



XVIII Conferência Brasileira de Comunicação Cidadã



A IMAGEM DA REFORMA AGRÁRIA POPULAR CONSTRUÍDA PELO MST

Eduardo Luis Mathias Medeiros – Universidade do Estado de Mato Grosso

RESUMO

O Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST), que completa 40 anos em 2024, tem utilizado, desde a sua gênese, a comunicação popular e comunitária para transmitir sua visão da reforma agrária popular. Este estudo tem como objeto a representação da reforma agrária popular em seus vídeos comemorativos de 30, 35 e 40 anos do MST, as quais são contrastadas à representação do agronegócio. Observa-se a evolução das estratégias do MST em resposta às mudanças no contexto agrário brasileiro nos últimos anos, destacando a transição de uma luta focada na redistribuição de terras para uma resistência ao modelo do agronegócio, promovendo um modelo agrícola sustentável e justo, baseado na agricultura familiar e na agroecologia.

PALAVRAS-CHAVE: Movimentos sociais; Comunicação popular e comunitária; Disputa de narrativas

1 INTRODUÇÃO

Ao longo dos seus 40 anos de luta pela terra, o MST atravessou diferentes momentos conjunturais que exigiram estratégias e táticas de luta que corresponderam às necessidades objetivas apresentadas em cada período histórico. No primeiro momento, o enfrentamento se dava entre camponeses expropriados de um lado e os grandes proprietários de terra de outro. Nesta fase, a principal preocupação era a redistribuição de terras para os trabalhadores rurais; assim, a comunicação nesta época era uma ferramenta política fundamental para mobilização, divulgação de sua proposta, além de instrumento de educação e formação política dos seus integrantes.

Com a consolidação do agronegócio no início dos anos 2000, os grandes proprietários de terra formaram alianças com empresas transnacionais, com o setor financeiro e com os meios de comunicação de massa e passaram a travar o debate sobre a reforma agrária no congresso e no senado, enquanto a mídia corporativa de massa, passou a criminalizar e a silenciar os movimentos sociais. Diante deste contexto, a luta pela terra assumiu uma nova dimensão, centrada na disputa pelo modelo agrícola, e se desenvolveu, entre outras formas, na esfera midiática, na qual passou a disputar o consenso. Desta forma, a reforma agrária popular emerge para o movimento como uma estratégia de resistência ao modelo do agronegócio, apontando para novas formas de luta e reunindo os fundamentos de um modelo desejado para o futuro, com ações eficazes no presente. Assim, o objetivo deste estudo é analisar a imagem da reforma agrária popular construída pelo MST por meio de seus vídeos comemorativos e observar como essa imagem se contrapõe ao modelo do agronegócio. A

partir daí, busca-se identificar os principais temas e mensagens presentes nos vídeos comemorativos de 30, 35 e 40 anos do MST, comparando a narrativa do MST sobre a reforma agrária popular com a narrativa predominante do agronegócio.

2 METODOLOGIA

Como metodologia, este estudo utiliza-se dos princípios da hermenêutica da profundidade, de Thompson (2011), para entender as formas simbólicas dentro do seu contexto social e histórico, buscando contextualizar os avanços do agronegócio sobre o campo e a resistência do MST sobre este avanço. Além disso, para a análise das peças de audiovisual, a pesquisa usará o método de análise da imagem em movimento, de Diane Rose (2002).

3 REFERENCIAL TEÓRICO

De acordo com Castells (2012), enquanto a globalização trouxe impactos diretos para os mais pobres, ela também abriu novas oportunidades para os movimentos sociais divulgarem seus projetos de contra-hegemonia. O desenvolvimento acelerado da sociedade da informação no início do século XXI, o surgimento de novas formas de comunicação e sociabilidade e o impacto da globalização econômica no mundo trouxeram profundas alterações nas trocas econômicas, simbólicas e nas relações de poder. Neste cenário, os movimentos sociais passaram a utilizar das mídias sociais horizontais, como a internet e as redes sociais digitais, para a sua organização interna e na divulgação de suas demandas.

Gonh (2011) explica que, com a apropriação das novas tecnologias de informação, os movimentos sociais assumiram novas configurações passando a atuar por meio de redes sociais tradicionais e digitais, locais, regionais, nacionais e internacionais ou transnacionais. Além disso, passaram a utilizar muito as novas tecnologias de comunicação e informação, como a internet, para transmitir visões de mundo diferentes das hegemônicas, a partir de novos saberes e de suas experiências, para um número ampliado de pessoas a fim de mobilizar seus integrantes e simpatizantes.

Assim, segundo Peruzzo (2022), os movimentos sociais utilizam a comunicação popular para tecer redes de relações, representando um grito de liberdade de expressão e uma ferramenta essencial para questionar a ordem vigente. Através de mecanismos de publicidade social e relações públicas populares, eles ocupam espaços de ação, influenciam o debate público e expandem sua hegemonia, trazendo para o centro da discussão pública questões diretamente relacionadas às problemáticas dos grupos minoritários que representam. Isso tem ampliado as possibilidades de organização dessas

ações comunicativas de modo a atingir públicos e integrá-los, bem como melhorar a visibilidade de suas demandas, o que possibilita a mobilização e organização de movimentos sociais de maneira eficaz.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

A partir das análises dos vídeos, pode-se observar que o MST busca apresentar uma imagem de ruralidade baseada na solidariedade, na justiça social, na igualdade de acesso à terra e na produção de alimentos saudáveis de forma sustentável. A reforma agrária popular é apresentada pelo movimento como uma resposta às estruturas desumanizadoras do capital no campo, baseado nos princípios de reciprocidade, solidariedade e harmonia com a natureza e, a partir dela, busca-se construir uma sociedade mais justa e igualitárias por meio de práticas colaborativas em sintonia com a natureza..

Essa oposição ao agronegócio fica evidente nos tres videos. No vídeo de 30 anos, o movimento apresenta os princípios da agroecologia e o desenvolvimento de mais de 100 agroindústrias que evidenciam a dedicação do MST à produção sustentável de alimentos saudáveis. Já em 2019, no vídeo dos 35 anos, a narrativa apresentada faz um contraponto ainda mais claro frente às forças políticas dominantes e a produtividade do agronegócio. Este vídeo reafirma a importância da luta pela terra e pela justiça social em um contexto de crescente conservadorismo político, que ganhava força na época. Contudo, o vídeo em comemoração aos 40 anos do movimento reflete um MST mais maduro, há uma ênfase maior na memória coletiva, na evolução do movimento e na construção de uma identidade forte e coesa, na solidariedade e um olhar de esperança e de justiça social.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta análise confirma que a comunicação popular e comunitária do MST continua a ser uma ferramenta crucial para mobilizar, educar e inspirar tanto seus membros quanto a sociedade em geral, na busca incessante por justiça social e sustentabilidade. O contexto de 2016 a 2022, durante o mandato do presidente Jair Bolsonaro, adicionou uma camada de urgência e resistência ao MST. O avanço das forças conservadoras ao poder e do agronegócio intensificou a mobilização do MST, reafirmando a necessidade de lutar por terra, teto e pão. O campo é retratado não apenas como um espaço de produção agrícola, mas também como um espaço de resistência política, solidariedade e inclusão, desafiando a visão hegemônica imposta pelo agronegócio.

Referências

CASTELLS, Manuel. Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet. Tradução Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

PERUZZO, C.M.K. Pedagogia da comunicação popular e comunitária nos movimentos sociais. Porto Alegre. Sulina, 2022.

THOMPSON. John B. Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa. 9. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2011.

ROSE, Diana. Análise de Imagens em movimento. In BAUER, M. W.; GASKELL, G. Pesquisa Qualitativa com Texto, Imagem e Som: Um manual prático. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.