessas corporações influenciam a maneira pela qual as notícias são produzidas.

2.3_ Publicidade e espetáculo

É largamente aceita a idéia de que a grande imprensa, pertencente a grandes conglomerados da indústria de bens simbólicos, passou a ter, predominantemente, uma função de entretenimento. Entretanto, essa refuncionalização da mídia é vista com mais ou menos otimismo por diferentes autores.

Wilson Gomes, por exemplo, vê com tolerância a “publicity” condenada por Habermas. Apoiando-se na teoria desenvolvida por Lipovetsky em *Império do Efêmero*, Gomes afirma que a forma moda, que orienta não apenas objetos de consumo mas uma mentalidade própria da sociedade, é o princípio orientador da vida moderna. Os discursos são apresentados de forma a seduzir e valorizam o efêmero, o divertido, o imagético, o lúdico e a velocidade. No entanto, Gomes defende que não há uma cisão entre informação e diversão e que a sedução não torna os discursos homogêneos, apenas o gênero discursivo.

Gomes propõe ainda que a publicidade, ou o espetáculo, além de acarretar o desencantamento do poder, torna as discussões públicas mais palatáveis, e portanto acessíveis a um público bem mais amplo do que o da esfera pública habermasiana. Ao levar a política ao nível do consumível, inclui a política no cotidiano dos indivíduos. O autor pondera, no entanto, que a esfera pública “*comporta necessariamente uma quota de engajamento*” e “*disposição à argumentação em patamares conflituais*” que a sociedade orientada pela forma moda não é capaz de garantir. (GOMES, 1997, p. 24).

O autor conclui então que o conceito de esfera pública proposto por Habermas permanece fundamental para o desenvolvimento da democracia moderna, mas deve ser apreendido como um conceito normativo (baseado num modelo possível, ideal) e não descritivo (construído a partir dos fenômenos, da realidade concreta), já que ele contradiz as pré-disposições da sociedade contemporânea.

Antônio Albino Rubim, como Gomes e Lipovetsky, ajuda a vislumbrar uma visão menos negativa do espetáculo, colocado por ele como um instrumento legítimo de disputa de hegemonia. Rubim contrapõe-se a uma corrente de pensamento que tem a representação como uma falsificação do real e entende o espetáculo através de um determinismo econômico a ele atribuído.

Um autor notável que defende esse ponto de vista atacado por Rubim é Guy Debord, que publicou, em 1967, *A sociedade do espetáculo*, livro no qual constata a crescente importância da imagem na sociedade moderna, na qual a fantasia aparece mais real do que a realidade, que se converte, ela própria, em encenação. Na trilha da crítica de Adorno a propósito da indústria cultural, Debord afirma que o espetáculo, pautado por interesses comerciais, é um agente de dominação social e conformismo.

A perspectiva de Debord ainda é muito utilizada para a interpretação dos fenômenos midiáticos. Rubim, no entanto, considera que esse modelo pensa a representação “*como se ela não fosse uma parte indissociável e construtora da realidade*”, concebe-a com “*estatuto inferior ao (restante do) real*” e supõe que exista a possibilidade de um acesso ao real sem o recurso de mediações, inclusive de representações. (RUBIM, 2004, p.186). O autor explica que a representação, como o espetáculo, é um dispositivo imprescindível para a construção da realidade e existiu em toda e qualquer manifestação da política, que sempre comportou encenação, ritos e estetização. O que mudou com a modernidade, para o autor, foi apenas a potência que foi possível associar ao espetáculo, numa nova conformação social.

O espetáculo, portanto, não aparece como estranho à política, apesar do deslocamento acontecido. O estranhamento só aflora quando se trabalha com uma concepção unilateral, redutora e simplista da política, concebida como atividade orientada apenas por sua dimensão argumentativa. Tal visão racionalista da política não se sustenta nem factual, nem normativamente. (RUBIM, 2004, p.190).

2.5_ Política é conflito e é estratégia

Outra crítica recorrente ao conceito de Habermas é a de que, além de não levar em conta a dimensão irracional e apaixonada da política, ele fecha os olhos para a sua dimensão conflituosa, com seus aspectos estratégicos voltados para cálculos pragmáticos de ganho. (GOMES, 1997). Para suprir essa suposta “lacuna” do modelo habermasiano, trabalha-se neste artigo com dois outros autores: Gramsci e Shattschneider.

É interessante observar alguns pressupostos de Gramsci sobretudo porque é a esse autor que os dirigentes do MST recorrem ao buscar embasamento teórico para suas ações. Interessa especialmente o conceito de “guerra de posição”. O pensador italiano acreditava que era necessária a disputa pela hegemonia dentro dos grupos e classes sociais através dos *aparelhos privados de hegemonia* (categoria na qual se inscrevem os meios de comunicação). Esta disputa, segundo Gramsci, deve ser constante, para que em um momento de tomada de poder (a teoria gramsciana visa à superação da divisão de classes e à auto-regulação da sociedade), a classe *dirigente*, ou seja, detentora do consenso, torne-se também *dominante*, detentora portanto da força, da coação.

Nessa “guerra”, é fundamental a capacidade de os movimentos ou partidos envolver grandes massas na solução de seus problemas, auxiliar a tomada de consciência do maior número possível de pessoas e “*lutar cotidianamente pela conquista de espaços e posições, sem perder de vista o objetivo final de promover transformações de estrutura que ponham fim à formação econômico-social capitalista*”. (COUTINHO, 1989, p. 94).

A teoria de Shattschneider, apesar de não utilizar a terminologia de Habermas, é também bastante útil para o entendimento da dinâmica do espaço público e, no contexto deste artigo, para a análise das ações do MST no cenário brasileiro. Shattschneider é precursor na apresentação da democracia como um sistema político competitivo, no qual os conflitos disputam entre si por um lugar na agenda política e a população pode influenciar políticas públicas, na medida em que confere mais legitimidade a um ou outro dos problemas tematizados na esfera pública.

Publicado em 1960, 7 anos antes de “*Sociedade do espetáculo*”, o livro *Semisovereign people*, de Shattschneider, apresenta um pressuposto afim com a tese de Guy Debord: o de que conflitos exercem atração sobre as pessoas. De acordo com Shattschneider, uma questão política em torno da qual se constrói uma imagem de enfrentamento tem um grande potencial para atrair a atenção pública.

Shattschneider desenvolve essa tese, com a assertiva de que se um conflito torna-se relevante para mais pessoas, é quase certo que a correlação de forças ao seu redor vai mudar, uma vez que o número de pessoas originalmente envolvidas dificilmente é uma amostragem proporcional ao de pessoas que potencialmente podem se envolver. Segue que o grupo favorecido pelo *status quo* deve procurar privatizar o problema para manter sua força, enquanto aqueles que detêm menos poder devem procurar a ampliação do escopo do conflito. Uma maneira apontada pelo autor para expandir um conflito é nacionaliza-lo.

B_ Segundo capítulo: MST e Comunicação

1_ História do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra

1.1_ Referências para a formação do MST

“Sem terra” foi o nome dado pela imprensa para um grupo de agricultores que, no fim da década de 70, organizou ocupações de latifúndios no Rio Grande do Sul, para chamar atenção para a necessidade de se fazer Reforma Agrária. A metodologia de aglutinação popular e as formas de reivindicação desse grupo foram desenvolvidas por organizações sociais que o precederam.

Uma das principais referências de suas lideranças era o acúmulo da experiência das Ligas Camponesas, organizadas na década de 40 com o apoio do Partido Comunista Brasileiro (PCB) e do Partido Socialista Brasileiro (PSB), como resposta ao processo de expropriação de camponeses endividados em decorrência da ampliação da agricultura extensiva.

No fim da década de 70, o modelo de desenvolvimento agropecuário implantado pelo regime militar promoveu a modernização tecnológica de setores da agricultura concentrando renda e expulsando cerca de 30 milhões de pessoas do campo, processo conhecido como “revolução verde”. Quando a conjuntura política apontou para a retomada da democratização no país, alguns atores sociais detectaram a oportunidade política de reedição de um movimento pela Reforma Agrária, em decorrência da alta concentração fundiária, do grande número de desempregados e da tendência decrescente do preço da terra.

Esses “atores sociais” eram principalmente camponeses ligados às Comunidades Eclesias de Base (CEBs) organizadas pela Igreja Católica. Nos anos 60, havia crescido na América Latina a Teologia da Libertação, doutrina da Igreja Católica que defendia a participação da Igreja na vida política do país. Essa doutrina ganhou força a partir do Concílio Vaticano II (1963 – 1965) e da II Conferência Geral do Episcopado Latino-Americano, realizada em Medellín (Colômbia) em 1968, que orientou a opção

preferencial da Igreja pelos pobres. As Comunidades Eclesiais de Base (CEBs), que surgiram em função dessa decisão, tornaram-se importantes lugares sociais de articulação de movimentos camponeses.

A Igreja Católica foi um ator tão importante para a organização de trabalhadores para a reivindicação da Reforma Agrária, que a mobilização que daria origem ao MST, no princípio da década de 80, confundia-se com a Comissão Pastoral da Terra (CPT), organização criada pela Igreja em 1975. *“A CPT rompia o isolamento das diferentes práticas, realizando contatos, visitas e encontros entre sem-terra de diferentes estados”*. (BRANFORD & ROCHA, 2004, p. 28).

No “I Encontro Nacional dos Sem-Terra”, realizado em janeiro de 1984 na cidade de Cascavel, no oeste do Paraná., com a presença de representantes de sindicatos de trabalhadores rurais de 13 estados brasileiros, deliberou-se seguir um caminho de independência da Igreja. Decidiu-se também pela autonomia em relação aos sindicatos rurais, que se restringiam à defesa dos filiados, enquanto o movimento pretendia conseguir força com uma ampla mobilização popular.

As ocupações de terra vinham sendo articuladas desde 1978, com o apoio de padres vinculados à Comissão Pastoral da Terra e de João Pedro Stedile, que trabalhava na Secretaria de Agricultura. Desde o princípio, a estrutura de comunicação desempenhou um papel importante na articulação do movimento. O “Jornal do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra”, foi criado no acampamento Encruzilhada do Natalino, no Rio Grande de Sul, em 1981, anos antes da fundação oficial do MST. Em 1985, quando aconteceu o primeiro Congresso Nacional do MST, o jornal já estava em seu terceiro ano e na quadragésima-segunda edição.

Nesse encontro, foi escolhido para o movimento o nome Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra, com a sigla MST, de uso mais prático. A idéia inicial era que a organização se chamasse “Movimento pela Reforma Agrária”. Mas os meios de comunicação de massa já haviam popularizado o termo sem terra, usado para se referir tanto a camponeses que não possuíam terras quanto a parceiros, meeiros e assalariados. O movimento se apropriou do nome, acrescentando os termos “Trabalhadores Rurais”, para fazer uma alusão ao conceito de classe. (BRANFORD & ROCHA, 2004).

1.2_ Ampliação do movimento

O MST é fundado numa época de agitação no país. Após 20 de ditadura militar, o Brasil começa a respirar os ares da redemocratização. Duas semanas após sua eleição pelo colégio eleitoral, o presidente Tancredo Neves se compromete a atender às pressões para redistribuição de terras. Com sua morte, no entanto, assume a presidência o vice José Sarney, representante de oligarquias agrárias.

Crescia em nós a convicção de que a reforma agrária somente iria avançar se houvesse ocupação, luta de massas. Sabíamos que, mesmo com o novo governo, civil agora, não dava para ficar esperando pela boa vontade das autoridades. O povo deveria pressionar. (...) O MST era fraco, estava apenas no seu início. Se a gente se juntasse com uma força maior e reformista, a organização tinha acabado. (STEDILE, 1999, p. 51).

O projeto de reforma agrária do governo Sarney é revisado doze vezes no Congresso Nacional, sofrendo reformulações em decorrência da pressão de entidades

patronais e movimentos de extrema direita, como a Tradição, Família e Propriedade (TFP) e a União Democrática Ruralista (UDR). Em 1988, na iminência da elaboração de uma Constituição democrática, o MST organiza um abaixo-assinado que reivindica que a reforma agrária obtenha força de lei.

Organizações progressistas, incluindo o MST e a CPT, coletaram mais de 1 milhão de assinaturas de apoio a um programa radical de reforma agrária. Foram alcançados importantes avanços em muitas áreas – liberdades pessoais, legislação trabalhista, direito das minorias, direitos humanos, direitos da criança e outros –, porém as esperanças dos sem-terra ficaram para trás, mais uma vez. Poucos dos parlamentares da Assembléia Constituinte apoiaram a proposta e o abaixo-assinado foi ignorado. (BRANFORD & ROCHA, 2004, p. 79).

Para João Pedro Stedile, a única derrota social na Constituição de 1988 foi na questão agrária, que não é regulamentada. No artigo 184, a Constituição concede ao governo federal o poder de desapropriar terras que “*não cumpram sua função social*”, mediante o pagamento de uma “*justa indenização*”. O artigo é bem menos progressista do que o velho Estatuto da Terra, elaborado no regime militar, que permitia ao governo “*desapropriar latifúndios*”.

Nesse ponto, é válido lembrar a teoria de Schattschneider acerca da necessidade de ampliação do conflito pelos atores desfavorecidos em uma disputa. Dada a conjuntura desfavorável, o MST investe na radicalização de suas ações. Consciente de que não pode permanecer confinado a abrangência regional, o movimento amplia-se para estados ao norte do país nos últimos anos da década de 80. Em 1990, no 2º Congresso Nacional do MST, o movimento elabora os lemas “*Reforma Agrária: na Lei ou na Marra*” e “*Ocupar, Resistir e Produzir*”. (BRANFORD & ROCHA, 2004). Foi neste contexto tumultuado que começou a conquistar grandes extensões de terras em São Paulo, conseguindo visibilidade nacional.

2_ Estratégias deliberadas

Em seu livro *Mídia, Terceiro Setor e MST*, Maria da Glória Gohn vale-se da teoria de Oberschall para chamar a atenção para o fato de que para a organização de um movimento social com boa potencialidade de competir no espaço público, não basta uma causa justa e uma mensagem atrativa. É preciso que se criem marcos referenciais significativos e atrativos.

As mensagens têm que ser comunicativas, os assuntos de interesse público e idéias, símbolos e palavras-chaves devem ser criadas. Há necessidade de um corpo de ativistas, datas comemorativas, lugares simbólicos, grandes eventos como marchas e congressos; fundos têm que ser levantados e arrecadados, cartas e boletins devem ser escritos, uma lista de nomes e de endereços de membros e adeptos potenciais deve ser agilizada, além de preparar quadros, orçamentos, obter informações a respeito das políticas e das prioridades públicas etc. Para Oberschall, movimento social significa, prioritariamente, organização de uma estrutura de comunicações. (GOHN, 2000, p.43).

A comunicação é encarada pela organização como um instrumento para a formação de quadros políticos e a conquista de suas reivindicações. No documento *Por uma política de Comunicação do MST*, formulado em março de 1995, fica clara essa preocupação. No texto, é sugerida a criação de um coletivo que trate do assunto, define-se que a relação com os meios de comunicação seria feita por alguns dos dirigentes mais capacitados e orienta-se que todos mantenham bons contatos com jornalistas, além de indicar a produção de materiais de qualidade para serem divulgados.

3_ Marcos simbólicos

O MST é sustentado por uma base social com enorme diversidade. Integram o movimento filhos de pequenos agricultores com tradições camponesas, grupos que conviviam com a violência dos bolsões de miséria dos grandes centros urbanos; pessoas com diferentes níveis de escolaridade, de várias religiões, com múltiplas concepções de mundo, provenientes de todas as regiões do país. Toda essa diferença, somada ao desenraizamento a que está submetido quem sai do seu local de morada para participar de um acampamento de lona, é uma força que corrobora para que as redes de sociabilidade se enfraqueçam. Esforços são feitos, no entanto, para a constituição de um modelo identitário capaz de unificar os “sem terra” em uma comunidade imaginária de pertencimento comum.

Não há dúvidas de que essa pressão do universal sobre o particular, que representa o modelo identitário, é vivida por vezes como uma forma de opressão e nem sempre é assimilada completamente pelos integrantes do movimento. Uma pessoa socializada no universo simbólico hegemônico que passa por um processo de inserção em um acampamento do MST tem dificuldades para transformar suas convicções e adaptar-se a um novo mundo intersubjetivo.

Esse estudo se atém, todavia, à oferta de recursos simbólicos. Pretende-se analisar o conteúdo simbólico das imagens elaboradas para facilitar o processo de identificação com o projeto político do MST, malgradadas as diferentes formas de recepção que esse conteúdo pode ter.

3.1_ Sem Terra: o não-lugar

Constituir uma identidade trata-se em grande medida de um trabalho de delimitação, que estabelece o que está “dentro” do grupo, assim como o que está “fora”. A expressão “*sem terra*”, cunhada pela imprensa e apropriada pelo movimento, refere-se ao lugar do qual o integrante do MST está excluído. A identidade da organização é a princípio constituída, então, a partir de ausências: a falta da terra, a exclusão e, por fim, a *utopia*, termo grego cuja etimologia vem de *u-topos*, literalmente, *não-lugar*.

O processo de inserção no MST começa quando um sujeito, até então dominado por um imaginário que situava como natural sua condição de trabalhador “sem a terra”, passa a desnaturalizar e a entender como injusta sua trajetória social, permitindo-se então o desejo do acesso a uma condição social que lhe era negada. Entrar para o MST é, a um só tempo, entender-se como excluído e agir contra essa exclusão, integrando-se a uma coletividade que confere uma identidade aos sujeitos.

Apesar do marco simbólico “sem terra”, o MST abriga sob sua bandeira assentados (que já possuem a posse da terra), pessoas do urbano, padres, meeiros e quaisquer cidadãos que se identifiquem com a causa. A organização precisa daqueles que já conseguiram a terra, que ajudam aos demais e difunde a idéia de que a luta dos militantes não deve ser apenas pela pequena propriedade, mas por um projeto de desenvolvimento sustentável e de transformação social para o país.

3.2_ A Ocupação

As ocupações de terra são práxis de socialização de conhecimento e sintetizam a identidade do MST. A ocupação é um acontecimento discursivo. Cortar as cercas de um latifúndio tem um sentido que transcende o momento e o caso particular. Para os sem terra que participam da ação, significa um movimento de ruptura com a história de concentração de terras. É um instante de euforia e demonstração de força, que se fixa na memória de cada um dos protagonistas. Para os atores a quem interessa a manutenção da situação fundiária, a ocupação das terras representa uma descontrolada do *status quo*, um “ultrapassar de limites” inaceitável.

A primeira bandeira cravada na terra atesta a conquista da guerra expansionista do movimento. A terra, além de instrumento para a agricultura, é um signo extremamente forte, lugar originário de diferenciação e assemelhamento e meio de conquista da cidadania.

O construir de barracas de lona, que se segue a entrada na propriedade rural, também é um momento metafísico. Constrói-se uma memória coletiva. É nesse tempo de acampamento que os laços de solidariedade entre os sem terra se atam e na troca comunicativa entre eles, ressignifica-se o passado, são identificadas lideranças e é erguida uma comunidade que acolhe cada sujeito.

A palavra *ocupação* é a que descreve esse tipo de ação conforme a perspectiva ideológica do MST. Praticamente todos os veículos de grande circulação nacional utilizam o termo *invasão*. Em entrevista realizada no dia 24 de setembro de 2004, Mauro Lemes Santos, membro da coordenação estadual do MST Minas Gerais, explica que a escolha do termo pela imprensa é feita para remeter a uma idéia de violência, apontar para a ilegitimidade da reivindicação e a legitimidade da repressão. Para ele, denominar o acontecimento de invasão é um “erro semântico”. “*Não é possível invadir um lugar que está vazio. O que nós fazemos é a ocupação de latifúndios improdutivos*”, explica. Ele reforça que a carga ideológica da palavra *invasão* aumenta a desconfiança de certos setores da sociedade, que associam os invasores de terras aos invasores de casas, os assaltantes, aos desordeiros.

3.3_ A Bandeira

A bandeira do MST foi criada em 1987, quando o movimento já estava no seu quarto encontro nacional. De acordo com a organização, a cor vermelha significa o sangue dos militantes e a sua disposição de luta. O desenho do casal de trabalhadores lembra que o MST conta com a colaboração de homens e mulheres, de indivíduos inseridos no contexto de suas famílias. O mapa remete ao fato que o MST está organizado nacionalmente e ao objetivo de levar a Reforma Agrária a todo o país. O facão que o homem empunha simboliza as ferramentas de trabalho e resistência. O branco, o verde e o preto, secundários na composição, representam, respectivamente, a luta pela paz que virá através da justiça social, a esperança de vitória e uma homenagem aos trabalhadores que falecerem no trabalho pelo movimento. (www.mst.org.br).

Pode-se acrescentar que o vermelho da bandeira traz implícita uma referência aos movimentos comunista e socialista, assim como uma sugestão de violência, também representada pelo facão. Esse símbolo da bandeira é estampado em bonés e camisetas vestidas pelos sem terra em todas as manifestações que organizam.

3.4_ O Hino

O hino do MST foi escrito por incentivo de um concurso promovido em 1989 nos estados. O vencedor foi Ademar Bogo. A música, que tem ritmo marcado, marcial, foi composta por Willy de Oliveira, no mesmo ano do concurso.

A letra contribui para a construção da auto-estima dos sem terra, apresentando-lhes como um povo heróico sujeito da sua própria história, valente, que toma para si a missão de transformar o país. A convicção no programa do MST é buscada com a ajuda de idéias-força como a de dignidade alcançada pelo trabalho, a de liberdade e a de esperança em um futuro que recompensará o presente de luta. Invoca-se ainda uma imagem de enfrentamento aos opressores e um espírito de sacrifício.

O hino é tratado com pompa e solenidade. Os dirigentes do MST instruem para que ele não seja cantado em toda ocasião, mas apenas em momentos excepcionais. Ao cantar o refrão, os militantes erguem o punho esquerdo, signo de força ao campo político que se contrapõe a uma “direita” conservadora.

3.5_ Ritos

O MST surgiu das Comunidades Eclesiais de Base (CEBs) organizadas pela Igreja Católica na década de 70 e trouxe desse lugar a sua desenvoltura para trabalhar com uma simbologia que cativa as camadas de baixo poder aquisitivo e com a religiosidade popular. Uma prática aprendida dos teólogos da libertação foi a “mística”, dinâmica com apelo emotivo feitas para suscitar um sentimento de pertença e identificação entre membros de um grupo e com as causas da organização. Quando fazem homenagens a militantes assassinados ou comemoram colheitas, os camponeses celebram a própria história.

João Pedro Stedile, em entrevista concedida no dia 6 de setembro, ajuda a explicar o papel desse rito na construção da unidade do movimento:

Uma forma de construir unidade é a mística, os símbolos. Quando nós usamos a nossa bandeira, a nossa camisa, os hinos, a música, a cultura do povo camponês, nós usamos para criar unidade no grupo, porque os símbolos projetam o mistério do programa. Mística é uma palavra de origem na Igreja que significa mistério. Tudo aquilo que você não consegue explicar, que é um mistério, você envolve com um símbolo. (STEDILE, 2004).

Poucas organizações conseguem explorar, como faz o MST, o potencial de vinculação e convencimento do “lúdico”, do “jogo”. *“A cultura ocidental, mesmo comportando esta dimensão, reservou-lhe um lugar marginal, nos termos do corte feito por Platão (em Leis) entre paidia (jogo) e paideia (educação/cultura), que cria a dicotomia entre o sério e o risível”*. (SODRÉ, 2002, p. 116).

Na teatralização de idéias-força promovida na mística, o MST consegue unir o lúdico e o solene e colocá-los a serviço de um fim pedagógico. A encenação da injustiça da exploração, do amor a terra, ao trabalho e à vida ou da luta contra o latifúndio prepara os sujeitos para o trabalho no MST e para a convicção (que ultrapassa a compreensão intelectual) nos seus propósitos.

3.6_ Terra Prometida e Missionarismo

A referência ao “Livro do Êxodo”, passagem bíblica que narra o sacrifício do povo de Deus na busca da Terra Prometida, é um instrumento invocado com frequência para trabalhar a adesão de camponeses à luta pela terra.

Outro aspecto apropriado da Igreja é o “missionarismo”. A disposição de “devotar a vida”, de colocar-se a serviço de uma missão, faz com que inúmeros militantes trabalhem com afinco pela organização, abrindo mão de projetos pessoais e por vezes deixando família e cidade para estruturar o MST nas mais diversas regiões do país.

Gilmar Mauro, um dos dirigentes nacionais do MST, disse em entrevista a Maria da Glória Gohn, que o movimento trouxe três “coisas boas” da Igreja. A primeira, trabalhar com a simbologia, a segunda, a mística de bases e o povo propriamente dito e a terceira, o espírito missionário. “*Nós nos vemos como sacerdotes que estão cumprindo uma missão política*”. (GOHN, 2000, 116).

3.7_ Retórica em Palavras-de-Ordem

As palavras-de-ordem entoadas em cântico por militantes do MST, além de potencializar o impacto das ações diretas, são elementos importantes para gerar um sentimento de co-responsabilidade entre os militantes. Cada acampamento e assentamento possui uma palavra de ordem própria, que lembra valores comuns, como: “*MST/ a luta é prá valer!*”, “*Cansados?! Não!/ Na luta do povo/ ninguém se cansa*”, “*Reforma Agrária/, já!*”.

Em cada encontro ou congresso nacional do MST, cria-se uma determinada palavra-de-ordem que passa a orientar as mobilizações em todo o país por determinado período. Em 1984, elaborou-se “*Terra não se ganha, se conquista*”; em 1985, “*Sem Reforma Agrária não há democracia*” e “*Ocupação é a única solução*”; em 1989, “*Ocupar, resistir, produzir*”; em 1990, “*Reforma Agrária, na lei ou na marra*”; em 1995, “*Reforma Agrária: uma luta de todos*”. O programa do movimento é traduzido nessas palavras, invocadas nas mobilizações.

Lemas como “*Ocupar, resistir, produzir*” são transportados para novos contextos e novos significados. “Ocupar” passou a significar entrar não apenas em latifúndios e prédios públicos, mas também em arenas públicas como os *campi* universitários, os jornais, a cena política. “Resistir” remete à vida nos acampamentos de lona preta e à insistência diante da ameaça de jagunços e é também a afirmação de uma identidade apesar do preconceito vivido pelos integrantes do movimento nos espaços que freqüentam. “Produzir” não se atém ao plantio de grãos, encampa também a geração de conhecimento.

De acordo com Gohn, o MST fez uma revisão no discurso que apresenta à sociedade e, em meados da década de 90, a “luta pelo socialismo” passa a ser redefinida em termos de “justiça social”, conceito capaz de agregar mais apoiadores. O lema rebelde “*Reforma Agrária, na lei ou na marra*” de 1990 foi substituído pelo “*Por Reforma Agrária, emprego e justiça*”. O MST também introduziu reivindicações adequadas ao mundo globalizado à pauta tradicional dos trabalhadores rurais (acesso a terra para nela morar e produzir). O movimento reivindica acesso ao crédito, numa política de democratização da propriedade, apoio técnico aos assentamentos e organização do trabalho em cooperativas de produção.

3.8_ Produtos

O MST desenvolveu um repertório enorme de produtos para difundir suas idéias. No sítio da organização da internet é possível comprar cadernos como *A Vez dos Valores*, onde se ensina a importância da solidariedade e do companheirismo nos acampamentos e assentamentos, CDs com músicas em ritmos populares que motivam a luta pela conquista da terra, além de cartilhas, bandeiras, bonés, quadros com fotografias feitas por Sebastião Salgado, camisetas, agendas, bandanas, botons, bolsas, vídeos, livros e outros itens.

4_ Veículos de Comunicação do MST

Devido a uma percepção de que a imprensa brasileira “*não é democrática*”, o MST investe muito na construção de veículos próprios, para levar suas idéias à sociedade. (STÉDILE, 2004). O jornal Sem Terra existe há 22 anos e se dedica a divulgar as ações internas dentro dos acampamentos. Possui edição mensal e é produzido pelos membros do movimento. A revista Sem Terra é bimensal e se propõe a ser um instrumento aprofundado de comunicação, buscando atingir professores, universitários e pessoas de classe média potencialmente interessadas na luta. O site na internet www.mst.org.br divulga as ações recentes do movimento e disponibiliza textos sobre sua história e propostas. O boletim eletrônico MST Informa é quinzenal, enviado a quem se cadastrar através do site. Para completar a estrutura de comunicação, o movimento incentiva a criação de rádios comunitárias nos acampamentos, que devem se destinar à comunicação interna. O programa Vozes da Terra surgiu em 2000, por meio de parceria com a Universidade Católica de Santos (Unisantos) e é distribuído para cerca de 500 rádios comunitárias.

C_ Terceiro Capítulo: O MST na Esfera Pública

1_ Articulação em rede

A ampliação do MST é o permanente tecer de uma rede. Agenda-se reuniões com as famílias em suas casas e em “espaços públicos” das comunidades, forma-se grupos de sem terra para uma ocupação, realiza-se assembleias, organiza-se encontros regionais e assim por diante. Os acampamentos mais organizados promovem ações para conquistar a população da região onde se instalaram, tal como a distribuição de parte da colheita para as pessoas de baixa renda e o envolvimento da comunidade em rádios comunitárias, maneiras eficientes de romper o isolamento.

Desde o primeiro encontro nacional, realizado em 1984, o MST constatou a necessidade de articular uma rede de solidariedade em torno da questão da Reforma Agrária e procurou o apoio de parlamentares, Igrejas, sindicatos de trabalhadores rurais, sindicatos das cidades e organizações do movimento estudantil. O MST participa junto a esses movimentos em conselhos e está presente em suas mobilizações. Nos termos de Schattschneider, é uma forma de alinhar as causas do movimento a clivagens paralelas. O MST é identificado com a causa de organizações que lutam pela redução da jornada de trabalho, melhores condições de saúde e educação. Em uma ação de reciprocidade, muitas dessas organizações vêem a luta do MST como próxima à sua.

O MST compõe três grandes organizações: a Via Campesina, que une movimentos de luta por desenvolvimento de melhores condições de vida de trabalhadores rurais em 108 países; a Consulta Popular e a Coordenação dos Movimentos Sociais (CMS), que surgiu em 2003 e agrega diversas organizações populares do país, como a CUT e a UNE.

2_ Visibilidade

Como propõe Schattschneider, existe conflito em torno de fenômenos que têm visibilidade. O reconhecimento público é importante para que as reivindicações de um ator político sejam consideradas legítimas e para que ele mobilize forças para seu projeto. No contexto contemporâneo, uma das formas mais eficazes de um ator político se tornar “visível”, é ser noticiado pela mídia.

Muitas vezes o fato de figurar na mídia faz com que um discurso se transforme em um meta-discurso, tão importante, presente e visível na atualidade como os

acontecimentos referenciais. Quando João Pedro Stedile declarou na imprensa em 2004 que a sociedade se confrontaria com um “abril vermelho”, por exemplo, suas palavras se tornaram realidade. O terror que a mídia associou à declaração se instaurou independente da efetividade de seu anúncio.

A relação do MST com os meios de comunicação de massa do Brasil foi quase sempre tumultuada. Enquanto no início da institucionalização do movimento, as ocupações de terra eram anunciadas aos principais veículos de comunicação de massa, que não dedicavam muito espaço em suas coberturas para as ações, a partir da década de 90, o MST se tornou um ator conhecido no espaço público midiático.

De 1979 a 1995 o Movimento dos Trabalhadores Sem Terra lutou sem que a sociedade, de forma geral, soubesse. Em 1995, a partir da ocupação do Pontal de Paranapanema, da novela *O Rei do Gado*, do massacre de Corumbiara, do massacre de Eldorado dos Carajás e da Marcha, foi que o MST passou a ser conhecido nacionalmente. (MANÇANO, 2000, p. 23).

Além do massacre de Eldorado dos Carajás e a novela *O rei do gado*, as fotografias de Sebastião Salgado publicadas no livro “Terra”, em 1996, com textos de José Saramago e músicas de Chico Buarque, contribuíram de maneira muito significativa para a visibilidade do movimento nesse ano. O fato de que Salgado despertou o olhar da sociedade brasileira para a “fotogenia” do movimento é muito relevante. O fotógrafo estimulou, através de sua obra, outras pessoas, inclusive fotojornalistas, a captarem a beleza das imagens do movimento. “*Imagem, forma de certo modo desconcertante por situar-se a meio-caminho entre o concreto e o abstrato, é um princípio gerador de real – mas o real do “quase”: quase-presença, quase-mundo, quase-verdade*”. (SODRÉ, 2002, p. 71).

3_Agendamento da mídia

A noção de agenda-setting foi elaborada em 1972 por McCombs e Shaw e corresponde à comparação da agenda da imprensa e a agenda do público. Os pesquisadores foram motivados pela proposição de Bernard Cohen (1963) de que a imprensa não é capaz de dizer a um eleitor “como” pensar, mas é capaz de determinar “sobre o quê” ele pensa. A definição de quais questões serão discutidas aloca poder. (AZEVEDO, 2004).

O número de acontecimentos que os meios de comunicação de massa podem noticiar em dado espaço de tempo é limitado, assim como o é a atenção pública. O reconhecimento nos espaços de “publicidade mediada”, para usar a expressão de Thompson, favorece alguns atores em detrimento de outros. Decorre daí a proposição de Shattschneider de que os conflitos competem entre si. Há 36 organizações mediadoras da luta pela terra no Brasil, segundo um estudo realizado em 2003 por Marco Antonio Mitidiero.

Bruno Konder Comparato (2003) realizou uma pesquisa, na qual compara a presença do MST e de outros movimentos, como a CUT e a Contag em editoriais dos quatro maiores jornais do país, a Folha de São Paulo, O Estado de São Paulo, o Jornal do Brasil e O Globo, entre 1993 e 2000, e conclui que os sem terra aparecem com muito mais frequência.

O senso de oportunidade do MST, ou seja, a habilidade que os seus líderes têm em prever quais manifestações mobilizam mais

a imprensa nacional, constitui um fator importante para a visibilidade do movimento nos meios de comunicação. (...) cada passo sempre leva em conta o apelo jornalístico, pois, como afirma Bordieu: 'as manifestações bem sucedidas não são necessariamente as que mobilizam o maior número de pessoas, mas as que atraem maior interesse entre os jornalistas'. (COMPARATO, 2003, p. 137).

Dirigentes do MST recusam a idéia de que o movimento dispõe de estratégias para se adaptar aos esquemas discursivos do campo dos media. João Pedro Stedile, um dos coordenadores nacionais do MST, declarou, em entrevista realizada em setembro de 2004: "*Nós fazemos luta é para conquistar as coisas mesmo e não nos importamos com o que a imprensa dá, pois se cada vez que organizamos uma manifestação, a imprensa só fala mal, a cobertura não serviria como um mecanismo de propaganda nossa*". (entrevista realizada no dia 6 de setembro de 2004). José Arbex Jr., editor do jornal Brasil de Fato e um dos principais consultores de comunicação do movimento, afirma categoricamente: "*O MST não quer o espetáculo e é contra todos os que fazem espetáculo*". (Entrevista realizada no dia 6 de setembro de 2004). É patente, no entanto, a performatividade midiática do MST.

Assim como as elites políticas, o movimento social também se aproveita da condição-espetáculo do espaço público. O modo de falar de Stedile, didático, coloquial, agressivo, com bravatas e frases curtas, é telegênico e "espetacular", como são as coloridas manifestações do movimento.

Acontecimentos, para serem narrados pela mídia, devem obedecer a "critérios de noticiabilidade". Chama atenção da imprensa o excesso, o imprevisível, o inverso, o violento. O discurso do acontecimento, desta forma, refere-se àquilo que é raro, diferente, e não à realidade cotidiana. Obedecem a esses critérios as grandes marchas organizadas pelo MST, assim como a ocupações de prédios públicos, obstrução de estradas, liberação de pedágios e destruição de lavouras geneticamente modificadas etc.

Um dos discursos que também figura com frequência na grande imprensa é o discurso da crise, como se a qualquer momento alguma reviravolta apocalíptica pudesse acabar com a ordem natural das coisas. A afinidade da imprensa com o discurso da crise iminente dá ao MST potencialidade para estar no campo do visível, já que a organização desafia a ordem vigente.

4_ Enquadramento da "violência"

A capacidade do MST de pautar a mídia não significa, como foi visto, que o movimento consiga levar sua imagem de forma neutra à sociedade. A grande imprensa tende a noticiar o movimento através de enquadramentos que o criminalizam. "*Enquadramentos são entendidos como recursos que organizam o discurso através de práticas específicas (seleção, ênfase, exclusão) e que acabam por construir uma determinada interpretação dos fatos.*" (PORTO, 2004, p.80).

O presente trabalho não pretende analisar extensamente a cobertura jornalística sobre o MST. Como foi dito, a intenção é estudar as estratégias do movimento, não da mídia. É interessante tomar alguns fragmentos noticiosos sobre o MST como instrumento de análise apenas na medida em que permitem observar as possibilidades de noticiabilidade implícitas nos recursos simbólicos ofertados pelo MST.

Alessandra Aldé e Fernando Lattman-Weltman, em seu texto *O MST na TV: sublimação do político, moralismo e crônica cotidiana do nosso 'estado de natureza'* comparam matérias sobre o MST veiculadas entre os dias 28 de julho e 30 de agosto de

1997 pelo Jornal Nacional, da Rede Globo de Televisão, e do TJ Brasil, do Sistema Brasileiro de Televisão (SBT).

De acordo com os autores, o TJ utilizava predominantemente um enquadramento que classificaram como “dramático”, enfatizando a polarização entre o MST e o Estado ou os fazendeiros, além de explorar elementos sensacionais como “*violência, perigo, iminência de combate, confronto e hostilidade*”. O Jornal Nacional, apresentava, além dos elementos sensacionais, um enfoque “moralista”, que apelava à ordem e lamentava a “*irresponsabilidade e irracionalidade*” dos sem terra. (ALDÉ, 2003, p.3).

Ambos os jornais exploram a narratividade do conflito que o MST traz à tona, colocando-lhe ao lado de uma série de outros casos de violência de uma sociedade que ainda não se emancipou de seu “estado de natureza”. O discurso do movimento é reduzido a uma novela sem seriedade, na qual figuram personalidades antipáticas ou curiosas.

É preciso lembrar, entretanto, que é factual a predominância de enquadramentos noticiosos negativos sobre o MST na grande imprensa, como é factual que a sugestão de violência da bandeira vermelha do movimento é uma notícia atraente, veiculada com frequência.

III- Metodologia

O trabalho foi desenvolvido com base em uma pesquisa qualitativa, orientada por observação de campo, análise de documentos do MST, revisão bibliográfica de estudos realizados sobre o movimento social e entrevistas em profundidade com suas lideranças. Foram entrevistados os membros da Secretaria Estadual do MST em Minas Gerais, funcionários da Secretaria Nacional e militantes do Assentamento Osiel Nunes, do Pré-Assentamento Ulisses Oliveira e do Acampamento 2 de Julho, todos localizados em Minas Gerais.

IV- Análise dos Resultados

A literatura sobre movimentos sociais é extensa e alguns autores de relevância, como Cohen e Arato, não puderam ser considerados nesse trabalho. Merece um outro estudo uma análise, que pode ser auxiliada pela Teoria da Ação Comunicativa de Habermas, da estruturação dos coletivos e da organicidade do MST, como merecem ser melhor investigados o Setor de Educação do movimento, os grupos que promovem a discussão de gêneros, entre outros.

Em larga medida, esse é apenas um estudo exploratório. No entanto, como monografia de conclusão de curso de graduação, cumpriu seus objetivos, analisando à luz de algumas teorias de Comunicação e de Política as estratégias do MST para se agendar no espaço público.

V- Conclusão

Se o MST conseguiu se consolidar como um dos mais importantes movimentos sociais da América Latina ao longo de seus 21 anos de existência, foi através da contribuição de de estratégias deliberadas para se fazer “comunicativo” tanto para a base que recruta, como para a sociedade em geral. A manipulação de símbolos que representam a imagem do movimento é uma dessas estratégias. O MST desenvolveu performatividade midiática e representações estéticas de seu programa político, além de uma “retórica do proletariado” (o vermelho, os mártires, as palavras de ordem) e do campesinato (a foice, a enxada, o amor a terra), *lugares* que contribuem para a conformação de um universo simbólico de identidade “sem-terra”.

Essa identidade obteve reconhecimento público na sociedade. Contribuíram para tanto, estratégias *espetaculares* que atraem olhares através de ações de grande impacto, que vinculam militantes pela estética de símbolos, que comportam discursos inflamados de lideranças, que perpassam as místicas e as assembléias aclamativas, que estão na realização de marchas e grandes mobilizações.

A relação com a imprensa ajuda a conformar a identidade do MST. O objetivo do movimento, no entanto, não é apenas o de atrair sua atenção, mas “conquistar hegemonia” na sociedade. Para tanto, tão ou mais importante que essa relação com a imprensa é o esforço empreendido pelo movimento para constituir redes de solidariedade em torno da questão da Reforma Agrária e o esforço de formação de consciência de classe através do exercício contínuo de análise de conjuntura, da participação de cada militante em coletivos e da participação da organização em outras mobilizações sociais. Sem isso, o processo de institucionalização do MST (que esteve, em cada momento, influenciado por estratégias de comunicação) não teria sido possível.

Referências Bibliográficas

AZEVEDO, Fernando Antônio. **Agendamento da Política**. In: Rubim, Antônio Albino Canelas (org.), *Comunicação e Política: conceitos e abordagens*. Salvador: Edufba, 2004.

BERGER, Cristina. **Campos em confronto: a terra e o texto**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2003.

BERGER, Peter. LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade**. Petrópolis: Editora Vozes, 1973.

COMPARATO, Bruno Konder. **A ação política do MST**. São Paulo: Expressão Popular, 2003.

FERNANDES, Bernardo Mançano. **MST – formação e territorialização**. São Paulo: Hucitec, 1999.

FERNANDES, Bernardo Mançano e STEDILE, João Pedro. **Brava Gente: a trajetória do MST e a luta pela terra no Brasil**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 1999.

GOHN, Maria da Glória. **Mídia, terceiro setor e MST: impactos sobre o futuro das cidades e do campo**. Petrópolis: Vozes, 2000.

GOMES, Wilson. **Com Habermas, contra Habermas**. In: Anais do VI Encontro anual da Compós, São Leopoldo: Unisinos, 1997.

HABERMAS, Jürgen. **Direito e democracia: entre faticidade e validade**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1997.

_____. **Mudança Estrutural da Esfera Pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003.

_____. **“O Espaço Público” 30 anos depois**. In: Caderno de Filosofia e Ciências Humanas, ano VII, nº12. Rio de Janeiro, 1999.

_____. **Teoría de la acción comunicativa : complementos y estudios previos**. Madrid: Cátedra, 1997.

MITIDIERO JR., Marco Antonio. **O Movimento de Libertação dos Sem-Terra e as Contradições da Luta pela Terra no Brasil**. Tese de Doutorado. Departamento de Geografia da Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, 2003.

PORTO, Mauro. **Enquadramento da mídia e política**. In: Rubim, Antônio Albino Canelas (org.), *Comunicação e Política: conceitos e abordagens*. Salvador: Edufba, 2004.

SILVA SÁ, Roberto Boaventura. **Veja lidera bombardeio contra o MST**. Cuiabá: Cadernos Populares ADUFMAT, 2001.

SCHATTSCHNEIDER, E. E. **The Semisovereign People: A Realist's View of Democracy in America**. Hinsdale: Dryden Press, 1975.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho**. Petrópolis: Vozes, 2002.

THOMPSON, John B. **A Mídia e a Modernidade: uma teoria social da mídia**. Petrópolis: Editora Vozes, 2004.

Sítio

MOVIMENTO dos Trabalhadores Rurais Sem Terra. Disponível em <http://www.mst.org.br>.