



## **Das lutas simbólicas: a comunicação e a cultura experimentadas pelo Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra em sua atuação contra-hegemônica<sup>1</sup>**

**Helena Martins do Rêgo Barreto<sup>2</sup>**  
**Universidade Federal do Ceará**

### **Resumo**

No presente trabalho, discutimos a concepção e os usos dos meios de comunicação por parte do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST), percebendo qual a importância da comunicação e da cultura no âmbito das lutas travadas pelo MST. Para conhecermos a proposta do movimento em relação à temática da comunicação, resgatamos algumas experiências comunicativas, depoimentos de dirigentes ligados à área e analisamos documentos produzidos por eles. A discussão em torno do objeto especificado é embasada teoricamente pelo debate da relação da mídia com os movimentos através de autores como Maria da Glória Gohn, Cícilia Peruzzo e John Downing. Discutimos ainda a concepção dos meios de comunicação como aparelhos privados de hegemonia, por meio dos quais dá-se a disputa entre distintas visões de mundo, tendo como base as formulações de Antonio Gramsci e Raymond Williams.

**Palavras-chave:** Movimentos Sociais; Comunicação; Contra-Hegemonia; MST

### **1. Introdução – Apresentação da Problemática**

Este artigo tem como base de discussão a concepção política da comunicação e os usos dos meios de comunicação por parte do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST). O estudo da comunicação do MST vem sendo desenvolvido em nosso Trabalho de Conclusão de Curso, que será apresentado no fim deste ano, no qual analisamos a “Rádio 25 de Maio FM”, a primeira rádio livre do MST instalada no Ceará. No entanto, para compreendermos a rádio é necessário conhecermos a compreensão e as diretrizes de atuação do movimento acerca da comunicação, temática que será desenvolvida no presente trabalho.

A experiência da produção da comunicação pelo MST é antiga, remonta ao início década de 80, quando o movimento ainda estava em “período de gestação”. Mitsue Morissawa, no livro “A História da luta pela Terra e o MST”, relembra que em

---

<sup>1</sup>Trabalho apresentado na Divisão Temática 08 (Estudos Interdisciplinares da Comunicação), da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

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



um dos acampamentos marcantes da época, o do local chamado Encruzilhada Natalino, no Rio Grande do Sul, apesar da precariedade das condições de vivência, os militantes “trataram de se organizar em grupos, setores e comissões, e de eleger uma coordenação. Dessa luta nasceu o *Boletim Sem Terra*, o primeiro órgão de comunicação do Movimento, e uma secretaria administrativa em Porto Alegre para buscar solidariedade.” (MORISSAWA, 2001: 125). Já em 1984, ano da congregação de diversos movimentos e entidades que lutavam pela terra em torno da fundação do MST, é organizado o *Jornal Sem Terra*. O jornal “se apresentava como o instrumento de articulação do movimento, ainda que não existisse uma efetiva política de comunicação por parte do MST.” (VIEIRA, 2009: 196) e, no ano seguinte, passou a ser distribuído nacionalmente. Posteriormente, outros veículos de comunicação do próprio movimento foram sendo elaborados, a exemplo da *Revista Sem Terra* e do sítio na internet, ambos criados em 1997.

Assim como os demais movimentos sociais que emergiram naquela década e que passaram a praticar uma comunicação alternativa, não havia uma discussão específica direcionada a essa temática. Ao longo do tempo, devido aos embates com a mídia e à necessidade de levar o debate sobre a necessidade da reforma agrária a amplos setores da sociedade, o movimento passou a organizar sua atuação na área da comunicação, o que ocorrerá com afinco a partir de 1995, ano em que o movimento elabora o documento “Por Uma Política de Comunicação do MST”.

A partir de então, cientes do papel que a comunicação desempenha numa sociedade, há um amadurecimento do movimento, que passa a perceber a comunicação não apenas como um instrumento para divulgar suas idéias e ações, mas como o direito de receber e produzir informação. Segundo Christa Berger (1996), nesse documento “Há a definição de que “uma política de comunicação acaba sendo um conjunto de normas, regras e procedimentos que, harmonizados e coerentes, contribuem para a consolidação da identidade de uma organização junto à sua base social e com a sociedade”.”.

O texto esclarece ainda quais as funções da comunicação e estabelece que “ela deve cumprir um objetivo interno - motivar a militância - e um externo - divulgar as conquistas, principalmente em relação à educação e à produção.”, além de sugerir a criação de um coletivo de comunicação para dividir tarefas e capacitar militantes para a atuação na área. Dessa forma, o Setor de Comunicação do MST passará a funcionar atrelado à Direção Nacional do movimento e existirá também nos estados, onde também



subdivide-se nas brigadas estaduais. Organizados, os setoriais organizam-se para assessorar o movimento e buscar implantar rádios comunitárias ou realizar parcerias com rádios já existentes. No Ceará, por exemplo, o Setor de Comunicação do MST desenvolvia parceria com oito rádios no interior do estado, através das quais veiculava programas do movimento.

A importância dada a temática da comunicação reflete-se em sua inclusão como bandeira de luta do MST. No último congresso realizado pelo movimento, em 2007, no qual suas linhas políticas foram reafirmadas, temos entre os compromissos assumidos e publicados na Carta do 5º Congresso Nacional do MST, no 16º tópico: “Lutar para que cada assentamento ou comunidade do interior tenha seus próprios meios de comunicação popular, como por exemplo, rádios comunitárias e livres. Lutar pela democratização de todos os meios de comunicação da sociedade contribuindo para a formação da consciência política e a valorização da cultura do povo”<sup>3</sup>. Encampar a luta pela democratização da comunicação, ter como linha de ação produzir uma comunicação própria e, ainda, perceber a comunicação como uma forma de combater o monopólio de produção cultural amplia a visão do movimento e a atuação nesta trincheira além de, internamente, trazer nova dinâmica ao setor.

Interessa-nos perceber que a comunicação praticada pelo movimento está intrinsecamente ligada à visão e atuação política do mesmo. A coordenadora do Setor de Comunicação, Juventude e Cultura do MST-CE, Joyce Ramos, explica que, no âmbito do MST,

Tudo o que vem a ser feito tem uma intencionalidade: fortalecer a luta do Movimento Sem Terra em prol de uma causa. Temos um projeto alternativo de sociedade, mas que não ocorrerá de fato apenas com o MST e movimentos próximos. A gente precisa fazer com que a sociedade conheça esse projeto alternativo, mas sabemos que há um limite estrutural, que é a distribuição [dos veículos de comunicação do movimento]<sup>4</sup>.

Para Miguel Stedile, da Coordenação Nacional do MST, “não existe fronteira entre a luta política, a comunicação e a cultura, já que toda a comunicação e cultura é uma opção política e está a serviço de um projeto político”. Por isso, a construção de um projeto popular implica necessariamente na construção de uma nova comunicação e de uma nova culturas<sup>5</sup>.

---

<sup>3</sup> Disponível em: <http://www.mst.org.br/mst/pagina.php?cd=3713>. Acesso: mai/2008

<sup>4</sup>Comentário de Joyce Ramos emitido durante discussão no encontro supracitado. Sua publicação foi autorizada pela autora.

<sup>5</sup> Disponível em: <http://www.mst.org.br/mst/pagina.php?cd=5997>. Acesso: mai/2009



No documento recentemente produzido pelos Setores de Comunicação e Cultura do MST<sup>6</sup>, está colocado que o movimento defende um amplo projeto de Reforma Agrária, sistêmico, que reestruturas a totalidade da produção da vida social, o que implica “novos valores, novos significados e o enfrentamento à hegemonia do capital. Hegemonia esta que configura-se pela propriedade dos meios de produção, pelo controle do Estado e pelo monopólio dos meios de comunicação.” (p.9).

Logo, trata-se de perceber a importância dos meios de comunicação no processo de constituição e disputa do imaginário social coletivo. Isso é, as mediações sociais nos quais estão envolvidos, afinal, como afirma Ilana Polistchuk & Trinta (2003: 80), a mídia desempenhou e continua a desempenhar um “importante papel no âmbito da existência psicossocial coletiva, em sua condição de necessária referência à orientação para a vida do cotidiano, à concretização de processos políticos e à de expressivas transformações culturais”.

## **2. Movimentos Sociais e Comunicação**

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

Assim, em meio à redemocratização política, a democratização da comunicação entrou na pauta das discussões de forma mais clara. Houve a proliferação dos veículos populares, e, mais tarde, de sites de partidos e dos próprios movimentos, além do surgimento de movimentos sociais ligados diretamente a esse tema, como a Frente Nacional por Políticas Democráticas de Comunicação (FNDPC) e, mais tarde, o Movimento Nacional de Democratização da Comunicação (MNDC) (MEKSENAS, 2002), bem como diversas discussões em torno dos capítulos referentes ao tema que estariam presentes na Constituição Federal. Na década seguinte, a mídia conquistaria

---

<sup>6</sup>Tivemos acesso ao documento “Hegemonia, Política, Comunicação e Cultura”, produzido neste ano pelo Setor de Comunicação e pelo Setor de Cultura do MST ao participarmos do Encontro do Setorial de Comunicação, Juventude e Cultura do Ceará, realizado entre os dias 4 e 8 de junho de 2009.



papel ainda mais destacado na sociedade, influenciando inclusive a forma de organização e atuação dos diversos atores sociais.

Durante a redemocratização, outro fenômeno diretamente ligado a nosso estudo é o ascensão dos movimentos sociais. Ainda na década de 80, especificamente no ano de 1984, surge o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem-Terra com o intuito de unificar diversos atores que lutavam pela realização da reforma agrária. A bandeira era, então, *Terra não se ganha, se conquista*. Ao longo dos 25 anos de luta e resistência, somou à luta pela reforma agrária outras pautas de reivindicação, como educação e direitos humanos e, como veremos a seguir, a luta pela democratização da comunicação.

No livro *Teorias dos Movimentos Sociais* (2007), Maria da Glória Gohn discorre acerca dos diversos paradigmas formulados e utilizados para compreendermos esses movimentos. Após a análise desses paradigmas, a autora define os movimentos como

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

Gohn (idem, p: 239), debatendo sobre o fortalecimento dos movimentos locais que trabalham com demandas globais em detrimento dos movimentos locais que trabalham com demandas de serviços territorializadas e que não se articulam a redes internacionais, afirma que as agendas e formas de atuar dos movimentos sociais foram alteradas. Dentre as práticas modernas de ação desses movimentos, entre os quais podemos incluir o MST, já que articula-se internacionalmente através da Via Campesina, por exemplo, a autora destaca o uso da mídia. Para além de uma ferramenta de informação, sua intrincada relação com a política e as diversas culturas fez com que passasse a ser percebida em sentido mais amplo, como um instrumento possível de construção de visões sociais. Dessa forma, a tarefa da transformação social passaria pela construção de novos valores culturais e ideologias, isso é, pela disputa da hegemonia.



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

### **3. Hegemonia e Contra-hegemonia**

No âmbito dos estudos da comunicação, a leitura do filósofo italiano Antonio Gramsci, cujas teorias serviram como base para estudos que buscavam articular cultura e política, influenciaram bastante a perspectiva dos estudos culturais. Gramsci alargou os caminhos marxistas, foi além da percepção ortodoxa que compreendia a superestrutura como reflexo direto das relações sociais que ocorriam no âmbito da infraestrutura para perceber a dialética entre as estruturas e a importância da cultura na estratégia revolucionária. O conceito de hegemonia, bastante utilizado pelos estudos culturais, segue esse prisma. Segundo Gramsci, o domínio da burguesia mantém-se devido ao controle das forças produtivas e do poder econômico, entretanto, a sustentação dessa classe privilegiada está alicerçada também na superestrutura, na produção de uma ideologia dominante e de consensos para “controlar” as classes populares.

De acordo com Dênis de Moraes, “A hegemonia não se reduz à coerção e à força (econômica e militar), e sim pressupõe a capacidade de um bloco histórico (aliança ampla e durável de classes e frações de classe) dirigir moral e culturalmente, e de forma sustentada, o conjunto da sociedade.” (2008, p: 40). O teórico britânico Raymond Williams conceitua hegemonia da seguinte forma:

É todo um conjunto de práticas e expectativas sobre a totalidade da vida: nossos sentidos e distribuição de energia, nossa percepção de nós mesmos e nosso mundo. É um sistema vivido de significados e valores – constituído e constituidor -0 que, ao serem experimentados como práticas, parecem, confirmar-se reciprocamente. Constitui assim um senso da realidade para a maioria das pessoas na sociedade, um senso de realidade absoluta, porque experimentada, e além da qual é muito difícil para a maioria dos membros da sociedade movimentar-se, na maioria das áreas de sua vida. Em outras palavras, Hegemonia é no seu sentido mais forte uma “cultura”, mas uma cultura que tem também de ser considerada como o domínio e a subordinação vividos de determinadas classes. (WILLIAMS, 1979. p:113)



Hegemonia é, pois, o resultado do embate entre visões de mundo diferentes. Segundo Gramsci, na arena da luta de classes atuam os “aparelhos privados de hegemonia”, espaços onde os imaginários sociais e os consensos são formados enquanto forças reguladoras do cotidiano, como escolas, sindicatos, partidos políticos, imprensa e Igreja. A hegemonia se realiza, então, em cenários diversos, dentre os quais destacam-se os que atuam na construção de sentidos e da representação da realidade. Entretanto, como destaca Williams, devemos perceber a complexidade das estruturas internas de uma hegemonia, que refletem a complexa rede de relações sociais que a sociedade vivencia:

Uma hegemonia vivida é sempre um processo. Não é, exceto analiticamente, um sistema ou uma estrutura. É um complexo realizado de experiências, relações e atividades, com pressões e limites específicos e mutáveis. Isto é, na prática a hegemonia não pode nunca ser singular. Suas estruturas internas são altamente complexas, e podem ser vistas em qualquer análise concreta. Além do mais (e isso é crucial, lembrando-nos o vigor necessário do conceito), não existe apenas passivamente como forma de dominação. Tem de ser renovada continuamente, recriada, defendida e modificada. Também sofre uma resistência continuada, limitada, alterada, desafiada por pressões que não são as suas próprias pressões. Temos então de acrescentar ao conceito de hegemonia o conceito de contra-hegemonia e hegemonia alternativa, que são elementos reais e persistentes na prática. (idem: 116-116).

Portanto, enquanto se reafirma simbolicamente, a hegemonia dominante também é questionada. Nesse sentido, Dênis de Moraes traz uma reflexão extensa sobre hegemonia e comunicação que, devido à sua importância, reproduzimos aqui:

A notável contribuição de Gramsci sobre o embate pela hegemonia no seio da sociedade civil — a partir de sua teoria marxista ampliada do Estado — permite-nos meditar sobre o desempenho dos meios de comunicação. Devemos analisá-los não apenas como suportes ideológicos dos sistemas hegemônicos de pensamento, mas também como lugares de produção de estratégias que objetivam reformular o processo social. Sem deixar de reconhecer a sistemática reverberação dos discursos dominantes nas mídias, temos que considerar que debates, polêmicas e contradiscursos se manifestam nos conteúdos informativos, ainda que numa intensidade menor do que a primeira, mas em proporção bem maior do que a de décadas atrás. Os aparatos mediáticos não operam *full time* para mascarar fatos ou distorcê-los. Seria menosprezar a percepção da audiência e desconhecer as exigências da febril concorrência no mercado da comunicação. É evidente que nem tudo o que se divulga está contaminado pelas injunções de uma malha ideológica rígida a ponto de fraudar a vida — afinal complexa e diversificada. Na era da informação abundante e em tempo real, os



paradigmas se atualizam e as modalidades de relação com o público se refinam.<sup>7</sup>

Além da comunicação ser vista como uma ferramenta para uma “demarcação” de posição ou para dar respostas à mídia dominante difundindo informações diferenciadas, potencialmente poderá ser utilizada nos esforços da construção de nova sociedade, culturas, hegemonia. Por influência dessas teorias, segundo John Downing, “as noções de *contra-hegemonia* e *contra-hegemônico* tornaram-se bastante comuns entre os escritores influenciados pelo pensamento de Gramsci - embora ele próprio nunca tenha usado esses termos -, como forma de categorizar as tentativas de contestar as estruturas ideológicas dominantes e suplantá-las com uma visão radical alternativa” (2002: p. 48).

#### **4. A contra-hegemonia exercida na prática**

Na contramão da concentração e da exclusão que caracteriza os sistemas de comunicação, resistem os meios de comunicação *popular-alternativos*, que, segundo Cicília Peruzzo, consistem na corrente que se ocupa “da comunicação no contexto de organizações e movimentos sociais vinculados às classes subalternas ou, como dizem enfaticamente, da comunicação “*ligada à luta do povo*” por melhores condições de existência e pela sua emancipação, mediante movimentos de base organizados” (Peruzzo. 1998. p. 119. Grifo da autora). O uso termo popular já foi discutido por ampla biografia - não cabe a nós resgatarmos -, no entanto salientamos que a compreensão de popular como algo do povo (categoria extremamente ampla) não ajuda a delimitarmos nosso objeto (da mesma forma percebemos as falhas da utilização do termo comunitário). Por outro lado, quando a compreensão do popular como algo ligado à imutáveis tradições, como afirma Martin-Barbero (2002), ofusca as relações existentes na sociedade contemporânea, na qual Barbero percebe uma mediação entre o popular(es) e o massivo, aquele sobrevive e resiste ao sistema dominado por este, o que resulta na constituição de uma heterogeneidade cultural.

O uso do termo alternativo, como a própria Cicília Peruzzo destaca, tem recebido conotação específica ao que se refere à imprensa crítica desenvolvida durante o

---

<sup>7</sup> “Notas sobre o imaginário social e hegemonia cultural”. Disponível em: <http://www.artnet.com.br/gramsci/arquiv44.htm>





regime militar (2004: p.120). Para John Downing, é um paradoxo falar em mídia *alternativa*, visto que tudo sempre é uma alternativa a outra coisa. O autor é incisivo na crítica a termos como “comunitário” ou “popular” que, para ele, são mais firmes naquilo que excluem – a mídia convencional – que do que significam. Ao buscar um termo que suprima tais lacunas teóricas, Downing propõe a noção de mídia radical: “Com o termo *mídia radical*, refiro-me à mídia – em geral de pequena escala e sob muitas formas diferentes – que expressa uma visão alternativa às políticas, prioridades e perspectivas hegemônicas.” (2002: p. 21). Assim, ele liga o conceito e a função da mídia radical às experiências contra-hegemônicas, influência gramsciana que deixa transparecer no seguinte trecho:

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

É essa mídia radical e contra-hegemônica a que o MST desempenha - aliás, é importante ressaltar que o são apenas os veículos de comunicação, mas a prática cultural e política efetivada pelo movimento. No aspecto midiático, a produção de uma comunicação diferenciada vem como forma de dar respostas aos meios tradicionais, à chamada “imprensa burguesa”. No prefácio do livro “Teatro e Transformação Social” (2006), a filósofa Iná Camargo Costa avalia que:

Denunciar e desqualificar todo tipo de ação coletiva, tanto na vida quanto na produção cultural, é a tarefa política essencial da indústria cultural. A mesma violência com que vidas são suprimidas em assassinatos de militantes dos movimentos sociais é exercida pela indústria cultural quando esta suprime o ponto de vista de todas as vítimas da prepotência dos proprietários dos meios de produção. Uma



coisa não vai sem a outra: o cultivo de valores permanentes aos valores do adversário de classe. (p. 4-5)

Segundo ela, “Compreendendo o papel devastador da cultura hegemônica, os militantes do MST entenderam que o seu combate exigia a construção de suas próprias formas de representação estético-política da experiência social e a invenção de suas próprias formas de ação cultural contra-hegemônica.” (idem, p. 6). A luta contra a dominação, portanto, perpassa a luta contra a ideologia dominante. Por isso, “Para além dos desenvolvidos nas lutas mais imediatas de enfrentamento do latifúndio e do agronegócio que se traduzem na força da organização, o MST já desenvolve a alguns anos a luta mais sistematizada na frente cultural.” (idem, p. 5), como já afirmamos anteriormente. Mais que um palco do debate político, o MST acredita que a mídia, especialmente a TV, é também ator do debate político. Ela, “Na prática, se constitui um cenário em que os meios de comunicação de massa, concentrados nas mãos de poucas famílias, constroem uma realidade, alimentam valores e orientam o que se pode fazer, pensar e sonhar. A partir disso, se padroniza o sentido e o papel de sujeitos e grupos sociais na vida e na história” (p.2)<sup>8</sup>.

O documento, lançado com o objetivo explícito de “demonstrar como, neste momento histórico, a hegemonia das classes dominantes é sustentada por uma visão estratégica da difusão de valores através dos meios de comunicação.” (idem, p.1), busca esclarecer a importância de fazer parte deste lugar da disputa ideológica com a finalidade de construir a hegemonia dos trabalhadores. No entanto, sabe-se da necessidade de atuar de forma diferenciada através de novos processos de produção. Se afirmamos que “Na cultura e na comunicação, a elite monopoliza a produção, enquanto o acesso é generalizado a todo o povo.”, o que “reduz a Comunicação e a Cultura apenas ao consumo, deixando de lado a importância de possuir e controlar técnicas e meios de produzir cultura e comunicação”(idem, p. 8), é através do controle das discussões e das técnicas por parte dos trabalhadores que a lógica poderá ser invertida: “Somente vinculada com a política é que a cultura pode ter uma dimensão combativa”(p.5), por isso “A cultura deve ser produzida e dirigida para os trabalhadores, que precisam se apropriar das técnicas e criar uma nova cultura, com base na realidade concreta das pessoas, apontando para a superação do capitalismo.” (idem, p. 5), afinal

---

<sup>8</sup>Setores de Comunicação e Cultura do MST: “Hegemonia, Política, Comunicação e Cultura”. 2009



A luta pela transformação da sociedade exige mecanismos de transformação ideológica (da cultura e da comunicação). Uma estratégia de transformação não pode prescindir destes elementos (...). Isso exige ainda que a produção na comunicação e na cultura seja realizada pelos próprios trabalhadores, de forma que desapareçam as divisões entre produtores e consumidores, entre trabalhadores e intelectuais ou trabalhadores e artistas, e também entre espectadores e críticos. (idem, p. 12).

## 5. Conclusão: A reconfiguração da política

O que toda essa discussão acerca da produção do MST esclarece vai ao encontro da análise de Martin-Barbero (2008) que afirma que, no que concerne à política, há uma

reconfiguração das mediações em que se constituem os novos modos de interpelação dos sujeitos e de representação dos vínculos que dão coesão à sociedade. Mais que substituí-la, a mediação televisiva e radiofônica passou a constituir, a fazer parte da trama dos discursos e da própria ação política. Pois essa mediação é *socialmente produtiva*, e o que ela produz é a densificação das dimensões rituais e teatrais da política. Produção que permanece impensada, e em boa medida impensável, para a concepção instrumental de comunicação que permeia boa parte da crítica. Pois o meio não se limita mais a veicular ou a traduzir as representações existentes, nem tampouco a substituí-las, mas começou a *constituir uma cena fundamental da vida pública*. (p. 14).

O autor propõe que pensar a política a partir da comunicação nos leve a priorizar

os ingredientes simbólicos e imaginários presentes nos processos de formação do poder. O que leva a democratização da sociedade em direção a um trabalho na própria trama cultural e comunicativa da política. Pois nem a produtividade social da política é separável das batalhas que se travam no terreno simbólico, nem o caráter participativo da democracia é hoje real fora da cena pública que constrói a comunicação massiva” (idem, p.15).

Perceber a inscrição da comunicação na cultura a partir do prisma da ação política e dar lugar de destaque da comunicação e da política, como propõe Barbero, parece-nos ser o que busca fazer o MST no processo dos usos sociais que faz dos meios, na valorização que o movimento vem dando à repercussão das notícias sobre suas ações, em âmbito externo, e, internamente, na utilização da comunicação atrelada à cultura para envolver militantes, disputar visões de mundo, lutar pela conquista de seus objetivos.



Levando-se em conta a Pesquisa Nacional Por Amostra de Domicílios – PNAD, de 2006<sup>9</sup>, que aponta que as rádios comunitárias existem em 48,6% dos municípios brasileiros, superando as estações comerciais de rádio FM (34,3%) e AM (21,2%), e a televisão aberta atinge 95,2% dos municípios brasileiros, constatamos a importância dos meios de comunicação, destacadamente o rádio e a TV, no cotidiano da população brasileira. Em um contexto onde o analfabetismo ainda é uma realidade, o acesso à internet e outras tecnologias é escasso, essas mídias podem servir como instrumentos de educação, de formação cidadã. Feitas por um movimento social como o MST, cuja visão de mundo é trabalhada simbolicamente em vários aspectos, como nas místicas ou na própria constituição do “ser sem-terra”, a comunicação tem o potencial de ser utilizada como mais um meio para o questionamento da ordem social vigente e para a proposição de uma outra ordem, constituindo, tendo como base uma leitura gramsciana, uma contra-hegemonia.

---

<sup>9</sup> Disponível em <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/perfilmunic/cultura2006/cultura2006.pdf>. Acesso: abril/2008



## 6. Referências bibliográficas

- CALDART, Roseli Salete. **Pedagogia do Movimento Sem Terra**. 3º ed. São Paulo: Expressão Popular, 2004.
- DOWNING, John D. H. **Mídia radical: rebeldia nas comunicações e movimentos sociais**. S. Paulo: SENAC, 2002.
- GOHN, Maria da Glória. **Teorias dos Movimentos Sociais**. São Paulo: Edições Loyola, 6a ed. 2007.
- LIMA, Venício A. de. **Mídia, Teoria e Política**. São Paulo, Editora Fundação Perseu Abramo, 2001.
- MARTIN-BARBERO, Jesus. **Dos Meios As Mediações - Comunicação Cultura e Hegemonia**.
- MEKSENAS, Paulo. **Cidadania, Poder e Comunicação**. São Paulo: Cortez, 2002.
- MORAES, Dênis de. **Comunicação Alternativa em rede e difusão contra-hegemônica**. In COUTINHO, Eduardo Granja. **Comunicação e Contra-hegemonia**. Rio de Janeiro (RJ), Editora UFRJ, 2008.
- MST, Coletivo Nacional de Cultura do. (Org.) **Teatro e Transformação Social Volume 1: Teatro Forum e Agit-Prop**. São Paulo: CFPC, 2007
- PERUZZO, Cícilia M.K. **Comunicação nos movimentos populares - a. participação na - construção da cidadania**. Petrópolis: Vozes, 1998.
- POLISTCHUK, Ilana & RAMOS TRINTA, A. **Teorias da Comunicação. O pensamento e a prática da Comunicação Social**. Rio de Janeiro: Campus, 2003.
- WILLIAMS, Raymond. **Marxismo e Literatura**. Zahar Editores S.A. 1979.
- WOLF, Mauro. **Teorias das comunicações de massa**. São Paulo: Martins Fontes, 2008.
- Teses, monografias e artigos:**
- BERGER, C. **Campos em confronto: jornalismo e movimentos sociais. As relações entre o Movimento Sem Terra e a Zero Hora**. 1996. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo. São Paulo, 1996.  
Disponível em: <http://www.boecc.ubi.pt>. Acesso jun/2009.
- LIMA, Mayrá Silva. **Da resistência à libertação - Comunicação e Cultura no MST**. Fortaleza, 2006. Monografia de graduação em Comunicação Social.
- MORAES, Dênis de. **Notas sobre o imaginário social e hegemonia cultural**. Disponível em: <http://www.artnet.com.br/gramsci/arquiv44.htm>
- VIEIRA, Fernando Antônio da Costa. **Navegando contra a maré: a relação entre o MST e a mídia**. 2007. Tese (Doutorado em Programa de Pós-Graduação em Sociologia e Antropologia) - Universidade Federal do Rio de Janeiro.



**Documentos:**

Pesquisa Nacional Por Amostra de Domicílios – PNAD, de 2006

(<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/perfilmunic/cultura2006/cultura2006.pdf>)

Setor de Comunicação e Setor de Cultura do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra.  
“Hegemonia, Política, Comunicação e Cultura”, 2009.