



DOI: <http://dx.doi.org/10.22484/2177-5788.2017v43n1p135-149>

## **A comunicação do MST: de organizador coletivo a instrumento de formação**

Alexandre Barbosa

**Resumo:** Este artigo mostra como o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST) estruturou a comunicação com o objetivo não só de informar a base, mas também de contribuir para sua formação política e ideológica. Pode-se afirmar que os veículos de comunicação, do jornal impresso ao muralismo, passando pela Internet, atuam como organizador coletivo e também como instrumento de formação. O texto é adaptado da tese de doutorado defendida na ECA-USP, em 2013 que analisou, a partir dos conceitos de Lenin, Gramsci e Mário Kaplún, os meios de comunicação deste movimento social.

**Palavras-chave:** MST. Comunicação dos movimentos sociais. Organizador coletivo.

### **MST's communication: from collective organizer to formation instrument formation**

**Abstract:** This article shows how the Landless Workers Movement (MST) structured communication with the objective of not only informing the base, but also contributing to its political and ideological formation. It is possible to affirm that the communication vehicles, from the printed newspaper to the muralism, through the Internet, act as collective organizer and also as an instrument of formation. The text is adapted from the doctoral thesis defended at ECA USP in 2013 that analyzed, from the concepts of Lenin, Gramsci and Mário Kaplún the MST's media.

**Keywords:** MST. Communication of social movements. Collective organizer.

## Introdução

O Movimento dos Trabalhadores Rurais sem Terra (MST), ao longo de sua trajetória, desenvolveu uma política de comunicação que envolve não só os clássicos meios de comunicação, como jornais impressos, rádio, mas também outras formas, como marchas, manifestações, músicas, encenações teatrais, pinturas muralistas e outras.

Para conquistar a reforma agrária, o MST adotou uma forma de luta que envolve a pressão sobre as autoridades que deveriam desapropriar terras devolutas e latifúndios considerados improdutivos por meio da ocupação dessas terras. No II Congresso do MST, em 1990, o lema era “Ocupar, Resistir, Produzir”. E esse mesmo lema pode se aplicar às demais ações empreendidas pelo movimento. Assim, como ele ocupa as terras consideradas improdutivas para que sejam desapropriadas em nome da Reforma Agrária, o MST ocupa outros “latifúndios” que podem ser considerados improdutivos, como a Comunicação e a Educação, quando esses dois campos apenas atendem às demandas do capitalismo.

Ou seja, além da luta política empreendida na ocupação de terras e prédios públicos, nas marchas e manifestações, o MST também ocupa o campo da Comunicação para produzir seus próprios veículos e defende que outras organizações populares façam o mesmo, como consta no site do Movimento:

O povo tem o direito de organizar seus próprios meios de comunicação social, de forma associativa. E o Estado deve garantir os recursos para que exerça esse direito. É preciso democratizar os meios de comunicação, começando por acabar com o monopólio privado dos meios. Atualmente no Brasil menos de dez grupos – constituídos por famílias ou agremiações religiosas – controlam as maiores redes de comunicação, incluindo televisão, rádio, jornais, revistas e portais na internet. O Estado deve estimular, com políticas e recursos para que se amplie o maior número possível de meios de comunicação, sob controle social, nas mais diferentes formas de organização popular. Devemos lutar pela garantia de funcionamento de milhares de rádios comunitárias existentes no país e não compactuar com a burocracia criada pelo próprio Estado para a manutenção do poder da comunicação nas mãos de poucos. Acreditamos que as concessões de radiodifusão (rádio e TV) que têm caráter público devam ser discutidas no âmbito da sociedade, para que essa possa debater sobre outorgas e renovações. Deve ser proibido o uso de concessões públicas de meios de comunicação como forma de obtenção do lucro. A comunicação não é mercadoria. Ela é um serviço público em benefício do povo, como determina a Constituição brasileira e não pode estar subordinada à lógica financeira. Deve ser proibido qualquer investimento ou ingerência estrangeira em qualquer meio de comunicação social. (MOVIMENTO DOS TRABALHADORES RURAIS SEM TERRA, 2013).

Além dessa ocupação dos meios de comunicação, o MST compreendeu que, para que as lutas dos camponeses pudessem prosperar, era preciso desenvolver uma nova consciência política nos trabalhadores rurais. Essa consciência começaria pela compreensão da situação do trabalhador no campo, passaria pela solidariedade – e, muitas vezes, união – com a luta dos trabalhadores da cidade e de outras categorias e países e incluía a ideia de que é preciso criar uma nova sociedade, no caso uma sociedade socialista, como forma de transição para o comunismo. Um dos militantes do MST, responsável pelo setor de cultura, Ademar Bogo, afirma:

[...] podemos dizer que as tarefas urgentes das forças revolucionárias em toda a América Latina são as de repensar o caminho da organização política e social nessa nova conformação das forças, bem como aprofundar os estudos para elevar o nível de conhecimento e consciência das massas e dos quadros. Isto porque o principal elemento das mudanças ou de qualquer processo de transformação nunca poderá ser feito sem a participação das massas e da militância altamente preparada. Não seria possível avançar com uma revolução sem considerar a necessidade de uma força dirigente capaz de orientar todas as forças para seguirem no mesmo rumo (BOGO, 2011, p. 220).

Ademar Bogo baseia-se no marxismo como referência para a definição do sujeito da revolução:

Como disse Marx no livro *A Sagrada Família*: “[...] as ideias nunca podem realizar nada. Para executar as ideias são necessários homens, que põem em ação uma força prática”. “Os homens”, [...] aqui tratados, são os quadros e a militância que produz, assimila e emprega as ideias na luta concreta das massas. Sem esta combinação jamais pode haver revolução (BOGO, 2011, p. 220).

Portanto, para construir essa nova sociedade, não bastariam a luta específica pela reforma agrária e a luta política. Elas são fortalecidas pela elevação do nível de consciência dos quadros e dos trabalhadores, obtida pelo uso dos meios de comunicação e também pela adoção de uma educação transformadora.

O MST não só entende que a comunicação pode ser um organizador dos trabalhadores para elevar o nível de consciência como também compreende que a educação contribui nesse processo, na medida em que incentiva e desenvolve uma pedagogia que “forma novos sujeitos coletivos”, como afirma Miguel Arroyo, no prefácio do livro *Pedagogia do MST*, de Roseli Caldart, integrante do Coletivo Nacional de Educação do MST. Para Caldart (2004, p. 18-19):

Trata-se de uma pedagogia que tem como sujeito educador principal o MST, que educa os sem-terra enraizando-os em uma coletividade forte, e pondo-os em movimento na luta pela sua própria humanidade. Nesta dialética entre raiz, movimento e projeto, é possível ler algumas importantes lições de pedagogia. [...] o movimento pedagógico que forma os Sem Terra não cabe na escola mas a inclui como uma dimensão cada vez mais importante, exigindo dela que volte a olhar-se como lugar de formação de sujeitos humanos, em um processo educativo que fica mais rico quando se sabe que nem começa nem termina nele mesmo.

Após a metade dos anos 2000, o desenvolvimento do capitalismo chegou a uma nova fase, com a incorporação do Brasil no mercado internacional de produtos primários, por meio do agronegócio. Multinacionais, como Syngenta e Monsanto, e corporações ligadas à burguesia nacional passaram a investir na agricultura com extensas propriedades produtoras de celulose, etanol e soja.

Essa nova fase do capitalismo brasileiro transformou, na visão do dirigente nacional do MST, Neuri Rosseto, o conceito de reforma agrária. Para Rosseto, o agronegócio também está interessado em eliminar o velho latifúndio improdutivo, originário de terras devolutas, para ampliar as áreas de produção das *comodities*. Esse interesse do agronegócio gera uma política agrícola que se conflita com a do MST, que luta por uma reforma agrária que resulte na soberania alimentar do Brasil, ou seja, que produza alimentos para o próprio povo brasileiro.

Porém, como também lembra Rosseto, o agronegócio utiliza, por meio da indústria jornalística e de seus representantes no Congresso, um discurso de modernidade e progresso. Seria graças ao agronegócio que a balança comercial brasileira estaria positiva, que essa produção agrícola contribuiria para o crescimento econômico do país e, dessa forma, combater o agronegócio seria combater a modernidade e o desenvolvimento do país.

Esse discurso de modernidade esconde problemas como: a incorporação do Brasil, novamente, como um país primário-exportador; a falta de uma política de garantia de soberania alimentar para um país continental e com desigualdades sociais; o uso de tecnologias de aumento de produção como sementes transgênicas, cujas patentes pertencem aos países do centro do capitalismo; o uso inconsequente da exploração do solo por meio de agrotóxicos e maquinários que geram problemas ambientais e de saúde dos trabalhadores; e a contínua precariedade das relações sociais no campo, pois o modelo do agronegócio, assim como nas modernas organizações fabris, não emprega a massa de trabalhadores do campo, nem incorpora os trabalhadores da periferia.

O MST enfrenta, nesse momento histórico, dificuldades de comunicação, tanto com os trabalhadores rurais quanto com a sociedade. Para a sociedade, por razão do discurso modernizante do agronegócio, que se diferencia do antigo latifundiário violento, cercado de jagunços que protegiam imensas propriedades destinadas ao pasto ou à especulação.

Para os trabalhadores rurais, a dificuldade estaria na conscientização política, pois o agronegócio utiliza a estratégia de arrendar as propriedades, garantindo uma parcela para a agricultura de subsistência e também uma renda fixa mensal ao trabalhador rural, que, dificilmente, ele teria em uma atividade que depende de condições atmosféricas. Por exemplo, em ano com poucas chuvas, a produção diminui e isso exige diversificações. Com a renda proveniente do arrendamento, essa preocupação seria amenizada. Essa estratégia de sedução empreendida pelo agronegócio “mina” a base dos trabalhadores rurais, que enxergariam mais benefícios no arrendamento do que na produção de alimentos. Para demover os trabalhadores dessa ideia, seria necessária a conscientização política.

Portanto, o MST entendeu que não seria suficiente o discurso pela reforma agrária como era feito nos anos 1980 e 1990. De acordo com Neuri Rosseto:

Essa discussão deve ser levada para a sociedade. Era mais fácil estigmatizar como inimigo o latifundiário violento do que o agronegócio. No entanto, nossa luta agora está em um novo patamar. A bandeira mudou: da luta pela conquista da terra para uma maior pela soberania alimentar, pela mudança da política agrícola, pela compreensão que a semente não é patrimônio de uma empresa, mas de uma sociedade. E nossa aposta está ganhar essa comunicação com a sociedade (Depoimento de Neuri Rosseto, março de 2013).

Para tentar responder à questão, o MST está em busca de dois caminhos. Um deles é investir na comunicação com a sociedade. Este é um caminho complexo, pois um dos meios criados para esse fim, a Revista Sem Terra, deixou de circular em 2010. Além disso, a aposta em um jornal que articulasse as esquerdas, concretizada no incentivo à criação do jornal Brasil de Fato, em 2003, ainda não surtiu efeitos, pois o veículo não conseguiu lograr esse êxito e enfrenta sérias dificuldades financeiras, como acontece, historicamente, com os veículos de comunicação das classes trabalhadoras no Brasil.

O outro caminho vislumbrado pelo MST seria investir na formação dos quadros militantes e dirigentes. O objetivo seria melhorar a compreensão de que a reforma agrária “burguesa”, aquela que distribui as terras, não seria suficiente para dar conta dos atuais

problemas dos trabalhadores rurais. A comunicação teria de “explicar” que soberania alimentar e a mudança da política agrícola do país são os novos patamares da luta.

A hipótese defendida em Barbosa (2013), estudos que geraram esse artigo, é que a política de comunicação do movimento deveria, portanto, ir além do uso dos meios de comunicação e partir para uma elevação da consciência crítica. Como Gramsci (2010) apontava, esse processo inclui a educação dos militantes e, nessa ação, o MST obteve mais avanços do que na articulação de um veículo de comunicação que congregasse as esquerdas.

Se a formação de um jornal que articularia as esquerdas não obteve o sucesso imaginado, a formação de militantes e dirigentes para construir e articular outras formas de comunicação nos assentamentos e acampamentos deu passos mais significativos.

A política de comunicação do MST não tem o objetivo de ser um instrumento de “relações públicas” da organização ou apenas dar conta para a base dos planejamentos e ações da direção. A política de comunicação teve o papel de incentivar os militantes e os demais trabalhadores rurais a prosseguir na luta por reforma agrária e pela construção de uma nova sociedade e que agora precisa continuar nesse processo de elevação da capacidade crítica.

A comunicação constitui-se como um organizador coletivo dos Sem Terra na construção de uma contra-hegemonia dentro da sociedade capitalista. Um diferencial do MST é que o Movimento incluiu a Educação, especificamente a formação de militantes, para construir coletivamente essa política de comunicação.

Outro diferencial do movimento é que, mesmo quando essa luta enfrenta dificuldades, seja pela repressão do Estado, seja pelo contexto de descenso das outras forças revolucionárias, a política de comunicação, ao fazer uso do que o movimento chama de mística, também serve de estímulo para a continuidade da luta:

Neste sentido é que a mística militante entra como elemento fundamental para sustentar o ânimo das forças nas dificuldades que virão pela frente. O sujeito da história, constituído pelas diversas forças organizadas, garantirá que no futuro se tenha não apenas uma sociedade socialista, mas a certeza de que ela é apenas a transição para o comunismo, quando tudo será melhor (BOGO, 2011, p. 220).

A mística, aqui, entra como um terceiro elemento da constituição da política de comunicação do MST, ao lado da influência marxista, que pode ser vista nos princípios leninistas de jornal como organizador coletivo, e ao lado da influência gramsciana na

formação da consciência crítica, a partir da formação de quadros que desenvolvam esses veículos.

[...] historicamente, buscando a coesão de sua organização, o MST inspirou-se tanto em sua origem religiosa, por ser ligado às Comunidades Eclesiais de Base da Igreja Católica, com o constante uso da “mística”, para incentivar e organizar socialmente a luta dos Sem Terra, quanto nas análises econômicas, sociais e políticas herdadas da tradição marxista. Dessa forma, o anticapitalismo, expresso na ética religiosa da vida comunitária, em contraposição ao individualismo liberal e burguês, e a reelaboração dessa ética para o campo da política socialista apareceram como princípios que norteiam as ações do MST. [...] Dessa forma, o MST buscou, enquanto movimento social institucionalizado, construir uma trajetória, na qual absorve e recria o comunitarismo e a mística para atividades laicas, pari passu às análises sociais herdadas do marxismo. Esse fato colaborou na recriação de diversas formas de luta pela terra no MST, que conseguiu, assim, realizar mobilizações, mesmo quando suas principais fontes éticas e políticas de inspiração atravessaram momentos de retração (MENEZES NETO, 2012, p. 115-116).

No entanto, como lembra Neuri Rosseto, a mística é “uma celebração e é preciso ter o que celebrar”. Ou seja, o movimento precisaria voltar a agir diante da sociedade, como fez entre o período de 1989 a 2000, quando, no cenário brasileiro, era praticamente o único movimento social que se articulava nacionalmente no campo. Diante de um cenário de descenso da articulação dos diversos movimentos sociais, a formação crítica para a elaboração das ações – por meio da educação para a comunicação, como defendia o uruguaio Mario Kaplún – ganha grande importância como um quarto elemento da política de comunicação do MST.

Assim, a política de comunicação do MST foi se desenvolvendo para chegar a esse ponto. Partiu de um jornal que tentava articular os diversos grupos de trabalhadores rurais espalhados pelo país e, hoje, por meio dos diversos meios existentes, desde as redes sociais até as atividades culturais e educativas, tenta contribuir para a formação dos quadros.

### **Panorama da política de comunicação do MST**

Hoje, o MST conta com uma coordenação de comunicação para produzir as chamadas mídias clássicas (mídia impressa, sites, rádio, além de outras mídias eletrônicas e digitais), que, junto com outros setores, como Educação e Desenvolvimento Cultural, por exemplo, articula as ações da política de comunicação do Movimento.

## Mídia impressa

O Jornal Sem Terra é o órgão oficial do movimento. Produzido ininterruptamente desde 1981, quando nasceu com o nome de Boletim Informativo da Campanha de Solidariedade aos Agricultores Sem Terra, já ultrapassou as 300 edições. Com periodicidade mensal, colorida, no formato tabloide, a publicação passou por alguns estágios que acompanharam as definições políticas do Movimento, especialmente após os encontros nacionais.

Em outubro de 2007, o jornal ganha um encarte direcionado às crianças, o Jornal Sem Terrinha. A publicação é resultado de uma definição política do movimento, que criou escolas nas regiões em que o Movimento estava organizado, pois a escola tradicional, muitas vezes, está afastada dos acampamentos e assentamentos. Também o número grande de militantes que se deslocam de suas regiões para as diversas atividades de formação, manifestação ou encontros, trouxe a necessidade de se criar as Cirandas, setores itinerantes ou criados nos principais centros de formação do movimento, responsáveis pela formação das crianças. O Jornal Sem Terrinha, assim como o Jornal Sem Terra faz com os militantes adultos, também é utilizado nas formações. O encarte já passou de 40 edições.

A Revista do Sem Terra foi uma publicação bimestral, produzida por jornalistas profissionais (com formação acadêmica e experiência no jornalismo), ligados à secretaria de comunicação do MST, e era voltada para o público de apoio do movimento. Se o jornal era voltado para a base, a revista tinha o objetivo de debater os temas de interesse do MST (reforma agrária, organização dos trabalhadores, direitos humanos) com os setores que apoiam ou se aproximam do movimento. O último exemplar publicado, em outubro de 2010, tinha 56 páginas, em papel couché, quatro cores. Além do corpo da redação, havia um conselho editorial que reunia intelectuais e quadros do movimento. A revista deixou de circular pelos elevados custos de publicação e a comunicação impressa do Movimento ficou, exclusivamente, com o Jornal Sem Terra. A descontinuidade da revista hoje gerou um problema para o Movimento. O jornal não dá conta de comunicar-se com a sociedade, pois ele é pensado para a base. As redes sociais e o site ainda não atingem os diversos setores da sociedade civil brasileira. Uma saída seria um veículo de comunicação de toda a esquerda, mas as tentativas, até agora, como a já citada experiência do jornal Brasil de Fato, também não obtiveram sucesso. Esse ainda é um ponto a ser discutido pelas esquerdas no Brasil.



## Internet

O Movimento Sem Terra ocupa a Internet desde que essa mídia implantou-se comercialmente no Brasil. Em julho de 1997, a edição número 170 do Jornal Sem Terra já trazia, em seu cabeçalho, o endereço da *home page* do MST.

Atualmente, o site está em um domínio próprio ([www.mst.org.br](http://www.mst.org.br)) e, de acordo com o depoimento dos educandos das formações do movimento, é um dos veículos de comunicação mais utilizado para saber notícias da organização e de outros movimentos sociais, além de servir de material para a produção das rádios comunitárias.

Da mesma forma que há um encarte para as crianças do Movimento, em dezembro de 2012, foi lançada uma página - crianças Sem Terrinha -, com o objetivo de informar, educar e divertir as crianças por meio de notícias, histórias, vídeos, músicas e jogos.

A página é um espaço onde as crianças podem encontrar o debate político da luta pelo campo em uma linguagem que esteja de acordo com sua compreensão. Assim como o adulto, a criança é integrante de todo o processo do movimento, e não pensamos nela apenas como continuidade do MST, mas sim nas suas necessidades concretas de entender a realidade em que vivem hoje. (VARGAS, 2013).

A construção da página insere-se no debate de melhores condições de estrutura e educação nos assentamentos, como consta no site do MST.

Sabemos que nem todos os assentamentos têm acesso à internet ainda, mas isso é parte da nossa luta: fazer com que os assentamentos tenham escolas, e que essas escolas estejam equipadas com a estrutura necessária para a formação de qualidade das crianças. (MOVIMENTO DOS TRABALHADORES RURAIS SEM TERRA, 2013).

Além do conteúdo para as crianças, a página conta também com materiais para os educadores, com textos de formação e dicas para os trabalhos.

## Redes Sociais

Seguindo a filosofia de ocupar os campos da comunicação, necessários para seu objetivo político, o MST também ocupa as redes sociais, com perfil no *Facebook*, *Twitter* e um canal de vídeos no *YouTube*.

No *Facebook*, o MST acompanha o desenvolvimento dessa rede social no Brasil, com a inclusão diária de textos, artigos, fotos, que auxiliam nas campanhas promovidas pela organização. O *Twitter* é utilizado para divulgar, também, essas atualizações.

O canal no *YouTube* serve tanto para noticiar eventos promovidos pelo MST ou pela Via Campesina (entidade internacional de trabalhadores rurais à qual o MST está filiado) como também para publicar os materiais produzidos nas diversas oficinas de produção de vídeo organizadas pelo Brasil. Nos estados em que o Movimento está organizado, o setor de Cultura e Comunicação promove oficinas de vídeos e, em alguns casos, o material produzido chega a participar de Festivais.

Foi o caso do vídeo *Uma Luta de Todos*, de 2000, resultado da 1ª Oficina de Linguagem Audiovisual do MST, realizada em maio daquele ano, no assentamento Dorcelina Folador, no Paraná. O Festival Internacional de Londrina (Filo) capacitou 35 militantes, o que resultou em um documentário que retrata a história e as bandeiras do MST. Roteiro, operação de câmera, locução, interpretação, edição e trilha sonora foram produzidos pelos quadros do MST.

## **Rádio**

Além do jornal e do site, outra mídia ocupada pelo MST foi a radiofônica. Ao contrário do jornal, da Internet e das redes sociais, em que há uma produção mais centralizada, o rádio está presente nos acampamentos e assentamentos por meio de rádios livres e comunitárias, muitas delas organizadas pelos próprios militantes. Há casos de programas, produzidos por assentados, que são veiculados em outras rádios comunitárias e, ainda, de emissoras mantidas por assentamentos, como a rádio Terra Livre, no sul do Rio Grande do Sul.

Além dessas produções descentralizadas, há também outro trabalho de divulgação dos movimentos sociais realizado pela Radioagência Notícias do Planalto (NP), hoje Radioagência Brasil de Fato. Jornalistas produzem pequenos programas que são fornecidos para emissoras de rádio pelo país com a condição de transmitirem sem editar o conteúdo. É uma forma de fazer a visão do MST chegar aos camponeses também pela rádio comercial.

Durante a segunda metade da primeira década dos anos 2000, havia a experiência da Rádio Vozes da Terra, produção em parceria com a ONG Oboré, para a produção de conteúdos

radiofônicos transmitidos pela WEB. Hoje, o projeto não existe mais e a Radioagência é a responsável por essa divulgação.

Dentro da ideia de que os movimentos sociais ocupem os meios de comunicação para produções que sejam independentes da indústria jornalística, a mídia radiofônica, principalmente as que funcionam nos acampamentos e assentamentos, parece conseguir executar essa tarefa sendo, inclusive, um tema para futuras pesquisas.

### **Música, teatro e muralismo**

A política de comunicação do MST também abrange o uso de outras formas de comunicação, desde as rodas de história, passando por músicas, encenações teatrais e até a comunicação por meio dos murais.

As músicas são compostas pelos próprios militantes, a partir das temáticas rurais e da luta pela terra. As que se originam das oficinas de criação são compiladas em coletâneas disponíveis para venda. Entre as canções, Aqui já ninguém chora mais, de Zé Pinto, faz uma mescla entre as temáticas da vida no campo e uma chamada para a ação revolucionária, a partir da luta de classes entre o fazendeiro capitalista e o sem terra:

Sabemos que o capitalista diz não ser preciso ter Reforma Agrária / Seu projeto traz miséria / Milhões de sem terra jogados na estrada / Com medo de ir pra cidade enfrentar favela fome e desemprego / Saída nessa situação é segurar as mãos de outros companheiros. / E assim já ninguém chora mais / ninguém tira o pão de ninguém/ O chão onde pisava o boi é feijão e arroz, capim já não convém. / Compadre junte ao Movimento Convide a comadre e a criançada /Porque a terra só pertence a quem traz nas mãos os calos da enxada / Se somos contra o latifúndio da Mãe Natureza somos aliados/ E viva a vitória no chão sem a concentração dos latifundiários. / Seguimos ocupando terra derrubando cercas conquistando o chão. / Que chore o latifundiário pra sorrir os filhos de quem colhe o pão. / E a luta por Reforma Agrária a gente até para se tiver, enfim / coragem a burguesia agrária de ensinar seus filhos a comer capim. (PINTO, 2002).

Além dessa oralidade na comunicação, que se manifesta também nas encenações de teatro, o MST utiliza a pintura muralista como forma de transmitir mensagens. Como afirma a militante do MST, integrante da equipe de produção do Jornal Sem Terra, Cácia Cortez, todos os meios disponíveis são utilizados pelo movimento:

E também como instrumento a gente trabalha e valoriza muito as atividades culturais, música, poesia, festas, comemorações, as datas de ocupações, 5, 2, 10 anos de ocupação, ou até mesmo as famílias comemoram os anos de acampamento e isso é motivo de comemoração porque é motivo de resistência. E normalmente nesses acampamentos tem o que a gente chama de “bardos”, o contador de “causo”, o adolescente que desenha, que pinta, a poesia das mulheres e dos jovens, é o repente, a música, o que tem de tocador de viola no MST é impressionante.[...] porque é através dessas expressões culturais que a gente também faz o processo de educação e busca de animação dessa identidade e o resgate histórico (CORTEZ apud FERREIRA, 1999, p. 137).

Esse panorama procurou demonstrar como o MST ocupa – e, pelo que mostrou ao longo de sua trajetória, poderá continuar ocupando – as diferentes mídias, suportes ou situações em que possa exercer sua prática comunicativa para formar os homens, exercitando o que o uruguaio Mario Kaplún chamou de “verdadeira comunicação”

La verdadera comunicación no está dada por un emisor que habla y un receptor que escucha, sino por dos o más seres o comunidades humanas que intercambian y comparten experiencias, conocimientos, sentimientos, aunque sea a distancia, a través de médios artificiales. A través de esse proceso de intercambio los seres humanos establecen relaciones entre si y pasan de la existencia individual aislada a la existencia social comunitária. (KAPLÚN, 2002, p. 58).

Ainda para Kaplún (p. 48-51), esse conceito de comunicação é ligado a um tipo de educação em que o educando é incentivado a pensar e a transformar sua realidade. É uma educação com “compromisso social, uma educação comprometida com os excluídos e que se propõe contribuir com sua liberação”, portanto é o tipo de educação “indicada” para o processo de formação da consciência, proposto por Gramsci, e “necessária” para o atual estágio do MST.

Ciente dessa necessidade de formar seus quadros para construir esse conceito de comunicação comunitária e também para elevar a consciência crítica dos militantes, o MST adota essa prática educativa com ênfase no processo de reflexão.

### **Formação para comunicação**

A política de comunicação do MST não se restringe ao uso de veículos de comunicação. Há um processo de formação e qualificação dos militantes que estão em acampamentos e assentamentos com o objetivo de formar lideranças e comunicadores. Nesse processo, houve algumas ações pontuais que contribuíram para a elevação da consciência crítica dos quadros.

Entre elas, o curso de Educação de Jovens e Adultos com qualificação para agentes de desenvolvimento cultural e rádio comunitária, que formou duas turmas até 2012.

Essa formação teve duração de dois anos e meio, em regime de alternância: parte no Instituto de Educação Josué de Castro, em Veranópolis, e parte nos assentamentos da reforma agrária. No total, são 3.200 horas de curso, sendo 2.400 horas em ensino médio e 800 horas de formação técnica em comunicação e desenvolvimento cultural.

Para suprir as necessidades de formação, não só desse curso, mas também das outras formações que acontecem no Instituto Josué de Castro e na Escola Nacional Florestan Fernandes (outro centro de formação coordenado pelo movimento), o MST e outros movimentos sociais, desde 1999, apoiam a editora Expressão Popular, que publica mais de 300 títulos, dos clássicos da sociologia a estudos sobre agroecologia. Os livros são vendidos a preços populares e, muitas vezes, trazem orientações para auxiliar nas formações.

Como o MST é um movimento que congrega os trabalhadores do campo, a cultura popular do camponês é incorporada em outras situações comunicativas, como as místicas, rituais que precedem os encontros e formações. A mística mescla teatro e música e objetiva aproximar o camponês do assunto que será trabalhado naquele encontro. Portanto, pode ser compreendida como um elemento de comunicação.

Como consequência desse trabalho de formação de uma nova consciência crítica dos trabalhadores rurais, a luta pela terra passa a solidarizar-se com as lutas das classes populares na América Latina, referência constante tanto nas publicações como nas formações do movimento. Assim, a América Latina (sua história, seus personagens e suas lutas) é tema recorrente e constante, tanto nas publicações como nos livros e nas formações.

Graças a esse processo, a América Latina poderia, finalmente, alterar sua marcha de solidão e iniciar um novo ciclo, como considera, entusiasticamente, Ricardo Antunes (2011, p. 14):

Não estarão os povos andinos, amazônicos, indígenas, negros, brancos, homens e mulheres trabalhadores dos campos e das cidades, operários e operárias, a proclamarem que a América Latina não está mais disposta a suportar a barbárie, a subserviência, a iniquidade que, em nome da “democracia das elites”, assumem de fato a postura do império, da autocracia, da truculência, da miséria e da indignidade? Não estaremos presenciando o afloramento de um novo desenho de poder popular construído pela base, pelos camponeses, indígenas, operários, assalariados urbanos e rurais, que começam novamente a sonhar com uma sociedade livre, verdadeiramente latino-americana e emancipada? Não estaremos começando a tecer, redesenhar e mesmo presenciar as novas vias abertas da América Latina?

As ações do MST, tanto no campo das lutas populares, como no campo da comunicação, ao propor a união entre os trabalhadores do campo e da cidade, ao construir uma pedagogia que estimule a consciência crítica que construam outras formas de comunicação trazem a esperança que a América Latina, tão negligenciada pela indústria cultural e pela indústria jornalística, seja elemento que catalise as ações de emancipação das classes populares.

Assim ao propor elevar a formação crítica dos seus militantes por meio da comunicação educadora, o MST contribui para a construção do discurso contra-hegemônico, assim como também contribuiu para essa contra-hegemonia nas outras fases históricas de sua formação.

## Referências

ANTUNES, Ricardo. **O continente do labor**. São Paulo: Boitempo, 2011.

BARBOSA, Alexandre. **A comunicação do MST: uma ação política contra-hegemônica**. 2013. 239f. Tese (Doutorado) - Universidade de São Paulo, São Paulo.

BOGO, Ademar. **Organização política e política de quadros**. São Paulo: Expressão Popular, 2011.

CALDART, Roseli Salette. **Pedagogia do movimento sem terra**. São Paulo: Expressão Popular, 2004.

FERREIRA, Maria Nazareth (Org.). **Cultura, comunicação e movimentos sociais**. São Paulo: CELACC:ECA, 1999.

GRAMSCI, Antonio. **Cadernos do cárcere**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2010. v. 2.

KAPLÚN, Mario. **Una pedagogía de la comunicación (el comunicador popular)**. La Habana: Caminos, 2002.

MENEZES NETO, Antonio Julio de. **A ética da teologia da libertação e o espírito do socialismo no MST**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2012.

MOVIMENTO DOS TRABALHADORES RURAIS SEM TERRA. Nossas bandeiras. <Disponível em: <[www.mst.org.br](http://www.mst.org.br)>. Acesso em: 26 jan. 2013.

PINTO, Zé. Aqui já ninguém chora mais. Intérprete: Zé Gerado. In: **Arte em movimento**. São Paulo: Estúdio Mickael Brasil Rural, Ano 2002– 32 canais, digital, 1 CD, Faixa 5.

ROSSETO, Neuri. Depoimento. In: BARBOSA, Alexandre. **A comunicação do MST: um ação política contra-hegemônica**. 2013. 239 f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2013.

VARGAS, Maria Cristina. MST inaugura página para crianças Sem Terrinha. In: **Portal Vermelho**. Disponível em <<http://vermelho.org.br/noticia/201991-1>>. Acesso em: 19 de jul. de 2017.

JORNAL SEM TERRA. Porto Alegre: São Paulo, n. 36, p. 316, jul. 1984 / dez. 2011.

JORNAL SEM TERRINHA. São Paulo, n. 01, 24 out. 2007; fev. 2011.

Alexandre Barbosa – Universidade de São Paulo – USP.  
Universidade Nove de Julho - Uninove. São Paulo | SP | Brasil.  
Contato: [alexandre.barbosa@usp.br](mailto:alexandre.barbosa@usp.br)

Artigo recebido em maio de 2017 e  
aprovado em junho de 2017.