

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

LUCAS ALVES MOREIRA

ABRIL VERMELHO: AS ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO DIGITAL DO MST  
DURANTE A JORNADA NACIONAL DE LUTAS EM DEFESA DA REFORMA  
AGRÁRIA DE 2023

CURITIBA

2023

LUCAS ALVES MOREIRA

ABRIL VERMELHO: AS ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO DIGITAL DO MST  
DURANTE A JORNADA NACIONAL DE LUTAS EM DEFESA DA REFORMA  
AGRÁRIA DE 2023

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Relações Públicas, Setor de Comunicação da Universidade Federal do Paraná, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Relações Públicas.

Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Michele Goulart Massuchin

CURITIBA

2023



UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ  
SETOR DE ARTES, COMUNICAÇÃO E DESIGN  
COORDENAÇÃO DO CURSO DE RELAÇÕES PÚBLICAS

**AVALIAÇÃO DA APRESENTAÇÃO ORAL DO  
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO EM RELAÇÕES  
PÚBLICAS II**

**ESTUDANTE:**

LUCAS ALVES MOREIRA – GRR20175643

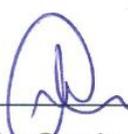
**TÍTULO DO TRABALHO: "ABRILVERMELHO: AS ESTRATÉGIAS  
DE COMUNICAÇÃO DIGITAL DO MST DURANTE A JORNADA  
NACIONAL DE LUTAS EM DEFESA DA REFORMA AGRÁRIA DE  
2023"**

**DATA E HORÁRIO DA DEFESA: 28/11/2023, às 08:30 horas**

BANCA EXAMINADORA	ASSINATURA	NOTA
Elson Faxina		100
Maíra Orso		100
Michele Goulart Massuchin		100
<b>MÉDIA FINAL:</b>		100

Curitiba, 28 de novembro de 2023.

Assinatura: \_\_\_\_\_

  
Michele Goulart Massuchin  
Orientadora



*Dedico este trabalho aos trabalhadores e trabalhadoras Sem Terra que tombaram na luta e aos que seguem firmes pela Reforma Agrária e pela transformação social.*

*Dedico também ao Lucas de sete anos atrás que, mesmo com tantas dúvidas, decidiu ao menos tentar.*

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço aos meus pais e avós por sempre me ajudarem com o que tivessem ao seu alcance e por todos os outros gestos de amor. Em especial, agradeço à minha mãe, Selma, por me incentivar a prestar o vestibular da UFPR e a ir atrás dos meus sonhos.

Agradeço ao meu amigo Rodrigo por toda a ajuda na minha caminhada e por ser um grande companheiro nas reflexões sobre o mundo. Agradeço também à família que me acolheu e tive a felicidade de conviver em Uberlândia.

Agradeço aos amigos e amigas que a UFPR e Curitiba me presentearam e que tornaram essa jornada muito mais leve e divertida. Agradeço à Amanda e ao Guilherme pela parceria nos trabalhos e por todas as trocas. E agradeço também ao Maxi, pelo acolhimento e apoio.

Agradeço aos professores e professoras do Decom pelos ensinamentos valiosos. Em especial, agradeço à professora Michele por acolher minhas ideias e me ajudar a organizá-las. Sua contribuição foi fundamental para a realização deste trabalho. Agradeço também ao professor Faxina e à doutoranda Maíra, por aceitarem o convite para participar da banca.

Agradeço aos companheiros e companheiras do MST que prontamente se dispuseram a me auxiliar na construção deste trabalho. Em especial, agradeço ao Wesley, pelo empenho para conseguir participar da entrevista.

Agradeço à política de cotas que me possibilitou acessar a universidade pública. E agradeço à UFPR e suas políticas de assistência estudantil por me proporcionarem inúmeras vivências que fazem parte do que sou hoje.

## RESUMO

O presente trabalho de conclusão de curso apresenta como objetivo principal mapear e analisar as estratégias de comunicação digital construídas pelo Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST) durante a 26ª Jornada Nacional de Lutas em Defesa da Reforma Agrária, realizada em abril de 2023. Como objetivos específicos, busca-se apontar as principais pautas que o Movimento discute, denuncia e reivindica através de alguns dos seus principais meios de comunicação neste período. Pretende-se também propor uma discussão sobre a importância de uma comunicação institucional própria e contra-hegemônica produzida pelo Movimento. Para executar a pesquisa, foi utilizada a análise de conteúdo (BARDIN, 2016) para coletar, categorizar e analisar os conteúdos publicados nas contas oficiais e nacionais no período de 17 a 21 de abril de 2023. Estes conteúdos compreendem 178 publicações no Instagram, 45 matérias no Site e 4 materiais audiovisuais no YouTube. Para a obtenção de outras informações complementares, foi utilizada também a entrevista semiestruturada (GASKELL, 2008; LEITÃO, 2021) com um coordenador do Setor Nacional de Comunicação do MST. Os resultados mostram que o Movimento possui capacidade de produção e adaptação de conteúdo para os diferentes meios utilizados, além de conseguir construir estratégias que destacam e projetam discussões referentes as pautas propostas pelo lema da 26ª Jornada de Abril: “Contra a fome e a escravidão: por terra, democracia e meio ambiente”. Também foi observado que, a partir da construção dessa comunicação, o MST tem êxito em criar uma narrativa crítica e alternativa, possibilitando assim a pressão e a abertura de diálogo com o Governo e outras instâncias do Estado.

Palavras-chave: MST, comunicação digital, comunicação institucional, contra-hegemonia.

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO.....</b>	<b>8</b>
<b>2. MOVIMENTOS SOCIAIS E O MST NO CENÁRIO BRASILEIRO.....</b>	<b>14</b>
2.1 HISTÓRICO E DEFINIÇÃO DOS MOVIMENTOS SOCIAIS.....	14
2.2 MOVIMENTOS SOCIAIS NO BRASIL.....	19
2.3 BREVE HISTÓRICO DA QUESTÃO AGRÁRIA NO BRASIL.....	24
2.4 MST E A LUTA NO CAMPO.....	28
<b>3. COMUNICAÇÃO E MOVIMENTOS SOCIAIS.....</b>	<b>35</b>
3.1 COMUNICAÇÃO CONTRA-HEGEMÔNICA.....	35
3.2 COMUNICAÇÃO NAS ORGANIZAÇÕES.....	42
3.3 MOVIMENTOS SOCIAIS E PRODUTORES DE COMUNICAÇÃO.....	45
3.3.1 CANAIS PRÓPRIOS DE COMUNICAÇÃO COM OS CIDADÃOS.....	49
3.3.2 CANAIS DE CONTATO COM A IMPRENSA.....	51
<b>4. ABORDAGEM METODOLÓGICA.....</b>	<b>54</b>
4.1 ANÁLISE DE CONTEÚDO E ENTREVISTA.....	54
4.2 OBJETOS DE ANÁLISE.....	57
<b>5. ANÁLISE DOS DADOS.....</b>	<b>60</b>
5.1 ANÁLISE DA COMUNICAÇÃO DIGITAL NO INSTAGRAM.....	60
5.2 ANÁLISE DA COMUNICAÇÃO DIGITAL NO SITE.....	76
5.3 ANÁLISE DOS CONTEÚDOS AUDIOVISUAIS PUBLICADOS NO YOUTUBE..	95
5.4 A JORNADA DE LUTAS DE ABRIL DE 2023, SEU PLANEJAMENTO DE COMUNICAÇÃO E ALGUNS DOS RESULTADOS.....	99
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>104</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>110</b>

## 1. INTRODUÇÃO

De acordo com a Constituição de 1988, a comunicação é um direito. Isso refere-se não apenas à liberdade de expressão, mas também ao direito de acesso à informação e à participação nas decisões de políticas públicas. Contudo, esse direito, ainda que previsto constitucionalmente, não é plenamente garantido a todas as pessoas e classes sociais por diversos fatores, entre eles a concentração dos meios de comunicação e o controle de informação. Se por um lado a mídia é capaz de difundir inúmeras informações, ela pode servir também como um instrumento de poder, pois assim ela é capaz de interferir na opinião pública (PIRES; ADOLFO, 2017).

A manutenção da democracia depende, dentre outros fatores, da pluralidade de informações produzidas e difundidas, o que permite aos cidadãos tomarem decisões baseadas em todas as informações, não apenas em uma parcela controlada por determinados grupos (PIRES; ADOLFO, 2017). No Brasil, na contramão do que é previsto na constituição, historicamente os meios de comunicação são propriedade de uma pequena quantidade de empresas, comandadas por poucas famílias (PIRES; ADOLFO, 2017). Neste contexto, os meios de comunicação de massa formam um oligopólio de comunicação e informação.

Esses meios de comunicação em seu oligopólio não têm como interesse discutir ou realizar mudanças sociais que beneficiem as classes subalternas, mas ao contrário disso, objetivam sobretudo manter uma realidade que lhes garantam benefícios e gere ainda mais lucros (GÓES, 2006). A discussão sobre a concentração dos meios de comunicação e a sua estrita relação com a desigualdade social, evidenciada também pela globalização, não é algo novo e já foi tema do Relatório McBride, publicado pela UNESCO, em 1981 (GÓES, 2006).

A concentração dos meios de comunicação no Brasil segue a lógica capitalista e empresarial. Nessa dinâmica, os indivíduos só acessam informações que permeiam o debate público por meio da mediação de um pequeno grupo de empresas privadas que selecionam, filtram, editam e obstruem as expressões que circulam em seus canais de acordo com seus interesses (MARINONI, 2015). O oligopólio dos meios de comunicação foi evidenciado no Monitor de Propriedade de

Mídia<sup>1</sup> (MOM, na sigla em inglês). A pesquisa foi realizada no Brasil em 2017 pela Intervezes, coletivo que defende o direito à comunicação, e mapeou 50 veículos de comunicação em 4 segmentos: TV, rádio, mídia impressa e online. Os resultados mostraram que na televisão, 4 canais (Globo, SBT, Record e Band) somam juntas 71,1% da audiência do país. Na mídia impressa, 50% da audiência é concentrada nos grupos Globo, Folha, RBS e Sada. A concentração também foi percebida na mídia online, onde os grupos G1, UOL, R7 e IG acumulam 58,75% da audiência. Esses e outros dados do levantamento evidenciam a falta de pluralidade da mídia no país e sua ameaça para a democracia.

Por outro lado, a comunicação é produzida com outro sentido e outros objetivos por atores sociais que lutam por mudanças sociais, como é o caso dos movimentos sociais. A comunicação sempre fez parte da mobilização desses movimentos, em conformidade com a capacidade de organização e os recursos disponíveis em cada época (PERUZZO, 2013a). Em toda a história, os movimentos sociais sempre utilizaram de meios de comunicação próprios, conhecidos também como populares, comunitários, participativos ou alternativos, seja para falarem com os seus públicos específicos ou devido ao cerceamento da liberdade de expressão pela mídia hegemônica (PERUZZO, 2013a).

As definições de movimentos sociais são diversas, se complementam entre si e estão em constante evolução. Para Gohn (2011, p. 335), os movimentos sociais são “ações sociais coletivas de caráter sociopolítico e cultural que viabilizam formas distintas de a população se organizar e expressar suas demandas”. Para Machado (2007, p. 252), os movimentos sociais são “formas de organização e articulação baseadas em um conjunto de interesses e valores comuns, com o objetivo de definir e orientar as formas de atuação social”. São formas de ações coletivas que objetivam, através de processos não institucionais de pressão, alterar a ordem social e influenciar nos resultados de processos sociais e políticos que se referem a valores ou comportamentos sociais e ainda nas decisões institucionais do governo relacionadas às políticas públicas (MACHADO, 2007).

Os movimentos sociais se intensificam no Brasil, bem como em toda a América Latina, a partir dos anos 70 e 80, impulsionando a redemocratização após o período da ditadura militar. Dentre os principais movimentos que surgem nesse

---

<sup>1</sup> <http://brazil.mom-gmr.org/br/>

período está o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST). Sua fundação oficial ocorreu em janeiro de 1984, na cidade de Cascavel - PR, durante o I Encontro Nacional dos Trabalhadores Rurais Sem Terra, com 80 representantes de 13 estados (FERNANDES; STÉDILE, 2005). Com quase 40 anos de mobilização, o MST se expande pelo Brasil e fortalece a sua luta por direito à terra, Reforma Agrária, combate à fome e mudanças sociais.

Desde seu nascimento, a comunicação é essencial para o MST, não apenas para a auto organização do movimento, mas para articulação com o Governo e outros setores da sociedade civil, como partidos políticos, sindicatos, coletivos, universidades, comunidade, entre outros. A apropriação de meios de comunicação pelo MST ocorre diante da dificuldade de veiculação de suas pautas na mídia tradicional e da necessidade do combate a imagens de violência e desordem atribuídas aos Sem Terra por essa mesma mídia (PERLI, 2017). Segundo Perli (2017), a produção de comunicação do MST se tornou fundamental para o entendimento da história do Movimento e dos trabalhadores e trabalhadoras rurais Sem Terra, além de auxiliar os militantes no entendimento do papel da comunicação na sociedade de classes. Dessa forma, a comunicação do Movimento se tornou uma ação política contra a mídia tradicional (PERLI, 2017). A estigmatização e criminalização do MST pela mídia fica evidente também na pesquisa de Pita (2022), enquanto Ayoub (2011) evidencia também um processo de *satanização* do Movimento pela mídia hegemônica.

As ações do MST passaram a receber maior atenção da mídia após o Massacre de Eldorado dos Carajás, em 17 de abril de 1996, no qual a Polícia Militar executou 21 trabalhadores rurais (VARGAS, 2006). Como forma de denunciar o crime, relembrar seus mártires e reforçar a necessidade de sua luta, o Movimento intensifica as ações em todo o país no mês de abril através da Jornada Nacional de Lutas em Defesa da Reforma Agrária. A Jornada, que acontece anualmente no mesmo mês, desperta grande interesse da mídia tradicional, que criou o nome “Abril Vermelho”<sup>2</sup> para abordar as ações realizadas pelo Movimento durante esse mês.

Neste ano, já nas primeiras mensagens e ações do MST sobre a Jornada de 2023, foi possível observar notícias distorcendo informações e tentando, como de costume, criminalizar o movimento e suas ações<sup>3</sup>. Também foi notável a articulação

---

<sup>2</sup> <https://mst.org.br/2023/04/13/7-pontos-que-voce-precisa-saber-sobre-o-abril-vermelho-do-mst/>

<sup>3</sup> <https://veja.abril.com.br/politica/stedile-anuncia-que-mst-vai-invadir-fazendas-em-todo-o-brasil>

do Movimento para organizar trabalhadores, militantes e apoiadores, não somente para lembrar o Massacre de Eldorado dos Carajás e seus mártires, mas para amplificar os debates acerca da urgência da Reforma Agrária Popular. Com as ações, o Movimento busca pautar discussões sobre temas de interesse público e aumentar a visibilidade de suas lutas.

É de extrema importância os estudos que envolvem comunicação e movimentos sociais, pois estes podem ser considerados atores coletivos com um enorme potencial para fortalecer a democracia e impulsionar mudanças sociais (PERUZZO, 2013a). Dessa forma, tais estudos são necessários não apenas para evidenciar a importância desses movimentos, mas para trazer novas perspectivas da comunicação que auxiliam no processo de amplificação dessas lutas. Diversos estudos referentes a esse tema foram produzidos ao longo das duas últimas décadas, como o de Vargas (2006), no qual a autora se debruça em torno das estratégias de agendamento do MST durante o Abril Vermelho de 2006, e o de Aragão (2018), que analisa o contradiscurso do MST à mídia hegemônica. Contudo, o objeto desta pesquisa engloba outras particularidades que o diferenciam de outros trabalhos.

Primeiro, é importante ressaltar que a pesquisa aqui realizada se concentra em torno das estratégias de comunicação digital realizadas pelo Movimento em uma ação pontual, a Jornada Nacional ou “Abril Vermelho”. O momento específico no cotidiano do movimento, bem como a concentração de atividades dedicadas em torno da Jornada, pode facilitar a observação das ações referentes à comunicação. Além disso, vale ressaltar que o objeto de análise se encontra em um contexto político diferente dos anos anteriores. Já no Governo Temer, o desmonte de políticas públicas fragilizou os movimentos sociais, em especial aqueles ligados à terra (MEDEIROS, 2020). Além de dar continuidade a esse desmonte, o governo de extrema direita de Jair Bolsonaro fechou ainda mais o diálogo com o MST e estimulou a perseguição e a criminalização do Movimento. Atualmente o país é governado pelo líder do Partido dos Trabalhadores, partido do campo progressista e com amplo histórico de aliança e diálogo com movimentos sociais, com destaque ao próprio MST.

A escolha do tema, bem como do objeto de análise, perpassa entre outras questões às minhas motivações pessoais. Minhas vivências na universidade e outros espaços ao longo desse período contribuíram para o desenvolvimento do

meu senso crítico, não apenas enquanto acadêmico, mas também como cidadão. Evidentemente, a desigualdade social, gerada e alimentada por políticas neoliberais é um problema que me gera inconformidade e, dessa forma, auxiliar na luta da classe trabalhadora do campo e da cidade contra a opressão historicamente sofrida, é também um dos objetivos que me norteiam. Durante a graduação, o meu desejo de me tornar um profissional das Relações Públicas se reorganizou enquanto compreendia a importância do direito à comunicação para o fortalecimento da democracia e como uma das ferramentas indispensáveis para a superação dos problemas sociais.

Por último, mas não menos importante, outro problema político que me gera inquietação é a fome. O Brasil está entre os maiores produtores de alimentos do mundo, ainda assim, em 2022, mais de 33 milhões de brasileiros viviam em situação de fome, segundo o 2º Inquérito Nacional sobre Insegurança Alimentar<sup>4</sup>. A pesquisa também revela que mais da metade da população brasileira (58,7%) convive com a insegurança alimentar em algum grau. Esse problema não é mero acaso e advém, dentre outras questões, de políticas que favorecem o agronegócio, modelo que, além de gerar danos humanos e ambientais, não prioriza gerar alimentos para alimentar os brasileiros, mas sim a produção de *commodities*, comercializada no mercado internacional.

Por outro lado, o MST é considerado o maior produtor de arroz orgânico da América Latina, segundo Instituto Rio Grandense do Arroz (Irga)<sup>5</sup>. A agricultura familiar é responsável pela produção de 76,8% dos alimentos que chegam à mesa dos brasileiros, segundo o Censo Agro 2017<sup>6</sup>, e boa parte desse número é advinda de famílias em assentamentos do MST. Auxiliar na luta campesina pelo direito à terra e ajudar a entender como a comunicação pode mostrar outras faces do movimento, é também uma forma de auxiliar na luta a favor de um outro modelo de produção de alimentos que supra a necessidade da população e preserve o meio ambiente.

---

<sup>4</sup> <https://midianinja.org/news/fome-avanca-no-brasil-em-2022-e-atinge-331-milhoes-de-pessoas/>

<sup>5</sup> <https://www.brasildefatores.com.br/2022/03/15/ha-10-anos-o-mst-lidera-a-maior-producao-de-arroz-organico-da-america-latina>

<sup>6</sup> <https://www.brasildefato.com.br/2022/12/11/arroz-feijao-cafe-laticinios-e-mais-conheca-as-principais-linhas-de-producao-do-mst>

A partir deste contexto, o presente trabalho de conclusão de curso tem como objetivo geral *mapear e analisar as ações de comunicação do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST) durante a 26ª Jornada Nacional de Lutas em Defesa da Reforma Agrária de 2023*<sup>7</sup> tendo como foco as plataformas digitais. Como objetivos específicos, busca-se elencar quais são os principais temas que o Movimento discute e denuncia, bem como quais são as suas principais reivindicações nesse período. Ainda como parte dos objetivos secundários, intenta-se discutir a relevância de uma comunicação organizada e contra-hegemônica, não apenas para a visibilidade e legitimação do Movimento, mas também para romper com os cercos da mídia tradicional e se comunicar com a sociedade através da própria perspectiva crítica dos fatos. Por fim, pretendemos salientar como uma produção própria de comunicação pode ser essencial não apenas para a ampliação da luta, mas também para o fomento do debate público acerca da Reforma Agrária.

Para a pesquisa empírica, serão analisados os conteúdos produzidos e publicados pelo MST durante a semana oficial da Jornada Nacional no Instagram, YouTube e Site do Movimento. Além da análise de conteúdo, será realizada uma entrevista com um integrante do Setor Nacional de Comunicação do MST a nível nacional, com o objetivo de compreender aspectos mais específicos sobre as estratégias de comunicação digital desenvolvidas ao longo da jornada.

A estrutura do trabalho é composta por dois capítulos teóricos, um capítulo para as análises e um último capítulo para as considerações finais. O primeiro capítulo é destinado para a discussão teórica referente aos movimentos sociais, com ênfase para o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra. Também neste capítulo, busca-se discutir as mudanças nas dinâmicas comunicacionais do MST ao longo de sua trajetória. No segundo capítulo, o objetivo é discutir a importância da comunicação para os movimentos sociais, não apenas como princípio organizador, mas como forma de ganhar visibilidade, pautar debates de interesse público e se relacionar com outros setores da sociedade civil e política. O terceiro capítulo é destinado para as análises, bem como as metodologias empregadas para tal. O quarto e último capítulo é elaborado com as considerações finais sobre o trabalho.

---

<sup>7</sup> <https://mst.org.br/especiais/jornada-nacional-de-lutas-em-defesa-da-reforma-agraria-2023/>

## 2. MOVIMENTOS SOCIAIS E O MST NO CENÁRIO BRASILEIRO

Os movimentos sociais são importantes objetos de estudos das ciências sociais, apesar de serem também observados, em suas determinadas particularidades, por outras áreas, como é o caso da comunicação. Neste capítulo, serão abordados um breve histórico dos estudos sobre os movimentos sociais e as suas principais conceituações por alguns autores da atualidade, como Gohn (2003; 2011; 2013), Machado (2007), Viana (2016) e Peruzzo (2013). Posteriormente, serão realizados também a contextualização dos movimentos sociais no Brasil desde o período da ditadura militar até os dias atuais e, por fim, as discussões sobre o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST), um dos principais movimentos sociais populares do Brasil e do mundo, e objeto de estudo deste trabalho.

### 2.1 HISTÓRICO E DEFINIÇÃO DOS MOVIMENTOS SOCIAIS

Os movimentos sociais são um grande objeto de estudo do campo das ciências sociais. Sua definição é complexa e segue em construção de acordo com os contextos históricos e as contribuições científicas de cada época, não apenas da sociologia, mas também de outros campos que transpassam os estudos das ciências humanas. Além das múltiplas definições, existem ainda diferentes abordagens e metodologias constituídas ao longo do tempo que serviram como lentes para observar e tentar compreender o fenômeno. Apesar disso, a diversidade de interpretações e enfoques também deixa algumas lacunas na definição dos movimentos sociais, já que diversos fenômenos sociais foram denominados como movimentos sociais e, na tentativa de compreendê-los, diversas tipologias foram criadas sem o necessário embasamento teórico (GOHN, 2000).

Para iniciarmos qualquer discussão sobre os movimentos sociais, é importante ressaltar que esse objeto se encontra no âmbito da ação social coletiva (MALFATTI, 2011). Existem diversas teorias que buscam compreender os coletivos sociais, afinal a complexidade do tema, bem como a pluralidade de objeto e contextos, o torna fonte de inúmeros estudos e definições (MACHADO, 2007). As discussões sobre as ações coletivas podem ser divididas em duas grandes correntes consideradas abordagens clássicas, de acordo com Pasquino (1992 *apud*

MACHADO, 2007). De um lado, concentram-se as definições de autores como Gustave Le Bon, José Ortega y Gasset e Gabriel de Tarde. que se preocupam com a erupção das massas e enxergam nos comportamentos coletivos uma manifestação de irracionalidade, associando-as ao risco do rompimento da ordem social existente.

Do outro lado, estariam os autores que enxergam a ação coletiva como racionais e, apesar de suas abordagens distintas, veem nos coletivos sociais um modo peculiar de ação social. Entre esses autores estão Émile Durkheim, Max Weber e Karl Marx. Nas abordagens desses autores, os coletivos sociais abrem caminhos para solidariedades complexas (Durkheim), a mudanças sociais do tradicionalismo para o tipo racional-legal (Weber) ou seriam capazes de iniciar um processo revolucionário (Marx) (Paquino, 1992 *apud* MACHADO, 2007).

Ainda como ressalta Machado (2007), todos esses autores clássicos falavam em “comportamento coletivo” ou “ação social” e, ainda que suas contribuições foram e ainda são de extrema importância para o entendimento dos movimentos sociais, estes não eram objeto específico de estudo tal como conhecemos hoje. Além desses autores, existem diversas outras teorias e correntes consideradas clássicas para a compreensão dos movimentos sociais, entre elas a Escola de Chicago e os autores do interacionismo simbólico (MACHADO 2007).

Entre as abordagens clássicas que consideram a racionalidade da ação social, cabe destacar as perspectivas marxistas acerca dos movimentos sociais, pois ela refere-se à relação das ações coletivas com os meios de produção e as lutas de classes. A análise dos movimentos sociais, na perspectiva do marxismo, refere-se aos processos de lutas sociais que objetivam transformações das condições da realidade social (GOHN, 1997a). Como frisa Gohn (1997) em seu mesmo livro:

Não se trata do estudo das revoluções em si, também tratado por Marx e alguns marxistas, mas do processo de luta histórica das classes e camadas sociais em situação de subordinação. As revoluções são pontos deste processo, quando há ruptura da "ordem" dominante, quebra da hegemonia do poder das elites e confrontação das forças sociopolíticas em luta, ofensivas ou defensivas (GOHN, 1997a, p. 172).

Os estudos de Marx acerca da produção, acumulação de bens e relações sociais capitalistas, a partir dos estudos da mercadoria, levou a reflexão de uma

categoria que se torna central no estudo dos movimento social da classe operária e também da burguesia, a práxis social (GOHN, 1997a). De acordo com Gohn (1997a), na obra de Marx, a práxis é o elemento fundamental de transformação da sociedade e da natureza a partir da ação dos sujeitos. A práxis teórica possibilita a crítica, a interpretação e elaboração de projetos de transformação; a práxis produtiva se concentra no mundo do trabalho; e a práxis política surge da articulação da práxis produtiva e teórica (GOHN, 1997a). Dessa forma, é no contexto das revoluções sociais do período pós-industrial que os movimentos sociais começam a ser observados pelas correntes da sociologia clássica, principalmente o marxismo.

No Brasil e em toda a América Latina, por muito tempo as ações coletivas foram analisadas a partir do paradigma do marxismo clássico de luta de classes, com enfoque nos movimentos sindicais, operários ou nacional populares. Somente a partir da década de 70, inicia-se a tentativa de interpretar com uma maior especificidade os movimentos sociais urbanos que emergiram na sociedade brasileira (SCHERER-WARREN; LÜCHMANN, 2004). De acordo com as autoras, no contexto de redemocratização do Estado e da sociedade, a questão da autonomia de atores coletivos em sua relação com governos autoritários, em paralelo com a diversidade de identidades coletivas (mulher, morador, trabalhador), tornam-se foco dos estudiosos do tema.

Apenas a questão da classe social não era o suficiente para entender as ações coletivas, dessa forma, uma multiplicidade de outras características, além da econômica, começaram a ser levadas em consideração na análise da realidade social (GOSS; PRUDENCIO, 2004). Nesse sentido, ao passo em que os estudiosos não mais compreendem os sujeitos políticos na relação entre classe, partido e Estado, os sindicatos e partidos perdem seu papel de protagonistas políticos para os movimentos populares que emergem nos bairros (THELLES, 1987 *apud* GOSS; PRUDENCIO, 2004). Os estudos acerca da ação coletiva passam a desconsiderar o sujeito apenas em sua posição no sistema de produção, já que existem “diversas formas de pessoas diferentes viverem a mesma posição de classe” (THELLES, 1987 *apud* GOSS; PRUDENCIO, 2004, p. 77).

Para a criação de um modelo alternativo analítico ao modelo marxista clássico, os estudiosos passam a utilizar das contribuições de autores como Manuel Castells, Jean Lojkin, Alain Touraine, Ernesto Laclau, Alberto Melucci, entre outros sociólogos (SCHERER-WARREN; LÜCHMANN, 2004). Segundo as autoras,

surgem então as discussões que vão ao encontro das teorias dos “novos movimentos sociais”. Muitos desses “novos movimentos sociais” estão relacionados a questões subjetivas da ação social, ou seja, ligadas a ordem dos valores dos grupos sociais, impossíveis de descrever apenas através de questões de ordem econômica, como por muito tempo foram observados (GOHN, 2000). Atualmente, os estudos acerca do tema ainda utilizam dessas contribuições para a compreensão das ações sociais coletivas.

Para uma melhor compreensão desses novos movimentos sociais, Gohn (2008) os classifica em três principais grupos. No primeiro grupo se concentram os movimentos identitários, que lutam por direitos sociais, políticos, econômicos e, mais recentemente, culturais. Entre estes, estão os movimentos de segmentos excluídos da sociedade e em muitos casos das camadas populares, como a luta das mulheres, negros, indígenas, pessoas com deficiência, imigrantes, entre outros. No segundo grupo estão os movimentos que lutam por melhores condições de vida e trabalho, seja no meio urbano ou rural, através da luta por moradia, terra, educação, saúde, lazer, alimentação, transporte, etc. Vale ressaltar que, de acordo com a classificação da autora, o objeto de estudo deste trabalho (MST) se encontra neste grupo. Já no terceiro e último grupo, se concentram os movimentos globais ou globalizantes, como o Fórum Social Mundial. Esses movimentos atuam em redes sociopolíticas e culturais e são responsáveis pela articulação de diversos movimentos locais, regionais, nacionais ou transnacionais. (GOHN, 2008)

Diversos autores da atualidade passam a estudar e a elaborar definições sobre os chamados “novos movimentos sociais” tal como conhecemos hoje. Para Gohn (2011, p. 335), os movimentos sociais são “ações sociais coletivas de caráter sociopolítico e cultural que viabilizam formas distintas da população se organizar e expressar suas demandas”. Esses movimentos politizam suas demandas e suas ações são constituídas por um conjunto de temas e problemas em situação de conflitos, antagonismo e disputas, dessa forma, cria-se também uma identidade coletiva ao movimento, a partir do princípio da solidariedade e de valores políticos e culturais compartilhados pelo grupo (GOHN, 2000). Como ressalta a autora, os movimentos sociais são elementos fundamentais na sociedade moderna, pois são na verdade capazes de construir uma nova ordem social e não perturbadores da ordem, como era tratado pelas antigas análises conservadoras ou como ainda são tratados por políticos conservadores (GOHN, 2013). Para fortalecer a mobilização e

alcançar seus objetivos, esses atores utilizam de diversas estratégias, nos mais variados níveis, como frisa Gohn (2011) em um de seus trabalhos:

Na ação concreta, essas formas adotam diferentes estratégias que variam da simples denúncia, passando pela pressão direta (mobilizações, marchas, concentrações, passeatas, distúrbios à ordem constituída, atos de desobediência civil, negociações etc.) até as pressões indiretas (GOHN, 2011, p.335).

Para Machado (2007, p. 252) os movimentos sociais são “formas de organização e articulação baseadas em um conjunto de interesses e valores comuns, com o objetivo de definir e orientar as formas de atuação social”. São formas de ações coletivas que objetivam, através de processos não institucionais de pressão, alterar a ordem social e influenciar nos resultados de processos sociais e políticos que se referem a valores ou comportamentos sociais e ainda nas decisões institucionais do governo relacionadas às políticas públicas (MACHADO, 2007).

Dentro do conjunto de movimentos sociais, estão os movimentos sociais populares. Estes possuem como principal característica a sua base composta por camadas desprivilegiadas da sociedade, ou seja, classes em posições de exploração, subordinação e marginalização, como os proletários, camponeses, artesãos, entre outros (VIANA, 2016). Segundo o autor, no espaço urbano, essas classes vivem, em sua maioria, em locais com pouca estrutura urbana e enfrentam maiores dificuldades de acesso a bens coletivos. Nesse sentido, suas demandas e reivindicações se encontram no âmbito do espaço urbano e estão relacionadas com questões de moradia, transporte coletivo, estrutura urbana, violência no trânsito entre outras (VIANA, 2016). Nesse sentido, podemos compreender que os movimentos sociais populares estão relacionados necessariamente com a luta de classes.

Na definição de Peruzzo (2013a, p.162-163), os movimentos sociais populares são “articulações da sociedade civil constituídas por segmentos da população que se reconhecem como portadores de direitos e se organizam para reivindicá-los, quando estes não são efetivados na prática”. Como complementa a autora, esses movimentos são organizados em sua própria dinâmica de ação e se institucionalizam como forma de se consolidar e se legitimar na sociedade. Esses atores sociais, portanto, são essenciais para a manutenção da democracia e para mudanças sociais. Como reforça Peruzzo (2013a):

Enquanto forças organizadas, conscientes e dispostas a lutar, são artífices de primeira ordem no processo de transformação social, embora um conjunto de fatores (liberdade, consciência, união) e de atores (pessoas, igrejas, representações políticas, organizações) se soma para que mudanças se concretizem (PERUZZO, 2013a, p. 163).

Na América Latina e na sociedade brasileira, nos anos 70 e 80 ganharam destaque os movimentos sociais que se articularam com grupos de oposição ao regime militar, principalmente com os grupos de base cristãos influenciados pela teologia da libertação (GOHN, 2011). Na atualidade, Scherer-Warren (2008) cita como alguns dos movimentos sociais populares mais expressivos da América Latina os movimentos dos Sem Terra ou camponeses, dos Sem Teto ou de moradores, dos quilombolas, mulheres, indígenas, pessoas negras e pessoas desempregadas. Como ainda reforça a autora, as demandas desses atores estão relacionadas às carências no cotidiano das pessoas que compõem a base da luta e, dessa forma, são demandas “históricas e espacialmente referenciadas” (SCHERER-WARREN, 2008, p. 506). Dessa forma, tais demandas “se tornam signos e representações simbólicas através da tradução de seus significados em políticas de cidadania” (SCHERER-WARREN, 2008, p. 506).

## 2.2 MOVIMENTOS SOCIAIS NO BRASIL

Para uma melhor compreensão acerca dos desdobramentos dos movimentos sociais no Brasil, cabe uma breve noção sobre cidadania e sociedade civil, pois são conceitos que sempre estiveram entrelaçados com a efetivação desses movimentos. Tais conceitos, apesar de amplamente abordados no cotidiano, têm suas particularidades e ressignificações ao longo da história política no Brasil. De acordo com Gohn (2013, pg. 352), a cidadania é:

Um processo onde se encontram redes de relações, conjuntos de práticas (sociais, econômicas, políticas e culturais), tramas de articulações que explicam e ao mesmo tempo sempre estão abertas para que se redefinam as relações dos indivíduos e grupos com o Estado.

Muito se discute sobre cidadania e muitas vezes os entendimentos se restringem apenas ao direito de escolha dos representantes políticos. Contudo, ela é e deve ser muito mais que isso. Para que a cidadania seja plena, ela precisa ser um

processo ativo e está relacionada diretamente com a participação dos indivíduos na esfera pública e com o exercício de direitos, para tal, é necessária a formação de cidadãos conscientes sobre seus direitos e deveres (GOHN, 2013).

O conceito de sociedade civil passa por reformulações ao longo da história, mas surge no Brasil concomitante ao processo de transição democrática, ao final dos anos 70, primeiro no vocabulário político e depois em discussões teóricas (GOHN, 2013). De acordo com a autora, nesse contexto, o conceito se tornou sinônimo de participação e organização da população civil na luta contra o regime militar. A partir daí, surgem diversas práticas coletivas que objetivam a reivindicação de direitos negados pelo regime autoritário. Até então, um dos eixos centrais da sociedade civil era a autonomia, ou seja, a organização independente ao Estado, o que era considerado também uma forma de desobediência e resistência ao regime político da época.

Nesse contexto, diversos novos atores sociais entram em cena, com destaque aos movimentos populares, reivindicatórios, apoiados por alas da teologia da libertação e outras entidades da sociedade civil (GOHN, 2013). Cabe ressaltar aqui a pontuação de Scherer-Warren (2008) sobre as discussões que à época diziam que os movimentos de base “davam as costas para o Estado”. Segundo a autora, não era uma simples questão de dar as costas ao Estado, para além disso, “muito mais do que a busca de uma separação nítida em relação ao governo, rejeitava-se o regime opressor e restritivo à participação popular em sua totalidade” (SCHERER-WARREN, 2008, p.11).

Ainda de acordo com Gohn (2013), com a queda do regime militar, a partir de 1985 o conceito de sociedade civil passa a ser alterado, assim como a própria postura dos militantes e a agenda dos movimentos sociais populares. Devido às novas possibilidades de participação e representação para a reconstrução democrática do Estado, a questão da autonomia deixa de ser o eixo central, dando lugar às políticas de negociação entre sociedade civil e Estado. Além disso, com o retorno da constitucionalidade democrática e as novas formas de associativismo, surgem diversos novos atores sociais como as ONGs e outras associações civis do Terceiro Setor. (GOHN, 2013)

Nesse contexto, a partir dos anos 1990, a noção de sociedade civil se amplia ao mesmo tempo em que passa a se relacionar com a sociedade política, o que dá origem ao espaço público não estatal (GOHN, 2013). De acordo com a autora, a

participação da sociedade civil se torna essencial para interferir nas prioridades de administração, com o objetivo que as questões sociais fossem atendidas não apenas superficialmente e em uma lógica economicista, democratizando assim a gestão da coisa pública. Nesse mesmo sentido, a noção de cidadania deixa de ter o foco apenas no direito dos cidadãos, e nela é introduzida também a questão dos deveres, da responsabilização dos indivíduos nas arenas públicas (GOHN, 2013).

Os movimentos sociais sempre estiveram presentes na história política do país e, apesar de uma presença não exatamente linear, pode-se afirmar que eles criam um campo de força sociopolítico e impulsionam inúmeras mudanças sociais (GOHN, 2013). Como já mencionado, no Brasil, assim como em toda a América Latina, os movimentos sociais populares se intensificaram principalmente a partir da década de 70, impulsionando a redemocratização. Se nos Estados Unidos e Europa, as demandas coletivas estavam relacionadas a uma questão cultural da construção de identidades, já que as necessidades materiais estavam de certa forma resolvidas, na América Latina as lutas ainda se mantinham na ordem material e na luta pela redemocratização nos países em que ocorreram as ditaduras militares (GOSS; PRUDENCIO, 2004).

Um dos primeiros movimentos sociais pós-ditadura militar de 1964 no Brasil, foi o movimento de resistência da própria ditadura e do autoritarismo estatal, que organizava segmentos das camadas populares, intelectuais e artistas em torno do objetivo de resistência (SCHERER-WARREN, 2008). De acordo com a autora, também merecem destaques o movimento estudantil, um dos mais ativos e que estava organizado nas principais cidades brasileiras, e os movimentos populares, frutos das iniciativas da Igreja progressista, da Teologia da Libertação, das Comunidades Eclesiais de Base (CEBs) e pastorais, dos centros de educação popular e de organizações civis comunitárias. Em 1968, o movimento estudantil organizou a “Passeata dos Cem Mil”, na cidade do Rio de Janeiro, que se tornou o maior protesto desde o início da ditadura militar. Como resposta do governo, foi instaurado o ato institucional nº5, que durou de 1968 a 1979 e proibia manifestações públicas (SCHERER-WARREN, 2008).

A partir desse momento, as principais formas de resistência foram a luta armada (guerrilha) e o trabalho clandestino de conscientização sobre a importância da democratização a partir dos diversos setores da sociedade civil, em especial da Igreja Católica progressista (SCHERER-WARREN, 2008). Conforme salienta a

autora, no final desse período, também com apoio de lideranças da Teologia da Libertação, surge o “novo sindicalismo”, que lutava não apenas contra o regime militar, mas também pela democratização da relação patrão e empregado. O fim desse período é marcado pela Lei da Anistia, assinada em 1979, que possibilitou o retorno dos exilados políticos, muitos dos quais vieram para fortalecer grandes ONGs que lutavam pela cidadania. Também no final da década de 70, surgem outros movimentos importantes, como novas organizações rurais, movimento dos atingidos por barragens, dos bóias frias e dos Sem Terra, mediados pela Comissão Pastoral da Terra (SCHERER-WARREN, 2008).

Nesse contexto, começam a surgir também aqueles que são chamados de “novos movimentos sociais”, organizados através de lutas identitárias feministas, pacifistas, ecologistas, étnicas, etc (Scherer-Warren, 2008). Destacam-se nesse momento o movimento feminista e a luta contra o patriarcado e o autoritarismo do Estado; o movimento dos direitos humanos, que lutava contra a tortura e violação dos direitos humanos e civis e pela anistia; e o surgente movimento negro contemporâneo, que objetivava a construção da consciência e identidade negra, além de evidenciar o racismo na sociedade brasileira (ALBERTI; PEREIRA, 2006 *apud* SCHERER-WARREN, 2008). Todos esses movimentos, além de suas lutas específicas, se opunham também contra o autoritarismo estatal da época.

Conforme ocorre a transição política e a redemocratização do Estado, os movimentos sociais passam a se mobilizar na luta pela ampliação de direitos. As normas e estatutos mais democráticos impulsionaram a institucionalização das organizações da sociedade civil, dessa forma, houve um aumento expressivo no número de ONGs e de instituições do terceiro setor (SCHERER- WARREN, 2008). Nesse processo, ainda de acordo com a socióloga, algumas organizações começaram a fazer a mediação institucional entre a parcela mais vulnerável e excluída da sociedade e a esfera governamental/estatal, processo que ficou conhecido por “parcerias” entre sociedade civil, Estado e, às vezes, mercado. Dessa forma, antigos militantes e lideranças de movimentos sociais passaram a participar da esfera governamental. Segundo Scherer-Warren (2008, p.12), “iniciava-se a institucionalização das práticas da sociedade civil em face da democratização”.

Ao longo da década de 80, as duas principais mobilizações foram o Movimento pelas Diretas Já (1983-1984) e a mobilização da sociedade civil organizada, constituída por ONGs, associações e movimentos sociais, que

encaminharam propostas para a inclusão de novos direitos na Constituição Brasileira, o que viria a ser chamada de "Constituição Cidadã" (SCHERER-WARREN, 2008). Como ressalta a autora, na base desse processo estavam os movimentos sociais urbanos, de bairro e contra a fome, os movimentos sociais rurais, em especial aqueles de luta contra barragens e pelo direito à terra, além de alguns dos novos movimentos sociais, principalmente o movimento feminista e ecológico. Apesar do grande número de movimentos sociais que surgiram nesse período, a garantia de direitos, principalmente para a parcela mais excluída da sociedade, foi pouco expressiva (SCHERER-WARREN, 2008). Todavia, a autora destaca que esse foi um momento importante para a conscientização dos cidadãos, impulsionado principalmente por organizações de mediação, intelectuais e lideranças de movimentos sociais, mas ainda assim com alcance limitado para a enorme parcela excluída da população.

Já a partir da década de 90, um novo impulso de institucionalização das organizações civis foi estimulada pela ECO-92<sup>8</sup> e, como resultado disso, as ONGs e o terceiro setor ganham ainda mais visibilidade (SCHERER-WARREN, 2008). Segundo a autora, os fóruns globais e as conferências internacionais estimularam também a comunicação entre as organizações e a participação em redes de múltiplos atores coletivos. Também em 1992, a mobilização popular acerca do *impeachment* do presidente Fernando Collor de Mello contou com grande apoio da sociedade civil, com destaque para o movimento da juventude "caras pintadas" (SCHERER-WARREN, 2008). Vale ressaltar que a União Nacional dos Estudantes (UNE) e a União Brasileira dos Estudantes (UBES) foram as duas principais entidades responsáveis pela articulação do movimento "caras-pintadas"<sup>9</sup>.

Ainda na década de 90, houve também o crescimento e consolidação dos movimentos sociais do campo, como o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST), Movimento dos Pequenos Agricultores (MPA), Movimento das Mulheres Agricultoras (MMA), Movimento dos Atingidos por Barragens (MAB), além do avanço na relação entre esses próprios movimentos e com outros movimentos urbanos, latino-americanos e globalizados (SCHERER-WARREN, 2008). Scherer-Warren (2008) também enfatiza que nesse período, os movimentos sociais de cunho étnico passam a ter maior visibilidade na esfera pública e, por intermédio

---

<sup>8</sup> <https://www.politize.com.br/eco-92/>

<sup>9</sup> <https://www.politize.com.br/movimento-caras-pintadas/>

de lideranças quilombolas, indígenas e do movimento negro, negociam espaços de participação na elaboração de políticas sociais e culturais.

No início do século XXI, os movimentos sociais possuem diversas características de momentos anteriores, mas ocorre também o crescimento de redes de movimentos que buscam uma nova presença na esfera pública (SCHERER-WARREN, 2008). De acordo com a autora, apesar do engajamento com as questões nacionais, eles apresentam uma certa autonomia em relação ao Estado, não mais como naquele primeiro momento. Esse período é chamado por Scherer-Warren (2008, p.14) como “movimento cidadão crítico” e a articulação entre os movimentos sociais objetiva sobretudo o empoderamento e a capacitação da sociedade civil para a participação na esfera pública estatal. Como frisa a autora, esse movimento não tem como objetivo um projeto de controle do Estado, mas de controle social através da cidadania e de questões de interesse público, o que muitos movimentos populares chamam de “projeto de nação”.

Na atualidade, os movimentos sociais no Brasil são diferentes daqueles movimentos que emergiram no período da ditadura militar (movimentos populares reivindicatórios de melhorias urbanas articulados com pastorais, grupos políticos de oposição ao regime militar etc.) (GOHN, 2013). De acordo com a autora, naquela época os movimentos sociais lutavam pelo “direito a ter direitos” e, dessa forma, não eram autocentrados, mas se espelhavam em muitos outros movimentos para construir sua própria identidade, de acordo com a teoria de Jacques Lacan (GOHN, 2013).

Muitos movimentos sociais contemporâneos estão relacionados a conflitos entre atores da sociedade civil, contudo, nem todos estão relacionados necessariamente com o conflito de classes, a exemplo dos movimentos feministas e ecológicos (GOHN, 2000). Contudo, na América Latina e no Brasil, são predominantes os movimentos que ainda lutam por direitos básicos essenciais para a sobrevivência, como comida, moradia e terra (GOHN, 2000, p. 228). Nesse caso, enquadra-se o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST), que é de maior interesse neste trabalho e vamos abordar com mais detalhes adiante.

### 2.3 BREVE HISTÓRICO DA QUESTÃO AGRÁRIA NO BRASIL

Antes de levantarmos as definições e história do MST, é válida uma rápida explanação sobre a problemática da concentração de terras no país. A história acerca da posse de terras no Brasil, bem como a exploração humana e da natureza inicia-se com as capitânicas hereditárias. Após a pirataria de pau brasil praticada pela França, que considerava dona da terra que ocupasse, a coroa portuguesa decide dividir e colonizar o que chamavam de “nova terra” (FAUSTO, 2007). Para isso, dividiram o Brasil, com linhas paralelas ao Equador, em 15 quinhões entregues aos capitães donatários, grupo diversificado composto pela pequena nobreza, burocratas e comerciantes, todos ligados à Coroa (FAUSTO, 2007). Além do poder de explorar essas terras, os donatários podiam doar sesmarias, extensões de terras virgens doadas aos sesmeiros com a obrigação, raramente cumprida, de cultivá-las e de pagar um tributo à Coroa (FAUSTO, 2007).

O regime sesmarial foi extinto em 1822 e, até que fosse regulamentada uma lei de legitimação de terras no Brasil, iniciou-se um novo período da formação da propriedade de terra (FILHO; FONTES, 2009). De acordo com os autores, em 1850 surge a lei chamada Lei de Terras e durante esse intervalo, conhecido como “império de posses” ou “fase áurea do posseiro”, a posse torna-se a única forma de aquisição de terras, já que não havia nenhum tipo de normatização e regulamentação das terras. Nesse período, ocorreu um aumento significativo de posseiros, de grandes propriedades, além de marcar o início das oligarquias rurais no Brasil (FILHO; FONTES, 2009).

A Lei nº 601 Euzébio de Queiroz, também chamada de Lei de Terras, previa a delimitação da propriedade no Brasil e definia as formas de concessão de novas propriedades a partir de 1850 (FILHO; FONTES, 2009). De acordo com os autores, a Lei previa a legitimação das sesmarias concedidas que não haviam sido tomadas por descumprimento das obrigações, a legitimação de posses ocorridas entre 1822 e 1850 e a demarcação de terras devolutas. Além disso, a Lei foi uma forma de buscar a entrada de imigrantes no Brasil, já que ela previa o fim do trabalho escravo. Dessa forma, a transição para o trabalho livre foi financiada pela venda de terras devolutas da Coroa (FILHO; FONTES, 2009).

A Lei de Terras, promulgada no mesmo ano da proibição do comércio de pessoas escravizadas, marca o início da legitimação da propriedade privada no Brasil, pois se no regime das sesmarias as terras estavam a serviço da Corte e seu uso era destinado apenas às pessoas ligadas à ela, a partir de 1850, só podia ter

acesso à terra aquelas que tinham dinheiro para adquiri-las. Cabe ressaltar o apontamento de Martins (2010) sobre os escravos na sociedade colonial. De acordo com o autor, antes mesmo de ser um produtor de mercadorias, de valor, o escravo era ele mesmo uma mercadoria, que devia produzir lucro antes mesmo de começar a produção. Assim, os escravos eram equivalentes ao capital e, ainda segundo Martins (2010, p. 40), “mais valiosos que a terra eram os escravos”.

Conforme o contexto se encaminha para a abolição da escravatura, o polo capitalizado de produção passou a ser a terra (MARTINS, 2010). A partir da nova legislação, a ocupação de terras devolutas passou a ser proibida e só poderiam passar a ser propriedade privada quando compradas do Estado. Dessa forma, dificulta-se também aos trabalhadores a livre a propriedade da terra. Como reforça Martins (2010):

A Lei de Terras de 1850 e a legislação subsequente codificaram os interesses combinados de fazendeiros e comerciantes, instituindo as garantias legais e judiciais de continuidade da exploração da força de trabalho, mesmo que o cativo entrasse em colapso (MARTINS, 2010, p. 59).

Em 1964, durante o governo do presidente-Marechal Humberto de Alencar Castelo Branco, foi instituída a primeira Lei de Reforma Agrária no Brasil, conhecida também como Estatuto da Terra (FILHO; FONTES, 2009). Segundo os autores, a lei surge devido a necessidade de distribuição de terras no Brasil, bem como para a conceituação do campo, determinar níveis de produtividade e definir o uso social da terra. Além disso, foi através desse estatuto que foram definidos o minifúndio e o latifúndio.

Durante o período da ditadura militar no Brasil, os governos militares implantaram uma política de desenvolvimento agropecuário para a modernização do campo, modelo que privilegiou a agricultura capitalista em detrimento à agricultura camponesa (FERNANDES, 2012). Como ressaltava Fernandes (2012), por um lado essas transformações geraram a modernização tecnológica, fazendo com que a agricultura dependesse cada vez menos de recursos naturais e mais da indústria de insumos, o que consolidou o processo de industrialização da agricultura e promoveu o crescimento das relações de trabalho assalariado. Por outro lado, esse modelo fez com que o campo se tornasse espaço de intensos conflitos, devido ao crescimento das desigualdades socioeconômicas, além de manter a concentração fundiária que

intensificou a luta pela terra. Ainda de acordo com o autor, muitos fatores estão relacionados a essa política de desenvolvimento agropecuário, entre eles:

A não realização da reforma agrária; a concentração do poder político nas mãos da bancada ruralista; a política de privilégios à agricultura capitalista e a conseqüente destruição da agricultura camponesa; a rápida e violenta transformação do campo brasileiro com a expulsão e a expropriação de milhões de famílias, que migraram para as cidades por e para diferentes regiões brasileiras; o surgimento de milhões de famílias sem-terra; a extrema violência com que são tratados os conflitos fundiários; a persistência de empresários rurais na utilização do trabalho escravo; a concepção tecnicista e economicista de desenvolvimento da agricultura; o crescimento contínuo da violência no campo e os diferentes problemas ambientais causados pela intensa exploração agrícola etc (FERNANDES, 2012, p. 2).

Atualmente, a Constituição Federal de 1988 (Título VII, Capítulo III) abarca a legislação acerca da política agrária e fundiária no Brasil, na qual também se estabelece a obrigatoriedade da função social da terra:

A função social é cumprida quando a propriedade rural atende, simultaneamente, segundo critérios e graus de exigência estabelecidos em lei, aos seguintes requisitos: I. aproveitamento racional e adequado; II. utilização adequada dos recursos naturais disponíveis e preservação do meio ambiente; III. observância das disposições que regulam as relações de trabalho; IV. exploração que favoreça o bem-estar dos proprietários e dos trabalhadores.

Contudo, ainda de acordo com Filho e Fontes (2002, p.68) a nova constituição além de não trazer inovações em relação a Lei de 1964, também causou retrocessos, visto que a mesma legitimou o “latifúndio produtivo” quando “não regulamentou o artigo que previa a desapropriação de terras maiores que o limite máximo de módulos fiscais”.

Apesar da Reforma Agrária prevista na constituição atual, a concentração de terras no Brasil aumenta a cada ano. De acordo com dados levantados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) no Censo Agropecuário de 2017<sup>10</sup>, quase metade da área agrícola do país é ocupada apenas por 1% das propriedades. A pesquisa ainda mostrou que das 51 milhões de propriedades agrícolas no país, 51 mil detêm 47,6% terras usadas para produção agropecuária, enquanto os pequenos proprietários ocupam apenas 2,3% do total.

---

10

<https://www.brasildefato.com.br/2019/10/25/censo-agropecuario-mostra-aumento-da-concentracao-de-terra-no-brasil>

## 2.4 MST E A LUTA NO CAMPO

A origem do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra é o resultado de três importantes processos que se entrelaçam na história da política brasileira (ALMEIDA; SANCHEZ, 1998). O primeiro, foi a modernização capitalista de cunho conservador que dominou a agricultura nas décadas de 60 e 70 e estimulou conflitos agrários, principalmente no estado de São Paulo e no Sul do país, onde teve origem o Movimento. O segundo processo, refere-se a ação pastoral de cristãos ligados a Teologia da Libertação e seu alinhamento com setores da esquerda marxista, como o "novo sindicalismo", as Comunidades Eclesiais de Base e o Partido dos Trabalhadores (PT). A origem do MST está diretamente ligada a esses atores. Por último, uma série de experiências organizativas adquiridas pelos trabalhadores rurais que antecedem o Golpe de 64 fortalecem o surgimento do movimento. Essas experiências dizem respeito às Ligas Camponesas e a União dos Lavradores e Trabalhadores Agrícolas do Brasil (Uitab) (ALMEIDA; SANCHEZ, 1998).

Como salienta Fernandes (2012), o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra surge do processo de enfrentamento e resistência das políticas de desenvolvimento agropecuário durante o regime militar. O autor reforça que esse processo pode ser entendido de maneira mais ampla na luta contra a expropriação e exploração do desenvolvimento capitalista, embora o MST seja parte de um movimento histórico da luta camponesa no Brasil. Referente ao histórico de lutas camponesas no Brasil, Fernandes (2012) também destaca as guerras de Canudos, Contestado, Porecatu, Trombas e Formoso.

Outro elemento importante da gênese do MST é o próprio vínculo com a Comissão Pastoral da Terra, que foi criada em 1975 e auxiliou na reorganização dos movimentos do campo (FERNANDES; STÉDILE, 2005). O MST é fruto de longos processos da luta de classes no campo e herdeiro dos povos originários, quilombolas, posseiros, meeiros, colonos e outros povos que resistiram aos massacres e opressões oriundos da propriedade privada da terra e da superexploração da força de trabalho (TRASPADINI, 2016). No final da década de setenta, o Movimento lutava contra o regime militar e organizava ações de resistência no campo contra às tentativas de concentração de capital no meio rural e à política estatal de incentivo à construção de hidrelétricas (VARGAS, 2006). Como

também reforça Vargas (2006), as primeiras mobilizações do movimento nesse período foram realizadas por trabalhadores e trabalhadoras rurais de forma isolada em cidades do Sul do país. Apesar disso, como destaca Fernandes e Stédile (2005), o MST surge ao mesmo tempo em vários estados.

Em 1981, cerca de 300 famílias de trabalhadores rurais acamparam nas estradas próximo ao município de Ronda Alta, no Rio Grande do Sul, em um ponto conhecido como Encruzilhada Natalino (BARBOSA, 2013). Apesar da repressão do governo e de seus instrumentos militares, os trabalhadores e trabalhadoras resistiram e, após seis meses, o número de famílias no acampamento já era o dobro (BARBOSA, 2013). Desde esse momento, o Movimento passou a receber atenção da mídia e de outros setores da sociedade civil, o que de certa forma também auxiliou no crescimento e expansão do movimento.

Nesse momento, surgem os primeiros exemplares do Jornal Sem Terra, na época chamado Boletim da Campanha de Solidariedade aos Agricultores Sem Terra, também com apoio da Comissão Pastoral da Terra (BARBOSA, 2013). A produção de comunicação, nesse caso em formato de um jornal, é desde então fundamental à organização do Movimento, bem como um instrumento de integração e conscientização política dos membros (BARBOSA, 2013). Como salienta o autor, o jornal é, desde sua criação, uma importante ferramenta integrante de conscientização política para o fortalecimento do movimento. A importância do jornal como ferramenta integrante e de mobilização já era discutida por Lenin (2010) e como o mesmo reforça:

Insisto em que apenas se pode começar a criar essa ligação efetiva de união a partir de um jornal comum [...] empreitada única e regular de caráter nacional voltada para realizar a síntese de todas as atividades, mas mais variadas, de modo a incitar as pessoas a avançar constantemente por todos os numerosos caminhos que levam à revolução, como todos os caminhos levam à Roma (LENIN, 2010, p. 245-246 *apud* BARBOSA, 2013).

O acampamento da Encruzilhada Natalino é considerado o marco que deu origem às ações do MST, pois é a partir desse momento que o Movimento passa a ganhar visibilidade na esfera pública e aglutinar famílias de trabalhadores e trabalhadoras de outros estados. Porém, a fundação oficial do MST ocorreu apenas em 1984, na cidade de Cascavel - PR, durante o I Encontro Nacional do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra, que reuniu cerca de 80 representantes de 13

estados (FERNANDES; STÉDILE, 2005). Durante o Encontro, o MST definiu os seus principais objetivos, entre eles a luta pela terra, pela Reforma Agrária, por mudanças sociais e pela demarcação das terras indígenas.

Já em 1985, o MST organizou o I Congresso Nacional, na cidade de Curitiba - PR, reunindo 1600 delegados e cujo lema era "Ocupação é a única solução" (BARBOSA, 2013). Neste Congresso, o Movimento definiu suas principais estratégias através das ocupações. De acordo com Berger (2003):

O MST definiu suas formas de luta através da ocupação de terras e acampamentos em locais estratégicos; tomadas de prédios, como a sede do Incra, e praças públicas; caminhadas com interrupção de rodovias; visitas aos gabinetes de autoridades estaduais e federais, além de greves de fomes e fechamentos de trevos. Mais recentemente, optaram, também, pela candidatura de líderes para cargos políticos (BERGER, 2003, p.94).

Desde suas primeiras mobilizações, a ocupação de terra pelo MST está entre suas principais estratégias de luta, para ganhar visibilidade na mídia e reivindicar seus direitos previstos na Constituição. De acordo com Gohn (1997b, p. 144), a estratégia básica dos Sem Terra é a ocupação de terras improdutivas, sejam elas públicas ou particulares, criando assim um fato político com o objetivo de pressionar os órgãos públicos a negociarem com o Movimento para que consigam se assentar definitivamente na terra ocupada, através da concessão de títulos de posse. Cabe ressaltar que a luta do Movimento por direitos é contínua, mesmo depois da conquista da terra para assentamentos.

As ocupações de terra no Brasil por movimentos sociais precedem o Golpe Militar de 1964, ainda que tais ocupações apresentassem aspectos diferentes (SIGAUD, 2004). Nessa época, prevaleciam outras formas de reivindicar a reforma agrária, como através das mobilizações pela mudança na Constituição (SIGAUD, 2004). De acordo com a autora, com o Golpe, as ocupações se tornaram inviáveis e as terras ocupadas anteriormente foram devolvidas aos seus proprietários e os militantes passaram a ser alvo da repressão policial e militar. Com a abertura política pós-regime militar, a partir do final dos anos 70, as ocupações foram retomadas no Sul do país por centenas de famílias de pequenos agricultores (SIGAUD, 2004).

Como bem destaca Traspadini (2016, p. 189), a ocupação de terras é uma contestação direta à ordem do capital que, para além do simples ato de entrar e permanecer em um pedaço de terra de propriedade privada que não cumpre sua

função social, é também a práxis que se apresenta como “processo histórico de luta, resistência e formação em movimento”. A ocupação é a principal forma de luta do Movimento desde seu início, até os dias atuais. Por meio dessa ação, o Movimento denuncia problemas sociais e ambientais relacionados à concentração fundiária e agronegócio, além de reivindicar a Reforma Agrária.

De acordo com Fernandes e Stédile (2005), o MST se estrutura em três elementos básicos. O primeiro seria seu caráter popular, tanto no sentido de permitir a participação de todos os membros da família camponesa, homens e mulheres, quanto no sentido de ser aberto a qualquer outra pessoa da sociedade civil que queira lutar pela Reforma Agrária. O segundo é o seu componente sindical e corporativo, sendo estes de interesse dos agricultores, tanto no sentido da conquista de um pedaço de terra, quanto ao que se refere à política de produção. O terceiro elemento é o seu caráter político, pois a luta pela Reforma Agrária, apesar da base social camponesa, faz parte da luta de classes. Na definição de Stédile (2005, p.178):

Quem consideramos sem terra: trabalhadores rurais que trabalham a terra nas seguintes condições: parceiros, meeiros, arrendatários, agregados, chacreiros, posseiros, ocupantes, assalariados permanentes e temporários e pequenos proprietários com menos de 5 hectares.

O Sem Terra, com sua identidade e nome próprio, é considerado um novo sujeito social que participa ativamente da luta de classes no Brasil (CALDART, 2001). De acordo com a autora, Sem Terra vai além de uma categoria social de trabalhadores que não possuem terra, mas revela uma identidade, uma herança que pode ser deixada aos seus descendentes relacionada a uma memória histórica e uma cultura de luta e de contestação. Contudo, reforça Caldart (2001, p.211) inspirada nos pensamentos de Edward Thompson, os Sem Terra não surgem como sujeitos prontos ou uma categoria sociopolítica dada no surgimento do MST. Sua gênese é anterior ao próprio MST e sua constituição é um processo em constante desenvolvimento.

Ser Sem Terra é também mais do que lutar pela terra; *Sem Terra* é uma identidade historicamente construída, primeiro como afirmação de uma condição social: *sem-terra*, e aos poucos não mais como uma circunstância de vida a ser superada, mas como uma identidade de cultivo: *Sem Terra do MST!* Isto fica ainda mais explícito na construção histórica da categoria *crianças Sem Terra*, ou *Sem Terrinha*, que não distinguindo filhos e filhas de

famílias acampadas ou assentadas, projeta não uma condição, mas um sujeito social, um nome próprio a ser herdado e honrado (CALDART, 2001, p. 211-212).

Atualmente o MST faz parte da Via Campesina<sup>11</sup>, um movimento de caráter transnacional que coordena organizações camponesas de pequenos e médios agricultores, trabalhadores agrícolas, mulheres rurais e comunidades indígenas e negras da América, Ásia, África e Europa. Entre os principais objetivos desse Movimento está a defesa da soberania alimentar, que diz respeito aos direitos dos povos decidirem suas próprias políticas agrícolas e alimentares, incluindo a prioridade de alimentos saudáveis, sem agrotóxico e culturalmente apropriados. A Via Campesina é um importante elo entre movimentos sociais rurais de vários continentes na luta contra-hegemônica diante do modelo do agronegócio (SCHERER-WARREN, 2008)

Atualmente, o MST está organizado em 24 estados nas cinco regiões do país e soma cerca de 450 mil famílias que conquistaram a terra por meio da organização e luta dos trabalhadores e trabalhadoras rurais. Além da luta por terra e Reforma Agrária, as bandeiras<sup>12</sup> do MST incluem a soberania nacional e popular, a democratização da comunicação, o acesso à cultura, o combate à violência sexista, a diversidade étnica, a saúde pública, a maior participação popular no sistema político e o desenvolvimento econômico para a erradicação da pobreza e a desigualdade social.

#### 2.4.1 ESTRUTURA DE COMUNICAÇÃO DO MST E PRINCIPAIS VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO COM A SOCIEDADE

Como já mencionado, a comunicação é um dos principais pilares políticos e pedagógicos do MST. A criação do Setor de Comunicação do Movimento, bem como seus primeiros veículos, foi essencial para expandir as estratégias organizativas aos trabalhadores e trabalhadoras do campo, o que possibilitou a organização das grandes mobilizações nacionais, a divulgação de suas lutas e o início da sua legitimidade na sociedade (GUINDANI; ENGELMANN, 2012). Conforme os mesmos autores, nas primeiras ações do MST, a comunicação era realizada por pessoas que

---

<sup>11</sup> <https://terradedireitos.org.br/noticias/noticias/entenda-quem-e-a-via-campesina/1040>

<sup>12</sup> <https://mst.org.br/quem-somos/>

faziam parte do Setor de Jornal e Propaganda, cujo o principal veículo produzido era o Jornal Sem Terra, e somente a partir de 1990 é que este passou a se chamar Setor de Comunicação.

O Setor de Comunicação compartilha o espaço com outros setores importantes que compõem a estrutura do Movimento, como: Educação, Saúde e Gênero, Juventude, Cultura, Direitos Humanos, Produção, Relações Internacionais e Frente de Massa (GUINDANI; ENGELMANN, 2012). Como também salientam os autores, apesar de não ser caracterizado como a maior prioridade do Movimento, o Setor de Comunicação possui uma relação orgânica com todos os outros.

Atualmente o Setor de Comunicação é composto por coordenações em âmbito nacional e regional, além disso, as decisões e deliberações são tomadas em conjunto (GUINDANI; ENGELMANN, 2012). Dessa forma, é importante destacar que o MST não possui uma estrutura vertical na produção de comunicação. Além de jornalistas profissionais contratados, é comum que militantes e integrantes do Movimento participem tanto da condução de atividades de formação, como na produção de textos e artigos, por exemplo (BARBOSA, 2013). O Setor de Comunicação do MST realiza uma gama de ações, sendo que nem todas são desenvolvidas e monitoradas pelos coordenadores estaduais. Além disso, algumas dessas ações são desenvolvidas por outros setores ou de maneira conjunta (GUINDANI; ENGELMANN, 2012).

Entre os principais veículos de comunicação do MST, está o emblemático Jornal Sem Terra, considerado o precursor das ações de comunicação de massa (GUINDANI; ENGELMANN, 2012). Como reforça os autores, este material começou a ser produzido em formato de boletim informativo com produção e circulação semanal. Ao decorrer dos anos foi sendo produzido em maiores quantidades e seus objetivos passaram a englobar o público externo, abarcando diversos temas sobre a conjuntura política. O Jornal Sem Terra reúne nas suas 16 páginas contribuições dos setores de comunicação dos 23 estados onde o MST está organizado, além de textos de intelectuais que apoiam a luta do Movimento (GUINDANI; ENGELMANN, 2012).

A página da internet (site) do MST está no ar desde 1997 e desde de 2003 passou a receber atualizações diárias de notícias relacionadas ao cotidiano do movimento, eventos, informes de ações (GUINDANI; ENGELMANN, 2012). Além das informações institucionais, o site dispõe também do acervo do Jornal Sem Terra

e da Revista Sem Terra e reúne informações sobre o Movimento, como número de acampamentos, assentamentos e dados referentes à questão agrária. Além disso, a plataforma disponibiliza um acervo de vídeo, livros, música e outras produções do Movimento, além de *links* para acesso de rádios comunitárias de diversos assentamentos. Através do *site* é possível acessar também as lojas de produtos orgânicos de diversas cidades e estados.

As principais redes sociais digitais do MST atualmente são o Instagram, Twitter e Facebook. Esses canais são fundamentais para a comunicação do Movimento com a sociedade em geral. Através delas, o Movimento divulga suas ações e eventos, propõe discussões sobre temas diversos que envolvem suas bandeiras, além de realizar denúncias e pressionar o Governo e os órgãos públicos. Além destas redes, o YouTube também é muito utilizado pelo Movimento para a divulgação de conteúdos audiovisuais produzidos pelo Movimento ou entre parcerias externas. Cabe ressaltar que, com exceção do YouTube, além das redes sociais oficiais do MST em âmbito nacional, existem também páginas criadas por setores estaduais do Movimento. No entanto, nesta pesquisa o foco se dá apenas nas páginas ou perfis nacionais do movimento.

### 3. COMUNICAÇÃO E MOVIMENTOS SOCIAIS

A comunicação é essencial para a formação, mobilização e luta dos movimentos sociais, tornando-se também uma ferramenta essencial para a conquista dos objetivos. Contudo, a comunicação realizada pelos movimentos sociais possui outras faces e, apesar das similaridades com aquela produzida por outros setores da sociedade, se reestrutura de acordo com necessidades e contextos. Neste capítulo, abordamos as noções de hegemonia do filósofo italiano Antonio Gramsci, bem como os conceitos de contra-hegemonia e suas formas de ação. Também discutimos temas que envolvem a comunicação e ferramentas utilizadas nas organizações e como os movimentos também utilizam delas no seu cotidiano para o relacionamento com seus públicos e outros setores da sociedade.

#### 3.1 COMUNICAÇÃO CONTRA-HEGEMÔNICA

Antes de abordarmos a respeito da comunicação contra-hegemônica, que neste trabalho será observada através da comunicação produzida pelo MST, faz-se necessário a abordagem acerca do próprio conceito de hegemonia desenvolvido pelo filósofo italiano Antônio Gramsci. De acordo com Moraes (2010, p.54), para Gramsci “a hegemonia pressupõe a conquista do consenso e da liderança cultural e político-ideológica de uma classe ou bloco de classes sobre as outras”. Contudo, de acordo com Barbosa (2013), sobre as concepções de Gramsci, as classes historicamente dominantes não se mantêm no poder apenas pelo uso da coerção, mas principalmente através do convencimento, da persuasão e da conquista da classe dominada por meio de um complexo sistema de dominação ligados aos seus interesses. A classe dominada é chamada por Gramsci (2010 *apud* BARBOSA, 2013) de classe subalterna.

Na obra *Cadernos do Cárcere*, Gramsci diz que hegemonia deve ser compreendida para além de uma simples coerção, pois é um processo mais amplo que engloba a direção cultural e o consentimento das classes subalternas de acordo com as convicções, normas morais e regras de conduta que são estabelecidas pela classe dominante (BARBOSA, 2013). Como salienta Moraes (2010, p. 55), na obra *Cadernos do Cárcere* de Gramsci, a conquista e consolidação da hegemonia também ocorre para além das questões econômicas e organização política, mas

“envolvem também, no plano ético-cultural, a expressão de saberes, práticas, modos de representação e modelos de autoridade que querem legitimar-se e universalizar-se”.

Entretanto, o processo de constituição de uma hegemonia é historicamente longo e envolve diversos espaços da superestrutura ideológico-cultural (MORAES, 2010). Por via do consenso ocorre no âmbito da sociedade civil através de um “conjunto de instituições responsáveis pela elaboração e propagação de ideologias enquanto concepções de mundo” (MORAES, 2010, p. 57). Nesse conjunto, estão alguns aparatos como o sistema escolar, a igreja, as organizações profissionais, os sindicatos, os partidos políticos, as instituições de caráter científico e artístico, os meios de comunicação, entre outros (MORAES, 2010).

Como supracitado, dentre os organismos que contribuem para o processo da hegemonia estão os próprios meios de comunicação. Estes podem ser considerados fundamentais para a consolidação da hegemonia, tendo em vista o poder de disseminação de informações que carregam ideias e valores. De acordo com Moraes (2010), ainda que Gramsci não tenha tido tempo de vida para observar a evolução dos meios de comunicação modernos do século XX, o filósofo debruçou-se sobre o principal meio à sua época, a imprensa. Nesse sentido, Moraes (2010) destaca que na concepção de Gramsci, a imprensa seria fundamental como aparelho privado de hegemonia das classes, instituições e elites dominantes.

Para romper com a hegemonia da classe dominante, as classes subalternas deveriam elaborar uma concepção de mundo crítica ao senso comum e, para além da crítica, o senso comum deveria ser “depurado e elevado a uma visão crítica do mundo”, afinal para além de política, a hegemonia está relacionada a questões culturais, morais e de concepção do mundo (BARBOSA, 2013, p.33). Para Gramsci (2010 *apud* BARBOSA, 2013) uma nova concepção de mundo só seria possível se incorporada a um movimento social concreto e transformada em prática, ou seja, qualquer processo de transformação social só terá êxito se for acompanhada de uma reforma moral e intelectual profunda.

A ideia da contra-hegemonia seria então uma contraposição às ideologias e concepção de mundo criadas e difundidas pela burguesia, ou seja, as classes dominantes. De acordo com Gramsci (1999, p. 314-315 *apud* MORAES, 2010, p. 73), as ações contra-hegemônicas são “instrumentos para criar uma nova forma ético-política”. O objetivo da contra-hegemonia, em sua base programática, é

denunciar e buscar reverter as condições de exclusão e marginalização impostas a uma ampla classe pelo modo de produção capitalista (BARBOSA, 2013). Ainda de acordo com o filósofo, “a contra-hegemonia institui o contraditório e a tensão no que até então parecia uníssono e estável” (BARBOSA, 2010, p.73).

Para que isso ocorra, Gramsci, em seus estudos, reforçava que os mesmos aparelhos ideológicos utilizados pela classe dominante para exercer a sua hegemonia, poderiam também ser utilizados para a formação da consciência crítica das classes subalternas (BARBOSA, 2013). Dessa forma, os aparelhos ideológicos utilizados para difundir a ideologia da classe dominante, como as escolas e os meios de comunicação, poderiam ser também importantes canais para a circulação de ideias alternativas da classe trabalhadora a essa concepção de mundo imposta a ela (BARBOSA, 2013).

As definições sobre a hegemonia de Gramsci, bem como dos aparelhos privados dos quais a burguesia exerce a dominação das classes subalternas, podem ser observadas no oligopólio midiático historicamente constituído no país. A concentração dos meios de comunicação entre as elites econômica e política é resultado, dentre outros fatores, das brechas na legislação que permitia a propriedade cruzada, ou seja, a possibilidade de um mesmo grupo empresarial comandar meios de diversos segmentos, como rádio, televisão e jornal (PINTO, 2010). De acordo com a autora, a Constituição de 1988, apesar de impulsionar leis acerca da radiodifusão, possibilitou com que deputados e senadores distribuíssem concessões em benefício próprio. Dessa forma, desde as primeiras concessões dadas a grupos consolidados no país, os meios de comunicação de massa são compostos por um pequeno grupo de empresas que detém toda a audiência nacional, além de serem propriedade de poucas famílias (PINTO, 2010).

Para o enfrentamento da hegemonia, Moraes (2010, p.73) reforça a necessidade de alargar a visibilidade pública de ideologias que auxiliem na “reorganização de repertórios, princípios, e variáveis de identificação e coesão, com vistas à alteração gradual e permanente das relações sociais e de poder”. Para isso, é de extrema importância mobilizações, campanhas e pressões sociais para reivindicar políticas públicas que detenham o oligopólio midiático (MORAES, 2010). Como ainda reforça o autor, cabe a essas políticas a criação de mecanismos eficazes de descentralizar a comunicação, tanto no sentido de democratizar o modelo de concessões, quanto no incentivo aos meios comunitários e locais na

produção de comunicação e criação cultural por um viés não mercadológico, além de possibilitar o acesso a tecnologias digitais nos processos educacionais e científicos (MORAES, 2010).

Mas há ainda uma outra forma importante de pensar e agir no sentido contra-hegemônico. A produção de uma comunicação de caráter crítico, de oposição ao modelo dominante e que priorize as concepções e questões das classes subalternas, é um importante instrumento para uma nova concepção de mundo e para a superação dos mecanismos de dominação. Essa forma de resistência à hegemonia dominante e seus discursos podem ser potencializadas pelas tecnologias digitais (MORAES, 2010).

A começar por meios, redes, suportes e plataformas que se apropriam de ferramentas tecnológicas para disseminar, pelos quatro quadrantes, informações e ideias que valorizam a consciência social, as causas comunitárias e os direitos da cidadania. A comunicação virtual vem somar-se (jamais substituir ou suplantar) a fontes de veiculação alternativa, instituindo formas colaborativas e não mercantis de trabalho informativo e cultural (MORAES, 2010, p. 74).

Nesse sentido, a Internet possibilita uma imensa variedade de possibilidades para a produção de comunicação e circulação de informação em um viés contra-hegemônico, ou seja, de questionamento e denúncia acerca das políticas neoliberalistas e ideologias mercantilistas de globalização e seus efeitos estimulantes da desigualdade social (MORAES, 2007). Nas definições do autor, a Internet pode ser entendida como “um ecossistema digital caracterizado por arquitetura descentralizada, multiplicação de fontes de emissão, disponibilização ininterrupta de dados, sons e imagens, utilização simultânea e interações singulares” (MORAES, 2007, p.1). Segundo Scherer-Warren (2005, p. 80 *apud* MORAES, 2007, p.3), a Internet possui três peculiaridades importantes:

1) temporalidade: novas formas de comunicação em tempo real, com conexão de diferentes tempos sociais; 2) espacialidade ou criação de territorialidades (do local ao global); 3) sociabilidade ou formas de relações sociais em termos alcance, intencionalidade e conectividade com novas dimensões na esfera pública.

Dessa forma, é possível observar que a Internet, com sua possibilidade de ambientes compartilhados, favorece uma interação participativa e uma relação de reciprocidade entre as pessoas (MORAES, 2007). Como também reforça o autor, a

rede com sua facilidade de conexões por afinidades pode gerar comunidades com vínculos duradouros ou alianças temporárias. Segundo Moraes (2007, p. 3), essas conexões podem ser vistas em “listas de discussão, *chats*, *blogs*, *orkut*, correio eletrônico, mensagens instantâneas, murais, fóruns, bases de dados, arquivos audiovisuais e videoconferências”

A Internet possibilitou novas formas de organização e resistência tendo como fator primário a própria comunicação desenvolvida por atores coletivos. Entrelaçado nesse cenário, merece destaque também o ciberativismo, que com seus diversos sinônimos e conceituações, também necessita de uma discussão mais ampla para seu entendimento. De forma breve, o ciberativismo possui raízes políticas, culturais e tecnológicas, e está intimamente relacionado com a ação coletiva de movimentos sociais por meio da Internet e as Novas Tecnologias da Informação (ALCÂNTARA, 2015). De acordo com Alcântara (2015), as Revoltas Zapatistas de 1994, no sul do México, são consideradas por muitos autores um dos primeiros e maiores exemplos desse tipo de ativismo. Para Wolfson (2012 *apud* ALCÂNTARA, 2015), o movimento Zapatista foi responsável por inspirar uma nova possibilidade de resistência, na qual a comunicação e as práticas midiáticas são centrais.

Oposta a comunicação da mídia tradicional e sua ideologia neoliberal, a comunicação alternativa em rede objetiva construir espaços para o compartilhamento de perspectivas críticas, além de estimular a produção colaborativa, no sentido de defender a pluralidade de informações e visões de mundo éticas (MORAES, 2007). Segundo o autor, a ideia de comunicação alternativa baseia-se na contraposição ao modelo hegemônico, além de estar relacionada com processos que visam mudanças na sociedade. É notável que quando abordamos assuntos que envolvem a comunicação numa perspectiva contra-hegemônica, outras denominações e definições de comunicação parecem se relacionar e se complementar ao longo da história, como é o caso da comunicação alternativa, citada por Moraes (2007) e amplamente estudada por Peruzzo (2006).

Apesar das contribuições, de certa forma mais recentes, sobre o papel da Internet para a criação de ações que se opõem à mídia tradicional, entendemos que essa prática é anterior e, muitas vezes, pode ser independente dessa tecnologia. A comunicação alternativa, como o nome sugere, não diz respeito a um tipo de mídia especificamente, mas um processo de comunicação realizado por novos atores e com outros objetivos em relação a comunicação da mídia global e tradicional

(PERUZZO, 2006). Ela se aproxima também de outros termos, como popular e comunitária, e, embora existam certas particularidades, elas caminham no mesmo sentido. Nas definições de Peruzzo (2006, p.4):

A comunicação popular e alternativa se caracteriza como expressão das lutas populares por melhores condições de vida que ocorrem a partir dos movimentos populares e representam um espaço para participação democrática do “povo”. Possui conteúdo crítico-emancipador e reivindicativo e tem o “povo” como protagonista principal, o que a torna um processo democrático e educativo. É um instrumento político das classes subalternas para externar sua concepção de mundo, seu anseio e compromisso na construção de uma sociedade igualitária e socialmente justa.

Também de acordo com Peruzzo (2006), esse tipo de “contra-comunicação” foi fortemente desenvolvido nos anos 70, 80 e 90 por atores sociais coletivos, como os movimentos sociais populares, organizações de base e sindicais, setores progressistas da Igreja Católica, imprensa alternativa, coletivos de militantes, entre outros. Como reforça Peruzzo (2013b), os movimentos sociais sempre utilizaram da comunicação com os recursos disponíveis em cada época. Dessa forma, esses movimentos utilizavam em primeiro momento mídias para uma comunicação dirigida, como pequenos jornais, cartazes, panfletos, faixas, peças de teatro, alto-falantes, entre outros. Adiante, eles passaram a se apropriar de tecnologias mais avançadas, como vídeo-cassete, rádio de frequência modulada, televisão e internet (PERUZZO, 2006).

A relação entre hegemonia e comunicação, além da teoria, se dá nas práticas comunicativas e midiáticas, em especial à jornalística, capaz de sustentar ideologias do bloco dominante (BASTOS, 2022). Mas se por um lado, o jornal é instrumento utilizado pelas elites para constituição da hegemonia, ele pode estar também a serviço de projetos de contra-hegemonia ou hegemonia popular (BASTOS, 2022). Dessa forma, a apropriação desse meio pela classe trabalhadora e organizações populares são fundamentais. Autores considerados clássicos da sociologia como Marx, Gramsci e Lênin, além das contribuições científicas, debruçaram-se também em atividades jornalísticas por entenderem sua importância na luta de classes (BASTOS, 2022). De acordo com Lênin (2022, p.27 *apud* BASTOS, 2022, p.5), o jornal não é apenas um importante veículo propagandista e de agitação, mas um importante “organizador coletivo”. Seria o trabalho da agitação e propaganda, uma

importante estratégia para realizar revelações políticas e auxiliar no trabalho de consciência política junto a classe trabalhadora (BASTOS, 2022).

Nesse sentido, podemos destacar também as concepções da imprensa alternativa, também conhecida como imprensa nânica ou imprensa de resistência<sup>13</sup>, e que parte do mesmo pressuposto da comunicação alternativa em si. A imprensa alternativa se destaca no período da ditadura militar no Brasil, pois era composta por veículos jornalísticos que apresentavam uma visão alternativa dos fatos à mídia tradicional, que em sua maioria estava alinhada à visão oficial do Governo (PERUZZO, 2006). Dessa forma, segundo a autora, essas produções tinham como objetivo informar a população, através de um viés crítico, sobre temas de interesse público e reivindicar um novo projeto de sociedade. Entre os principais jornais da época, Peruzzo (2006) destaca alguns, entre eles o Pasquim, Posição, De Fato, Extra, entre outros. Atualmente, existem diversos jornais nessa mesma linha de produção, como é o caso do Brasil de Fato e o Carta Capital que produzem comunicação através de uma perspectiva popular e com uma visão crítica dos fatos.

Os movimentos sociais organizam os seus meios de comunicação para defender a sua visão de mundo e protestar contra a ideologia da classe dominante, bem como a marginalização e exclusão de grupos sociais que fazem oposição aos interesses privados e do sistema capitalista (PERLI, 2017). A política de comunicação do MST se estrutura em torno das batalhas de significação entre o próprio Movimento e a mídia tradicional (PERLI, 2017). Através das estratégias de divulgação da luta contra a invisibilidade dos trabalhadores Sem Terra pela mídia, o MST desenvolveu uma política de comunicação que auxiliou no entendimento dos militantes sobre o papel da comunicação na sociedade de classes. Dessa forma, a importância da produção de comunicação para o MST se dá pelo caráter da ação política contra-hegemônica e a construção da imagem negativa relacionada aos Sem Terra (PERLI, 2017).

Destacadas algumas possibilidades e conceituações da comunicação produzida no sentido contra-hegemônico, podemos concluir que os movimentos sociais sempre utilizaram desse tipo de comunicação, não apenas como forma do exercício de cidadania, mas como um instrumento de resistência e reivindicação de mudanças sociais. Para além dessas e de outras possibilidades, a comunicação

---

<sup>13</sup> <http://comissaodaverdade.al.sp.gov.br/relatorio/tomo-i/parte-iii-cap4.html>

produzida nas organizações destinadas ao relacionamento com seus públicos diversos públicos externos, podem carregar também um caráter contra-hegemônico.

### 3.2 COMUNICAÇÃO NAS ORGANIZAÇÕES

A comunicação é essencial para a formação e manutenção das organizações. Antes mesmo de ser um instrumento, ela pode ser considerada a própria gênese das organizações. De acordo com Kunsch (2006, p. 1), as organizações são formadas por “pessoas que se comunicam entre si e que, por meio de processos interativos, viabilizam o sistema funcional para sobrevivência e consecução dos objetivos organizacionais num contexto de diversidades e de transações complexas. Conforme Taylor (2005, p. 215 *apud* KUNSCH, 2006, p. 1) “As organizações se auto-organizam e o fazem como resultado da dinâmica da interação local. A auto-organização é um fenômeno comunicacional”. Dessa forma, compreendemos que, além da comunicação ser instrumento essencial para as organizações, estas podem ser consideradas também oriundas da própria comunicação em seu sentido mais amplo.

A comunicação não deve ser reduzida a um simples instrumento de divulgação ou troca de informações, mas necessita ser compreendida como um processo social básico, além de um fenômeno presente na sociedade que perpassa todo o sistema social global, inclusive no âmbito organizacional (KUNSCH, 2014). A comunicação nas organizações também visa:

Constituir-se num setor estratégico, agregando valores e facilitando, por meio das relações públicas, os processos interativos e as mediações da organização com os seus diferentes públicos, a opinião pública e a sociedade em geral (KUNSCH, 1999, p. 74).

De acordo com Cardoso (2006), a comunicação para as organizações é indissociável, mesmo antes de ser institucionalizada, e pode ser considerada o próprio alicerce da organização. É através dos processos comunicativos que as organizações se expressam e geram valor e significado sobre si mesma, ao mesmo tempo em que moldam a cultura e identidade da organização, contribuindo também para percepção do público interno e externo sobre ela (CARDOSO, 2006). Ainda como reforça o autor:

A comunicação organizacional necessita ser entendida, de maneira integral, como elemento que atravessa todas as ações de uma empresa ou organização e que configura, de forma permanente, a construção de sua cultura e identidade. Cada vez mais, torna-se claro como os processos de comunicação contribuem para desenvolver formas de inter-relação mais participativas e, portanto, mais comprometidas, dando maior flexibilidade às organizações como base de sua permanente transformação e facilitando sua interação social de modo responsável para conjugar seus interesses com as condições culturais, econômicas e políticas nas quais se movem (CARDOSO, 2006, p. 1132-1133).

Com as transformações na sociedade devido a globalização e a revolução tecnológica da informação, as organizações necessitam de ainda mais esforços para se manterem vivas e cumprirem com sua missão e visão, além de fortalecer seus valores (KUNSCH, 1999). Dessa forma, a comunicação assume também uma posição estratégica nas organizações, tendo em vista as novas configurações da sociedade conectada e dos desafios impostos por esse novo cenário. Kunsch (1999) destaca também a importância das Relações Públicas nessa dinâmica, bem como a comunicação organizacional integrada.

A comunicação organizacional como conhecemos hoje é resultado de uma série de estudos, contribuições e definições de diversos estudiosos da área no Brasil e no mundo. Vale ressaltar, que em alguns desses estudos, encontram-se definições que mesclam o sentido institucional e mercadológico, destacando também a função social das organizações. Nas palavras de Kunsch (2006)

Comunicação organizacional, como objeto de pesquisa, é a disciplina que estuda como se processa o fenômeno comunicacional dentro das organizações no âmbito da sociedade global. Ela analisa o sistema, o funcionamento e o processo de comunicação entre a organização e seus diversos públicos. “Comunicação organizacional”, “comunicação empresarial” e “comunicação corporativa” são terminologias usadas indistintamente no Brasil para designar todo o trabalho de comunicação levado a efeito pelas organizações em geral. Fenômeno inerente aos agrupamentos de pessoas que integram uma organização ou a ela se ligam, a comunicação organizacional configura as diferentes modalidades comunicacionais que permeiam sua atividade. Compreende, dessa forma, a comunicação institucional, a comunicação mercadológica, a comunicação interna e a comunicação administrativa (KUNSCH, 2003, p. 149 *apud* KUNSCH, 2006, p.15).

De acordo com as concepções de Kunsch (2006), a comunicação organizacional integrada engloba a comunicação institucional, a comunicação mercadológica, a comunicação interna e a comunicação administrativa. A

comunicação institucional, de maior interesse neste trabalho, por sua vez engloba as seguintes subáreas nas organizações: o marketing social e cultural, o jornalismo empresarial, a assessoria de imprensa, a identidade e imagem corporativa, a editoração multimídia e a publicidade institucional (KUNSCH, 2006).

Como citado acima, a comunicação institucional é uma das partes fundamentais da comunicação organizacional integrada. É nesse ponto que se delimita a perspectiva comunicacional através do qual será observado o objeto desta pesquisa. Como vimos até o momento, o caráter estratégico da comunicação é representado pela comunicação institucional e suas ações. Essas estratégias compreendem as ações tomadas pela organização tendo em vista a necessidade de relacionamento com seus públicos internos e externos, bem como a própria construção da sua identidade e manutenção da sua imagem perante a opinião pública.

Como reforça Kunsch (2003) a comunicação institucional é a responsável pela construção e manutenção de uma imagem e identidade fortes e positivas de uma organização, e esse processo ocorre através da gestão estratégica das relações públicas. Cabe ressaltar ainda que essa área da comunicação organizacional, em seu caráter estratégico, é dirigida essencialmente ao público externo da organização e objetiva antes de mais nada a visibilidade pública e a reputação que a organização almeja (PERUZZO, 2013b).

Embora a comunicação institucional seja muito utilizada para descrever e mesmo elaborar os processos comunicativos nas organizações empresariais, tais conceitos podem ser observados por outro prisma. Como sabemos, nem todas as organizações são privadas ou existem finalidades lucrativas. Nesse sentido, existem as organizações do poder público e ainda aquelas do terceiro setor, como as ONGs e associações comunitárias, além dos próprios movimentos sociais. É este último exemplo que nos interessa e para o qual a discussão sobre comunicação institucional não mercadológica está voltada.

O papel da comunicação institucional dentro de uma organização é antes de mais nada construir a sua credibilidade, tendo como base a influência político social e a criação e consolidação da sua personalidade (KUNSCH, 1999). Para isso, como ressaltado pela autora, é necessário a utilização de ferramentas de relações públicas, assessoria de imprensa, propaganda institucional e editoração. Além disso, em um cenário ideal, cabe à área de relações públicas, junto dos demais campos da

comunicação organizacional, o gerenciamento dessa comunicação, com o objetivo de desenvolver uma identidade da organização, capaz de ser diferenciada e reconhecida pelo público (KUNSCH, 1999).

A partir do momento em que a comunicação passa a ser desenvolvida por esses atores sociais, considerando suas particularidades e perspectivas sobre a sociedade, novos fundamentos passam a orientar as práticas e conceitos da Comunicação Organizacional e também das Relações Públicas (PERUZZO, 2013b). Dessa forma, segundo a autora, um segmento das Relações Públicas passa a se recriar teoricamente na perspectiva comunitária, o que dá origem às Relações Públicas comunitárias, populares ou alternativas. Essa nova perspectiva teórica é aplicada às organizações contrapostas “aos mecanismos reprodutores dos interesses do capital e das condições alienadoras da pessoa humana” (PERUZZO, 2013b, p. 93).

Contudo, como ressalta Peruzzo (2013b), essa nova perspectiva não tem como objetivo substituir a Comunicação Organizacional e as Relações Públicas tradicionais, mas apenas contemplar uma outra esfera de atuação profissional. A nova perspectiva está relacionada à própria ação social que objetiva, sobretudo, o desenvolvimento comunitário e humano, bem como a ampliação dos direitos e da cidadania (PERUZZO, 2013b). Como ressalta a autora, o terceiro setor se diferencia das empresas e do governo, cujos objetivos são a obtenção de lucros e o controle social, através das ideologias, leis e políticas.

### 3.3 MOVIMENTOS SOCIAIS E PRODUTORES DE COMUNICAÇÃO

Os movimentos sociais podem ser considerados não apenas atores sociais coletivos com grande capacidade de alterar as dinâmicas políticas e sociais, como foi apontado no segundo capítulo deste trabalho, mas são também notáveis produtores de comunicação, o que de certa forma está relacionado à própria capacidade organizativa e de luta. De acordo com Peruzzo (2013b), a comunicação produzida pelos movimentos sociais podem ser classificadas em dois níveis: a comunicação mobilizadora, voltada para o público beneficiário ou sujeitos da ação, com vistas à prática da cidadania; e a comunicação institucional, que refere-se a comunicação direcionada aos demais públicos e a sociedade. Esta última, de acordo com a autora, está relacionada com a reputação e imagem da organização.

Apenas para realizar uma diferenciação oportuna em termos dos tipos de comunicação, as ações comunicacionais coletivas produzidas e destinadas para os próprios membros, ou sujeitos da ação como denomina Peruzzo (2013a), refere-se principalmente à comunicação popular ou alternativa (PERUZZO, 2013a). A mesma autora, em outro trabalho, elenca algumas das principais definições sobre o tema, além da própria que já abordamos anteriormente. Para Kaplún (1985 *apud* PERUZZO, 2006), a comunicação popular e alternativa trata-se de uma comunicação de viés transformador e libertador, tendo o povo como produtor e protagonista, numa perspectiva pedagógica e crítica. Para Regina Festa (1986, p. 25 *apud* PERUZZO, 2006) “a comunicação popular nasce efetivamente a partir dos movimentos sociais, mas sobretudo da emergência do movimento operário e sindical, tanto na cidade como no campo”, refere-se “ao modo de expressão das classes populares”.

Retomando aos dois níveis da comunicação citados anteriormente, Peruzzo (2013b, p. 99) ainda ressalta as especificidades e produções de cada um deles. De acordo com a autora, a comunicação mobilizadora envolve os “processos interativos grupais, os interpessoais e os materiais didático-pedagógicos (vídeo, programa de rádio, programa de televisão, campanha educativa, contato face a face, jornalzinho, faixa, cartaz, blog, cordel, etc.). Por outro lado, no âmbito da comunicação organizacional e, mais especificamente, institucional, são criados canais próprios de relacionamento com o público externo e a sociedade em geral, com vistas a externar a visão dos fatos, prestar contas à sociedade, disseminar informações e realizar reivindicações (PERUZZO, 2013b). Peruzzo também destaca algumas ações de comunicação compreendidas neste âmbito, como *sites*, folhetos, ofícios, abaixo-assinados, vídeos e fotografias, documentários, *releases* e *press releases*, *kit* de imprensa, relatórios e projetos (PERUZZO, 2013b).

Se a comunicação é fator essencial para a vida dos movimentos sociais, com a revolução da Internet a produção e divulgação de informações, além do próprio relacionamento com seus públicos, se reformulou e tornou-se ainda mais eficiente. Com a possibilidade de articulação em redes, facilitadas primordialmente pela Internet e as Novas Tecnologias da Informação e Comunicação, surgem também novas formas de se comunicar, de se organizar e resistir (MACHADO, 2007). De acordo com Machado (2007), a Internet permite uma comunicação rápida, barata e com um grande alcance de público, tornando-se a principal ferramenta para

articulação entre as organizações da sociedade civil, movimentos sociais e grupos de cidadãos.

Com isso, a rede passou a ser também um espaço público de extrema importância para o fortalecimento das demandas dos atores sociais, além de ampliar o alcance das suas ações e proporcionar estratégias de lutas mais eficazes (MACHADO, 2007). Como reforça o autor, indivíduos e movimentos que antes se encontravam dispersos e isolados, passam a concentrar suas forças em um objetivo comum, por conta das extensas redes de solidariedade e de caráter identitário. Também de acordo com Machado (2003 apud MACHADO, 2007):

Em suma, a rede é um espaço público que possibilita novos caminhos para interação política, social e econômica. Principalmente pelo fato de que nela qualquer cidadão pode assumir, ao mesmo tempo, uma variedade enorme de papéis – como cidadão, militante, editor, distribuidor, consumidor, etc. – superando as barreiras geográficas e, até certo ponto, as limitações econômicas.

Dessa forma, a Internet possibilitou aos movimentos sociais a criação de canais de informação e comunicação alternativos à mídia tradicional e esses espaços se tornaram fundamentais para interação e articulação dos atores da sociedade civil em torno de assuntos de interesse público, além de permitir também a inclusão de sujeitos antes excluídos (PEREIRA, 2011).

A comunicação produzida pelos movimentos sociais pode ser entendida como o próprio exercício do direito à cidadania que engloba também a noção do direito à comunicação (PERUZZO, 2013a). Nas palavras da autora, esse tipo de comunicação:

Ajuda a construir processos — de comunicação grupal, interpessoal na coordenação de ações; de educação informal e não-formal de adolescentes e jovens; de autopromoção de mulheres; de organização de trabalhadores rurais etc.—, e a criar meios (canais) de comunicação, como o jornalzinho, o website, a rádio comunitária, o vídeo popular, o canal comunitário na TV a cabo e assim por diante (PERUZZO, 2013a, p. 168).

Entretanto, o direito à comunicação, como previsto na Constituição de 1988, esbarra, entre outras questões, na desigualdade tecnológica latente no país. De acordo com dados do IBGE<sup>14</sup>, em 2017 apenas 43,4% dos domicílios brasileiros

---

14

<https://www.blogs.unicamp.br/covid-19/desigualdade-social-e-tecnologia-o-ensino-remoto-serve-para-quem/>

possuíam computadores pessoais e 93,2% ao menos 1 smartphone. Já referente à internet, a mesma pesquisa mostrou que apenas 74,9% das residências brasileiras possuíam internet, número que chega a 80,1% em residências urbanas e apenas 41% das residências rurais. Dados complementares mostram que entre os motivos pelos quais 25,1% dos domicílios brasileiros não tinham internet no ano da coleta da pesquisa estão a falta de interesse no serviço, valor do serviço de acesso, ninguém da residência sabe usar internet e o equipamento para acessar é muito caro.

Os movimentos sociais também possuem limitações, dentre elas questões relacionadas a recursos financeiros e tecnológicos. Ainda assim, eles organizam e se apropriam dos meios de comunicação, conforme a sua capacidade e os recursos disponíveis, assim como sempre fizeram (PERUZZO, 2013b). Como a própria autora também exemplifica no mesmo artigo, no caso do MST, a evolução na produção da comunicação foi de pequenos boletins informativos à revistas. Nesse sentido, podemos citar o protagonismo do MST no Brasil de Fato, uma agência de notícias de caráter popular e que reúne jornalistas, articulistas e movimentos populares do Brasil e do mundo.<sup>15</sup>

A produção de comunicação do MST, entretanto, não se restringe aos materiais citados até o momento, muito pelo contrário. A comunicação do Movimento é realizada de inúmeras formas, através dos símbolos, arte, mística, luta, além dos meios de comunicação em si (BASTOS, 2016). De caráter estratégico e relativo aos determinados contextos históricos, sociais, políticos e econômicos, a comunicação do MST objetiva organizar e educar politicamente a luta, os membros do movimento e os demais públicos com os quais possui relação (BASTOS, 2016).

Tendo em vista as limitações dos movimentos sociais e organizações de base, mas também pelo próprio caráter de autogestão, é comum que as próprias lideranças se encarreguem de gerir a relação com os públicos e de definir os materiais de comunicação a serem produzidos e divulgados, de acordo com as necessidades e objetivos (PERUZZO, 2013b). Embora em alguns casos, esse processo seja realizado também com o auxílio de voluntários especialistas na área, como frisa a autora. Por outro lado, segundo Peruzzo (2013b) nos casos dos sindicatos, grandes ONGs e movimentos com maiores estruturas, é comum a contratação de profissionais de comunicação.

---

<sup>15</sup> <https://www.brasildefato.com.br/quem-somos>

O MST, por se tratar de um movimento grande e consolidado, conta com uma estrutura nacional e regional de comunicação composta por profissionais da área, como citado no tópico 2.4.1. Mesmo sendo referência no trabalho de comunicação, o MST reconhece suas limitações na luta contra a hegemonia da classe dominante (BASTOS, 2016). Como enfatiza o autor:

A comunicação do MST não possui capilaridade e alcance de massa para reagir às ofensivas da mídia burguesa e do agronegócio. A comunicação não é um bem de primeira necessidade para a base do MST, portanto a comunicação se desenvolve em espaços mais desenvolvidos socialmente e maduros politicamente, mesmo com iniciativas de comunicação e o incentivo desde os primórdios do Movimento para a produção de jornais murais, rádios etc (BASTOS, 2016, p. 176).

Apesar das particularidades de cada movimento e das diversas formas de se fazer comunicação empregadas por esses atores sociais, muitos instrumentos da comunicação institucional voltadas para o relacionamento com o público externo, bem como práticas de pesquisa e planejamento, são utilizados apropriados também pelos movimentos sociais (PERUZZO, 2013a). Contudo, como reforça a autora, esses instrumentos e práticas muitas vezes podem e devem ser adaptados de acordo com as necessidades e contextos desses movimentos.

### 3.3.1 CANAIS PRÓPRIOS DE COMUNICAÇÃO COM OS CIDADÃOS

Os movimentos sociais criam seus próprios meios de comunicação com o objetivo de fugir da mediação da imprensa que, como já mencionado anteriormente, editam e circulam informações de acordo com interesses políticos e econômicos. Como ressalta Pereira (2011), a mídia tradicional em seu conglomerado, seja pela limitação tecnológica ou pelas próprias práticas, dificultam a visibilidade dos temas essenciais aos movimentos sociais e impossibilitam a criação de espaços de reflexão, fatores essenciais para que estes movimentos pautem discussões na esfera pública e convençam seu público alvo sobre a legitimidade das suas causas. Dessa forma, para não se manter à mercê da mídia tradicional e seus crivos, os movimentos sociais utilizam de diversas ferramentas e saberes para criar canais de comunicação direcionados aos públicos aliados.

Os movimentos sociais buscam através da Internet e suas possibilidades, como sites, blogs, e-mails, twitters, não apenas uma maior visibilidade das suas

causas e uma relação com seus públicos de interesse, mas uma contraposição do discurso criado pelas mídias tradicionais e um espaço que permita a reflexão, diferente dos meios tradicionais (PEREIRA, 2011). Como reforça o autor, “trata-se de uma tentativa de se conquistar certa autonomia em relação aos meios ditos “oficiais” de interpretação das práticas e do próprio significado dos movimentos sociais” (PEREIRA, 2011, p. 6). Além disso, as características da Internet a torna ainda mais essencial para os objetivos dos movimentos, entre elas “a instantaneidade, a transmissão descentralizada, a abrangência global da Web, a rapidez, o barateamento de custos e a autonomia frente às diretivas ideológicas e mercadológicas da mídia hegemônica (MORAES, 2007, p.6).

Os movimentos sociais sabem da importância da visibilidade midiática e, por isso, buscam maneiras de criar estratégias para conseguir a atenção do público, que é também disputada pela mídia tradicional (HENRIQUES; NETO, 2001). Como destacam os autores, para a criação de uma rede de comunicação com seu público, os movimentos devem partir da identificação de problemas e interesses comuns que podem ser facilmente compartilhados e despertem o interesse do público em potencial. A ampla divulgação desses temas, através dos meios de comunicação ao seu alcance é importante para que o maior número possível de pessoas tomem conhecimento de suas causas e de seus propósitos e, para tal, a dimensão estratégica é fundamental (HENRIQUES; NETO, 2001).

A presença dos movimentos sociais nas redes é fundamental para a sua mobilização e legitimação, pois além de possibilitar a descentralização da produção de informação, essas redes permitem a ampliação do público interlocutor potencial (CASTELLS, 2013 *apud* ARAGÃO, 2018). Nesse sentido, Castells (2013, p. 166 *apud* ARAGÃO, 2018, p.68) ressalta que:

[...] é essencial enfatizar o papel basilar da comunicação na formação e nas práticas dos movimentos sociais, agora e ao longo da história. Porque as pessoas só podem desafiar a dominação conectando-se entre si, compartilhando sua indignação, sentindo o companheirismo e construindo projetos alternativos para si próprios e para a sociedade como um todo.

Apesar da importância da Internet e suas possibilidades de mobilização e de comunicação entre os movimentos e seus públicos, ela não é utilizada de forma isolada, mas em conjunto com meios tradicionais e também para o fortalecimento de ações que já são realizadas em campo (PEREIRA, 2011).

Os movimentos sociais se apropriam de técnicas e tecnologias de comunicação “como canais importantes para se comunicarem entre si e com seus públicos, sejam eles os usuários reais ou potenciais dos serviços oferecidos, a imprensa, órgãos públicos, aliados e o conjunto da sociedade” (PERUZZO, 2005, p. 3). Para se fortalecer e conquistar seus objetivos, os movimentos sociais utilizam, ou já utilizaram em algum momento, de meios de comunicação grupais ou face a face como volantes, peças de teatro, faixas, cartazes, boletins informativos, e mais tecnológicos, como rádio, vídeo, televisão e *internet* (PERUZZO, 2005). Assim, além das ferramentas e práticas da comunicação em caráter institucional que podem ser empregadas para o fortalecimento do relacionamento com a sociedade, bem como a manutenção de uma imagem positiva, os movimentos sociais se fortalecem também através dos meios comunitários.

No caso do MST, o primeiro canal de comunicação, cuja função era unir e direcionar a luta entre os Sem Terra, foi o Jornal Sem Terra, que primeiro surgiu como Boletim da Campanha de Solidariedade aos Agricultores Sem Terra, com apoio da Pastoral da Terra, depois passou a ser direcionado também a sociedade em geral (GUINDANI; ENGELMANN, 2012). No campo digital, o Movimento possui página online, além de outras redes sociais digitais, como Twitter, Facebook, Instagram e YouTube. Através da presença no meio digital, o MST amplia a comunicação não apenas com os seus membros localizados em todas as regiões do Brasil, mas com outros setores da sociedade e com a própria população.

### 3.3.2 CANAIS DE CONTATO COM A IMPRENSA

Ainda que por vezes o MST busque autonomia em relação à mídia tradicional, incluindo a própria imprensa, essa relação não é inexistente e, muitas vezes, é também necessária. Isso ocorre, pois, ainda que grande parte dessa imprensa selecione ou edite informações de acordo com seus interesses privados, a presença na mídia gera visibilidade na esfera pública e assim o Movimento consegue chamar a atenção da sociedade e do Governo para suas lutas e reivindicações. Como destaca Marcondes Filho (1993, p. 96 *apud* DUARTE, 2003, p.9) “tudo gira em torno do que se fala, do que é promovido, do que é comunicado, do que ganha a dimensão pública, do que atinge as massas”.

Essa relação ocorre principalmente por meio da assessoria de imprensa, uma ferramenta essencial na relação das organizações com os deuses públicos, com a opinião pública e a sociedade e a sociedade em geral (KUNSCH, 1999). A assessoria de imprensa tem por finalidade a gestão do relacionamento e dos fluxos de informação entre fontes de informação e imprensa, com vistas a suprir a demanda jornalística de informações relacionadas a uma organização ou qualquer outra fonte (DUARTE, 2002). Os assessores desempenham um papel importante como intermediários que facilitam o contato entre fontes e jornalistas, promovendo a disseminação de informações verdadeiras (DUARTE, 2002). Com isso, de acordo com o autor, eles se tornaram um suporte essencial também para repórteres e editores, agindo como uma extensão das equipes editoriais e contribuindo para a criação de uma cultura de transparência nas relações entre organizações e a sociedade. Duarte (2002) ainda reforça que:

A boa atuação de uma assessoria aumenta a visibilidade pública da organização, a qualidade de informação que circula na sociedade e pode trazer efeitos mercadológicos e políticos predeterminados. Por perceber isso é que, cada vez mais, instituições têm interesse em divulgar suas atividades e políticas por meio dos meios de comunicação, buscando influenciar a opinião pública (DUARTE, 2002, p.9).

Entretanto, se a mídia hegemônica tem a capacidade de influenciar a opinião pública, esse processo se torna um ponto de atenção para os movimentos, principalmente o MST. Com a mediatização da sociedade, a imagem construída pela mídia tem uma enorme capacidade de afetar o reconhecimento do outro, principalmente pelo fato de que conteúdos textuais, sonoros e visuais constituem simbolizações e legitimam significações já construídas (BARRETO; NUNES, 2011). Assim, como reforça as autoras, a representação incorreta sobre o MST, “dificulta a conquista do apoio de certos segmentos da sociedade, pois constrói barreiras ao diálogo” (BARRETO; NUNES, 2011, p.3).

A tentativa de relacionamento do Movimento com a imprensa tradicional é também uma forma de alcançar, ainda que em parte, o público dessas mídias, além de interferir, ainda que com limitações, no processo de construção dessas significações, no sentido de uma disputa de representações. Como destaca Wesley Lima, do Setor Nacional de Comunicação do MST, em entrevista realizada para este trabalho:

A imprensa fura a bolha. Então é estratégico para o MST construir uma espécie de comunicação de massas. Isso inclusive está sendo posicionado atualmente enquanto um desafio muito central para a comunicação do nosso Movimento, que é pensar como a gente chega no maior número de pessoas possíveis. E a assessoria de imprensa é um elemento que está posicionado nesse processo de construção de uma comunicação de massas. Hoje, a televisão, por exemplo, é a mídia que está presente na maioria dos lares brasileiros. Os horários nobres da televisão são super disputados por propaganda, etc. Então se a gente consegue posicionar as nossas narrativas nesses grandes veículos de comunicação, mesmo com a sua natureza burguesa, é estratégico para a gente. Não estamos dizendo que a mídia é aliada do MST, não é sobre isso que nós estamos falando. Nós estamos falando que, em um determinado momento, olhando para o desafio que nós temos, é estratégico a gente conseguir furar bolhas posicionando as nossas narrativas na imprensa (LIMA, 2023).

Faz-se necessário destacar também a possibilidade de articulação política que a atuação do Movimento na imprensa tradicional possibilita. Como reforça Lima(2023, p.13), “ela [imprensa tradicional] também precisa ser visualizada de uma maneira ampla, olhando para o que isso representa, mas também olhando para a possibilidade de construção de aliados, de articulação política, de contatos com jornalistas”. Por outro lado, devemos considerar também que o MST possui uma relação estreita e, majoritariamente positiva, com outros veículos da imprensa alternativa. O Movimento possui proximidade com jornais, sites de notícias e revistas de caráter contra-hegemônico, principalmente com o Brasil de Fato.

A criação da assessoria de imprensa do MST ocorreu na década de 1990. Ainda nesse período, alguns fatores fizeram com que o MST passasse a ter maior visibilidade na mídia nacional. De acordo com Bastos (2016), dentre eles estavam o próprio fortalecimento da produção de comunicação do Movimento, a realização do III Encontro Nacional e os massacres ocorridos em meio às lutas, principalmente o de Eldorado de Carajás. Além desses fatores e acontecimento, a criminalização do movimento por parte do próprio Governo Federal e da mídia hegemônica, fizeram com que o MST sentisse a necessidade de profissionalizar o Setor de Comunicação, além de criar uma assessoria de imprensa (BASTOS, 2016). Apesar dos avanços acerca do Setor de Comunicação e das assessorias do Movimento, Barreto e Nunes (2011), ressaltam que ambos ainda possuem caráter instrumental e defensivo, características que já poderiam ter sido superadas.

## 4. ABORDAGEM METODOLÓGICA

Neste capítulo serão introduzidas as discussões acerca da análise de conteúdo e da entrevista, técnicas de pesquisa que serão utilizadas para alcançar os objetivos propostos no trabalho. A seguir, serão discutidos também a estrutura de comunicação do MST, mais especificamente o seu processo de formulação e seu funcionamento atual, além dos principais meios de comunicação produzidos e utilizados pelo Movimento. Além disso, faz parte deste capítulo a apresentação do *corpus* da pesquisa, que compreende as publicações nas principais redes sociais digitais do Movimento na principal semana da 26ª Jornada Nacional de Lutas em Defesa da Reforma Agrária.

### 4.1 ANÁLISE DE CONTEÚDO E ENTREVISTA

As técnicas de pesquisa utilizadas neste trabalho são a análise de conteúdo (AC) e a entrevista semiestruturada. Neste trabalho elas serão utilizadas em caráter complementar para os resultados finais. A começar pela definição da análise de conteúdo, na concepção de Bardin (2016), trata-se “um conjunto de técnicas de análise das comunicações que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens”. Ainda como reforça Bardin (2016), a análise de conteúdo tem certa relação com a linguística, mas possuem objetivos diferentes. Enquanto a linguística se preocupa com regras e funcionamento da língua, a AC está interessada na fala, ou seja, na palavra e suas significações (BARDIN, 2016). Por fim, o objetivo da AC, como indica Bardin (2016, p.44) é “a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção (ou, eventualmente, de recepção), inferência esta que recorre a indicadores (quantitativos ou não).

O modelo de aplicação da AC nesta pesquisa compete ao descrito por Bardin (2016), no qual compreende três etapas. A primeira etapa é a pré-análise, também considerada a preparação da análise em si. Nesta etapa, é realizada a escolha dos documentos ou definição do *corpus*, formulação das hipóteses e dos objetivos e elaboração dos indicadores que auxiliam na interpretação final. A segunda etapa é a exploração do material ou decodificação, na qual os dados são agrupados em

unidades, o que facilita a descrição das características relevantes do texto. A terceira e última etapa é a interpretação dos dados ou inferência e interpretação.

A AC descrita por Bardin (2016) será utilizada para a coleta, categorização e interpretação dos conteúdos produzidos e divulgados nas plataformas digitais do MST, mais precisamente Instagram, YouTube e site, durante a semana em que ocorre a Jornada Nacional de Lutas em Defesa da Reforma Agrária. Com os objetivos de pesquisa definidos, os conteúdos serão coletados e agrupados por principais temas e pautas reivindicatórias do Movimento nesse período. Adiante, será realizada a análise com o objetivo de identificar parte das estratégias utilizadas pelo Movimento nesse período como forma de ganhar visibilidade pública e pautar discussões sobre sua luta e bandeiras.

Com o objetivo de coletar informações complementares e que não são possíveis através da AC, será utilizada também a entrevista. Esta é considerada como um método qualitativo de pesquisa utilizado no campo das ciências sociais empíricas (GASKELL, 2008). A entrevista parte do pressuposto que o mundo social não é um dado natural, mas construído por pessoas e suas vivências em condições que elas não estabelecem, o que acaba por constituir a realidade vivencial das mesmas (GASKELL, 2008). É, portanto, um método cujo objetivo é compreender, apesar da certa influência da pessoa que entrevista, a percepção do outro sobre determinado assunto (LEITÃO, 2021).

A entrevista auxilia o pesquisador a coletar dados e interpretar as narrativas dessas pessoas acerca do mundo, por vias mais conceituais e abstratas (GASKELL, 2008). Por finalidade, o método busca a “compreensão detalhada das crenças, atitudes, valores e motivações, em relação aos comportamentos das pessoas em contextos sociais específicos” (GASKELL, 2008, p.65). Além disso, a entrevista permite a coleta de materiais linguísticos minuciosos sobre determinado assunto, principalmente quando envolve aspectos impossíveis de perceber na observação direta do fenômeno analisado (LEITÃO, 2021)

Existem três principais dimensões que envolvem esse tipo de método (LEITÃO, 2021). A primeira é seu caráter temporal, ou seja, trata-se de uma interação em tempo real entre pessoa entrevistadora e participante, seja presencialmente ou não. A segunda é a sua dimensão espacial, que diz respeito à posição dos interlocutores em relação ao ambiente em que é realizada a entrevista. Ela pode ser presencial (face a face), quando os interlocutores se encontram no

mesmo ambiente, ou à distância, possibilitada pela tecnologia. A última dimensão está relacionada à estrutura da entrevista, ou seja, ela pode ou não ter um roteiro predefinido que ajude a pessoa entrevistadora no seu andamento. Dessa forma, a entrevista pode ser classificada como livre (quando não há nenhum roteiro e ocorre de forma espontânea), estruturada (quando segue um roteiro rígido e uma ordem específica de perguntas) e semi estruturada (possui um roteiro prévio, mas permite certa espontaneidade) (LEITÃO, 2021).

A entrevista ainda pode ser em grupo, conhecida também como grupo focal, ou individual, chamada de entrevista de profundidade (GASKELL, 2008). Seja qual for o tipo da entrevista, ela requer um planejamento que leve em consideração alguns fatores, entre eles duas questões principais que são “o que perguntar” e “a quem perguntar”(GASKELL, 2008). Como reforça o autor, o primeiro diz respeito ao tópico guia sobre assunto principal da pesquisa, sendo que ele deve ser bem elaborado para servir, como o próprio nome diz, como um guia para a pessoa entrevistadora. O tópico guia deve ser construído com as perguntas de relevância para a pesquisa e a sua elaboração deve levar em conta fatores como a leitura crítica da literatura sobre o assunto, o reconhecimento do campo, discussões com pessoas da área e criatividade. Um tópico guia bem elaborado torna a entrevista mais confortável e proveitosa, facilita a compreensão da pessoa entrevistada e possibilita uma melhor coleta de dados, bem como sua análise (GASKELL, 2008).

O segundo tópico diz respeito a seleção das pessoas entrevistadas ou “amostragem”, quando se trata de pesquisas quantitativas (GESKELL, 2008). No caso da pesquisa qualitativa, o grupo deve ser geralmente pequeno, pela necessidade de aprofundamento da análise. Para a escolha, é necessário levar em consideração características que estejam relacionadas com o tema de investigação, como as sociodemográficas ou a identificação de “ambientes sociais relevantes” (GESKELL, 2008). Não há regras quanto a quantidade de entrevistados, pois isso varia de acordo com o tipo de pesquisa, os objetivos e as demais técnicas de pesquisa. No caso de pesquisas multimetodológicas, ou seja, compostas por mais de um método, é comum haver uma ou duas entrevistas (LEITÃO, 2021).

Após a coleta de dados, a fase de análise da entrevista tem como objetivo transformar as informações em “um conjunto de significados por meio da atividade sistemática de reflexão, análise e interpretação do material linguístico coletado” (LEITÃO, 2021). Dessa forma, como destaca a autora, a coleta de dados não deve

servir apenas para reproduzir os pontos de vista da pessoa entrevistada, mas servem para que a partir deles e, em um trabalho de investigação, a pessoa entrevistadora possa produzir novos significados.

A entrevista realizada neste trabalho se trata de uma entrevista individual e semiestruturada, realizada à distância com Wesley Lima. Wesley é filho de assentados da Reforma Agrária no estado da Bahia. Graduado em Jornalismo e pós-graduado em estudos latino-americanos, Wesley faz parte do MST há 21 anos e há 11 auxilia na construção da comunicação do Movimento. Atualmente, o jornalista integra a Coordenação Nacional do MST, através do Setor de Comunicação. O tema central que guia a entrevista são as ações estratégicas de comunicação no âmbito institucional e digital realizadas pelo Movimento durante o Abril Vermelho de 2023. Com isso, busca-se compreender a fundo quais foram as estratégias planejadas e aplicadas durante o período e que não puderam ser observadas através apenas dos conteúdos nas plataformas digitais. Além disso, espera-se com a entrevista a percepção sobre o assunto com uma visão mais detalhada e com maior propriedade sobre o objeto de pesquisa. A entrevista completa pode ser acessada clicando aqui.

#### 4.2 OBJETOS DE ANÁLISE

O *corpus* da pesquisa é composto pelos conteúdos coletados entre o período de 17 a 21 de abril de 2023, semana de maior destaque na 26ª Jornada Nacional de Lutas em Defesa da Reforma Agrária. Vale ressaltar que, oficialmente, a Jornada ocorre entre os dias 17 e 20 de abril, porém estendemos a análise para até o dia 21, pela possibilidade de encontrar conteúdos ainda relacionados às ações dos dias anteriores. Ele é composto pelos seguintes conteúdos: 178 publicações realizadas na página oficial do *Instagram*, 45 matérias publicadas no site e 4 materiais audiovisuais publicados no canal oficial do YouTube. Além desses materiais, o conteúdo obtido por meio da entrevista com o coordenador do Setor Nacional de Comunicação do MST, Wesley Lima, será utilizado em diversos pontos no trabalho como forma de complementar as discussões e análises gerais.

Para a análise de conteúdo dos documentos das redes sociais, foi confeccionada uma tabela com as variáveis de interesse para o resultado do

trabalho. A primeira variável diz respeito ao tema principal da publicação<sup>16</sup>. Tais temas foram pré-estabelecidos de acordo com uma primeira observação do conteúdo publicado pelo Movimento no período de pré-análise. Também foi observado se a publicação foi realizada apenas pela página oficial do MST ou em conjunto com outras organizações ou pessoas. É importante observar se as publicações foram realizadas em conjunto no Instagram, pois essa possibilidade pode indicar a capacidade de articulação do Movimento com outras organizações com objetivos semelhantes ou defendem as mesmas pautas, além de indicar o esforço do Movimento em aumentar sua visibilidade ao dialogar com públicos diferentes do seu.

Outro ponto observado diz respeito ao teor do texto, ou seja, se ele é crítico ou propositivo. Por texto crítico, compreendemos os materiais que carregam em si a apresentação de pontos de vista sobre determinada situação, além de conter denúncias contra empresas, órgãos públicos, Governo, latifundiários ou outras instituições. Nesses textos podem estar presentes também dados e estatísticas que reforçam o posicionamento e as críticas do Movimento. Cabe ressaltar também que a linguagem desse texto é mais incisiva e combatente. Já o texto com teor propositivo diz respeito principalmente aos objetivos e as pautas do Movimento. Esse material pode trazer ideias, convocações, convites ou apenas apresentarem notícias sobre algum ato ou conquista do Movimento.

Foi observado se os textos apresentam pautas reivindicatórias e, caso apresentem, quais são essas pautas. Essas reivindicações podem nos ajudar a compreender se o Movimento teve êxito em definir, em âmbito nacional, as pautas de acordo com o objetivo da Jornada e se conseguiram de fato realizar as reivindicações. Em seguida, foi observado também se o texto continha alguma denúncia e, em caso afirmativo, qual ou quais são os temas de denúncia.

Também foi observado se o material apresenta algum tipo de diálogo com o Governo ou órgãos públicos. Isso é necessário para compreender se, de fato, essas relações são existentes, e qual a frequência desses diálogos, além de nos ajudar a compreender se eles ocorrem de acordo com os objetivos e necessidades do Movimento. A última variável refere-se à presença de crítica ou apoio do Movimento para com o Governo, entidades ou outros movimentos. Esse ponto pode ser útil para

---

<sup>16</sup> Neste trabalho, usaremos as palavras “publicação”, “postagem” e “post” referindo-se aos conteúdos das redes sociais analisados.

nos fornecer dados complementares acerca das relações positivas ou negativas do Movimento com outros setores da sociedade, bem como se tais relações dizem respeito à luta, às denúncias e aos objetivos do Movimento durante a Jornada.

Quadro 1 - Resumo das variáveis e categorias analisadas na pesquisa

<b>Tema</b>	<b>Publicação em conjunto</b>
1- Saudação 2- Ocupações de terra 3- Ocupações de órgãos públicos 4- Marchas e atos de mobilização 5- Memória sobre o Massacre de Eldorado dos Carajás 6- Informativos sobre Abril Vermelho/Jornada 7- Divulgação de lives e eventos sobre a Jornada 8- Diálogo com órgãos públicos 9- Diálogo com o Governo ou ministérios 10- Denúncia de violência contra o MST ou outras organizações do campo 11- Denúncia de trabalho análogo à escravidão 12- Luta protagonizada pelos povos indígenas 13- Assassinato do Lindolfo/causa LGBTQIA+ 14- Educação e formação política 15- Feiras da Reforma Agrária e soberania alimentar 16- Ações de solidariedade/distribuição de alimentos 17- Plantio de árvores/meio ambiente 18- Teatro, música ou outras expressões artísticas 19- Repost de tweets 20- Outros	1- Sim 2- Não
<b>Teor do texto</b>	<b>Pauta Reivindicatória</b>
1- Propositivo 2- Crítico	1- Sim 2- Não
<b>Denúncia</b>	<b>Diálogo com governo ou órgão público</b>
1- Sim 2- Não	1- Sim 2- Não
<b>Crítica ou apoio ao Governo, entidades ou outros movimentos</b>	
1- Crítica 2- Apoio 3- Ausência de ambos	

Fonte: Autor (2023)

## 5. ANÁLISE DOS DADOS

Neste capítulo concentram-se as análises acerca dos materiais coletados e categorizados. Intenta-se discutir, de maneira mais aprofundada, as variáveis que podem nos fornecer os dados necessários para chegar aos objetivos propostos inicialmente. O capítulo encontra-se dividido pelas análises realizadas através dos materiais coletados no Instagram, site e YouTube, além de um tópico destinado a informações referentes ao planejamento da Jornada e alguns de seus resultados.

### 5.1 ANÁLISE DA COMUNICAÇÃO DIGITAL NO INSTAGRAM

Ao todo, foram analisadas 178 publicações no Instagram, realizadas no período entre 17 a 21 de abril de 2023. Foram definidos 20 temas que serviram para categorização das publicações. Esses temas foram estabelecidos na ordem que consta na tabela 1. Como é de costume, a primeira publicação na página nacional e oficial do MST no Instagram no dia 17 de abril de 2023, data em que iniciou a 26ª Jornada Nacional de Luta em Defesa da Reforma Agrária, foi uma saudação, momento em que o Movimento deseja um bom dia aos seguidores da página e reafirma seus propósitos e sua luta. A segunda publicação foi realizada em conjunto com a página do MST de Minas Gerais e já aborda uma das primeiras ações da Jornada. A publicação é composta por um texto de teor propositivo, no qual o Movimento noticia a ocupação da sede do Incra de Minas Gerais, localizada em Belo Horizonte. A ação faz parte das atividades da Jornada em todo o país, além de servir como uma proposta de diálogo com o órgão e o Governo, no sentido de realizar também suas reivindicações.

As ações da Jornada Nacional de Lutas em Defesa da Reforma Agrária ocorrem anualmente no mês de abril e tem início no dia 17, data instituída como marco nacional e mundial da luta camponesa em defesa da Reforma Agrária, através de uma lei promulgada em 2002, pelo então presidente Fernando Henrique Cardoso. O MST realizou uma postagem de cunho explicativo na mesma data, cujo conteúdo objetiva salientar o motivo da escolha da data e o compromisso da Jornada. Como reforça a postagem, a data foi escolhida como forma de lembrar o Massacre de Eldorado dos Carajás, no Pará, onde a Polícia Militar do estado assassinou 21 trabalhadores Sem Terra.

Figura 1 - Publicação do Dia Internacional da Luta pela Terra



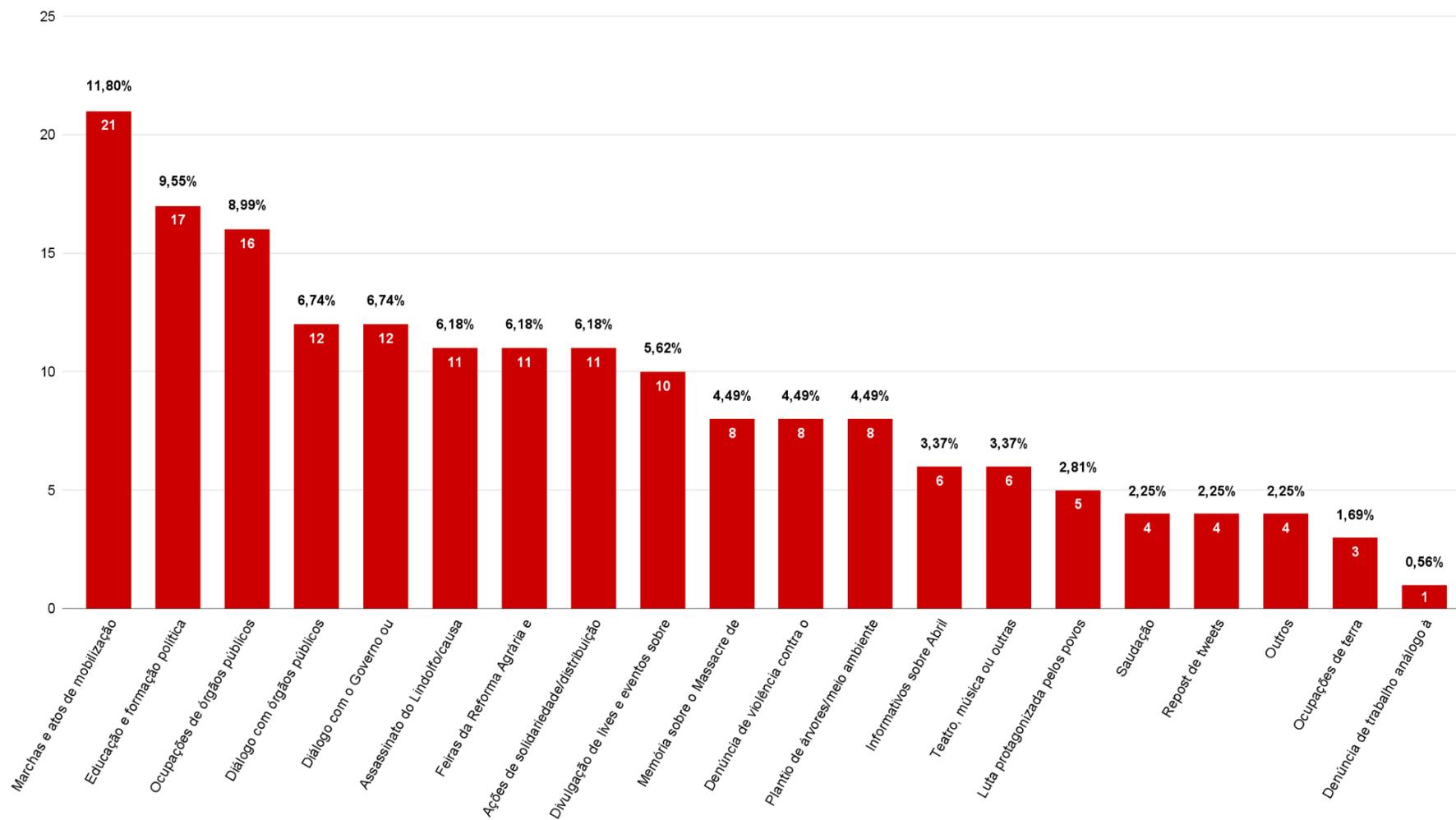
Fonte: perfil oficial do MST no Instagram (2023)<sup>17</sup>

Somente no dia 17 de abril, foram contabilizadas 56 publicações no Instagram, data com a maior frequência de publicações, sendo que a grande maioria delas são referentes à Jornada. Durante todo o período de análise, de 17 a 21 de abril, os três temas com maiores quantidades de publicações no Instagram foram “marchas e atos de mobilização” (11,80%), “educação e formação política” (9,55%) e “ocupações de órgãos públicos” (8,99%). Na tabela a seguir, foram relacionados todos os temas e as respectivas porcentagens que representam do material coletado:

---

<sup>17</sup> <https://www.instagram.com/p/CrIzoFEOAy-/?hl=pt>

Gráfico 1 - Quantidade de conteúdos de acordo com os temas preestabelecidos (Instagram)



Fonte: Autor (2023).

Como foi possível observar, houve um grande número de postagens comunicando sobre as marchas e outros atos de mobilização e ocupações de órgãos públicos, tendo em vista que as ocupações, sejam de terra improdutiva ou órgãos públicos, ocorrem com maior frequência durante o Abril Vermelho. Nota-se que a quantidade de ocupações realizadas pelo MST na semana da Jornada, bem como a comunicação produzida em torno desses atos, é uma forma do Movimento concentrar esforços em torno de sua luta e aumentar a visibilidade de suas reivindicações. Como reforça Lima (2023):

[...] a ideia da Jornada de Luta esse ano é pensar como que a gente constrói instrumentos e ferramentas de luta popular e massivas que pressionem o Governo Federal a executar a Reforma Agrária. E, para isso, a ocupação de terra é um elemento simbólico para que isso aconteça. Ocupar o latifúndio improdutivo como uma ação de denúncia, ocupar áreas do agronegócio como uma ação de denúncia, ocupar órgãos públicos como uma ação de denúncia. Então pensar a estratégia de comunicação precisa estar conectada com a luta concreta desenvolvida pelo movimento (LIMA, 2023, p.2).

As ocupações, marchas e outros atos de mobilização são ações muito divulgadas pelo Movimento nesse período. No entanto, como fica claro na fala de Lima (2023), para além de divulgação, a comunicação trata-se de uma estratégia para ampliar a luta do Movimento para outros espaços, através da mesma narrativa dos atos em si. “A gente entende que as redes e a página da nossa organização precisam ser uma expressão da luta política, então não podemos separar, pelo contrário, a gente precisa amplificar as vozes e as narrativas a partir das redes sociais” (LIMA, 2023, p.14). Além disso, Lima (2023) reforça que esse exercício de conectar as redes e a rua é reflexo da derrota ideológica que o MST e outras forças políticas de esquerda que defendem um projeto popular para o país sofreram com a vitória de Bolsonaro.

Então, olhando para esse elemento, o MST entende que o que sofremos é uma derrota ideológica, uma derrota no ponto de vista dos valores, daquilo que é defendido no ponto de vista da esquerda ou o que a gente tem conseguido construir e acumular em torno disso, e por isso é fundamental a gente pensar as redes sociais como um espaço de agitação das massas e de propaganda do nosso projeto político. E foi daí que surgiu essa síntese: “redes e ruas”. Sempre pensar como a gente consegue conectar essas duas dimensões. Não pensar que as redes por si só são instrumentos ou ferramentas que vão conseguir posicionar as nossas pautas e não cair no

erro de que não vamos utilizar as redes como um espaço de luta, enquanto nós estamos fazendo ações nas ruas (LIMA, 2023, p.14).

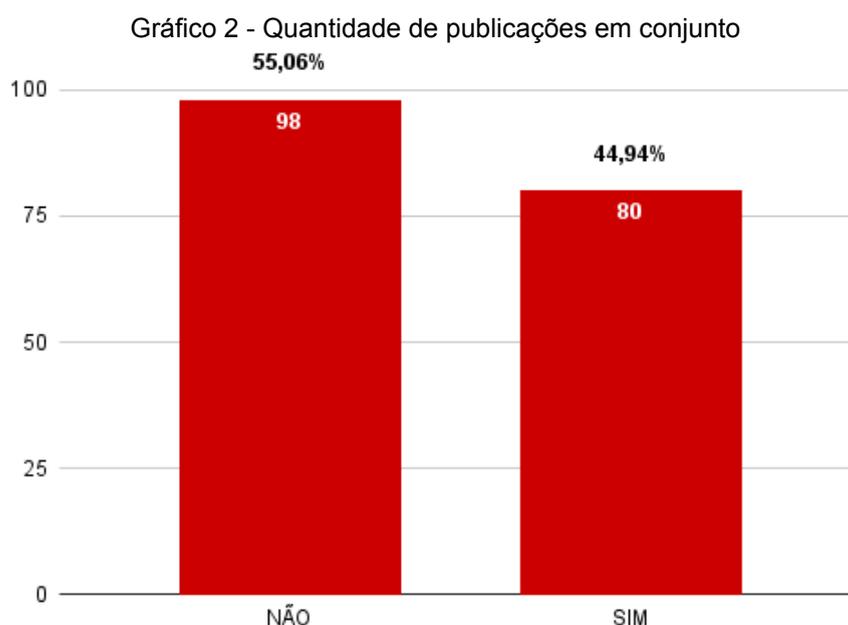
Apesar do grande número de ocupações de terras devolutas ou improdutivas que ocorreram durante o Abril Vermelho, no Instagram foram observadas apenas três publicações que abordam especificamente o tema, mas entendemos que em outras semanas do Abril Vermelho isso pode ter sido diferente. As ocupações mais divulgadas nas redes no período analisado foram as ocupações do Incra. Como já mencionado, a ocupação, seja de terra ou de prédios públicos, é uma das principais estratégias de luta do Movimento para realizar denúncias e reivindicar o direito constitucional à terra.

Além desses, outros temas que merecem destaque são “assassinato de Lindolfo ou causa LGBTQIA+”, “feiras da reforma agrária e soberania alimentar” e “ações de solidariedade e distribuição de alimentos, com exatamente 11 publicações cada. Cabe ressaltar que os dois últimos temas mencionados estão diretamente ligados com a questão da produção de alimentos agroecológicos e da luta ao combate à fome no país. A produção de alimentos orgânicos não é apenas uma forma de garantir uma alimentação saudável para as famílias Sem Terra, mas uma forma de levar alimentos saudáveis para a população da cidade, seja através da venda ou da doação, como fica claro em publicações desse tema. Dessa forma, a produção de alimentos orgânicos, além de se tornar um eixo que une campo e cidade, se torna uma das justificativas para a urgência da Reforma Agrária Popular em contraposição ao modelo de agronegócio das elites, baseada na produção de alimentos transgênicos e na importação (BASTOS, 2016).

Como também reforça Bastos (2016), o tema dos transgênicos passa a ganhar evidência nos Congressos Nacionais do MST entre 2000 e 2007. De acordo com o autor, as mudanças na postura do movimento ocorrem frente aos desafios provocados pelo crescimento do agronegócio, o que exige do Movimento novas estratégias para alcançar seu principal objetivo: a Reforma Agrária. Dessa forma, a alimentação, bem como sua produção sustentável e de matriz agroecológica, passa a ser um importante tema para sensibilizar a população e toda a classe trabalhadora (BASTOS, 2016).

O MST, assim como outros movimentos sociais populares, constroem e mantêm relações com outros movimentos e organizações, o que foi facilitado

também pelas redes sociais. Nesse mesmo sentido, os movimentos se apropriam de novas possibilidades disponibilizadas pelas redes sociais para a amplificação de suas lutas. No período de análise, foi observado um grande número de publicações realizadas em conjunto, ou seja, quando a publicação é feita por dois ou mais perfis e o conteúdo fica disponível na página de todos. A quantidade das publicações realizadas apenas pela página do MST e das realizadas com outras páginas pode ser observada no gráfico abaixo:



Fonte: Autor (2023)

Muitas dessas publicações foram realizadas também em conjunto entre o perfil nacional do Movimento no Instagram e outros perfis estaduais do Movimento. No capítulo 4.3, com o auxílio das contribuições de Lima (2023), abordaremos questões específicas sobre o planejamento e a produção de comunicação realizados em conjunto entre o Setor Nacional de Comunicação do MST e seus setores regionais e estaduais. Através da AC realizada neste capítulo, conseguimos observar melhor essas questões aplicadas na prática. Nas publicações do Instagram realizadas em conjunto, além de se mostrar evidente a relação constante entre o Movimento a nível nacional e estadual, é possível observar a “unidade nacional” (LIMA, 2023, p.3) formada pelos conteúdos em torno dos objetivos da Jornada. Das 80 publicações realizadas dessa forma, 44 são com perfis regionais do MST. A grande maioria dessas publicações apresenta como objetivo noticiar as ocupações

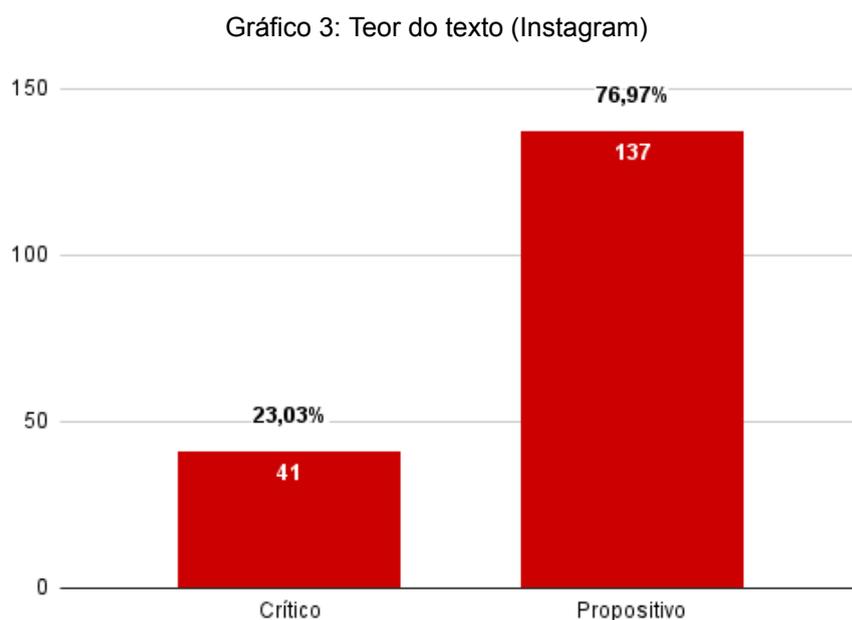
nas sedes do Incra em diversos estados e outros atos de mobilizações do Movimento durante a Jornada.

Além dessas colaborações entre o próprio Movimento, o MST realizou publicações com páginas de mídia contra-hegemônica, projetos sociais, figuras políticas e lideranças do Movimento. Dentre essas colaborações, podemos citar publicações realizadas com políticos de esquerda, como os deputados federais Dionilso Marcon e Orlando Silva, dos partidos PT e PCdoB, respectivamente. Também houve publicações com as deputadas estaduais Marina do MST, dirigente nacional do Movimento, e Rosa Amorim, também integrante do Movimento, e com uma de suas lideranças nacionais, João Paulo Rodrigues. Outra colaboração que merece destaque, foi a publicação realizada com a página da Agência Latino-Americana de Informação<sup>18</sup>, organização de comunicação latino-americana comprometida com a paz, os direitos humanos, a democratização da comunicação, a igualdade de gênero, a justiça social, o cuidado da Casa Comum e a integração regional.

Quanto ao teor da linguagem dos textos presentes nas publicações, a maioria apresentou um teor propositivo. Muitas dessas publicações são notícias, ou chamadas para as notícias publicadas no Site, sobre ocupações e marchas realizadas pelo Movimento durante a semana. Além das notícias, houve muitos conteúdos sobre convocações para atos, convites para eventos relacionados à Jornada, conteúdos explicativos sobre a Jornada, conteúdos que relembram os mártires do Massacre de Eldorado dos Carajás e aqueles que reforçam as bandeiras do movimento. Contudo, houve um número considerável de publicações com teor crítico. Essas últimas carregam em sua maioria denúncias de violência contra o Movimento ou de ameaças de despejo de famílias acampadas, análises de conjuntura política, críticas a órgãos públicos, críticas a empresas que utilizam de terras devolutas e práticas ilegais, entre outros temas.

---

<sup>18</sup> <https://www.alai.info/pt/staff/>



Fonte: Autor (2023)

Vale ressaltar que as publicações, em especial as de teor crítico, apresentam fontes, estatísticas e dados que embasam o ponto de vista e reforçam a luta do Movimento. Como exemplo, podemos citar a publicação em que o MST denuncia o aumento dos conflitos por terra a partir do Relatório de Conflitos no Campo 2022, realizado pela Comissão Pastoral da Terra, organização que mediou a criação de movimentos populares importantes, como o MST, no final da década de 70 (SCHERER-WARREN, 2008). Assim como outras publicações, o texto se trata de uma chamada para um texto publicado no site do Movimento, todavia, o material já antecipa a denúncia. A seguir, imagens comparativas entre um texto propositivo e crítico:

Figura 2 - Exemplo de texto com teor propositivo



463 curtidas

mst\_mg Em Minas Gerais, Movimento dos Trabalhadores/as Rurais Sem Terra ocupam sede do INCRA

Na manhã de hoje (17), cerca de 400 acampados e assentados da reforma agrária popular do estado de Minas Gerais, ocuparam a superintendência do INCRA (Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária) na capital Mineira. A ação faz parte da 26ª Jornada Nacional de Lutas em Defesa da Reforma Agrária ocorre em todo o Brasil neste mês de abril, e marca os 27 anos de impunidade do Massacre de Eldorado do Carajás.

O ato em defesa da reforma agrária reivindica maior celeridade no processo de nomeação do superintendente do órgão, retomada do processo de vistoria e desapropriação de terras, cadastramento das mais de 3.000 famílias acampadas no estado e regularização das famílias assentadas. A ação denuncia também as relações de trabalho análogo à

Figura 3 - Exemplo de texto com teor crítico



Curtido por xepaativismo e outras 225 pessoas

movimentosemterra Na manhã desta segunda (17), a Comissão Pastoral da Terra – CPT – lançou, em Brasília, DF, o seu Relatório de Conflitos no Campo 2022. O ato ocorreu na Faculdade de Direito da Universidade de Brasília. O levantamento, que chega a sua 37ª edição, foi organizado pelo Centro de Documentação Dom Tomás Balduino.

Ao todo, mais de 180 mil famílias viveram conflitos por terra no Brasil ano passado. Segundo os dados, em 2022, os conflitos por terra aumentaram 16,7% no Brasil, sendo que fazendeiros são os principais responsáveis pelas violências.

Fonte: perfil oficial do MST no Instagram (2023)<sup>19</sup> Fonte: perfil oficial do MST no Instagram(2023)<sup>20</sup>

Apesar de não se caracterizarem como maioria, diversas publicações do MST durante a semana da Jornada apresentaram as reivindicações do Movimento, desde as mais informativas sobre a Jornada, em que o Movimento destaca as pautas relacionadas aos temas que norteiam a edição, até as notícias sobre ocupações. Em trecho de uma publicação que apresentava reivindicações, o Movimento ressalta:

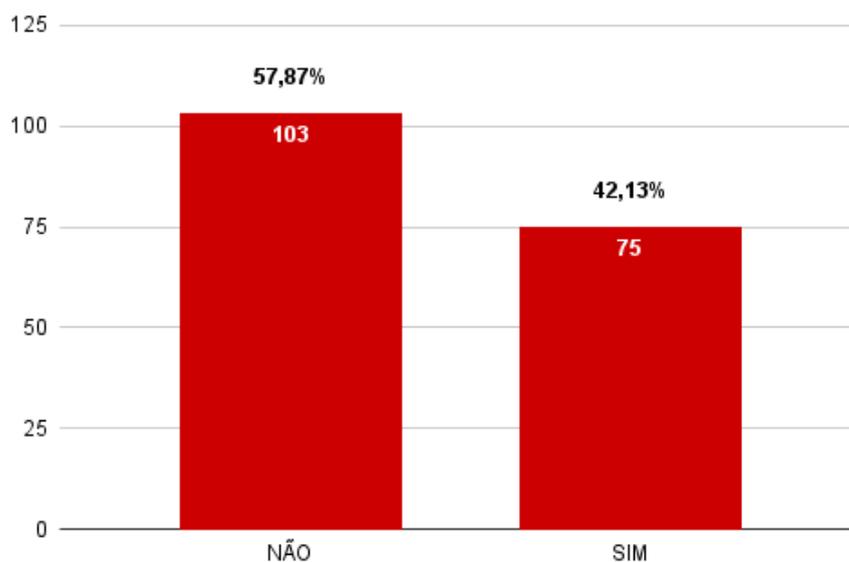
“No Ceará, os assentados/as, acampados/as reivindicam a imediata reestruturação do INCRA, a criação de uma força tarefa para colocar em cena o debate da Reforma Agrária, demanda de infraestrutura para os assentamentos, regularização de novos cadastros, a retomada do Programa Nacional de Educação na Reforma Agrária (PRONERA), desapropriação de áreas para fins de Reforma Agrária”.

Acreditamos que essa é uma forma do Movimento reforçar e tornar públicas tais reivindicações, além de lançar a elas maior visibilidade na sociedade e perante às organizações públicas.

<sup>19</sup> [https://www.instagram.com/p/CrIrt\\_duTAL/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/CrIrt_duTAL/?img_index=1)

<sup>20</sup> <https://www.instagram.com/p/CrJsLF8uQeT/>

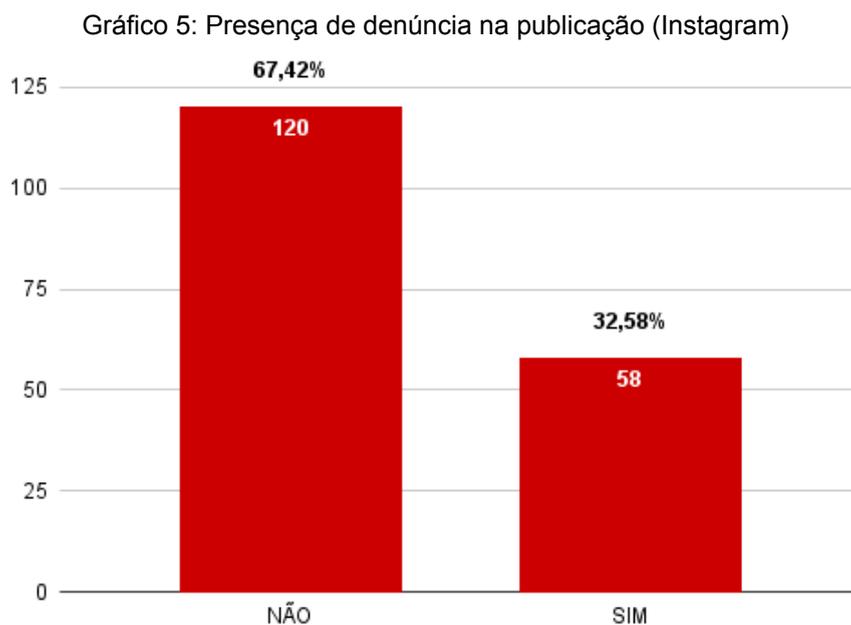
Gráfico 4 - Pautas reivindicatórias (Instagram)



Fonte: Autor (2023)

As reivindicações do MST durante o período não fogem das pautas gerais do Movimento, exceto alguns casos pontuais de determinados estados. Entre as principais reivindicações e que mais se repetem nas publicações, destacamos: a própria Reforma Agrária; nomeação da superintendência do Incra e reestruturação da autarquia, bem como a retomada de atividades sucateadas no último governo; assentamento de famílias acampadas; infraestrutura para assentamentos; cadastramento e recadastramento de famílias assentadas; políticas públicas para a produção de alimentos e de permanência no campo; e políticas públicas de acesso à saúde, educação e cultura para as famílias camponesas. Além desses temas, durante a semana da Jornada houve também diversas publicações que reivindicavam justiça pelo assassinato do jovem Sem Terra Lindolfo Komaski, por crime de homofobia. O júri popular do assassinato ocorreu no dia 18 de abril, o que justifica a comoção nas redes no mesmo período da semana da Jornada. É importante destacar que a luta LGBTQIA+ integra as bandeiras do MST.

Em relação a presença de denúncias nas publicações, outra variável analisada, em 32,58% das publicações foram verificadas a presença de um ou mais temas de denúncia, como mostra o gráfico a seguir:



Fonte: Autor (2023)

Entre os principais temas de denúncias está o próprio Massacre de Eldorado dos Carajás, que segue sem justiça. Como já citado, a instituição do dia 17 de abril como Dia da Luta Camponesa, é justificado pela data em que ocorreu o massacre. Dessa forma, a Jornada lembra e denuncia, antes de qualquer outra coisa, o crime cometido pela Polícia Militar do estado do Pará contra os Sem Terra. Notamos que diversos conteúdos na semana da Jornada trazem a denúncia do massacre, mesmo que o objetivo principal da postagem não seja exatamente este. Entendemos que isso seja não apenas uma forma de o Movimento lembrar seus mártires e engajar sua luta, mas cobrar pela responsabilização do crime.

Foi observada também a presença de denúncias sobre o aumento de conflitos por terra e do trabalho análogo a escravidão. Este último faz parte do lema da 26ª Jornada e um dos principais temas de denúncia da edição. Na imagem a seguir, uma publicação do Movimento denunciando a situação:

Figura 4: Publicação de denúncia de trabalho análogo à escravidão



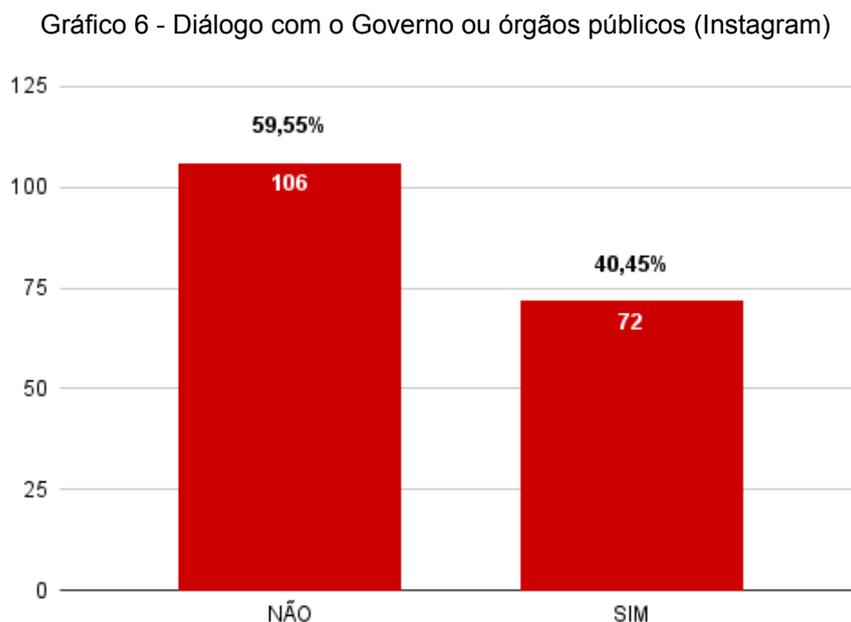
Fonte: perfil oficial do MST no Instagram (2023)<sup>21</sup>

Além desses temas, estão presentes nas publicações outras denúncias como concentração fundiária, grilagem de terra, aumento no uso de agrotóxicos pelo agronegócio, crimes ambientais cometidos por empresas, discriminação e perseguição de povos indígenas, ameaças de despejos de famílias acampadas, criminalização dos movimentos camponeses, violência e perseguição contra lideranças de articulações camponesas, ataques e divulgação de *fake news* sobre o MST, entre outros.

Outra característica observada na análise refere-se ao diálogo com o governo ou órgãos públicos. Sabemos que o diálogo entre o Movimento e o Governo é constante no dia a dia do Movimento, em toda a sua trajetória e em qualquer época do ano, apesar dele estreitar ou alargar dependendo do mandato. Esse diálogo ocorre também através das mídias sociais, porém, de difícil mensuração nesse âmbito. Todavia, para os objetivos deste trabalho, optamos por considerar a existência desse diálogo em dois casos: quando a publicação refere-se a ocupação

<sup>21</sup> <https://www.instagram.com/p/CrN-iRXuWE-/>

do INCRA ou outro órgão público, pois nesse caso o Movimento deixa claro ser uma tentativa de diálogo, ou quando, por algum outro motivo, é citado no texto o Governo, o nome do órgão público ou o nome de algum político. Nesse sentido, constatamos que o diálogo está presente em 40,45% das publicações, como mostra o gráfico abaixo:



Fonte: Autor (2023)

As publicações em que mais foram observadas a tentativa de diálogo referem-se, em sua maioria, àquelas com o tema “ocupação de órgãos públicos”. Tais ocupações, por sua vez, dizem respeito majoritariamente àquelas realizadas nos prédios das sedes do Incra em diferentes estados. Entendemos que o diálogo com o órgão ocorre principalmente através do próprio ato de ocupação pelos Sem Terra, mas compreendemos também que, ao trazer o fato para as redes, o MST busca aumentar a visibilidade dessas mobilizações e publicizar a tentativa de diálogo através do espaço digital. Também foram observadas publicações em que o Movimento dialoga com as instâncias legislativas e judiciária, além do próprio Governo Federal e o presidente Lula.

Figura 5: Publicação de diálogo do MST com o presidente Lula

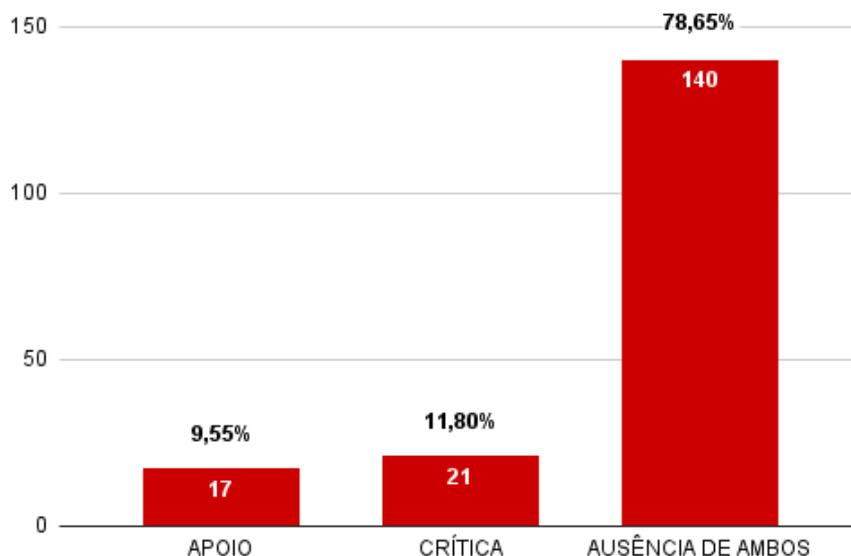


Fonte: perfil oficial do MST no Instagram (2023)<sup>22</sup>

O último tópico da análise se refere à existência de críticas ou apoio ao Governo, entidades ou a outros movimentos sociais. Para melhorar a análise, optamos por categorizar essas publicações quando a crítica ou o apoio são citados de forma explícita no texto, pois entendemos que a luta do Movimento e a própria produção de comunicação implica em críticas mais profundas e complexas de categorizar por meio da Análise de Conteúdo (AC). Dessa forma, a categorização aplicada indica o seguinte resultado:

<sup>22</sup> [https://www.instagram.com/p/CrOUCyXO43t/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/CrOUCyXO43t/?img_index=1)

Gráfico 7 - Crítica ou apoio ao Governo, entidades ou outros movimentos sociais (Instagram)



Fonte: Autor (2023)

Dentre as críticas que encontramos nesses conteúdos, encontram-se aquelas contra a Polícia Militar do Estado do Pará, devido ao Massacre de Eldorado dos Carajás, além de críticas aos Governos autoritários que também foram responsáveis de alguma forma pelas violências que o Movimento sofre historicamente. Também foram observadas críticas aos ruralistas e ao próprio modelo do agronegócio, ao Governo Bolsonaro. Em um trecho que exemplifica a realização de críticas ao Governo Bolsonaro, o Movimento destaca:

“Vivenciamos anos de muitas perdas, retrocessos e ataques que violaram nossa democracia, e por isso ressaltamos que a Reforma Agrária Popular é o caminho para sair da crise que foi herdada pelo governo Bolsonaro”.<sup>23</sup>

Além disso, o Movimento critica algumas empresas mineradoras, alguns superintendentes do Incra e a prefeitura da cidade de Atalaia, além das críticas à empresa Aracruz Celulose e ao Grupo João Lyra.

Por outro lado, o Movimento demonstrou apoio ao Centro de Hemoterapia de Sergipe (HEMOSE), a alguns superintendentes do Incra, à Jornada Universitária em Defesa da Reforma Agrária (JURA), ao Sindicato Nacional dos Docentes das Instituições de Ensino Superior (ANDES), ao Governo Lula, à Rede de Combate à

<sup>23</sup> [https://www.instagram.com/p/CrI9XM3rYKY/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/CrI9XM3rYKY/?img_index=1)

Violência Doméstica do MST de São Paulo e à reabertura da Fábrica de Fertilizantes Nitrogenados (FAFEN). Sobre esta última, em um trecho de uma publicação o MST destaca:

“O ato encerra o último dia da semana de Jornada de Lutas pela Reforma Agrária no Paraná, debatendo com os trabalhadores a importância da reabertura da fábrica, para retomada dos empregos e da reindustrialização, garantindo renda e desenvolvimento da economia.”<sup>24</sup>

Na análise do conteúdo no Instagram, fica claro a importância dessa rede social para os objetivos do MST durante a Jornada. A presença do Movimento nas redes sociais nos aponta também para a sua própria capacidade de apropriação e adaptação aos novos meios de comunicação impulsionados pela tecnologia, apesar das dificuldades envolvidas. Como reforça Lima (2023, p.9):

[...] o MST está nas plataformas digitais, porque entende que estamos em uma nova era, em um novo momento das telecomunicações e da tecnologia da informação, inclusive, e por isso nós precisamos adaptar também os nossos processos de construção de comunicação.

Apesar disso, como reforça Lima (2023, p.9), por se tratar de um sujeito coletivo, o MST enfrenta desafios para estar nesse tipo de ambiente digital, visto que, como reforça o coordenador, na atualidade as redes sociais possuem “uma perspectiva de produção de conteúdo intensa, de individualismo, de personificação dos sujeitos”. Além disso, outras questões, como a própria dificuldade de acesso à internet, implicam em dificuldades para a construção de uma comunicação no ambiente digital pelo e para o Movimento.

[...] pensar como essas plataformas funcionam e, a partir delas, produzir conteúdos voltados para elas, mas, ao mesmo tempo, entender que é necessário a gente extrapolar esse campo de atuação das redes sociais, porque elas não dão conta da construção da nossa comunicação, por conta dos seus diversos limites, olhando para um movimento social como o Movimento Sem Terra, que tem uma base gigante e que a internet ainda não chegou nos nossos assentamentos, nos nossos acampamentos (LIMA, 2023, p.10).

Ainda assim, o Movimento tem feito um esforço notório para construir sua comunicação digital em meio às dificuldades. A presença em diferentes meios digitais e, para além disso, a capacidade de análise e adaptação de seus conteúdos

---

<sup>24</sup> [https://www.instagram.com/p/CrQ0PvgOHeB/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/CrQ0PvgOHeB/?img_index=1)

para as diversas plataformas, deixam isso claro. Como complementa Lima (2023, p.10).

Porém, um exercício que a gente tem tentado construir olhando para as especificidades dessas plataformas digitais é o processo de segmentação do nosso conteúdo. Então a gente precisa ter bem claro entre nós o que é conteúdo para o Instagram, o que é conteúdo para o Twitter, o que é conteúdo para o Facebook, o que é conteúdo para a página do MST.

A página oficial do MST no Instagram possui um número grande de seguidores, além de uma atividade diária e frequente. Optamos em escolher o Instagram para compor os materiais da análise, pois, em momento anterior, observamos através dessas características o indicativo de que ela fosse muito importante para o Movimento. Lima (2023, p.10-11) nos confirma isso através de sua fala:

Hoje, a plataforma que a gente considera a nossa principal é o Instagram, visualizando ali os quase um milhão de seguidores que nós temos. Nós não temos outro alcance em nenhuma outra plataforma, em nenhuma outra rede social, muito menos na página do MST. Então talvez ela seja a nossa rede social prioritária atualmente e, a partir dela, a gente tem conseguido desenvolver um conjunto de materiais. Então por isso que a gente tem feito talvez um desenho, um esforço coletivo, de pensar conteúdos específicos para ela, tentando dialogar com as especificidades dela, como a produção de reels (LIMA, 2023, p.10-11).

Em resumo, quanto aos dados encontrados através da AC nos conteúdos Instagram, percebe-se que a comunicação durante a Jornada nesse ambiente se dá com foco em pautar discussões importantes relacionadas à Reforma Agrária, além de estimular a mobilização dos Sem Terra e a participação dos apoiadores do Movimento nos debates. Também parece ser um objetivo do Movimento, através da plataforma, noticiar os principais atos de mobilização da Jornada, como forma de ampliar a lutas dos Sem Terra. Além disso, foi observado que o MST utiliza o Instagram para dar maior visibilidade às suas discussões e reivindicações e buscar a abertura de diálogo com o Governo e órgãos públicos. Por fim, fica evidente que o Movimento produz conteúdos com temas muito bem articulados com os objetivos propostos pela Jornada.

## 5.2 ANÁLISE DA COMUNICAÇÃO DIGITAL NO SITE

Para a análise do site, foi utilizado um esquema de categorização similar a do Instagram, com exceção da variável “publicação em conjunto”, que foi retirada nesta etapa, pois ela foi criada apenas pela constatação do seu amplo uso na plataforma anterior. Por outro lado, acrescentamos a variável “destaca os objetivos da Jornada?”. Através desta, buscamos analisar se os conteúdos do site, em seu formato mais extenso e de caráter institucional, apresenta com clareza os objetivos da Jornada. Isso é importante para entender se o Movimento consegue explicitar seus objetivos e as causas que defende para seu público externo e que não acompanha o dia a dia do Movimento pelas redes sociais.

Em relação ao temas dos conteúdos, optamos por manter os mesmos utilizados na análise do Instagram e que consta na tabela 1. Entretanto, consideramos previamente a possibilidade do não aparecimento de um ou mais temas nessa plataforma, até mesmo pela quantidade menor de publicações. O não aparecimento de um ou mais temas que estiveram presente no Instagram pode nos indicar algo, seja uma brecha ou uma estratégia de comunicação. No geral, foram analisados 45 textos publicados no Site entre os dias 17 e 21 de abril de 2023. Seguimos também o método da análise de conteúdo (AC) para coletar, categorizar e analisar os materiais, tendo em vista os objetivos deste trabalho.

No site, encontram-se conteúdos mais extensos e que podem abordar mais de um tema. Todavia optamos por categorizar cada conteúdo com o tema que mais se sobressai no texto. Além disso, foram observados conteúdos que mesclavam um teor propositivo e crítico ao mesmo tempo e, assim como na questão do tema, optamos por categorizar o conteúdo de acordo com o teor sobressalente. Cabe ressaltar nossa primeira observação de que existe uma estreita relação entre os conteúdos do site e do Instagram. Em muitas ocasiões, o conteúdo publicado na rede social se trata de uma prévia ou chamada para a matéria completa no Site.

As redes sociais, com as particularidades relacionadas aos seus mecanismos, facilitam a circulação de conteúdos informativos, dessa forma passaram a ser muito utilizadas por portais de notícia e jornais para amplificar o público que recebe seus conteúdos (MASSUCHIN; CARVALHO, 2016). Com a utilização das redes, esses conteúdos chegam não apenas para as pessoas que acompanham um determinado jornal ou outra fonte de conteúdo jornalístico, mas também para aquelas pessoas que fazem parte de sua rede de contatos, através de funcionalidades características dessas plataformas, tais como curtidas, comentários

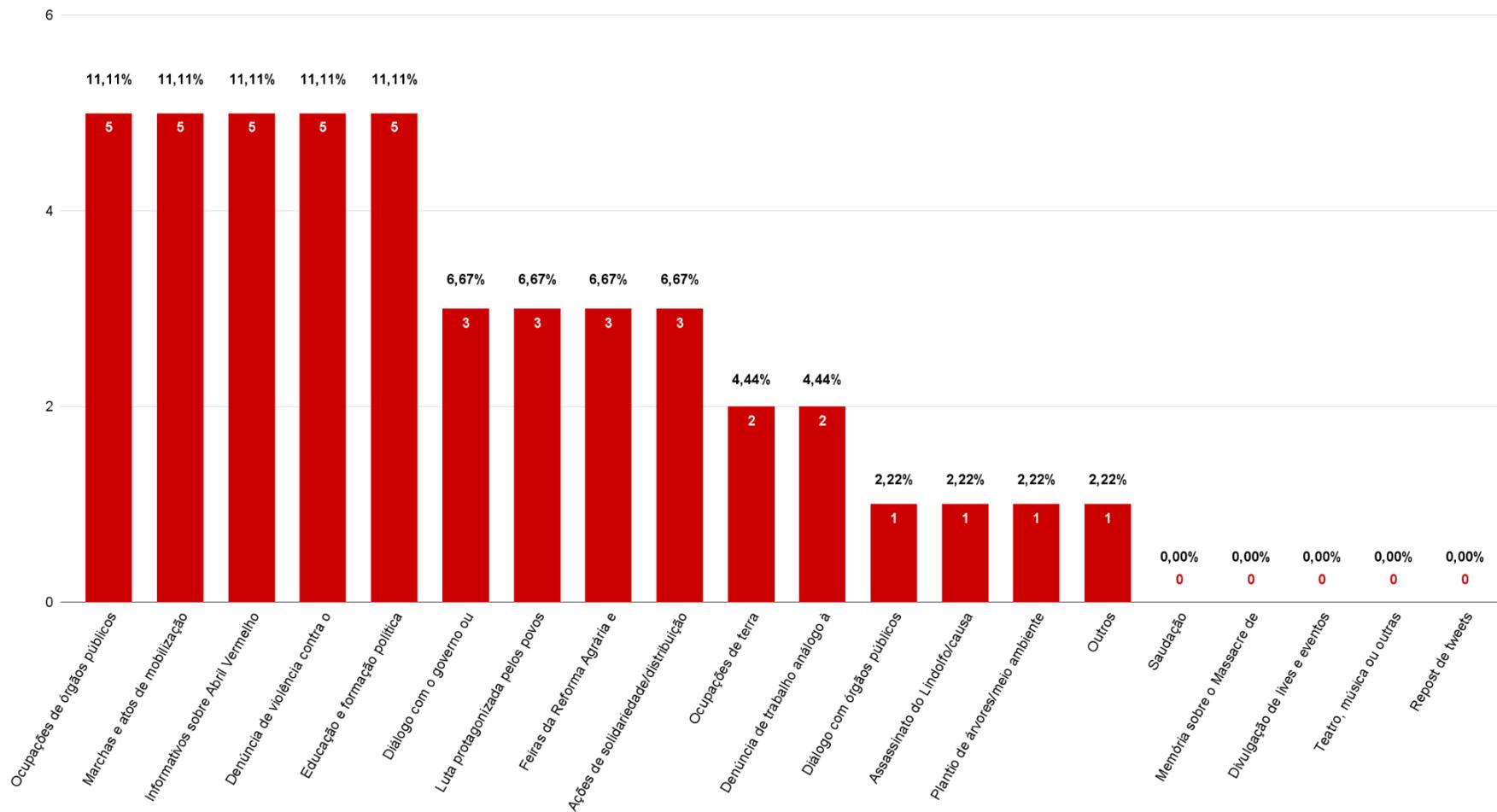
e, principalmente, o compartilhamento (MASSUCHIN; CARVALHO, 2016). Nesse sentido, podemos dizer que o MST, assim como outros movimentos sociais que também produzem conteúdos jornalísticos, faz o uso das redes sociais nessa mesma lógica, não apenas como uma forma de interagir com seus públicos, mas para amplificar a circulação de seus conteúdos.

Essa complementaridade entre os meios de comunicação do MST se confirma, tanto pela nossa observação, quanto através da própria confirmação de Lima (2023, p.10):

A gente vai pegar a matéria e colocar inteira no Instagram? Não, vamos montar ali um cardzinho de notícias e fazer esse exercício de chamar a galera para ir para a página do MST acessar o conteúdo na íntegra, que é uma prática que eu acho que metade dos veículos de comunicação ou mais da metade deles já executa.

Levando em consideração essas características abordadas acima, ao analisarmos os conteúdos do site, notamos que alguns temas com maior incidência no site, são também os que se apresentaram em maior quantidade no Instagram. Os temas com mais repetições entre os dois meios foram “ocupações de órgãos públicos”, “marchas e atos de mobilização” e “educação e formação política”. No site, cada um desses temas representam 11,11% de todo o conteúdo, além de outros conteúdos que nessa plataforma apresentaram o mesmo percentual, como mostra o gráfico:

Gráfico 8 - Quantidade de conteúdos de acordo com os temas preestabelecidos (site)



Fonte: Autor (2023)

Como mencionado no capítulo 4.3, os temas abordados durante a Jornada são direcionados pelo lema da edição (LIMA, 2023). Dessa forma, os conteúdos produzidos nesse período se relacionam direta ou indiretamente com esse lema e, assim, o Movimento cria uma discussão mais ampla em torno da necessidade da Reforma Agrária, que leva em consideração também a aproximação da sociedade. Como destaca Lima (2023, p.6):

A comunicação tem como base o processo da luta conjuntural a partir do lema que o MST cria enquanto síntese para a Jornada de Luta. Então os temas são pautados a partir disso, por isso tem muito material falando sobre a desigualdade do acesso à terra, tem muito material falando sobre a crise ambiental, tem muito material falando sobre as denúncias de trabalho escravo, etc, porque a gente tenta fazer essas conexões. E isso é importante, porque a gente consegue posicionar a Jornada de Lutas do MST na relação com a sociedade.

Através da análise do conteúdo das duas plataformas, percebemos também o empenho do Setor de Comunicação do MST em produzir sua própria narrativa com relação a esses diversos temas, em um sentido contra-hegemônico, tendo em vista a histórica cobertura negativa do Movimento pela mídia tradicional. Para além de apenas uma cobertura negativa, a mídia tradicional que constrói sua narrativa sobre MST, muitas vezes o faz com o objetivo de estigmatizar e criminalizar o Movimento. Isso já foi evidenciado em estudos, como na recente pesquisa de Pita (2022), que demonstra como o jornalismo opinativo do O Estado de São Paulo, entre 2001 e 2004, trabalhou na elaboração da imagem negativa do MST, seja através da negação da capacidade do trabalho camponês dos Sem Terra, na criminalização das lideranças do Movimento, na tentativa de enquadrar as ações do Movimento como inconstitucionais, na negação do sujeito Sem Terra ou de outras formas.

Conteúdos com o tema “educação e formação política” também estiveram muito presentes no site durante essa semana, como também estiveram no Instagram. Nesta categoria, agrupamos os conteúdos que abordam a educação em seu sentido mais amplo, como os conteúdos relacionados a projetos de alfabetização ou as Jornadas Universitárias em Defesa da Reforma Agrária (JURA), além dos conteúdos que abordam ações que ocorrem dentro dos acampamentos e assentamentos, voltados à formação política dos militantes. É um exemplo deste último o lançamento da Brigada Nacional Oziel Alves, na curva do “S”, no Pará, local

onde aconteceu o Massacre de Eldorado do Carajás<sup>25</sup>. A Brigada tem como objetivo atuar em todo o Brasil para formar militantes Sem Terra.

A luta por terra é o principal eixo do MST, contudo, ao longo de sua trajetória e no jeito que construíram seu modo de lutar, o Movimento passou a desenvolver outras diversas lutas combinadas, como àquelas relacionadas à saúde, cultura, direitos humanos, educação, entre outras, na medida em que, no processo de luta, se reconhecem como sujeitos de direitos (CALDART, 2001). Com relação à educação, esta sempre foi uma questão muito importante para o Movimento, pois ela está no cerne do processo de formação do sujeito. Como reforça Caldart (2001, p.210):

Trata-se de olhar para o MST como lugar da formação do sujeito social Sem Terra, e para a experiência humana de ser do MST, e participar da construção da coletividade Sem Terra, como um processo de educação, que é também um modo de produção da formação humana, tanto mais significativo do ponto de vista social, político e pedagógico, por ser movido por uma luta social centrada em questões de vida e morte e de vida inteira, porque vinculadas às raízes de um processo de humanização mais profundo: terra, trabalho, memória, dignidade.

Nesse sentido, também é comum encontrar nos meios de comunicação do MST conteúdos relacionados à educação, isso deixa claro a sua importância para o Movimento como instrumento pedagógico e político para a construção da luta pela Reforma Agrária.

Outro ponto importante a ser destacado é sobre a questão do tema “Memória de Eldorado dos Carajás”. Ele não ficou entre os mais recorrentes no Instagram e no site não categorizamos nenhum conteúdo com este tema. Contudo, é importante ressaltar que, embora não tenhamos observado nenhum conteúdo em que esse fosse o tema central, em muitos textos o Movimento aborda também esse assunto, seja no sentido de lembrar os Sem Terra assassinados ou para denunciar o crime que segue sem punição. Dessa forma, embora o tema apareça poucas vezes de forma central, ele esteve muito presente ao longo de toda a semana atravessando parte significativa da produção que versava sobre outros assuntos.

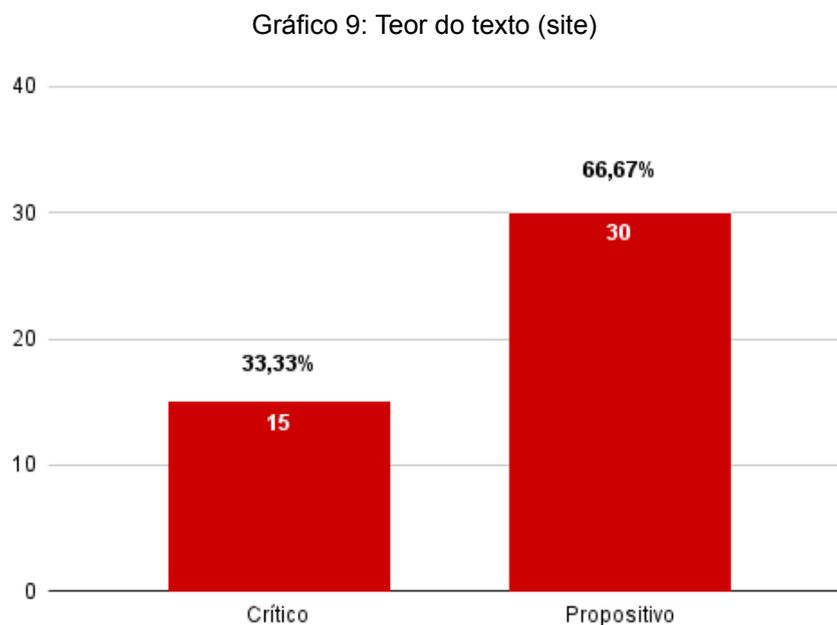
Com relação ao teor dos textos do site, percebemos uma mudança na porcentagem quando comparado com o conteúdo do Instagram. Embora os textos

---

25

<https://mst.org.br/2023/04/17/10a-jornada-universitaria-em-defesa-da-reforma-agraria-comeca-hoje-17-em-todo-o-pais/>

de teor crítico no site ainda representem a minoria do material coletado, como na outra rede que apresentou 23,03% das publicações, a porcentagem no site se tornou um pouco maior, como mostra o gráfico abaixo:



Fonte: Autor (2023)

Além disso, foi possível observar em alguns dos conteúdos do site a existência de teor crítico e propositivo ao mesmo tempo. Entendemos que isso ocorre, pois, como já mencionado, os conteúdos publicados no site são compostos por textos maiores e que podem englobar mais de um assunto e apresentar mais de um objetivo. Assim, alguns conteúdos podem apresentar mudanças em seu teor conforme a necessidade de abordagem sobre determinados assuntos.

Compreendemos que a postura muitas vezes crítica do Movimento está relacionada ao próprio caráter de movimento social, bem como de sua postura de luta constante. Apesar disso, através dos diversos conteúdos analisados é possível observar que o MST busca sempre uma abertura ao diálogo para realizar suas críticas e suas reivindicações, seja com órgãos públicos e Governo ou mesmo com empresas privadas. Isso demonstra o interesse e capacidade de articulação do Movimento com outras instituições.

Uma característica fundamental que nos ajudou a classificar o teor do texto, é a própria linguagem. Com relação a isso, Lima (2023) reforça que não existe necessariamente uma predefinição de linguagem que o Movimento irá adotar

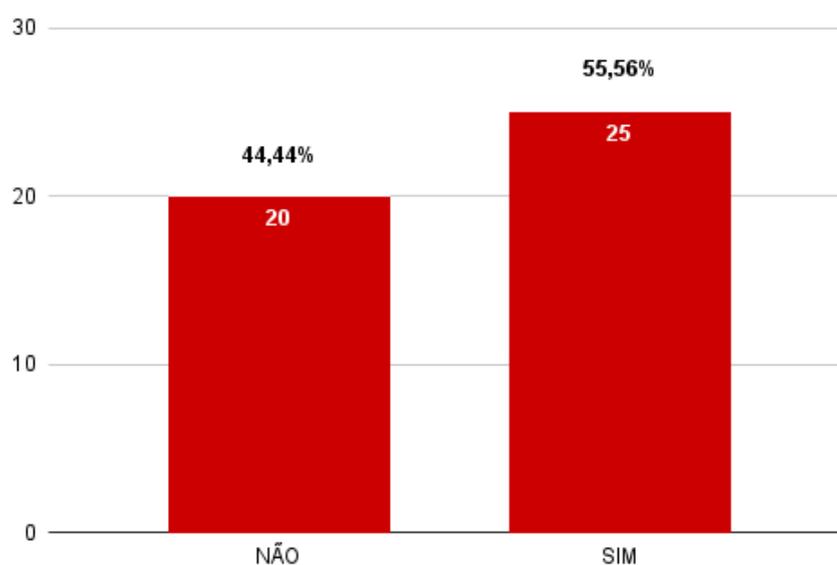
durante a Jornada, mas que isso acontece de forma orgânica e de acordo com as narrativas que são construídas também nas lutas de rua. “Se o movimento sinaliza que a nossa estratégia de atuação durante a Jornada de Lutas de Abril vai ser denunciar o agronegócio e o processo de escravização, é fundamental a gente seguir avançando nessa mesma narrativa (LIMA, 2023, p.12). Por meio dessa fala, conseguimos compreender também que o teor da publicação é decorrente do objetivo central do tema que está sendo abordado. Todavia, Lima (2023) acrescenta ainda uma autocrítica que o Movimento tem feito com relação à linguagem que o Movimento utiliza, em seu sentido mais técnico:

Só que no ponto de vista da linguagem, eu acho que tem um elemento que também é importante, é que a gente tem construído poucos processos de inovação na linguagem, digo a linguagem de maneira técnica mesmo. O MST acaba tendo como herança o que a esquerda tem produzido enquanto linguagem para dialogar com a sociedade. [...] Porém, a gente também tem entendido que é necessário adequar essa linguagem para a atualidade e pensar novas formas de diálogo com a sociedade. Então talvez a gente tenha construído aos poucos esse exercício, mas a forma de se comunicar e essa construção textual acaba sendo reflexo também dessas experiências anteriores, ou melhor, de como a classe trabalhadora e a esquerda brasileira e do mundo tem pensado a construção dos seus conteúdos, que, na maioria das vezes, são densos, com pouco recurso imagético, etc (LIMA, 2023, p12).

Nesse sentido, Lima (2023) reforça também que o MST já vem experimentando outras formas de traduzir as narrativas do Movimento, adaptando a linguagem e o conteúdo, levando em consideração as características do público que pretende atingir. Isso demonstra o esforço do Movimento não apenas em se adaptar às mudanças geradas pelas novas tecnologias e pelas redes sociais, mas também de se comunicar com outros públicos.

Sobre as pautas reivindicatórias nos conteúdos do site, houve também uma mudança na porcentagem em que elas aparecem. Diferente do Instagram, as pautas reivindicatórias no site aparecem na maioria dos conteúdos analisados. Isso ocorre, dentre outros fatores, pois no Instagram há uma diversificação de temas, dos quais muitos não têm como objetivo realizar reivindicações, mas divulgar eventos, ações de solidariedade ou apenas interagir com os seguidores, por exemplo. Já no site, apesar do número de publicações ser menor, os conteúdos são mais diretos e apresentam com mais frequência as necessidades e demandas do Movimento.

Gráfico 10 - Pauta reivindicatória (site)



Fonte: Autor (2023)

Já com relação aos temas das pautas reivindicatórias, eles não se diferenciam muito daqueles que foram observadas no conteúdo do Instagram, porém no site elas aparecem de maneira mais detalhada. Compreendemos que essa diferença se dá pelo fato de que as redes possuem características e objetivos diferentes. No Instagram, há uma limitação de caracteres na legenda dos posts, o que exige que os conteúdos sejam menores. Além disso, na rede social o Movimento dialoga com um público mais amplo e diverso e, por isso, é mais importante que o conteúdo seja mais propositivo e factual, sem necessariamente detalhar as pautas reivindicatórias. Já no site, o material apresenta um maior detalhamento dessas pautas, pois geralmente é acessado por quem tem interesse em conhecê-las melhor.

A semelhança das pautas reivindicatórias presentes nas duas redes pode ser observada nos diversos posts sobre as ocupações do Incra. Enquanto no Instagram, o post informa a ação e fala de algumas reivindicações de forma resumida, a matéria do site apresenta as reivindicações ao órgão de forma completa. Nesses conteúdos, o Movimento ressalta quais são as pautas que as famílias assentadas do MST naquele estado estão apresentando ao órgão e ao Governo.

Figura 6 - Lista de pautas de reivindicação em matéria no site do MST

PAUTA DE REIVINDICAÇÃO DAS FAMÍLIAS ACAMPADAS DA REFORMA AGRÁRIA DO MST

1. Nomear imediatamente a superintendência do INCRA RS com comprometimento com a Reforma Agrária.
2. Recompor imediatamente o orçamento do INCRA.
3. Realizar um cadastro nacional das famílias acampadas imediato, reconhecendo com público prioritário da Reforma Agrária para acessar as políticas públicas incluindo a Declaração de Aptidão ao PRONAFIDAP).
4. Fornecer cestas básicas (mensal) para as famílias acampadas até que sejam assentadas definitivamente, com produtos adquiridos da Reforma Agrária e agricultura familiar.
5. Assentar imediatamente 100 famílias acampadas a mais de 10 anos, hoje temos em torno de 300 no RS, no Brasil somos 65 mil e que o INCRA apresente um plano mínimo para assentamento de todas as famílias até o final do ano de 2023.

Fonte: Site do MST (2023)<sup>26</sup>

Sobre os temas das reivindicações, em boa parte dos conteúdos destaca-se a urgência da Reforma Agrária, afinal essa é a luta central do Movimento. Também foram observadas pautas pontuais que o MST em diversos estados destinou ao Incra, como mostra um trecho de uma carta de reivindicações na imagem acima. Nessas pautas incluem a nomeação ou substituição de superintendentes do órgão, recomposição orçamentária do órgão, realização de cadastros nacionais para famílias acampadas, desapropriação de terras, realização de assentamentos emergenciais para famílias acampadas, infraestrutura para assentamentos, políticas públicas para a produção e comercialização de alimentos nos assentamentos e políticas públicas para a permanência no campo.

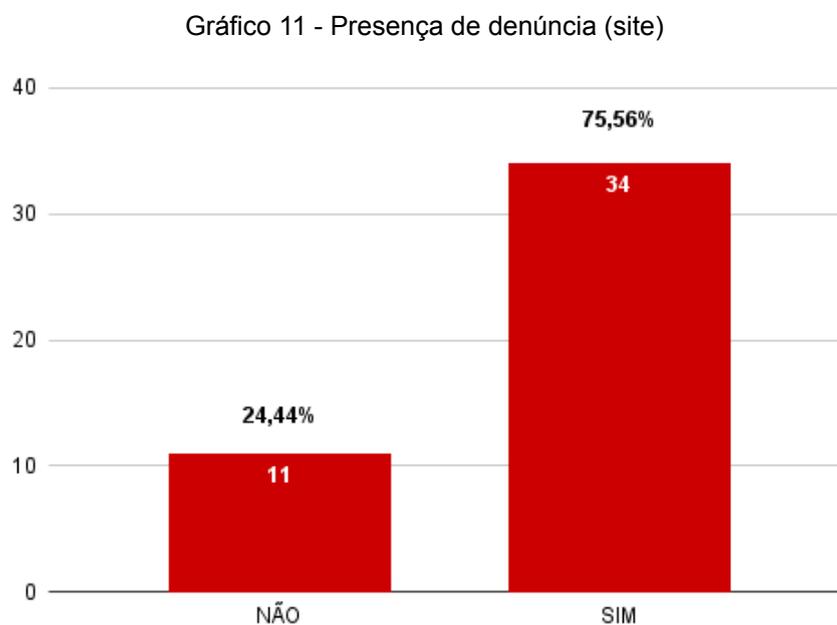
Também foram observadas cobranças do Movimento ao Governo, como: medidas para frear a ofensiva do agronegócio e do latifúndio sobre os territórios indígenas, quilombolas e camponeses; medidas de garantia a segurança e proteção dos povos do campo, das suas lideranças e de suas comunidades; e a proibição da entrada de empresas privadas para instalação de parques de energias eólicas e solar em território de assentamentos.

Quanto à presença de denúncias nos conteúdos do site, foi observado a presença de um ou mais temas em 75,56% das publicações. No gráfico a seguir, a

26

<https://mst.org.br/2023/04/17/abril-vermelho-mst-no-rs-realiza-vigilia-no-patio-do-incra-em-porto-alegre/>

comparação entre a quantidade de textos com e sem a presença de algum tipo de denúncia:



Fonte: Autor (2023)

No período analisado, o site apresentou uma porcentagem de conteúdo com denúncias relativamente maior do que no Instagram. O tema de denúncia mais recorrente é o próprio Massacre de Eldorado dos Carajás, que aparece em 10 dos 45 textos. Em um desses materiais, o MST destaca:

“A data do 17 de abril é relembrada pelo MST todos os anos em homenagem e memória ao Massacre de Eldorado do Carajás, em que a Polícia Militar do Pará atacou uma manifestação de 1500 famílias, assassinando 21 trabalhadores rurais e deixando outras 69 pessoas mutiladas, no município de Eldorado do Carajás, no Pará. Neste ano, o Massacre completa 27 anos de impunidade”.<sup>27</sup>

Outra denúncia que foi observada em diversos textos do site, foi o do aumento do trabalho análogo à escravidão. Ao todo, esse tema de denúncia está presente em 6 dos 45 textos analisados. Vale ressaltar que a denúncia do trabalho análogo a escravidão está presente também no lema da 26ª edição do Jornada, o que pode justificar sua recorrência nesse período, tanto no site quanto no Instagram. A partir dessas e outras denúncias, podemos afirmar também que o Movimento está

<sup>27</sup>

<https://mst.org.br/2023/04/18/mst-rj-encontra-incra-fechado-mas-encerra-jornada-empossando-nova-superintendente/>

atento aos acontecimentos, principalmente no que tange a sua luta, apresentando em seus conteúdos pesquisas e dados que justificam tais denúncias.

Em matéria do site sobre o aumento do trabalho análogo a escravidão, por exemplo, o Movimento utiliza um levantamento realizado pela Comissão Pastoral da Terra para elucidar o tamanho do problema.

Figura 7 - trecho de matéria do site que denuncia o aumento do trabalho análogo à escravidão

Em 2022, foram registrados 207 casos de trabalho análogo à escravidão no meio rural, com 2.615 pessoas envolvidas nas denúncias e 2.218 resgatadas, o maior número dos últimos dez anos. Em comparação ao ano anterior, o aumento foi de 29% no número de pessoas resgatadas e 32%, no número de casos.

O estado de Minas Gerais concentrou o maior número desse tipo de violência (62 casos com 984 pessoas resgatadas), seguido por Goiás (17 casos com 258 pessoas resgatadas); Piauí (23 casos com 180 pessoas resgatadas); Rio Grande do Sul (10 casos com 148 pessoas resgatadas); Mato Grosso do Sul (10 casos com 116 pessoas resgatadas) e São Paulo (10 casos com 87 pessoas resgatadas).

O número registrado pelo Centro de Documentação Dom Tomás Balduino (Cedoc-CPT) refere-se exclusivamente às pessoas resgatadas em condições análogas à escravidão no meio rural. Esse dado representou, em 2022, 88% do total de pessoas libertas no país, sendo os outros 12% de pessoas resgatadas em atividades laborais não rurais. O levantamento dos dados gerais feito pela Campanha da CPT *“De Olho Aberto Para Não Virar Escravo”*, considera que no Brasil o total de pessoas libertas da escravidão moderna, no campo e na cidade, foi 2.516.

Fonte: Site do MST (2023)<sup>28</sup>

Para exemplificar como o Movimento utiliza o Instagram e o site com objetivos e em formatos diferentes, a matéria completa da figura acima diz respeito ao mesmo conteúdo que consta na publicação do Instagram representada na figura 4. Contudo, no Instagram o Movimento publicou apenas uma prévia do assunto e no texto faz um convite para a leitura da matéria completa no site, onde traz o conteúdo completo. Assim como a questão das pautas reivindicatórias, no Instagram é necessário uma seleção do conteúdo que será publicado, por conta do espaço. Dessa forma, as denúncias acabam não sendo priorizadas ou apenas são feitas de forma parcial. Por outro lado, no site as denúncias estão presentes na maioria dos conteúdos e de forma mais aprofundada.

Ainda sobre a denúncia do trabalho análogo à escravidão, é importante destacar também que o Movimento ressalta ser um problema causado pela

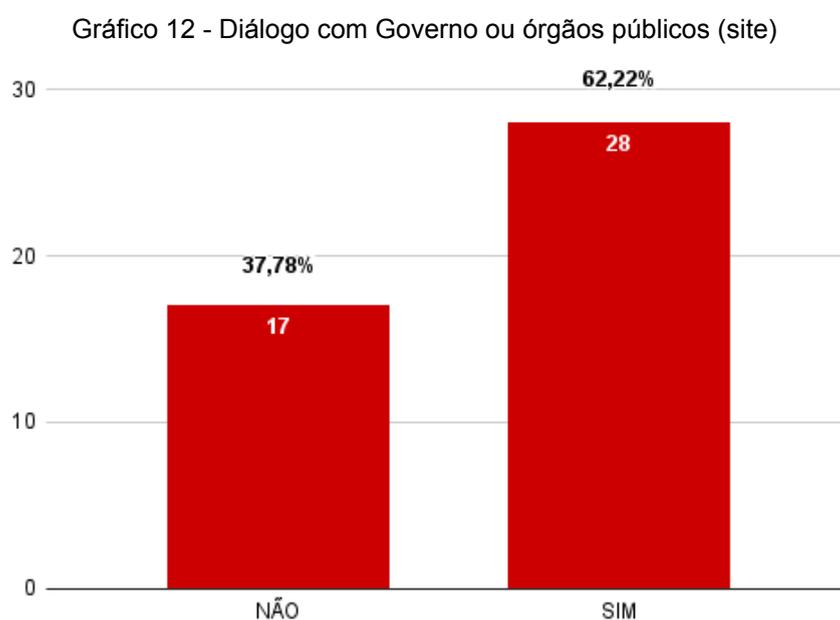
concentração fundiária e a produção no monocultivo, bem como parte dos ruralistas. Em mais de um conteúdo que consta tais denúncias, o MST cobra uma resposta do não cumprimento da legislação acerca do problema. Dessa forma, além de realizar uma denúncia, o Movimento direciona críticas aos que considera responsáveis pelo problema e cobra ações do Estado para intervir na situação.

Além desses temas, observamos também diversas outras denúncias sobre os problemas causados pela concentração de terra e o agronegócio, tais como crimes ambientais, diminuição da oferta de trabalho e êxodo rural. Merece destaque também o aumento dos conflitos no campo, tema muito denunciado pelo Movimento durante o período. A fome é outro tema muito reforçado pelo Movimento no sentido de discussão e denúncia. Também foram observadas denúncias relacionadas ao Estado ou Governo, nesse caso ao Governo Bolsonaro, como o desmonte das políticas públicas para a Reforma Agrária. Também foram observadas críticas a empresas que já foram citadas.

Por fim, o MST realiza outras denúncias com relação aos Sem Terra, como a não realização de assentamentos para famílias acampadas, a hostilização e criminalização do Movimento nas redes sociais e por parte da imprensa tradicional, a exaltação e a prática da violência contra pessoas do movimento e a perseguição política contra suas lideranças, como no caso de João Pedro Stédile, um dos dirigente do Movimento.

As denúncias realizadas pelo MST ilustram bem a comunicação contra-hegemônica produzida pelo Movimento. A ideia de produzir suas próprias estratégias de comunicação e outras ações políticas, foi a forma que o Movimento encontrou para contornar a parcialidade e superficialidade da imprensa tradicional sobre as questões dos trabalhadores e trabalhadoras rurais Sem Terra ainda na época de transição do regime militar para o regime democrático (PERLI, 2017). Além disso, como reforça o autor, enquanto o Boletim aproximava o MST de forças políticas, a imprensa tradicional tentava criminalizar o Movimento. Nesse período, através do Boletim Sem Terra, o MST “denunciou políticos, fazendeiros, imprensa e o regime militar pela falta de liberdade de expressão” (PERLI, 2017, p.186). Na atualidade, percebemos que o Movimento ainda utiliza dos seus próprios meios de comunicação não apenas para realizar suas denúncias, mas também como forma de aproximação com outros atores da sociedade, através da sua própria narrativa dos fatos.

Com relação a presença de diálogo com o Governo ou órgãos públicos nos conteúdos do site, foi observada a presença de diálogo em 62,22% das publicações, enquanto no Instagram, isso foi observado em apenas 40,45% dos conteúdos. Assim como em outras variáveis analisadas, a recorrência de diálogo com o Governo ou órgãos públicos nas publicações do site pode estar relacionado com a escolha do Movimento em utilizar esse para chegar a esse público de forma mais efetiva. O gráfico a seguir mostra com mais detalhes a relação entre a presença e ausência de diálogo nos conteúdo do site:



Fonte: Autor (2023)

Na maioria das publicações, o diálogo presente refere-se ao Incra, devido às ocupações em sedes do órgão durante a Jornada. Contudo, há a presença de conteúdos que destacam a relação com o Governo, com instâncias do legislativo e executivo, com ministérios (como o Ministério do Desenvolvimento e Assistência Social, Família e Combate à Fome) e com secretarias estaduais e municipais, o que deixa claro a relação do Movimento com o Estado.

A relação entre Estado e atores da sociedade civil pode ser melhor compreendida através das discussões feitas por Abers, Silva e Tatagiba (2018). De acordo com os autores, os movimentos sociais não devem ser relacionados a um contexto político objetivado e externo que condiciona sua atuação, mas que “estão inseridos em relações de interdependência com os diversos atores e instituições

com quem interagem rotineiramente, constituindo o que denominamos de estruturas relacionais” (ABERS; SILVA; TATAGIBA, 2018, p.17). Dessa forma, de acordo com os autores, não apenas o Estado interfere na atuação dos movimentos sociais, mas essa interferência ocorre também de maneira contrária, o que permite que os movimentos sociais atuem na “construção, proposição e defesa de modelos alternativos de políticas públicas” (ABERS; SILVA; TATAGIBA, 2018, p.17).

Conforme ainda ressalta os autores em suas análises, os ativistas com múltiplas filiações em partidos, movimentos sociais, órgãos do governo e associações profissionais são importantes não apenas para que as demandas dos movimentos cheguem ao Estado através das vias institucionais, mas para a própria formulação dessas políticas públicas (ABERS; SILVA; TATAGIBA, 2018). Podemos observar notícias que mostram a presença de lideranças do Movimento em diálogo com representantes do Governo ou de órgãos públicos.

Embora o diálogo entre o MST e o Governo seja fruto do próprio processo de organização de luta, como frisa Lima (2023), a comunicação produzida pelo Movimento pode auxiliar para que as suas pautas ganhem uma maior visibilidade, seja através do Instagram ou do site.

Eu diria que o processo de organização de luta é o que efetiva um processo de pressão no Governo, nas entidades e órgãos públicos para que as pautas concretas, as reivindicações do Movimento sejam atendidas. É uma dimensão da luta que a gente não pode deixar passar despercebida. Porém, aquilo que é produzido pela organização nas suas redes sociais e na página do Movimento são reflexos dessas ações concretas de rua e, paralelamente a isso, elas também nos posicionam de uma maneira mais ampla a estabelecer também algum nível de pressão social em torno das ações e das reivindicações pautadas pelo Movimento (LIMA, 2023, p.15).

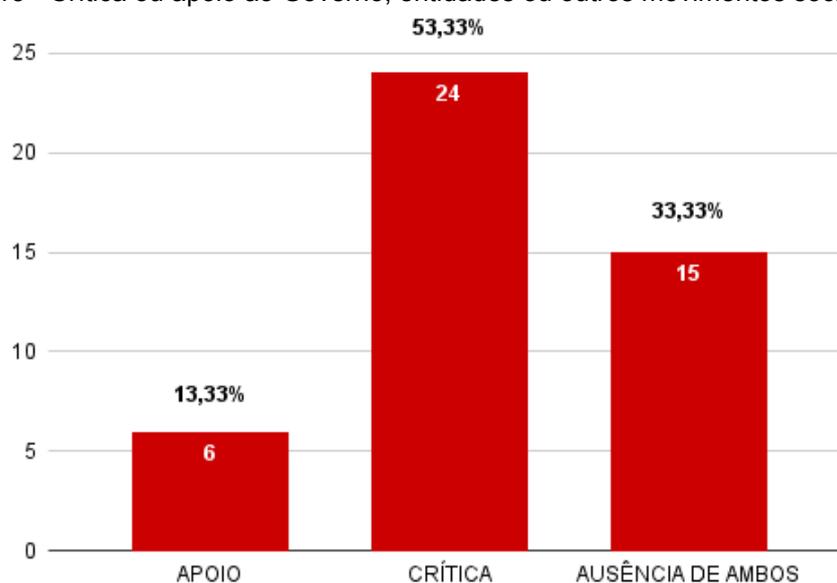
Através da fala de Lima (2023), entendemos que apesar de não se restringir a isso, a comunicação é essencial não apenas para o Movimento realizar denúncias e reivindicações, mas também como forma de amplificar e projetar a luta que acontece na rua para outros âmbitos. Existe então o que Lima (2023) chama de “complementaridade” entre a luta política do Movimento e as estratégias de comunicação.

Então eu continuo afirmando que existem processos de complementaridade entre aquilo que é construído e posicionado no ponto de vista da estratégia de comunicação com aquilo que é dado nas ruas. Digo isso para afirmar que a comunicação também é uma ferramenta de luta política. Então ela tem uma atuação muito concreta, mas olhando principalmente para suas

diversas frentes de trabalho. Então a gente não pode isolar, que é aquilo que eu comentei anteriormente, a gente não pode cometer o erro de achar que a comunicação vai resolver os nossos problemas da luta política e, por outro lado, a gente não pode achar que a luta de rua por si só consegue amplificar as vozes e dar conta das pautas concretas (LIMA, 2023, p.15).

No período de análise, foi observada a presença de algum tipo de crítica ao Governo, entidades ou outros movimentos em 53,33% dos conteúdos, enquanto no Instagram esse número era de apenas 11,80%. Observamos a presença de apoio em 13,33% dos conteúdos analisados, enquanto a ausência de crítica ou apoio foi observada em 33,33% dos conteúdos.

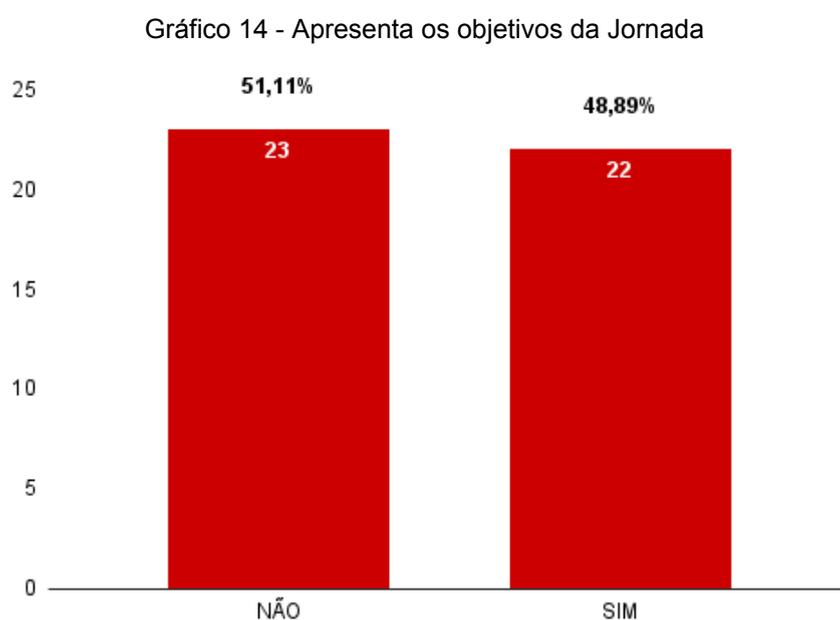
Gráfico 13 - Crítica ou apoio ao Governo, entidades ou outros movimentos sociais (Site)



Fonte: Autor (2023)

Foram observadas críticas à Polícia Militar do Pará, devido ao Massacre de Eldorado dos Carajás, mas também críticas ao próprio agronegócio, bem como os latifundiários, fazendeiros, empresários, grileiros e empresas de monocultivo ou que fazem o uso indevido de terras públicas. Também foram observadas críticas ao Governo Bolsonaro e a bancada ruralista. Por outro lado, o MST apoia projetos como o “Bahia em fome” e o “Sim, eu posso”, as Jornadas Universitária em defesa a Reforma Agrária (JURA), a Operação Libertas, que visa interromper o garimpo ilegal nas áreas de reserva indígena, a Embrapa e ao “De olho nos ruralistas”, observatório do agronegócio no Brasil.

Como mencionado no início deste capítulo, para a análise do site foi adicionada uma variável para mapear os textos que apresentam os principais objetivos da Jornada. Essa é uma informação importante a ser analisada, pois como essa plataforma possui um caráter mais institucional e uma menor publicação de conteúdo se comparada ao Instagram, é importante entender se o Movimento consegue oferecer informações sobre os objetivos da Jornada para um público quem não o conhece a fundo e não acompanha seu dia a dia de luta através da redes. Os dados detalhados dessa variável estão relacionados no gráfico a seguir:



Fonte: Autor (2023)

Em 48,89% dos 45 materiais analisados do site constam pelo menos alguma informação sobre a Jornada, seja em matérias que possuem como objetivo falar da Jornada em si ou naquelas que abordem outros temas, mas que de alguma forma se relacionam com a Jornada. É importante salientar que o Movimento sempre faz um esforço para articular os motivos e objetivos da Jornada mesmo em matérias que não seja especificamente para essa finalidade. Como o Movimento reforça em uma das matérias publicadas no site neste período:

“A Jornada acontece em todo o país, de 17 a 20 de abril, com ocupações de terras, marchas, vigílias, ações de solidariedade e a realização de acampamentos pedagógicos de formação, envolvendo as famílias assentadas e acampadas nas cinco regiões do país. As ações têm como objetivo reafirmar o compromisso da luta contra a fome, a escravidão, todas

as formas de opressão e violência, trazendo para o centro da luta política a questão do acesso à terra e da Reforma Agrária.”<sup>29</sup>

Além dos tópicos analisados e abordados até aqui, consideramos importante também o empenho do Movimento em destacar suas ações de solidariedade e suas realizações para superar ou amenizar os problemas relacionados à concentração de terras no país, como o problema da fome. Em diversas matérias, seja de maneira correlacionada a outros assuntos ou em matérias destinadas apenas para essa finalidade, pudemos observar o Movimento enaltecendo a produção de alimentos orgânicos nos assentamentos pelo país e a distribuição de alimentos em parceria com outros projetos e movimentos.

Figura 8 - matéria sobre a produção de alimentos saudáveis como forma de luta e resistência



Fonte: Site do MST (2023)<sup>30</sup>

Destacamos também a preocupação do Movimento em divulgar os resultados da Jornada. Nos dias 20 e 21 de abril, foram observados conteúdos publicados no

<sup>29</sup>

<https://mst.org.br/2023/04/17/abril-de-lutas-mst-inicia-jornada-nesta-segunda-feira-17-com-aco-es-nas-cinco-regioes-do-pais/>

<sup>30</sup>

<https://mst.org.br/2023/04/19/eldorado-do-carajas-da-luta-pela-terra-a-producao-de-alimentos-saudaveis/>

site cujo objetivo era exclusivamente compilar notícias sobre as mobilizações realizadas pelo país e quais foram as suas principais conquistas da Jornada até então. Acreditamos que essa seja uma forma do Movimento não apenas informar os seus integrantes e as pessoas que acompanham o Movimento, mas também reforçar a importância da luta e das mobilizações da Jornada. A comunicação nesse sentido pode ser entendida como a comunicação institucional descrita por Peruzzo, onde o movimento social utiliza de canais próprios para se comunicar com o público externo, seja para falar sobre sua visão dos fatos, prestar contas, realizar reivindicações, entre outros objetivos (PERUZZO, 2013b).

No site encontramos também dois conteúdos que foram publicados nos idiomas espanhol e inglês. Isso deixa claro que a luta do MST, apesar de ser centrada nas questões agrárias do Brasil, transpassa o território nacional e evidencia capacidade do Movimento em construir relações internacionais para o fortalecimento da luta camponesa contra a política agrária neoliberal (RUBBO, 2012). Como reforça o autor, o caráter transnacional do MST ocorre em paralelo ao surgimento da Coordenadora Latinoamericana de Organizaciones del Campo (CLOC) e da Via Campesina, organizações Latino-americana e internacional, respectivamente. Contudo, Rubbo (2012) reforça que antes mesmo da formação dessas organizações, as relações do MST com outros movimentos sociais do campo na América Latina já existiam e eram mediadas pela Comissão Pastoral da Terra.

Com relação ao público que o Movimento atinge através do site, Lima (2023) ressalta que o Movimento ainda tem bastante dificuldade com análise de público e que nas redes sociais essa análise é mais fácil. Entretanto, Wesley ressalta que as pessoas que acessam o site estão mais interessadas em informações de caráter institucional sobre o Movimento.

[...] na página do MST hoje, o que a gente consegue fazer uma leitura é que normalmente as pessoas que buscam a página do MST não estão interessadas em ler notícias, por exemplo, da luta pela terra do movimento. Elas estão mais interessadas em conhecer o MST institucionalmente, então querem saber da história do MST, querem saber quantas cooperativas o movimento tem, quantas famílias assentadas e acampadas o movimento tem. Então a gente entende que, a partir dessa busca na página do Movimento que é a maioria dos acessos semanalmente, a não ser que exista um fato político, um elemento que posicione uma notícia com maior destaque, a gente entende que são pesquisadores ou até mesmo figuras da sociedade civil que estão interessadas em saber mais sobre o MST, universidades, ONG's (LIMA, 2023, p.11).

Esse público é diferente também daquele que o Movimento atinge nas redes sociais, mais especificamente no Instagram, que, de acordo com Lima (2023), seria a sociedade no geral, com recortes para a classe média e pessoas mais jovens, concentradas nas cidades.

Comparado ao Instagram, no site há uma porcentagem maior de conteúdos em que estão presentes denúncias e pautas reivindicatórias. Além disso, há uma maior porcentagem tanto de críticas quanto de apoio direcionados para o Governo, entidades ou outros movimentos. Vale destacar que as críticas relacionadas ao Governo Federal estão relacionadas ao Governo Bolsonaro. O diálogo com Governo e órgãos públicos também esteve mais presente nos conteúdos dessa plataforma. Por outro lado, o site possui uma menor variedade de temas, o que pode ser justificado pela quantidade de publicações que também são menores. Ainda sim, os temas que mais se sobressaem no site estão bem articulados com os objetivos da Jornada. Nos conteúdos do site também é possível encontrar conteúdos com dados, estatísticas e informações mais específicas sobre as ações do Movimento.

Evidentemente, é necessário levar em consideração a quantidade de publicações e variedade de temas de cada plataforma e que isso interfere nas porcentagens finais. Por exemplo, a porcentagem menor de presença de pautas reivindicatórias no Instagram não quer dizer que nessa rede são feitas poucas reivindicações, mas sim que, em meio há uma maior variedade de temas que visam outros objetivos, a porcentagem pode ser menor.

Em resumo, apesar da menor quantidade, os textos do site são mais completos e podem envolver mais de um tema, além de mesclar mais de um teor de linguagem, características pouco presentes no Instagram. Com a possibilidade de textos maiores, o Movimento consegue produzir conteúdos informativos mais detalhados, o que auxilia na compreensão das pautas, denúncias e objetivos da Jornada. Nota-se também, através dessas características e pela fala de Lima (2023), que o conteúdo do site pode ser voltado também para outros públicos, como universidades, ONG's, organizações políticas, organizações internacionais e, quiçá, o próprio Governo.

### 5.3 ANÁLISE DOS CONTEÚDOS AUDIOVISUAIS PUBLICADOS NO YOUTUBE

Além dos conteúdos textuais do Instagram e site que já analisamos, para nos auxiliar nos objetivos propostos neste trabalho, optamos por realizar também uma análise dos materiais audiovisuais publicados no canal oficial do YouTube do MST, também entre os dias 17 e 21 de abril de 2023. O audiovisual é uma ferramenta que sempre esteve próxima aos movimentos sociais do campo, inclusive do MST, que há tempos vê nesse formato um importante instrumento na disputa pela hegemonia (FAXINA, 2020). Considerando a importância do audiovisual e visando aprimorar a produção desse formato, o MST criou a Brigada Audiovisual Eduardo Coutinho - BAEC, como forma de registrar o cotidiano dos integrantes do Movimento, suas ações e sua luta, objetivando também “desenvolver uma produção cultural própria, a partir de seus valores” (FAXINA, 2020, p.134).

Durante o período analisado, o MST publicou quatro materiais audiovisuais em seu canal oficial do YouTube e, destes, três foram produzidos pela BAEC. O primeiro, publicado no dia 20 de abril, tem como título “27 anos do Massacre de Eldorado dos Carajás” e mescla imagens do Massacre de Eldorado dos Carajás e outras imagens de violência no campo, com a narração de um texto poético que aborda as violências sofridas pelas classes subalternas, com enfoque nos Sem Terra. Na legenda do vídeo, o Movimento reforça os 27 anos do Massacre e enfatiza que o dia 17 de abril foi instituído como marco nacional e mundial da luta camponesa em defesa da Reforma Agrária, devido ao Massacre e sua comoção internacional. Além disso, o texto da legenda enfatiza também o objetivo da Jornada de Lutas de Abril, que ocorre anualmente.

O segundo material analisado é o único que não foi produzido pela BAEC, mas sim pela Repórter Brasil. Publicado também no dia 20 de abril, trata-se de um vídeo documentário onde Taira Tule, liderança do MST que vive no Assentamento Popular Quilombo Campo Grande, fala sobre o contexto do assentamento e do cultivo agroecológico de café produzido pela Cooperativa Camponesa Guaiú. No documentário, a Sem Terra conta que o quilombo surgiu de ocupações em uma terra degradada e abandonada por uma usina de açúcar e cana. Hoje, a ocupação é composta por 459 famílias e mais de 2.000 pessoas, sendo que muitas destas são os próprios trabalhadores da antiga usina que não receberam seus direitos e então realizaram as primeiras ocupações.

O vídeo possui também um caráter de denúncia, tendo em vista que enfatiza que as famílias já passaram por onze despejos, sendo que o último ocorreu durante

a pandemia e destruiu a única escola da comunidade. A terra é alvo de disputa judicial e as famílias ainda correm o risco de serem despejadas, além de conviverem com intimidações e ameaças. O conteúdo enfatiza que isso ocorre, pois o dono da Terra Forte Café, terceira maior exportadora de café do Brasil, almeja expandir as plantações para a terra onde está o assentamento. No material, são realizadas também denúncias sobre o agronegócio e seus malefícios para a natureza e para os trabalhadores e trabalhadoras. Por fim, o conteúdo ressalta a importância da agricultura familiar para o sustento das famílias do quilombo.

O terceiro conteúdo foi intitulado como “Sarau no Armazém do Campo DF” e reúne um compilado de filmagens do evento em questão. O vídeo intercala trechos da fala de Ceres Hadich, da Direção Nacional do MST, apresentações musicais e momentos de confraternização entre os participantes do evento. Importante ressaltar que, em sua fala, Ceres relembra o Massacre de Eldorado dos Carajás e responsabiliza o Estado pela tragédia. Além disso, em um postura propositiva, Ceres ressalta algumas das principais bandeiras e relembra a importância e o significado da luta do Movimento.

O quarto e último conteúdo audiovisual publicado pelo Movimento tem como título “Abertura da Jura 2023”. Como o próprio nome sugere, o vídeo fala sobre a cerimônia de abertura da Jornada Universitária em Defesa da Reforma Agrária que tem início no dia 17 de abril, anualmente. O conteúdo tem um caráter mais informativo, em formato de reportagem e conta com a entrevista do Professor Pasquetti, da Universidade de Brasília. Na entrevista, o professor ressalta os objetivos da Jornada e reforça a importância do envolvimento das universidades e das diversas áreas do conhecimento na pauta da Reforma Agrária. Além disso, o professor destaca que o evento é também uma forma de denunciar o Massacre de Eldorado dos Carajás.

Este último vídeo contém também trechos de uma encenação teatral que ocorreu na abertura do evento. Assistindo ao vídeo, percebemos que a encenação trata de uma representação da luta dos Sem Terra, mas não ficou claro o tema central da peça. Para entender melhor, buscamos a matéria sobre a abertura da JURA, que também compõe os 45 textos analisados do site, e nela encontramos um trecho dedicado a isso. Como consta na matéria, a peça faz parte da mística de abertura do evento e foi a primeira ação do Laboratório de Teatro e Reforma Agrária

(Latera), vinculada à Escola de Teatro Político e Vídeo Popular do DF<sup>31</sup>. A encenação, realizada em conjunto com estudantes da Oficina Básica de Teatro do curso de Licenciatura em Educação no Campo, aborda o Massacre de Eldorado dos Carajás e tem como objetivo falar da histórica violência contra o povo do campo e a urgência da Reforma Agrária. Dessa forma, em três dos conteúdos audiovisuais estão presentes denúncias sobre o Massacre.

A comunicação do MST é construída de diversas formas e abrange vários formatos. Entre esses se destacam também a música, os murais, as rodas de história e a própria encenação teatral (BARBOSA, 2013). É interessante pontuar que essas diversas formas de comunicação do Movimento se entrelaçam em diversos momentos, como nessa última análise em que é possível observar a mescla entre teatro, conteúdo audiovisual e, ainda, matéria no site a respeito do evento. Em suma, essa é uma das diversas características que moldam a face da comunicação do MST.

Como podemos notar, o audiovisual é mais um dos formatos que o MST vem se apropriando como parte do seu jeito próprio de se comunicar e, para além disso, é evidente a importância que o Movimento dá a esse tipo de conteúdo. Como ressalta Faxina (2020, p.135):

trata-se da compreensão do audiovisual como instrumento de luta, na maioria das vezes com teor mais documental, buscando publicizar a narrativa própria do MST sobre o MST, em busca de uma reverberação tanto interna quanto com o público externo ao movimento.

Embora não haja um grande número de materiais audiovisuais publicados no período de análise, não podemos afirmar que a produção desse formato é menor se comparada aos outros conteúdos analisados. Para uma discussão nesse sentido, precisaríamos levar em consideração outros pontos que envolvem a produção desse formato de material, o que foge dos nossos objetivos. Devemos enfatizar que, independente da produção por trás de cada material, o MST também utiliza o seu canal do YouTube e seus materiais audiovisuais para destacar os objetivos da Jornada, denunciar o Massacre de Eldorado dos Carajás e outros problemas referentes à concentração fundiária e o agronegócio, além de enfatizar a importância de sua luta.

---

<sup>31</sup> <https://mst.org.br/2023/04/18/uma-decada-de-experiencia-coletiva-10a-jura-e-lancada-na-unb/>

#### 5.4 A JORNADA DE LUTAS DE ABRIL DE 2023, SEU PLANEJAMENTO DE COMUNICAÇÃO E ALGUNS DOS RESULTADOS

Abril Vermelho, Abril de Lutas, Jornadas de Lutas de Abril ou Jornadas de Abril. Todos esses nomes podem ser encontrados nas mídias do MST para se referir ao mesmo assunto: a Jornada Nacional de Lutas em Defesa da Reforma Agrária, que neste ano ocorreu em sua 26ª edição. Essa Jornada é mais uma entre as diversas que o Movimento realiza ao longo do ano para suscitar o debate sobre a Reforma Agrária no país. Como destaca Lima (2023):

Existe um calendário de lutas que nos ajuda a ir posicionando o tema da Reforma Agrária, seja na relação com a sociedade, seja no ponto de vista mais concreto mesmo da relação com a luta política com os governos, com o objetivo de garantir que a Reforma Agrária aconteça. Então, durante todo o ano, um conjunto de iniciativas vão pautando campos distintos. Da pauta da Reforma Agrária, seja do ponto de vista do direito à habitação, seja no acesso à terra, seja no crédito para produção de alimentos, educação, infraestrutura nos assentamentos, etc (LIMA, 2023).

Como também reforça Lima (2023), as Jornadas de Abril são muito conhecidas pelo grande número de ocupações de terras que, em sua maioria, pautam o tema da obtenção, ou seja, do acesso à terra. Além disso, a Jornada ocorre sobretudo como forma de relembrar e denunciar o Massacre de Eldorado dos Carajás. “A Jornada de Abril acaba sendo uma homenagem, um processo também de manter viva a memória dos trabalhadores e trabalhadoras Sem Terra que foram assassinados nesse período, durante o processo do massacre” (LIMA, 2023, p.1).

Durante a Jornada de Abril, os meios de comunicação do Movimento se voltam quase exclusivamente para essa finalidade, com a divulgação de conteúdos variados que circundam a luta principal que, como já mencionado, é a urgência da Reforma Agrária e a obtenção de terra, em paralelo a temas pontuais que envolvem o lema da edição. Em 2023, o lema da Jornada é “Contra a fome e a escravidão: por terra, democracia e meio ambiente”.

Figura 9: Banner em matéria de apresentação da 26ª Jornada de Abril



Fonte: Site do MST (2023)

Todos os anos, o MST formula um lema diferente que irá guiar as ações do Movimento, bem como as suas estratégias de comunicação realizadas em âmbito nacional e estadual. A formulação desse tema é fruto da própria leitura do Movimento sobre o contexto político, bem como da sua compreensão da necessidade de levantar debates atuais acerca da Reforma Agrária. Como cita Lima (2021):

O lema é fruto da luta conjuntural. Então, por exemplo, quando o MST posicionou esse lema no Abril desse ano: “contra a fome e a escravidão” foi por conta das denúncias de trabalho escravo que estavam pipocando ali naquele momento. Então o MST entendeu que esse era um tema importante da gente posicionar no âmbito da luta política e no âmbito da luta pela terra. Em seguida, o MST com o seu lema reafirma as outras questões que já estão na base: a terra, a democracia e o meio ambiente, que são pautas, digamos, mais frias da organização, porque elas acompanham o processo histórico de luta do MST. Então o lema, por ser uma síntese da luta conjuntural e das demandas históricas do Movimento, acaba sendo um norte para a condução das nossas tarefas (LIMA, 2023, p.6).

Sobre o planejamento de comunicação, Lima (2023) ressalta que o Movimento não consegue realizar com antecedência um planejamento nacionalizado que atenda às diversas dimensões e estratégias políticas da Jornada, visto que ela inicia logo em seguida do mês de luta das mulheres, em março. “O que a gente consegue estruturar é construir junto com os companheiros e companheiras que estão pensando a Jornada de Lutas de Abril uma estratégia de comunicação que passa por estruturar um plano de trabalho conectado com frentes de trabalho” (LIMA, 2023). Conforme cita o coordenador de comunicação, as cinco frentes que estruturam o plano de comunicação são: frente de produção de conteúdo e redes,

frente de assessoria de imprensa, frente de audiovisual, frente de tecnologia da informação e frente de rádio.

Cabe ressaltar que o plano de comunicação não é realizado apenas pelo Setor Nacional de Comunicação do MST, mas é construído de forma conjunta com os setores dos diversos estados onde o Movimento está organizado. A estruturação desse planejamento ocorre de maneira descentralizada e numa via de mão dupla, ou seja, ela parte do Setor Nacional para os estados, mas também ao contrário, visto que a nível nacional o Movimento precisa entender o que acontece de forma mais local, objetivando um plano de trabalho unificado (LIMA, 2023). Como reforça Lima (2023, p.2):

Hoje, o setor de comunicação do MST tem referências atuando nas cinco grandes regiões do país e na maioria dos estados em que o MST está organizado. Então nós temos duas perspectivas de planejamento. Primeiro, um planejamento nacionalizado, com essas frentes de trabalho, e, segundo, um planejamento descentralizado que parte dos estados. Na Jornada de Lutas, as ações efetivamente acontecem nos estados, então essa referência de comunicação que está nos estados também precisa construir um plano de trabalho olhando para a realidade estadual.

Dessa forma, fica explícito também que, apesar da comunicação realizada a nível nacional pelo Movimento, há também uma comunicação sendo realizada nos estados, levando em consideração a realidade local do Movimento. Apesar disso, através dos esforços e levando em consideração a própria capilaridade do Movimento, a comunicação em torno da Jornada consegue manter uma mesma linha política em todo o país.

E a ideia também é que, no ponto de vista político, essa galera aqui, nacionalmente, consiga construir um conjunto de orientações para que a galera que está nos estados consiga alinhar também o seu planejamento e a gente consiga ter um processo de unidade nacional. Então aqui existe um planejamento nacional e um documento de orientações que vai conduzir os planejamentos estaduais. E lá no estado, a galera precisa produzir os seus planejamentos estaduais à luz do que foi produzido ou àquilo que está sendo construído nacionalmente (LIMA, 2023, p3).

Esse planejamento é realizado levando em consideração também três etapas: o “pré-jornada”, o “durante a jornada” e o “pós-jornada” (LIMA, 2023). De acordo com Lima, no pré-jornada, que inicia ainda em março, são produzidos materiais de subsídio, ou seja, materiais de mobilização, com informações, análises e balanços gerais sobre a luta pela terra no contexto atual. “São elementos que vão

construindo um corpo argumentativo que vai nos ajudar na construção das lutas no mês de abril.” (LIMA, 2023, p. 4). O “durante” é quando a Jornada realmente inicia. Nesta etapa ocorre a cobertura das ações do Movimento durante a Jornada e são produzidos um conjunto de materiais levando em consideração as frentes citadas acima, entre eles *releases* para imprensa, produção de cards, cobertura dos atos em fotos e vídeos (LIMA, 2023). No “pós-jornada”, como salienta Lima (2023), são elaborados materiais de balanço, com dados diversos sobre os resultados da Jornada, como quantidade de estados mobilizados e quais as conquistas obtidas através das mobilizações “É nesse momento que a gente consegue posicionar a grandiosidade que foi os processos de luta construídos” (LIMA, 2023, p.5).

Por fim, cabe ressaltar que todas as atividades de comunicação são realizadas pela mesma equipe que constrói a comunicação nos demais períodos do ano. Conforme destaca Lima (2023), faz parte da dinâmica do Movimento em determinadas datas ou eventos envolver pessoas externas na elaboração de estratégias e ações de comunicação diferenciadas.

A gente tem esse tipo de experiência de pensar como, a partir do que está sendo pautado de maneira estratégica para um determinado evento ou para uma determinada atividade, como novos sujeitos são aglutinados nessas tarefas para a gente conseguir potencializar essas narrativas, conseguir potencializar essas ações (LIMA, 2023, p.6).

Com relação ao Abril Vermelho, Lima (2023) cita que em algumas edições o Movimento convida colaboradores e colaboradoras para somar em atividades que já são realizadas no cotidiano e, assim, conseguir realizar as tarefas com maior celeridade. Porém, como reforça o coordenador, na edição deste ano da Jornada, apenas a equipe que já integra os setores de comunicação do Movimento trabalhou no planejamento e execução das atividades.

Fica evidente que essas três plataformas que utilizamos para a análise são meios de comunicação importantes para o Movimento, apesar de não serem os únicos utilizados neste e nos demais períodos do ano. Tais plataformas e seus respectivos conteúdos contemplam as cinco frentes levadas em consideração pelo Movimento para a realização de um planejamento a nível nacional e regional (LIMA, 2023). Vale ressaltar que, a partir do planejamento de comunicação e das estratégias pensadas pelas pessoas envolvidas nesse processo, o Movimento

consegue realizar processos de experimentação, que são de extrema importância para a construção da sua comunicação (LIMA, 2023).

Eu gosto muito desse termo “experimentação”, porque a gente precisa exercitar isso cotidianamente. E a gente sempre sinaliza que mais importante do que experimentar, a partir dessas plataformas, é que elas possam gerar caldo organizativo pra gente. Ela precisa se desdobrar em organicidade, ela precisa garantir que a comunicação do MST se fortaleça em cada Jornada de Luta. Senão a gente vai seguir construindo uma organização popular e de massas, porém com poucos comunicadores e comunicadoras atuando na construção dessa comunicação (LIMA, 2023, p.16).

Nesse sentido, Lima (2023, p.16) destaca também que, apesar de ser difícil olhar para a Jornada de Abril de maneira isolada das outras lutas, ela “possibilitou boas experimentações de processos organizativos e também de produção de conteúdo”. “As conquistas na luta política geral nos abriu uma janela que garantiu conquistas interessantes, abrindo novos diálogos com o Governo” (LIMA, 2023, p.16). O balanço geral da Jornada, levando em consideração todos esses aspectos já mencionados, é positivo e abre novos caminhos para o Movimento (LIMA, 2023).

A avaliação é positiva, como eu já sinalizei. Não dá para a gente avaliar a Jornada por si só, mas no ponto de vista da produção de conteúdo, na produção de materiais, na incidência na imprensa, a avaliação também é positiva. A gente conseguiu ter bons acúmulos a partir disso, porém, o desafio permanece. Temos muita coisa ainda para ser construída e talvez a gente tenha a tarefa de pensar mais pra frente como as próximas Jornadas de Luta nos possibilita amplificar ainda mais as narrativas da nossa organização na relação com a sociedade, olhando pra essa janela histórica que o governo Lula nos possibilita, na construção da luta política, nos diálogos, no fortalecimento dos órgãos públicos, na garantia de direitos. Mas o fundamental é que tudo isso não se perca, é que tudo isso possa acumular forças, força social, força política, força popular para que a gente consiga ir avançando nos processos de luta reais (LIMA, 2023, p.17).

A partir da análise dos conteúdos publicados no Instagram, site e YouTube do MST durante a semana da Jornada de Lutas de Abril, além da contribuição da entrevista fornecida pelo Wesley Lima, conseguimos compreender melhor a importância do planejamento e da produção de uma comunicação própria e contra-hegemônica para o Movimento, mas especificamente para ampliar as lutas do Abril Vermelho e propiciar novas possibilidades para o futuro.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho de conclusão de curso teve como objetivo geral *mapear e analisar as estratégias de comunicação do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST), durante a 26ª Jornada Nacional de Lutas em Defesa da Reforma Agrária, que ocorreu em abril de 2023*, tendo como foco o ambiente digital. Como objetivos secundários, buscou-se também compreender os principais temas que o Movimento discute e denuncia nesse período, além de suas reivindicações centrais. Para além disso, a intenção do trabalho foi de aprofundar uma discussão sobre a relevância de uma comunicação contra-hegemônica, não apenas para a legitimação do Movimento, mas para a visibilidade de sua própria narrativa para o diálogo com a sociedade, ultrapassando as barreiras da mídia tradicional. Por último, e não menos importante, buscou-se evidenciar como a apropriação de ferramentas de comunicação podem auxiliar no fortalecimento e ampliação da luta do Movimento, bem como para estimular o debate público acerca da importância da Reforma Agrária.

Para chegar nos objetivos propostos, no segundo capítulo foi realizada uma discussão sobre a conceituação e um breve histórico dos Movimentos Sociais no Brasil, a partir de contribuições de autores e autoras relevantes nos estudos de sociologia e comunicação, como Maria da Glória Gohn, Cicilia Peruzzo, Ilse Scherer-Warren, Nildo Viana, entre outros. Na sequência, buscou-se realizar uma contextualização acerca do surgimento e evolução desses movimentos no Brasil, principalmente a partir do contexto de redemocratização do país, através das contribuições das autoras já mencionadas. Para uma melhor compreensão sobre o MST, objeto principal deste trabalho, e seu histórico de luta pela reforma agrária, situamos de forma breve o debate sobre a questão agrária no Brasil, além de abordar contribuições de outros autores e autoras que já estudaram alguma face do Movimento, muitas vezes com foco também em sua comunicação, como Alexandre Barbosa, Roberta Sperandio Traspadini e Isabela Junqueira Vargas.

No terceiro e último capítulo destinado ao referencial teórico, discutiu-se conceitos de comunicação contra-hegemônica, à luz do filósofo Antonio Gramsci, através das contribuições de Dênis de Moraes e Alexandre Barbosa. Também neste capítulo, buscou-se abordar conceituações e discussões sobre a importância da comunicação organizacional, através das contribuições de Margarida Kunsch e

Onésimo de Oliveira Cardoso, além das discussões desse tipo de comunicação exercida também por movimentos sociais, com contribuições de Cicilia Peruzzo. Por fim, foram abordadas também questões mais específicas sobre os movimentos sociais como produtores de comunicação.

Para responder aos objetivos propostos, a pesquisa escolheu analisar três plataformas de atuação do MST: site, Instagram e YouTube. Como abordagem metodológica, foram utilizadas a técnica de entrevista semi estruturada (GASKELL, 2008; LEITÃO, 2021) e a análise de conteúdo (AC) proposta por Bardin (2016). O *corpus* do trabalho foi composto por materiais coletados entre os dias 17 e 21 de abril de 2023, que compreendem 178 publicações realizadas na página oficial do MST no Instagram, 45 textos publicados no site do Movimento e 4 materiais audiovisuais publicados em seu canal oficial do YouTube. Além disso, foi realizada uma entrevista com Wesley Lima, coordenador nacional de comunicação do MST, com perguntas relacionadas ao planejamento e as estratégias de comunicação realizadas pelo Movimento durante o Abril Vermelho.

Para a compreensão dos resultados obtidos neste trabalho, iniciamos por responder os objetivos secundários, que dizem respeito aos temas de discussão e denúncia do MST, além das reivindicações nesse período. Os temas que o MST discute e denuncia nesse período, bem como suas reivindicações, tem uma estreita relação com o próprio lema da Jornada de Abril de 2023 (“Contra a fome e a escravidão: por terra, democracia e meio ambiente”), que como reforça Lima (2023), é fruto da luta conjuntural e norteia as ações de luta do Movimento nesse período. Primeiramente, quanto aos temas das publicações no Instagram, os cinco temas mais recorrentes são “marchas e outros atos de mobilização” (11,80%), “educação e formação política” (9,55%), “ocupações de órgãos públicos” (8,99%), diálogo com órgãos públicos (6,74%) e “diálogo com Governo ou ministérios”. Já no site, os cinco temas mais recorrentes são “ocupações de órgãos públicos”, “marchas e outros atos de mobilização”, “informativos sobre a Jornada ou Abril Vermelho”, “denúncia de violência contra o MST ou outras organizações do campo” e “educação e formação política”, todos representam 11,11% do total das publicações, igualmente.

As pautas reivindicatórias estão presentes em 42,13% das publicações do Instagram e em 55,56% dos conteúdos publicados no site. Entre as pautas de reivindicação mais recorrentes em ambas as plataformas estão a própria Reforma Agrária, bem como a desapropriação de terras improdutivas para essa finalidade,

além de reivindicações mais pontuais como nomeação ou substituição de superintendentes do Incra, reestruturação do órgão após desmontes no Governo Bolsonaro, realização de assentamento para famílias assentadas e políticas públicas para permanência e produção no campo. Também foram observadas reivindicações para que o Governo concretize medidas para frear a ofensiva do latifúndio e do agronegócio. Cabe destacar que, no site, as reivindicações são realizadas de maneira mais detalhada.

Já com relação às denúncias, estas se encontram presentes em 32,58% das publicações do Instagram e em 75,56% das publicações no site. O principal tema de denúncia no período de análise é o próprio Massacre de Eldorado dos Carajás, visto que a Jornada de Lutas de Abril ocorre sobretudo como forma de lembrar e denunciar o crime contra os Sem Terra, em abril de 1996. Também foram observadas diversas denúncias sobre o aumento do trabalho análogo a escravidão, como também reforça o próprio Lema da 26ª Jornada de Abril. Além disso, houve diversas denúncias sobre o aumento da violência no campo, bem como a perseguição política de lideranças do Movimento, além do aumento da fome no país. Com relação a esses três tópicos citados - temas de discussões, denúncias e reivindicações - fica evidente que o Movimento conseguiu produzir uma comunicação, pelo menos pelas plataformas digitais, que desse conta dos objetivos propostos pelo lema da Jornada.

Sobre o objetivo geral proposto neste trabalho, a própria produção de conteúdo articulada com os objetivos do Movimento para a Jornada deste ano, pode ser a primeira evidência de uma de suas estratégias de comunicação. O esforço em concentrar a produção de conteúdo em torno das pautas que o Movimento quer destacar pode ser considerada como uma forma de potencializar a divulgação desses temas para, assim, realizar uma pressão no Governo. Outro ponto que destaca a elaboração de uma comunicação estratégica realizada pelo Movimento é a própria elaboração de um planejamento realizado de maneira descentralizada entre o Setor Nacional de Comunicação e os setores regionais, que leva em consideração características e necessidades não apenas do Movimento em nível nacional, mas também nos estados onde ele está organizado. Além disso, para a elaboração desse planejamento, como destaca Lima (2023), o Movimento se atenta a cinco frentes de atuação na comunicação: frente de produção de conteúdo e

redes, frente de assessoria de imprensa, frente de audiovisual, frente de tecnologia da informação e frente de rádio (LIMA, 2021).

Com relação a algumas dessas frentes de trabalho mencionadas, observa-se que o Movimento utiliza diversos meios de comunicação digital, além de variados formatos, como textos, fotos e materiais audiovisuais para enriquecer sua narrativa. Além disso, a adaptação e segmentação de conteúdo, levando em consideração as características das próprias plataformas e o público de cada uma delas, pode ser considerada uma estratégia do Movimento para fazer com que suas pautas ganhem maior visibilidade e avancem no debate público. A relação com a imprensa tradicional, mesmo esta não sendo aliada ao Movimento, como forma de alcançar um público mais amplo, é considerada outra estratégia, como bem destaca Lima (2023).

As respostas do objetivo secundário mencionado inicialmente e o apontamento das estratégias de comunicação utilizadas pelo Movimento durante a Jornada mencionadas acima, que se enquadram como respostas do nosso objetivo geral, nos oferecem as compreensões que pretendíamos alcançar. Estas dizem respeito a importância da produção de comunicação contra-hegemônica para o Movimento com o objetivo não apenas de legitimação e visibilidade, mas como forma de extrapolar os limites criados pela mídia tradicional e se comunicar com a sociedade através da sua visão dos fatos; e como a produção de comunicação pelo Movimento pode ampliar sua luta e fomentar o debate público acerca da Reforma Agrária.

Através das análises e entrevistas realizadas neste trabalho, pode-se afirmar que o Movimento possui como uma das suas principais características a capacidade de leitura crítica da conjuntura política, além da capacidade de adaptação às mudanças constantes dos meios de comunicação, já que demonstram atuação nos três espaços analisados e de forma complementar entre eles. A partir disso, e mesmo com diversas dificuldades, o Movimento elabora e experimenta uma comunicação, inclusive no âmbito institucional, de caráter contra-hegemônico. Essa comunicação é fundamental para incluir no debate público outros temas e outras perspectivas para além daquelas pautadas pela mídia tradicional, além de oferecer à sociedade a possibilidade de debates sociais e políticos importantes para a democracia.

Além disso, essa comunicação, produzida paralelamente às mobilizações, amplia e projeta a luta do Movimento para outros âmbitos da sociedade civil e política. Levando em consideração também o tamanho e importância do MST, a sua comunicação se encarrega de aumentar a visibilidade das denúncias e reivindicações, o que fomenta também o debate público sobre a urgência da Reforma Agrária para a superação de problemas relacionados ao latifúndio e ao agronegócio. A partir da somatória das diversas características dessa comunicação, observada por meio das análises das plataformas digitais e da entrevista, é possível afirmar que o Movimento trabalha na tentativa de abertura de diálogo com o Governo, órgãos públicos e ministérios, além de conquistas concretas para o Movimento. As questões supracitadas respondem os dois últimos objetivos específicos propostos com este trabalho.

Os estudos dos Movimentos Sociais enquanto produtores de comunicação são de suma importância, visto que esses atores coletivos possuem em sua gênese a capacidade de alterações sociais relevantes, através da constante relação com o Estado que implica também na formulação de políticas públicas ( PERUZZO, 2013a; ABERS; SILVA; TATAGIBA, 2018). Muitos estudos da comunicação social apresentam como objeto principal o MST, contudo, foram observados poucos com um recorte que traga uma perspectiva institucional da comunicação do Movimento, relacionada também a um caráter contra-hegemônico. Além disso, também não foram encontrados muitos trabalhos que debruçam a análise no período do Abril Vermelho, fato que pode nos apresentar questões relevantes do Movimento, como as que tentamos mostrar aqui. Além disso, a relação entre a Universidade e os Movimentos Sociais pode beneficiar ambos, a partir da troca de experiência e da complementaridade de saberes.

A partir dos resultados obtidos neste trabalho, novos estudos podem corroborar para a compreensão da importância da comunicação para a luta do MST, que, por sua vez, pode possibilitar novos horizontes para a sociedade. Uma pesquisa que apresente objetivos similares e traga como recorte uma outra Jornada que contempla o calendário de Lutas do Movimento, por exemplo, pode ajudar a enriquecer os resultados obtidos através deste estudo, além de oferecer outras perspectivas dessa comunicação construída de maneira contínua. Além disso, este trabalho apresentou como objetivo inicial uma análise que permitisse observar as estratégias de comunicação do MST tanto em nível nacional quanto estadual.

Embora tenhamos conseguido compreender, tanto através da análise de conteúdo quanto da entrevista, algumas características dessa relação entre o Setor Nacional de Comunicação e os setores regionais, um estudo que tenha um foco na comunicação regional pode apresentar novos e instigantes resultados.

## REFERÊNCIAS

Abers, R. N.; Silva, M. K.; Tatagiba, L. Movimentos sociais e políticas públicas: repensando atores e oportunidades políticas. **Lua Nova: Revista de Cultura e Política**, p. 15-46, 2018.

ALCÂNTARA, L. M. Ciberativismo e movimentos sociais: Mapeando discussões. **Aurora: Revista de arte, mídia e política**, v. 8, p. 73-97, 2015.

ALMEIDA, L. F.; SÁNCHEZ, F. R. **Um grão menos amargo das ironias da história: o MST e as lutas sociais contra o neoliberalismo**. *Lutas Sociais*, n. 5, p. 77-91, 1998.

ARAGÃO, Wagner de Alcântara. **Ocupando latifúndios da comunicação: o contradiscurso do MST à mídia hegemônica**. 2018. 160 f. Dissertação (Mestrado) - Estudos de Linguagens, Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Curitiba, 2018.

AYOUB, A. H. Mídia e movimentos sociais: a satanização do MST na Folha de São Paulo. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 4, n. 1, pp. 79-93, 2007

BARBOSA, Alexandre. **A Comunicação do MST: uma ação política contra-hegemônica**. 2013. 253 f. Tese (Doutorado) - Comunicação, Cultura e Cidadania, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2013.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70 Brasil, [1977] 2016.

BARRETO, H. M. R; NUNES, M. V. Das ideias que se fazem gestos: sensibilização, formação e produção de novas ações comunicativas. **XX Encontro Nacional da Compós**. Porto Alegre: UFRGS, 2011

BASTOS, P. N. MST e a Cidade: Comunicação e socialização política entre trabalhadores rurais e urbanos. **Revista Extraprensa**, v. 9, n. 2, p. 173-193, 2016.

\_\_\_\_\_. Hegemonia e engajamento em contexto de midiaticização e plataformização. **Liinc em Revista**, v. 18, n. 2, 2022.

BAUER, M. W. Análise de conteúdo clássica: uma revisão. In: BAUER, M. W.; GASKELL, G. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**. 7. ed. Petrópolis: Vozes, 2008.

BERGER, Christa. **Campos em confronto: a terra e o texto**. 2ª Ed. Porto Alegre. Porto Alegre. UFRGS Editora, 2003.

BRASIL. [Constituição (1988)]. Constituição da República Federativa do Brasil. Brasília, DF: Senado Federal, 2016. 496 p. Disponível em: [https://www2.senado.leg.br/bdsf/bitstream/handle/id/518231/CF88\\_Livro\\_EC91\\_2016.pdf](https://www2.senado.leg.br/bdsf/bitstream/handle/id/518231/CF88_Livro_EC91_2016.pdf). Acesso em: 03 maio 2023.

CALDART, R. S. O MST e a formação dos sem terra: o movimento social como princípio educativo. **Estudos avançados**, v. 15, p. 207-224, 2001.

CARDOSO, O. O. Comunicação empresarial versus comunicação organizacional: novos desafios teóricos. **Revista de Administração Pública**, v. 40, p. 1123-1144, 2006.

DUARTE, J. Assessorias de imprensa no Brasil. In: DUARTE, Jorge (Org). **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia – Teoria e técnica**. São Paulo, Atlas, 2002.

FAUSTO, B. **História Concisa do Brasil**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2007.

FAXINA, E. Militância social e produção audiovisual no MST. **Revista Científica/FAP**, v. 22, n. 1, 2020.

FERNANDES, B. M. STEDILE, J. P. **Brava gente - A trajetória do MST e a luta pela terra no Brasil**. 3ª reimpressão. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2005 [1999]

FERNANDES, B. M. **A territorialização do MST - Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem-Terra - Brasil**. Revista Nera, [S.L.], v. 1, n. 1, p. 4-44, 2012.

FILHO, J. L. A.; FONTES, R. M. O. A formação da propriedade e a concentração de terras no Brasil. **Heera Revista de História Econômica & Economia Regional Aplicada**, v. 4, n. 7, p. 63-85, 2009.

GASKELL, G. Entrevistas individuais e grupais. In: BAUER, M. W.; GASKELL, G. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**. 7. ed. Petrópolis: Vozes, 2008.

GÓES, Laércio Pedro Torres de. A mídia alternativa dos movimentos sociais na Web. In: **I Congresso Anual da Associação de Pesquisadores de Comunicação e Política**, Salvador, 2006

GOHN, M. G. **Teorias dos movimentos sociais. Paradigmas clássicos e contemporâneos**. 6. ed. São Paulo: Loyola, 1997a.

\_\_\_\_\_. **Os Sem-Terra, ONGs e Cidadania**, São Paulo: Cortez, 1997b.

\_\_\_\_\_. 500 anos de lutas sociais no Brasil: movimentos sociais, ONGs e terceiro setor. **Mediações-Revista de Ciências Sociais**, v. 5, n. 1, p. 11-40, 2000.

\_\_\_\_\_. Abordagens teóricas no estudo dos movimentos sociais na América Latina. **Cadernos CRH**; 21(54):439-455. 2008.

\_\_\_\_\_. Movimentos sociais na contemporaneidade. **Revista brasileira de Educação**, v. 16, n. 47, p. 333-361, 2011.

\_\_\_\_\_. Desafios dos movimentos sociais hoje no Brasil. **SER social**, v. 15, n. 33, p. 301-311, 2013.

GOSS, K. P.; PRUDENCIO, K. O conceito de movimentos sociais revisitado. **Em Tese**, v. 1, n. 2, p. 75-91, 2004.

GUINDANI, J. F.; ENGELMANN, S. A comunicação popular e alternativa do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra: história e contexto de uma luta contra-hegemônica (MST). **Revista Brasileira de História da Mídia**, v. 1, n. 1, 2012.

HENRIQUES, M. S.; NETO, J. A. P. S. Comunicação e movimentos de mobilização social: estratégias de atuação das organizações do terceiro setor na área da comunicação. In: **Anais do XXIV Congresso Brasileiro da Comunicação**. Campo Grande/MS. 2001.

KUNSCH, M. M. K. Gestão integrada da comunicação organizacional e os desafios da sociedade contemporânea. **Comunicação e Sociedade**. São Bernardo do Campo: UMESP, n. 32, p. 69-88, 1999.

\_\_\_\_\_. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. Summus editorial, 2003

\_\_\_\_\_. Comunicação Organizacional: conceitos e dimensões dos estudos e das práticas. In: MARCHIORI, Marlene (Org.). **Faces da cultura e da comunicação organizacional**. São Caetano do Sul: Difusão, p.167-190, 2006

\_\_\_\_\_. Comunicação Organizacional: contextos, paradigmas e abrangência conceitual. **Matrizes**, v. 8, n. 2, p. 35-61, 2014.

LEITÃO, C. A entrevista como instrumento de pesquisa científica: planejamento, execução e análise. **Metodologia de Pesquisa Científica em Informática na Educação: Abordagem qualitativa de Pesquisa**, v. 3, 2021.

LIMA, W. Entrevista concedida a Lucas Alves Moreira. Curitiba, nov. 2023. [O roteiro da entrevista encontra-se no Apêndice 1 desta monografia]

MACHADO, J. A. S. Ativismo em rede e conexões identitárias: novas perspectivas para os movimentos sociais. **Sociologias**, n. 18, p. 248-285, 2007.

MALFATTI, S. A. Os movimentos sociais em Alain Touraine. **Revista Estudos Filosóficos**, São João del Rei, n. 6, p. 217-228, 2011.

MARINONI, Bruno. Concentração dos meios de comunicação de massa e o desafio da democratização da mídia no Brasil. **Intervozes**, São Paulo, (13), 6-27, 2015.

MARTINS, José de Souza. **O cativo da terra**. São Paulo: Contexto, 2010.

MASSUCHIN, M.; CARVALHO, F. C. Conteúdo jornalístico nas redes sociais: as estratégias dos jornais brasileiros no Facebook. **Textual & Visual Media: Revista de la Sociedad Española de Periodística**, n. 9, p. 155-176, 2016

MEDEIROS, L. S. Movimentos sociais no governo Bolsonaro. **Revista da Anpege**, v. 16, n. 29, p. 490-521, 2020.

MORAES, D. Comunicação alternativa, redes virtuais e ativismo: avanços e dilemas. **Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación**, vol. 9, n. 2, 2007.

MORAES, D. Comunicação, hegemonia e contra-hegemonia: a contribuição teórica de Gramsci. **Revista Debates**, v. 4, n. 1, p. 54-54, 2010.

PERLI, Fernando. “O que era simples imprensa virou mídia”: como o MST divulgou os meios de comunicação de massa. **Revista Tempo e Argumento**, Florianópolis, v. 9, n. 21, p. 181-209, 2017.

PEREIRA, M. A. Internet e mobilização política: os movimentos sociais na era digital. In: **IV Encontro da compolítica**, 2011.

PERUZZO, C. M. K. Revisitando os conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária. In: **Congresso Brasileiro De Ciências Da Comunicação**, 2006.

\_\_\_\_\_. Direito à comunicação comunitária, participação popular e cidadania. **Lumina**, v. 1, n. 1, 2007.

\_\_\_\_\_. Fundamentos teóricos das relações públicas e da comunicação organizacional no terceiro setor: perspectiva alternativa. **Revista FAMECOS**, v. 20, n. 1, p. 89-107, 2013a.

\_\_\_\_\_. Comunicação nos movimentos sociais: o exercício de uma nova perspectiva de direitos humanos. **Contemporânea: Revista de Comunicação e Cultura**, v. 11, n.1, p. 138-158. 2013b

PINTO, P. Reflexos dos laços entre mídia e política na imprensa brasileira. **Ponto-e-Vírgula: Revista de Ciências Sociais**, n. 8, 2010.

PIRES, E; ADOLFO, L. G. S. A Concentração da Mídia do Brasil: Uma classe dominante contra a liberdade de informação e democracia. **Revista Jurídica (FURB)**, v. 21, n. 44, p. 119-140, 2017. Disponível em: <<https://bu.furb.br/ojs/index.php/juridica/article/view/6029>>. Acesso em: 17 jun. 2023.

PITA, P. H. D. A desconstrução dos sem-terra na mídia impressa: Os enquadramentos sobre o MST em editoriais do jornal O Estado de São Paulo (2001-2004). **Revista TOMO**, n. 41, p. 375-412, 2022.

RUBBO, Deni Ireneu Alfaro. Movimentos Camponeses na América Latina e Crítica da modernização dependente do campo: as fronteiras abertas do MST. **Revista**

**Cadernos de Campo/Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais - UNESP.** Araraquara, n. 16, p. 95-109, 2012.

SCHERER-WARREN, I.; LÜCHMANN, L. H. H. Situando o debate sobre movimentos sociais e sociedade civil no Brasil—Introdução. **Política & Sociedade**, Florianópolis, v. 5, p. 13-35, 2004.

SCHERER-WARREN, I. Movimentos sociais no Brasil contemporâneo. **Revista História: Debates e Tendências**, v. 7, n. 1, p. 9-21, 2007.

\_\_\_\_\_. Redes de movimentos sociais na América Latina: caminhos para uma política emancipatória?. **Caderno Crh**, v. 21, p. 505-517, 2008.

SIGAUD, L. Ocupações de terra, Estado e movimentos sociais no Brasil. **Cuadernos de antropología social**, n. 20, p. 11-23, 2004.

VARGAS, Isabela Junqueira. **Ocupando Manchetes: Como O Mst Agenda A Mídia Estudo Sobre As Estratégias De Agendamento Do Movimento Dos Sem Terra No Abril Vermelho.** 2006. 161 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Comunicação, Universidade de Brasília, Brasília, 2006.

VIANA, N. Movimentos Sociais e Espaço Urbano. **Revista Eletrônica de Ciências Sociais**, Juiz de Fora, v. 22, p. 106-122, 2016

TRASPADINI, Roberta Sperandio. **Questão agrária, imperialismo e dependência na América Latina: a trajetória do MST entre novas-velhas encruzilhadas.** 2016. 338 f. Tese (Doutorado) - Faculdade de Educação, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2016.

## APÊNDICE 1 - ROTEIRO PARA A ENTREVISTA

1. É realizado algum planejamento de comunicação para o período da Jornada. Se sim, com quanto tempo antes do início da Jornada ele é realizado?
2. Os setores regionais possuem autonomia para produzir seu planejamento e sua comunicação levando em consideração suas necessidades e características locais ou eles seguem o que é repassado pelo setor nacional?
3. O planejamento e a produção de comunicação é voltado apenas para a semana da Jornada (17 ao dia 20 de abril) ou para o mês todo de abril?
4. Existe uma equipe para cuidar apenas da comunicação referente à Jornada ou ela é conduzida pelas pessoas que cuidam da comunicação durante todo o ano?
5. O que é levado em consideração para a escolha dos temas que servirão de base para os conteúdos produzidos e divulgados? Os temas giram em torno do lema da edição da Jornada ou existe também alguma relação com temas que estão sendo abordados na mídia ou com o que a ela está falando do movimento?
6. Existe alguma reformulação do que o Movimento está falando no decorrer da Jornada, dependendo do que a mídia também fala ou o Movimento continua seguindo o seu planejamento com base no lema? Neste ano, o Movimento precisou inserir alguma outra pauta durante o andamento da Jornada ou precisou se defender de algum discurso pontual que a mídia fez?
7. O que é levado em consideração para a escolha dos conteúdos que vão para o Instagram e os que vão para o site? Existe uma complementaridade no uso dessas duas plataformas?
8. Vocês conseguem visualizar com qual público vocês se comunicam através dos conteúdos do site?
9. Com relação à postura e à linguagem, há uma predefinição sobre o Movimento adotar uma postura mais crítica ou propositiva durante a Jornada ou isso ocorre de forma orgânica?
10. Por que o Movimento mantém o diálogo com a imprensa tradicional, sabendo que muitas vezes essa mesma imprensa também critica ou tenta criminalizar o Movimento de alguma forma?

11. As ocupações e outros atos de mobilização podem ser considerados também uma forma de comunicação? Existe complementaridade entre esses atos e a comunicação produzida sobre eles? O Movimento vê a comunicação como uma forma de aumentar a visibilidade dos atos?

12. Através dos conteúdos que são produzidos e publicados, principalmente no site, vocês conseguem dialogar com o Governo ou com os órgãos públicos ou esse diálogo ocorre apenas através dos atos e das ocupações em si?

13. O Movimento considera a comunicação realizada nas mídias digitais importante para o Movimento e, principalmente, para a Jornada? E sobre o balanço geral, no sentido da comunicação, os resultados da Jornada foram positivos? O Movimento conseguiu alguma reivindicação?