



## O HOMEM, A TERRA E A PALAVRA

Andrea Lamêgo Lyra<sup>1</sup>

**Resumo:** Atualmente, os movimentos de trabalhadores rurais, apesar de ainda representarem uma frágil acumulação de força, vão se sobrepondo ao intenso cerco político e à estratégia de criminalização dos sem-terra implementada nestes últimos quarenta e três anos. Busca de visibilidade na mídia como base de pressão social; mídia desinformada; conflitos de interesses; centenas de milhares de trabalhadores rurais mobilizados. Eis o cenário da Reforma Agrária no Brasil.

Este artigo pretende analisar as estratégias de comunicação e imagem do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST), assim como a visibilidade que o Movimento obteve na mídia sob uma perspectiva multidisciplinar, utilizando os conceitos científicos como ferramenta de análise do discurso do movimento.

**Palavras-Chaves:** Cultura, Reforma Agrária, MST e Mídia

### 1. A TERRA

Para quem convive com o problema da reforma agrária, e o conhece bem, é muito fácil opinar e indicar possíveis soluções, mas na verdade, como todo processo social, é preciso uma ampla discussão. A sociedade, em sua maioria, se declara a favor da reforma agrária, no entanto, pouco conhece dos seus processos, atores e conseqüências. Com relação à opinião pública sobre a reforma agrária, Martins, afirma que:

Hoje, concretamente, poucos se opõem a que essa luta seja reconhecida, a que esse direito seja realizado, a que essa dignidade seja proclamada e elevada à condição de valor fundante de um direito de todos. Muitos anos de lutas, e até lutas desencontradas de tantos, serviram para firmar um reconhecimento geral de que os pobres da terra também são a pátria. Pátria à qual querem pertencer não como párias e mendigos, como abandonados pela solução elitista que nossos problemas nacionais quase sempre tiveram. Mas como trabalhadores que são, capazes de nutrir com seu labor a terra que é de todos nós, a nossa terra, patriótica sessão de uso, para que ela seja semeada e fecundada e nos recompense a todos com o fruto sazonado da fartura e da alegria. Melhor assim do que salinizá-la com o pranto dos inocentes, das vítimas da fome, do desabrigo e da falta de oportunidades e esperança. (Martins, 2004, p. 14)

A reforma agrária implementada até então gerou um enorme passivo infra-estrutural, dispersão espacial, ausência de projeto de inserção sócio-econômica, e padrão único e burocrático para toda a diversidade da realidade rural brasileira. Há uma

---

<sup>1</sup> Publicitária, mestranda do Programa Multidisciplinar de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade da Universidade Federal da Bahia. E-mail: [alyra@terra.com.br](mailto:alyra@terra.com.br)

demanda por novos assentamentos, registrados nas mais de 60 mil famílias acampadas e em torno de 700 mil famílias cadastradas a partir da integração dos subsídios trazidos pelos estudos técnicos das equipes do programa de gestão da estrutura fundiária, aliado aos indicativos de demanda dos movimentos sociais.

Historicamente, o campo brasileiro tem sido marcado por graves conflitos agrários decorrentes da disputa pela terra e seus recursos naturais, resultando num quadro de violência, impunidade e desrespeito aos direitos humanos.

Fernandes (2000) esclarece,

A luta pela reforma agrária contém a luta pela terra. A luta pela terra promove a luta pela reforma agrária. Essa distinção nos ajuda a compreender que ainda não foi implantado um projeto de reforma agrária no Brasil, como o governo federal defende, mas está acontecendo uma intensificação da luta pela terra, por meio do crescimento das ocupações massivas, realizadas por diversos movimentos sociais, principalmente pelo MST. (FERNANDES, 2000, p.1)

A realidade social brasileira apresenta um cenário capaz de abarcar a urgência de uma organização social diferenciada. Dessa forma, apostar numa sociedade civil organizada é fundamental para dar sustentação a essa teoria.

A urgência de novos atores sociais, como os movimentos organizados (MST, sem-teto, GLBTS), os institutos, as organizações não-governamentais, o terceiro setor e diversos outros denota que há uma concordância sobre as falhas das políticas públicas e de sua operacionalização.

Assim, a redemocratização brasileira traz consigo um novo cenário de mobilização permanente, estruturada e crítica, capaz de representar a realidade dos segmentos sociais, bem como os desdobramentos das demandas sociais conseqüências da pauta de reivindicação imposta pela sociedade mobilizada através do associativismo, do sindicalismo, da crítica social coletiva, da organização social, da mobilização constante dos grupos unidos em torno de ideais e necessidades sociais.

Assim, na zona rural, assim como na urbana, o que surge é um novo panorama das relações sociais, cuja demanda por diálogo com o Estado representa um de seus maiores desafios.

Sobre essa nova cidadania, Milton Santos escreve que a vontade dessa globalização perversa a que estamos assistindo é reduzir o papel da cidadania. É transformar todo mundo em consumidor, usuário. Para o autor, essa é a tarefa da sociedade no começo do século 21, uma vez que o século 20 (principalmente suas últimas 2 décadas) pareceu perdido. É a recriação da cidadania mediante uma outra globalização, horizontalizada, e não verticalizada como a atual, com espaço para a

emoção. Mas essa união dos homens passa pela produção de uma idéia de mundo feita em cada sociedade.

## 2. O HOMEM

O Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra nasceu das lutas dos trabalhadores rurais na região Sul no final da década de 1970. “Nossa base doutrinária não é sectária nem dogmática. Nós nunca nos expressamos contra o capitalismo porque alguém nos deu uma aula de que o capitalismo é perverso. O movimento sempre se expressou contra a exploração do trabalho dos camponeses. E debatemos a idéia de que a reforma agrária pode ser uma forma de eliminar a exploração” disse João Pedro Stédile, economista e principal porta voz do MST, em entrevista à Folha de São Paulo, em 19/1/2004.

Através da ampla cobertura da mídia internacional aos massacres de Corumbiara, em 1995, e Eldorado dos Carajás, em 1996, os meios de comunicação brasileiros iniciaram as discussões sobre a questão agrária no Brasil. Como resultado, o MST passou a ganhar maior espaço na mídia brasileira e, conseqüentemente, a reforma agrária ganhou maior visibilidade em áreas urbanas.

A partir de 1998, quando o MST passou a reivindicar mudanças na política econômica do governo FHC como forma de resolver a crise no campo, as matérias se tornaram mais negativas.

Em entrevista concedida ao Boletim NPC, em dezembro de 2005<sup>2</sup>, João Pedro Stédile relata a opinião do MST sobre a imprensa:

Tem muita gente que se ilude. Eu mesmo de vez em quando publico artigos na imprensa burguesa: Folha de São Paulo, O Globo. Mas isso não representa que a imprensa seja democrática ou que nós podemos nos iludir. Aqui no Brasil, talvez seja o país do mundo em que está mais claro como a burguesia usa os seus meios de comunicação. Primeiro lugar, eles usam para ganhar dinheiro. É apenas uma fonte de lucro. Em segundo lugar, a imprensa no Brasil é articulada de forma oligopólica pra controlar o que o povo deve assistir e ler. Em terceiro lugar, como dizia Gramsci, nos países periféricos a burguesia não usa partidos políticos institucionais pra fazer a luta ideológica. Os partidos institucionais servem apenas para ascensão a cargos públicos. A verdadeira luta ideológica nos países periféricos eles fazem através da imprensa. Então a imprensa brasileira burguesa cumpre o papel de partido ideológico da classe dominante, pra orientar a sua militância e para fazer o debate ideológico na sociedade. É assim que nós vemos a imprensa burguesa. Ela faz uma manipulação que atinge as massas mais despolitizadas, que acreditam no que vêem na Globo. A imprensa burguesa sempre usa a palavra invasão. Porque invasão é classificada pelo código penal como esbulho possessório. Tomo um bem que é teu, em proveito próprio. E o que nós fazemos chama-se ocupação. E o conceito para ocupação é

---

<sup>2</sup> João Pedro Stédile: Movimentos sociais não conseguem falar com o povo. **Entrevista ao Boletim NPC** (Núcleo Piratininga de Comunicação) n° 80, em dezembro de 2005, durante o 11° Curso Anual do NPC.

quando você mobiliza um contingente de trabalhadores, homens, mulheres e crianças, ocupam uma área, para que o governo cumpra a lei. Nós não tomamos a propriedade de ninguém. Eles criaram esse senso comum de que o MST faz invasão, como forma de instigar.

Para embasar tal justificativa, volta-se à estruturação de campos midiáticos na América Latina e como subsidiou o surgimento de organizações profissionais que participaram da formação das culturas populares. Neste contexto, a mídia se configura como um sistema social de produção, circulação e consumo de mensagens, que envolve uma significativa parcela da população em ambientes simbólicos. Isso comprova a transformação político-social que significou incorporação das classes populares ao mercado de consumo. Para tanto, a estruturação do pensamento de Barbero propõe a cultura popular como um meio de resistência à hegemonia neoliberal.

Na mesma entrevista, sobre a questão da comunicação entre os movimentos sociais, populares e os partidos políticos de esquerda com a sociedade brasileira, Stédile responde:

De jeito nenhum. É uma tristeza. É uma lástima. A esquerda é incompetente para fazer meios de comunicação de massa. Não é pedagógica. Não sabe fazer. Nós estamos muito atrasados na forma de nos comunicar com o povo. Eu estou falando como autocrítica, porque o MST também tem os seus meios de comunicação. Temos aí a experiência do jornal Brasil de Fato. A esquerda ao longo das últimas décadas desenvolveu mais experiência de comunicação com a sua militância. Com a militância nós somos melhores. Fazemos cartilhas, jornais impressos, revistas. Agora, de comunicação de massa, aí nós estamos muito mal, porque temos um refluxo dos movimentos de massa. Há toda uma geração que não pegou esta experiência concreta de como, no calor das lutas, temos que nos comunicar rapidamente, e aí envolve sobretudo o rádio, a televisão e um instrumento que é pouco referenciado pelos jornalistas, porque não é da profissão deles, que é a que chamamos de pedagogia de massas. A melhor forma de você se comunicar com as massas é fazer formas de lutas e fatos que levam a massa a entender a luta de classes. Então vou dar um exemplo. Recentemente, ficamos 5 anos tentando fazer o debate sobre a transposição do Rio São Francisco. Publicamos no jornalzinho, na CPT (Comissão Pastoral da Terra), e ninguém leu. Bastou um bispo resolver fazer 8 dias de greve de fome, aí pronto! O debate aflorou, todo mundo quis saber o que era. Isto é pedagogia de massas. Então, no tema do Rio São Francisco, quem foi o maior comunicador de massas? O bispo Dom Luiz Flávio Cappio. Ele pode não entender nada de comunicação, mas fez a melhor comunicação para o povo brasileiro. É isto que a esquerda tem que aprender a dominar. Formas de comunicar com as massas.

Barbero ainda complementa ao afirmar que, embora os receptores sejam seduzidos pelo esquema dos meios de comunicação de massa, tal posicionamento nem sempre se dá sem resistências, principalmente se tais receptores encontram-se na América Latina, uma vez que, neste continente, a ruptura dos velhos modelos reflete a verdade cultural destas realidades. É na América Latina que as massas ainda contêm a essência de povo, e onde a massificação da cultura resulta numa miscelânea cultural.

Pode-se caracterizar o MST como uma forma de resistência aos interesses das elites que se expressam através dos meios de comunicação brasileiros. Ao proferir a

palestra *O processo de recepção na América Latina*, em 1989, na Universidade Federal do Ceará, Barbero acrescenta:

Não podemos duvidar de que os que mais sabem da recepção são os empresários. Eles sabem muitíssimo do receptor. Eles estudam o receptor. Quando fiz essa investigação, sobre os melodramas de folhetim, encontrei que não foram os grandes teóricos franceses a descobrirem que a linha tímica permitia passar de uma tiragem de mil exemplares a uma tiragem de cem mil exemplares. Foram os donos dos periódicos que investigaram, conheceram os modos populares de ler.

Analisando os depoimentos feitos por Stédile, percebe-se claramente a dificuldade que o MST tem de se comunicar com a imprensa. Os movimentos sociais, ligados à terra ou não, têm suas experiências reduzidas ao trato com a militância, usando a língua da revolução, a bandeira dos excluídos. Para o movimento é muito difícil partilhar das sutilezas do discurso político que tanto agrada aos jornalistas de uma forma geral. O marketing é o da guerrilha, a linguagem é bruta, faz parte do dia-a-dia da militância e do espírito revolucionário de transformação.

A imprensa, por ideologia ou falta de conhecimento, não compreende este discurso; se compreende, não tolera, e, justamente neste ponto, caracterizamos um ciclo de comunicação completamente distorcido. A questão é: O MST é um comunicador tão incompetente quanto diz? Será que um movimento tão competente em tantas outras ações ainda não conseguiu alguma estratégia de lidar com a imprensa de forma que atenda aos seus propósitos de visibilidade?

É difícil responder a estas questões com exatidão e clareza, resta-nos analisar o próprio discurso do movimento. Em entrevista com Ueudes Queiroz<sup>3</sup>, coordenador do MST no Extremo Sul, podemos localizar algumas pistas de como o movimento age em relação à imprensa. Sobre a cobertura feita pelo Jornal A Tarde e a suposta intenção de gerar polêmica, Queiroz afirma:

Não é gerar polêmica, eu acho que é o debate, o debate para a gente difundir a necessidade de se fazer uma reforma agrária na Bahia e no Brasil. A ação que foi feita e eu acredito que a mídia fez o seu papel, que é aquilo que eu falei. Não, acho que, por exemplo, qualquer atividade que ela vá cobrir ela tem papel positivo por que vai gerar o debate, vai gerar a discussão na sociedade, e é útil. Por que a sociedade só vai saber que nós ocupamos a fazenda da Veracel se a mídia for. Por todo um processo de ignorância nós apanhávamos lá sozinhos. Ninguém sabia que nos tínhamos apanhado, nós tínhamos que vir para Salvador para dizer: - Nós apanhou lá, foi morto, foi preso...

---

<sup>3</sup> Entrevista concedida à Assessoria de Comunicação do INCRA Bahia em março de 2007.

Ao analisar os dois discursos, o de Stédile e o de Queiroz, percebemos que, apesar da enorme diferença de formação acadêmica, o depoimento de Queiros revela muito mais a verdade da relação do MST com a imprensa. Enquanto Stédile se atém ao campo filosófico, Queiroz debate o dia-a-dia desta relação e registra a importância da imprensa para qualquer movimento social, independente do contexto veiculado. O que interessa ao MST é o debate a que a repercussão dos fatos na imprensa leva.

Os conceitos de Nestor Garcia Canclini e outros autores sobre cultura e sociedade embasam alguns aspectos da discussão acerca do discurso do MST na mídia e procuram analisar as principais mudanças culturais nas sociedades latino-americanas.

Para compreender a questão MST e Mídia é preciso pensar politicamente o popular. A partir de 1960, sob a orientação teórica da Escola de Frankfurt, foram oficializados os laços entre economia, política e comunicação com base nos conceitos de ideologia e manipulação. Já na década de 1980, Gramsci pautava as discussões sobre a capacidade de resposta das classes subalternas, afirmando a resistência destas classes em contraponto à função de dominação da classe hegemônica. Segundo Gramsci, o receptor popular resiste e persiste nos locais de dominação delimitando seu local de resistência.

No início da década de 1990 enfatiza-se na sociedade o impasse deste ambiente de dominação e resistência. Naquele momento, era preciso repensar e debater a atividade negociação/apropriação, principalmente sob a ótica da função Cultura de Massa/Cultura Popular. Canclini sugere, baseando-se em Gramsci e Bourdieu, que as culturas populares existem em função das desigualdades sociais e que estas desigualdades, por sua vez, geram apropriação desigual dos bens econômicos e culturais; condições de vida e satisfação específicas de suas necessidades; e relações antagônicas entre as classes populares e hegemônicas.

O autor também afirma que a cultura não é definida tão somente pela posse de bens e sim pelo modo com que grupos e classes os utilizam: corpo, imaginário, gestos, sons e imagens que encenam o popular. A comunicação neste processo age de forma cooperativa e não apenas de reprodução.

Barbero (1990) reafirma, então, a necessidade de construção de outro modelo de análise, capaz de observar a cultura como mediação social da comunicação com o popular. Para isto é preciso questionar-se “sobre a capacidade das comunidades para transformar o que vêm em outra coisa e para vivê-la de outra maneira.” (1989, p.24)

Canclini e Barbero concordam que esta perspectiva só se revelará na teoria feita a partir de pesquisas empíricas, uma vez que só o trabalho de campo – realidade - pode perceber aquilo que não está descrito nas matrizes conceituais e métodos.

Berger (2003) acrescenta,

Por um lado, a questão popular desemboca no campo da cultura; por outro, no campo político. Sem dúvida, ambas cruzam-se logo a seguir, tornando-se indistintas. A Cultura Popular circula por entre o massivo, o tradicional, o moderno, o local, o nacional e o transnacional, expressando o próprio e reconstituindo o alheio num incessante jogo de interações entre as classes hegemônicas e subalternas. Berger (2003, p.85)

Sob esta perspectiva, encontram-se os movimentos sociais, engajados politicamente e no projeto de transformação social. E é justamente através destes que podemos perceber a sobrevivência ideológica e a cultura popular expressada e reproduzida.

Os movimentos sociais só existem como consequência de uma sociedade desigual, que demanda um tipo de organismo social de reivindicação e luta. A cultura nos movimentos sociais se expressa através do conflito e da solidariedade; da carência, da escassez e da falta, e é justamente esta cultura que se reúne em um mesmo organismo de resistência. Para Canclini (1989),

As interações entre hegemônicos e subalternos são cenários de luta, mas também onde uns e outros dramatizam as experiências de alteridade e de reconhecimento. O confronto é um modo de encenar a desigualdade (enfrentamento para defender o próprio) e a diferença (pensar-se através do que desafia). (Canclini, 1989, p.259)

Berger (2003) acrescenta,

A mediação da cultura e da política é parte do processo de comunicação que dá identidade aos movimentos e permite a interregulagem dos diversos interesses e, então, destes com a sociedade. É pela comunicação pública que outros campos sociais conhecem, formam opinião, elaboram argumentos e dialogam com os movimentos sociais. (Berger, 2003, p. 86)

Para inserir o MST neste contexto, é preciso observar as declarações do movimento camponês nas suas relações com o campo da mídia, principalmente quando consideramos as matérias de cobertura jornalística que apresentam especificidade pelas temáticas predominantemente voltadas ao campo. Ao tempo em que se percebem indicadores de produção de um discurso revolucionário que, segundo o próprio movimento, ao divulgar a palavra de organização amplia as noções de cidadania, percebe-se que o movimento também constrói um conteúdo jornalístico, o qual se configura a partir de estratégias diferenciadas dependendo da coordenação regional ou do líder fonte da informação.

Quando focalizamos o MST, nos deparamos com uma questão conflitante e de difícil compreensão: o movimento afirma que é discriminado pela mídia e que suas mensagens são deturpadas ao tempo em que este debate possibilita a visibilidade, permanecendo sempre em pauta.

Em muitos momentos percebemos, por parte dos líderes do movimento, um discurso comunicativo no modelo de controle estratégico, defendido por Goodall Jr e Eisenberg (1995). João Pedro Stedille, principal desafeto da imprensa, há muito se revelou um excelente comunicador, tem muito carisma e uma oratória convincente, é capaz de mover as massas e apavorar a sociedade urbana. Muitas vezes ambíguo, numa única mensagem, é capaz de alcançar muitos objetivos, por exemplo: mobilizar os militantes, conseguir visibilidade na mídia, provocar debates na sociedade e ainda apavorar os “latifundiários”.

É preciso considerar que as escolhas comunicativas são social, política e eticamente motivadas. Nós esperamos que os outros quebrem as “regras” comunicativas de clareza e honestidade quando é do seu maior interesse agir assim. Com isso não estamos afirmando nem questionando a honestidade do movimento e seus líderes, pretendemos mostrar que em todo processo de comunicação as intenções nem sempre são claras.

Percebe-se a ocorrência de um investimento em imagem organizacional, comunicação direcionada e uso de estratégias que, ao final do processo, busca verdadeiramente o alcance de objetivos políticos e organizacionais.

Para análise da comunicação estratégica citada no parágrafo anterior, a concepção de Pierre Bourdieu acerca do processo de produção dos discursos políticos, demonstra o equívoco de se acreditar no conteúdo destes discursos como uma verdade única. Segundo o autor, o discurso vem como consequência do meio em que é situado, é o ambiente onde se dão as disputas políticas que pautam o conteúdo estrategicamente produzido dependendo das necessidades internas e externas do próprio campo político, bem como do campo, objeto de lutas entre os cientistas (geógrafos, historiadores, etnólogos, economistas e sociólogos).

Ao analisar-se o Movimento Social dos Trabalhadores Rurais sem Terra – MST e seu discurso na mídia jornal deve-se considerar que a verdade e a legitimidade de um discurso político não dependem unicamente de seu conteúdo propriamente dito e, sim, de sua capacidade de despertar nos leitores a noção de que o que se diz é verdadeiro. É a

capacidade de convencimento e de comoção que transforma o discurso político em um poder simbólico, como afirma o autor,

O poder simbólico como o poder de constituir o dado pela enunciação, de fazer crer e fazer ver, de confirmar ou de transformar a visão de mundo e, deste modo, a ação sobre o mundo: poder quase mágico que permite obter o equivalente daquilo que é obtido pela força (física ou econômica), graças ao efeito específico de mobilização, só se exerce se for reconhecido, quer dizer ignorado como arbitrário. (BOURDIEU, 1989, p.14).

Em outro texto, ele diz:

Mas o efeito de conhecimento que o facto da objectivação no discurso exerce não depende apenas do reconhecimento consentido àquele que o detém; ele depende também do grau em que o discurso, que anuncia ao grupo a sua identidade, está fundamentado na objectividade do grupo a que ele se dirige. (BOURDIEU, 2001, p. 117)

Bourdieu considera que os discursos políticos são produtos das lutas simbólicas que os agentes sociais travam entre si no campo político, assim sendo, a luta simbólica não é outra coisa senão a luta pela conservação ou pela transformação do mundo social por meio da visão deste mesmo mundo ou, mais precisamente, por meio da transformação ou da conservação dos sistemas de classificação e das instituições que contribuem para perpetuar a classificação em vigor, legitimando-a. Segundo o autor, “poder propriamente simbólico de fazer ver e fazer crer, de predizer e de prescrever, de dar a conhecer e de fazer reconhecer” (Bourdieu, 1989, p.174)

### **3. A PALAVRA**

Nossa análise, então, é feita a partir do entendimento de que o jornal, como qualquer bem cultural (material ou simbólico) pertencente às diferentes classes sociais, é revelador dos valores, preocupações e interesses de grupos sociais. Segundo Orlandi apud Berger,

Tomar a palavra é um ato social com todas as implicações: conflitos, reconhecimentos, relações de poder, constituição de identidades, etc. (ORLANDI, apud Berger, 2003, p. 20)

Observamos também que os veículos de comunicação, por ideologia ou falta de vivência rural, estão diretamente vinculados ao processo capitalista, incluindo-se aí o capital simbólico, considerado por Bourdieu superior a todos os outros, por dar sentido ao mundo e transitar livremente por todos os campos.

Como anteriormente dito, o capital simbólico obtém capacidade de convencimento e transferência de realidades, onde a credibilidade é o principal diferencial. Assim também pode ser descrito o campo jornalístico que, através da

informação dada, lança mão de todo o seu poder de persuasão, utilizando-se para isso de meios que indiquem credibilidade: testemunhos, provas, fotos, etc. Com relação à representação do real e da realidade, o autor expõe,

(...) e com a condição de se incluir no real a representação do real ou, mais exactamente, a luta das representações, no sentido de imagens mentais e também de manifestações sociais destinadas a manipular as imagens mentais (e até mesmo no sentido de delegações encarregadas de organizar as representações como manifestações capazes de modificar as representações mentais). (BOURDIEU, 2001, p.113)

É importante salientar que no momento em que o jornalista traduz o fato ocorrido ou o discurso proferido, veicula a maioria do discurso político atual, o que acaba por atribuir, aos meios de comunicação, o poder de mediação social.

O Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra – MST, por sua vez, percebe a mediação da informação quando dialoga com o poder político. A mídia reconhece seu poder na condição de mediação. Ambos se reconhecem nesta condição e jogam um “jogo de usos”.

Ao longo deste texto, procuramos desenvolver a idéia de visibilidade do MST na imprensa não como movimento unilateral, mas numa perspectiva da realidade da mídia em relação aos movimentos sociais. A noção de contradições como estado concreto e produto histórico é inerente ao processo de formação da imagem organizacional, gerando situações em que estratégias comunicativas possibilitam a visibilidade e o debate na sociedade. A estratégia de comunicação do MST, nitidamente, demonstra o objetivo de conquistar simpatia, credibilidade e confiança, do seu público, e desta forma, o poder simbólico através da influência político-social. Para Bourdieu,

Porque assim é e porque não sujeito social que possa ignorá-lo praticamente, as propriedades (objectivamente), simbólicas, mesmo as mais negativas, podem ser utilizadas estrategicamente em função dos interesses materiais e também simbólicos do seu portador. (BOURDIEU, 2001, p.112)

Não existem respostas simples nos estudos de comunicação. Em ambos os casos estudados (Mídia e MST), é nítida a preocupação com a imagem organizacional, com a comunicação direta com os respectivos públicos-alvo e com o uso de estratégias e modelos de comunicação buscando atingir aos objetivos estratégicos organizacionais.

Desta forma, conclui-se que o MST precisa evidenciar suas reivindicações, torná-las fotografáveis e oferecer à mídia elementos que confirmem sua natureza. À mídia, cabe reproduzir o presente e quanto maiores comprovações do fato houver, maior será sua credibilidade já que a notícia é a produção do acontecimento pela linguagem.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARBERO, Jesús Martin. America Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social. In: SOUZA, Mauro Wilton de (org.). **Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo: Brasiliense, 1995.

BARBERO. Jesús Martin. **Comunicación y Cultura**. In. TELOS, Cuadernos de Comunicación, Tecnología y Sociedad, Madrid, n. 19, p.21-26, set/nov.1989.

BARBERO. Jesús Martin. **Dos meios às mediações. Comunicação, cultura e hegemonia**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 2003.

BERGER, C. **Campos em confronto: a terra e o texto**. 2 ed. Porto Alegre: UFRGS, 2003.

BOURDIEU, Pierre. **A Economia da Trocas Simbólicas**. 5 ed. São Paulo: Perspectiva, 2001.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro, Lisboa: Difel e Bertrand Brasil, 1989.

CANCLINI, Nestor Garcia. **Cultura transnacional y culturas populares**. Seminário Latinoamericano sobre Cultura Transnacional, Culturas Populares y Políticas Culturais. Colômbia, 18-21 jun 1985.

CANCLINI, Nestor Garcia. **Culturas híbridas: estratégias para entrar y salir de la modernidad**. México: Grijalbo, 1989.

CANCLINI, Nestor Garcia. **Diferentes, desiguales y desconectados: mapas de la interculturalidade**. Barcelona: Gedisa, 2004.

CASTRO, Josué de. **Geografia da Fome**. 11ed. Rio de Janeiro: Gryphus, 1992. 361p.

COUTINHO, Carlos Nelson. Gramsci: um estudo sobre seu pensamento político. 2ª Ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

DANIELS, Tom D.; SPIKER, Bany K.; PAPA, Michael J. **Perspectives on Organizational Communication**. Dubuque, USA: Brown & Benchmark Publishers, 1997.

EINSEBERG, Eric & GOODALL, Jr., H.L. **Organizational communication: balancing creativity and constraint**. 2a. ed. New York: St. Martin's Press, 1995.

FERNANDES, Bernardo Mançano. **Brasil: 500 anos de luta pela terra**. Transcrito da Revista de Cultura Vozes, número 1, ano 93. Petrópolis: Editora Vozes, 1999.

FERNANDES, Bernardo Mançano. **MST: formação e territorialização**. São Paulo: Hucitec, 1996.

GEERTZ, Clifford. Os usos da diversidade. In: GEERTZ, Clifford. **Nova luz sobre a antropologia**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.

GERMANI, Guiomar Inez. **Condiciones históricas sociales que regulan el acceso a la tierra em el espaço agrário de Brasil**. Revista Eletrónica de Geografia y Ciencias Sociales. Barcelona: Scrita Nova, n. 6, 1997.

GRAMSCI, Antonio. **A questão meridional**, (Orgs.) Felice, Franco de, Parlato, V., Ed. Paz e Terra, Rio de Janeiro, 1987.

GRAMSCI, Antonio. **Los intelectuales y la organizacion de la cultura**. México: Juan Pablos, 1976.

MARTINS, José de Souza. **Reforma Agrária: O Impossível Diálogo**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2004, 173p.

MATO, Daniel (org.) **Estúdios latinoamericanos sobre cultura y transformaciones sociales em tiempos de globalización**. Buenos Aires, Clacso, 2000.

MEDEIROS, L. S. de. Os trabalhadores do campo e desencontros nas lutas por direitos. In: Medeiros, L. (org.) **Movimentos sociais, reforma agrária e políticas públicas no Brasil hoje**. Palestra proferida em Viçosa/MG. 29/03/07.

OLIVEIRA, Ariovaldo Umbelino de. **A agricultura camponesa no Brasil**. São Paulo: Contexto, 1991.

PRADO JÚNIOR, Caio. **A questão agrária no Brasil**. 5ª ed. São Paulo: Brasiliense, 2000.

SANTOS, Milton; SILVEIRA, Maria Laura. **O Brasil: território e sociedade no início do século XXI**. São Paulo: Record, 2001. 474 p.

STÉDILE, João Pedro (Coord.). **A questão agrária hoje**. Porto Alegre: UFRGS, 1994.

STÉDILE, João Pedro (Org.) **A reforma agrária e a luta do MST**. 2ª ed. Petrópolis: Vozes, 1997. 318p.

STÉDILE, João Pedro. **A questão agrária no Brasil: O debate na esquerda: 1960 – 1980**. São Paulo: Expressão Popular, 2005. 320p.

STÉDILE, João Pedro. **A questão agrária no Brasil: O debate tradicional: 1500 – 1960**. São Paulo: Expressão Popular, 2005. 304p.

STÉDILE, João Pedro. **Movimentos sociais não conseguem falar com o povo**. Boletim NPC. Piratininga, nº 80, dez./2005.

STÉDILE, João Pedro. **MST lidera quase metade dos sem-terra**. Folha de São Paulo. São Paulo: Folha on line, 19/01/2004.