

CONSTRUÇÃO DO DISCURSO JORNALÍSTICO DA REVISTA SEM TERRA: Rupturas e semelhanças com a mídia hegemônica¹

[CONSTRUCTION OF THE JOURNALISTIC DISCOURSE OF RESISTANCE OF LANDLESS MAGAZINE: Changes and similarities to mainstream media]

Antonio Simões Menezes

Universidade Estadual da Paraíba

Resumo: A história do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST) foi marcada por uma constante atuação no campo midiático. A partir do pressuposto de que o MST se apropria de diversas estratégias discursivas operadas pela mídia hegemônica, a questão que norteou o trabalho foi entender como se dá essa apropriação na Revista Sem Terra, para materializar e legitimar o discurso jornalístico produzido pelo movimento. O método mais adequado para responder tal indagação foi a análise do discurso, que permite ao pesquisador compreender as intenções conscientes e até inconscientes dos enunciadores do discurso. A temática da criminalização dos movimentos sociais foi analisada nas cinco edições da Revista Sem Terra em 2008.

Palavras-chave: Mídia; Sem-Terra; Discurso jornalístico

Abstract: The history of the Landless Workers' Movement (MST) was marked by a constant presence in the media field. From the assumption that the MST appropriates various discursive strategies operated by mainstream media, the question that guided the work was to understand how is this appropriation in Revista Sem Terra, to materialize and legitimize journalistic discourse produced by the movement. The most appropriate way to answer this question was discourse analysis, which allows researchers to understand the conscious intentions and unaware of enunciators speech. The issue of criminalization of social movements was analyzed in the five editions of Revista Sem Terra in 2008.

Keywords: Media; Landless; Journalistic discourse.

¹ Este texto é uma síntese da dissertação “Jornalismo de Resistência: apropriação das estratégias discursivas do campo midiático pela Revista Sem Terra”, que foi orientada pela Profa. Dra. Márcia Vidal Nunes, e desenvolvida no âmbito do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Ceará (UFC). Ele contém diversos trechos copiados integralmente do trabalho original, mas são dispostos em uma ordem diferente e, portanto, constroem uma nova narrativa neste outro contexto.

INTRODUÇÃO

A história do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST) foi marcada por uma constante atuação no campo midiático. O movimento ainda nem havia sido formalmente criado e o *Jornal Sem Terra*, que completou 30 anos de existência em 2011, começou a circular. Essa primeira experiência midiática surgiu com o objetivo de contribuir com o processo de mobilização dos camponeses. Desde então, a comunicação se tornou um elemento essencial na própria estruturação do movimento.

À medida que os sem-terra consolidaram sua atuação política, a comunicação foi utilizada de forma estratégica na busca por visibilidade e legitimidade. O MST logo percebeu a importância da luta a ser desenvolvida no campo simbólico e, gradativamente, uma política de comunicação foi conformada por meio de um conjunto de práticas comunicativas interpessoais e midiáticas. Nesse contexto, os sem-terra criaram revista, site, radiadora, perfis em redes sociais e intensificaram a produção de conteúdo jornalístico.

Dessa forma, o movimento passou a compor a instância midiática (Charaudeau, 2007) e construiu meios para elaborar notícias que vão de encontro àquelas produzidas e divulgadas pela mídia hegemônica, que normalmente associa o MST à baderna, invasões, saques, desrespeito à lei, enfim, corrobora o processo de estigmatização do MST, cujo ápice é a tentativa de criminalização dos sem-terra. Mas é preciso ressaltar que o movimento não descarta o diálogo com essa mídia de referência e até se apropria de seus espaços em momentos específicos, como durante a Marcha Nacional por Emprego e Reforma Agrária².

Consciente do potencial midiático, o MST vai além da crítica aos grandes jornais, revistas, portais de informação e emissoras de televisão. Ele busca pautá-los e

² A manifestação, ocorrida em 1997, foi uma das principais demonstrações de força e organização do movimento, que queria uma audiência com o então presidente da República Fernando Henrique Cardoso. O setor de comunicação do MST foi fundamental para dar visibilidade a essa manifestação. Praticamente tudo foi preparado para persuadir a cobertura jornalística do evento. Estrategicamente, a informação de que dezenas de milhares de militantes realizariam uma caminhada até Brasília “vazou” para a imprensa e, a partir de então, as emissoras e empresas jornalísticas começaram a divulgar os preparativos da marcha e planejaram a cobertura.

direcionar a angulação das reportagens de modo a maximizar as suas reivindicações. Segundo Vargas (2006), os sem-terra já persuadiram mídia de referência a divulgar fatos de interesse do movimento.

A estratégia do movimento garantiu o acesso ao campo jornalístico na medida em que os jornalistas cobriram as ações do MST. Em quatro edições, o movimento conseguiu figurar na capa dos jornais analisados. Os enquadramentos dominantes destacaram a impunidade do massacre de Eldorado do Carajás depois de dez anos do episódio a partir das ações promovidas pelo MST para protestar contra essa situação (VARGAS, 2006, p. 120).

GUERRA SIMBÓLICA

Nessa guerra simbólica, em alguns casos, os meios de comunicação são usados ou se deixam usar. “Teme-se um concorrente? Uma solução: utilizar a imprensa para difamá-lo” (MAMOU, 1996, p. 171). Porém, as organizações e movimentos sociais não publicizam seus discursos apenas com a mediação da mídia de informação.

Pautar os meios convencionais não é suficiente na busca por visibilidade. Só os proprietários dos meios de comunicação têm total controle dos enunciados divulgados. Com o objetivo de veicular as suas informações e opiniões sem nenhum filtro da chamada “grande imprensa”, várias organizações criaram suas próprias mídias. Com essa nova estratégia, todas querem atuar na construção da agenda midiática³.

Possuir sua própria mídia é tentar conquistar um pedaço de poder. A luta pelo conteúdo da agenda se constitui de fato numa disputa pela predominância dentro da esfera pública de determinadas ideias. Esta predominância pode influenciar, dentre outros efeitos, a definição de políticas públicas (SANT’ANNA, 2007, p. 90).

O debate na esfera pública⁴ deixou de ser subsidiado apenas pelos meios de informação. Pelo menos parte da sociedade também utiliza os conteúdos editados e publicados por organizações que não fazem parte da chamada “grande imprensa”. Por

³ Sant’Anna (2007) define agenda midiática “[...] enquanto difusão de um conjunto de temas, valores e conceitos propagados de forma prioritária e privilegiada pelos meios de comunicação”.

⁴ Em síntese, Habermas (1984) acredita que a esfera pública surge com a sociedade burguesa e não está restrita a um espaço público específico, mas à necessidade da população debater por meio, por exemplo, das notícias publicadas na imprensa, a dominação política.

isso, o MST montou um arsenal midiático para o embate travado no campo simbólico. Assim, esse agente social desmistifica uma suposta lógica utilitarista, onde sua principal reivindicação seria a realização da reforma agrária. Na verdade, é bem possível que a vitória no campo simbólico seja condicionante à tão sonhada materialização da justiça social. Daí a importância do desenvolvimento de diversas práticas de comunicação que legitimam as demais ações dos sem-terra.

Essa dinâmica de emponderamento pode ser compreendida a partir da reflexão sobre poder simbólico. Por meio da produção de formas simbólicas, entendidas como construções significativas, a exemplo das falas do texto que devem ser interpretadas e compreendidas (THOMPSON, 1995), as organizações procuram legitimar seus discursos e, por consequência, suas ações. Instituições governamentais e privadas, em parceria ou não, se apropriam da força das formas simbólicas. “[...] o poder simbólico é, com efeito, esse poder invisível o qual só pode ser exercido com a cumplicidade daqueles que não querem saber quem lhe estão sujeitos ou mesmo que o exercem” (BOURDIEU, 2007, p. 7-8).

Conforme Bourdieu (2007), os sistemas simbólicos devem ser considerados como instrumentos estruturantes e estruturados de conhecimento. Por conta dessas características, tornam-se meios de imposição ou de legitimação da dominação.

As diferentes classes e facções de classes estão envolvidas numa luta propriamente simbólica para imporem a definição do mundo social mais conforme aos seus interesses, e imporem o campo das tomadas de posições ideológicas reproduzindo em forma transfigurada o campo das posições sociais (BOURDIEU, 2007, p.11).

Bourdieu ressalta que essa disputa pode ser empreendida pelas próprias instituições, mas também há casos em que especialistas da produção simbólica são chamados para comandar as ações dessa guerra. No caso do MST, tais especialistas podem ser jornalistas simpatizantes do movimento, que o ajudam a se apropriar de técnicas de comunicação operadas pelas assessorias de imprensa de grandes organizações empresariais e governos.

Táticas como essa sinalizam a tentativa de determinar instrumentos de conhecimento e de expressão arbitrários da realidade social, evitando que esse

arbítrio seja percebido pela sociedade. Os sistemas de classificação da realidade são operados como se fossem legítimas taxonomias filosóficas, religiosas, jurídicas, entre outras.

O poder simbólico como poder de constituir o dado pela enunciação, de fazer ver e fazer crer, de confirmar ou de transformar a visão do mundo e, deste modo, a ação sobre o mundo, portanto 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, 2007, p.14).

Esse é, provavelmente, um dos motivos pelo qual as mensagens veiculadas pela mídia hegemônica sejam tão criticadas pelo movimento, que identifica claramente os interesses políticos e econômicos que norteiam a linha editorial dos produtos jornalísticos da “grande imprensa”. Assim, a suposta isenção, apartidarismo, pluralidade e objetividade não são reconhecidos pelos militantes. Muitos inclusive já tendo vivenciado episódios em que a reconstrução de um dado acontecimento pela mídia de informação foi completamente tendenciosa e parcial.

Crítico contumaz desse jornalismo “apartidário”, qual a proposta do movimento para efetuar uma cobertura jornalística adequada? Qual jornalismo praticado pelo MST nessa disputa simbólica? Seria o mesmo da imprensa hegemônica, que é tão criticada? Embora com diferenciais marcantes, como o explícito posicionamento político que constitui a linha editorial de seus produtos, o movimento prefere não apostar em uma concepção purista de seu discurso jornalístico.

DISCURSO JORNALÍSTICO NA REVISTA SEM TERRA

A partir do pressuposto de que o MST se apropria de diversas estratégias discursivas operadas pela mídia hegemônica, a questão que norteou a pesquisa foi entender como se dá essa apropriação na *Revista Sem Terra* para materializar e legitimar o discurso jornalístico produzido pelo movimento. O método mais adequado para responder tal indagação era a análise do discurso, que permite ao pesquisador compreender as intenções conscientes e até inconscientes dos enunciadores do

discurso, além da utilização da técnica de entrevista com uma das principais lideranças do movimento (Miguel Stédile) e um dos editores da revista (Antônio Biondi).

Em um primeiro momento, também foi cogitada a possibilidade de acompanhar in loco o processo de produção da publicação. Mas, por falta de recursos para ir até São Paulo aliado à produção descentralizada do conteúdo jornalístico do periódico, esse projeto foi abortado. Contudo, por meio da entrevista com o editor, tivemos ideia de como a revista era publicada bimestralmente com uma equipe fixa composta apenas por dois editores, um editor de arte, um revisor e uma secretária de redação. Embora o periódico conte ainda com a colaboração de quatro colunistas, de veículos parceiros, além de outros redatores de texto, nesse cenário, o estabelecimento de rotinas produtivas é tão ou mais importante do que na imprensa convencional. Por meio delas, haverá uma imprescindível otimização da produção jornalística e uma maior eficácia na apropriação das estratégias discursivas da mídia hegemônica.

Mas quais seriam essas estratégias e por quais motivos são acionadas? Os objetivos básicos são captar a atenção do público e legitimar o discurso enunciado. Para atingir tais fins, a mídia dramatiza os episódios relatados e tenta fazer crer que apresenta a própria realidade. As estratégias operadas vão desde o uso de elementos iconográficos até a apropriação do discurso das fontes. Sem nenhuma idealização da comunicação alternativa, o movimento não esconde as influências da mídia comercial. Nem há motivos para isso. Afinal, como disse Certeau (2002), os dominados, mas que nem por isso são dóceis ou passivos, apropriam-se das armas do inimigo para tentar vencê-lo. Usam as próprias práticas dos adversários para, simultaneamente, subvertê-las e atacá-lo.

Embora sejam compostas com os vocabulários de línguas recebidas e continuem submetidas a sintaxe prescritas, elas desenham as astúcias de interesses outros e de desejos que não são nem determinados nem captados pelos sistemas onde se desenvolvem (CERTEAU, 2002, p. 45).

Há quem acredite, por exemplo, que a mídia radical (Downing, 2002), necessariamente, não quer ou não pode possuir elementos da mídia comercial. Paradoxalmente, quando essas apropriações são assumidas, a comunicação proposta

por movimentos sociais, associações comunitárias, assentados, entre outros coletivos, costuma ser trabalhada de forma estratégica e atingir resultados mais significativos. O próprio MST se apropriou e resignificou conceitos, estratégias e tornou a comunicação de um de seus elementos distintivos.

Nesse sentido, a *Revista Sem Terra*, ao longo de mais de doze anos de existência, foi fundamental para materializar e legitimar um discurso jornalístico informativo capaz de operar na construção social da realidade. Marcada pela hibridização de práticas jornalísticas alternativas e comerciais, como a publicação poderia ser classificada? A resposta dessa questão foi conseguida a partir do referencial teórico proposto por Vizer (2007), que classifica a infinidade de meios de comunicação usados na sociedade contemporânea em três categorias. Temos os meios de informação, os de organização e, ao citar Downing (2002), o autor ressalta a existência dos radicais.

Segundo Vizer, os meios tradicionais são sinônimos dos de informação. Também classificados como hegemônicos por alguns autores, apesar de tentar persuadir a audiência, principalmente ao veicular conteúdos noticiosos, há uma tentativa de parecer ser um mero mediador entre a realidade e o público. Eles buscam evidenciar o caráter “objetivo” de suas mensagens e a incessante tentativa de apresentar a “verdade” dos fatos para a sociedade - atividade que nortearia e legitimaria o discurso desses meios.

“Evidentemente, o meio se apresenta a si mesmo (se ‘auto-referencia’) como um ‘não poder’, um serviço que controla um poder paradoxal que se nega, naturalizando-se e identificando-se com a realidade, com as situações e os fatos que referencia” (VIZER, 2007, p. 32).

De acordo com Dias (2007), autora que também trabalha com a mesma classificação dos meios de comunicação proposta por Vizer, mídias de organização são as de entidades que integram os Movimentos de Resistência Global, tais como Attac e Jubileu Sul. De uma forma mais genérica, são mídias de agentes políticos, conforme a autora.

Vizer (2007) acrescenta que esses meios, identificados por outros pesquisadores como contra-hegemônicos, são responsáveis pela construção simbólica,

por meio do discurso verbal e da disponibilização de imagens, dos sujeitos sociais que representam.

“Essa construção é explicitamente auto-referencial: ‘nós mulheres’, ‘nós que habitamos esta terra’, ‘nossas crianças’ etc. fundem-se a figura do representante com a do representado. A inter-referenciação com o público geralmente apela para o ‘despertar do interesse e da consciência’. Para remover a ignorância sobre a injustiça, a passividade e a construção de um compromisso ativo por parte de um público ainda passivo” (VIZER, 2007, p. 33)

Nessas mídias, conforme Dias (2007), as questões são enfocadas a partir do campo político, enquanto os meios de informação selecionam os fatos noticiados com base em critérios próprios do campo midiático.

Embora não seja um fenômeno novo, conforme Downing (2002), neste século as chamadas mídias radicais atingiram uma amplitude até então jamais vista. “Com o termo mídia radical, refiro-me à mídia – em geral de pequena escala e sob muitas formas diferentes – que expressa uma visão alternativa às políticas, prioridades e perspectivas hegemônicas” (DOWNING, 2002, p. 21).

Conforme o autor, estes meios de comunicação são fundamentais para a existência de uma comunicação democrática. Ele ressalta que, apesar de seus defeitos, esses meios, que compreendem formatos variadíssimos e não são necessariamente de oposição, contribuem para a democratização da comunicação. Em alguns casos de forma até surpreendente, pois normalmente contam com poucos recursos.

Todavia, na prática, as fronteiras estéticas entre essas diversas mídias são tênues em vários casos. Não existem distinções tão puras e as interseções entre os diferentes meios de comunicação, aos olhares mais atentos, são perceptíveis. É bem verdade que Dias (2007) não percebe interfaces significativas entre as mídias de organização e as de informação, como os interesses políticos que norteiam a definição das pautas e a angulação das reportagens em ambas. Mas a autora garante que as mídias radicais estão situadas numa zona híbrida, pois trabalham as mensagens baseadas nos critérios do campo midiático (mídia de informação) e político (mídia de organização).

O próprio Downing também percebeu essas interfaces. Em sua análise, boa parte da tecnologia usada pelos meios radicais sempre foi empregada pela mídia

convencional. Já esta, por sua vez, assim como as mídias de organização, apóia causas e campanhas sociais. Porém, como atesta Vizer (2007), os meios convencionais dão apoio de uma forma dissimulada, ao contrário das mídias de organização que explicitamente defendem os interesses das causas que representam.

As mídias de organização também apresentam elementos híbridos. Afinal, fazem parte do campo midiático e pautam-se por critérios como atualidade e noticiabilidade, assim como os meios tradicionais. Como os meios radicais, elas questionam o *status quo* e, ao contrário do que se possa imaginar, nem sempre defendem apenas as bandeiras específicas do movimento. A *Revista Sem Terra*, por exemplo, regularmente critica a cobertura da grande imprensa.

A *Revista Sem Terra* pode ser considerada uma mídia de organização, pois tem um maior número de características contidas no conceito desse meio. A revista objetiva divulgar e legitimar as ações do movimento. Para esse fim, criou uma seção denominada *Sem Terra*. Mas, as reportagens fora desse espaço também procuram construir simbolicamente o MST. A ideia é apresentá-lo como um movimento social forte, que tem, por isso, apoio de várias personalidades da sociedade e de diversas organizações da sociedade civil.

Vizer (2007) explica que, nos meios de organização, há uma construção auto-referencial. Nela a figura do representante funde-se com a do representado. Os discursos dos próprios militantes e integrantes de movimentos parceiros do MST nas reportagens evidenciam essas marcas na publicação estudada. Mas, por existir inúmeras interseções com as chamadas mídias de informação e mídias radicais, não podemos desconsiderar o caráter híbrido da *Revista Sem Terra*. Elementos dessa hibridização marcam o discurso das reportagens.

A CRIMINALIZAÇÃO DOS MOVIMENTOS SOCIAIS NA REVISTA SEM TERRA

Obviamente, a publicação não foi estudada na íntegra. O *corpus* da pesquisa foi construído a partir de uma denúncia do próprio MST: a criminalização dos movimentos sociais. Ela teria sido intensificada em 2008, ano no qual dois promotores do

Ministério Público do Estado do Rio Grande do Sul concluíram que o MST é uma organização paramilitar e ameaça a segurança nacional, além de outras acusações graves. Resolvemos analisar a revista ao longo daquele ano. Nesse período, circularam cinco edições, número que representava mais de 10% de todas as edições produzidas até então.

Foram estudadas reportagens da seção Política, inclusive a que apresentou a denúncia da criminalização. Contudo, o fato da acusação ter sido noticiada nesse espaço não foi o principal motivo da escolha. A seção foi selecionada por normalmente publicar textos característicos do jornalismo informativo (MELO, 2003) e, por isso, viabilizar a análise do discurso informativo do periódico.

O discurso informativo foi selecionado por ser fundamental no embate simbólico travado pelo movimento para legitimar suas ações.

O discurso informativo não tem uma relação estreita somente com o imaginário do saber, mas igualmente com o imaginário do poder, quanto mais não seja, pela autoridade que o saber lhe confere. Informar é possuir um saber que o outro ignora (“saber”), ter a aptidão que permite transmiti-lo a esse outro (“poder dizer”), ser legitimado nessa atividade de transmissão (“poder de dizer”). (CHARAUDEAU, 2007, p. 63).

Ao partirmos do pressuposto de que o discurso jornalístico constrói a realidade social, o estudo dessa seção é essencial para compreendermos como a revista produz um discurso informativo que irá materializar as principais causas defendidas pelo MST.

Depois de apresentar o referencial teórico, explicar as questões principais que motivaram a realização da pesquisa, definir a metodologia e classificar a revista dentro do campo midiático, havia chegado o momento de analisar detalhadamente o material empírico. Gradativamente, as respostas das principais perguntas começaram a surgir. Assim como os demais integrantes da instância midiática (Charadeau, 2007), a Revista Sem Terra precisava de credibilidade. Essa é mais uma razão pela qual se apropriou das estratégias discursivas da mídia comercial.

Embora todo enunciado seja assumido por um sujeito (assertiva básica da teoria da enunciação), este pode demonstrar estrategicamente um suposto distanciamento ou até não concordar com aquilo que acaba de relatar.

Dizer que discurso é uma prática social implica que todo discurso é assumido por um sujeito, que aparece como responsável pelo ponto de vista, orientação ou perspectiva que o texto apresenta sobre o mundo representado, ao mesmo tempo que, polifonicamente, outros pontos de vista concorrentes são atribuídos aos possíveis receptores ou a terceiros, para serem reforçados ou refutados num processo de dialogismo (Mikhail Bakhtin), mesmo que seja uma situação de comunicação aparentemente monológica⁵. (PINTO, 2003).

Ou seja, o enunciador, ao inscrever como verdadeira uma sentença qualquer, se apresenta como responsável pelo enunciado, como fiador de sua veracidade. Porém, o sujeito pode modalizar seu grau de adesão a essa assertiva.

A modalidade de enunciação pode ser expressada por verbos de modalidade (diz, declara, faz, saber, afirma, indica, anuncia, expõe) cujo semantismo é mais ou menos revelador da atitude da instância de enunciação com relação à fonte original do que é relatado por locuções (“segundo”, “de acordo com”, “na opinião de”, “se é certo”, “acredita”) ou emprego do condicional – procedimentos que indicam uma distância com relação ao valor de verdade da informação (CHARAUDEAU, 2007, p. 149).

Entretanto, não se exime de aprovar ou reprová-lo o enunciado que acaba de ser relatado. Com esse objetivo, o sujeito seleciona cuidadosamente os verbos que descrevem o modo de declaração. Afinal, ainda conforme Charaudeau (2007), o sentido do enunciado será modificado pelo uso de um “simples” verbo ou nas várias marcas de distanciamento (conforme, de acordo etc).

Essa é uma das estratégias discursivas apropriadas pela publicação do MST com o objetivo de persuadir a audiência a acreditar que as representações da realidade que divulga são as únicas verdadeiras. Neste aspecto, a revista se parece com a mídia de informação, embora não reivindique a prerrogativa de ser imparcial. O explícito posicionamento político do periódico fica claro na seleção das fontes.

A publicação tenta fugir do “oficialismo” e da suposta pluralidade de opinião dos entrevistados pela mídia de informação, embora justifique as pessoas escolhidas com estratégias semelhantes à mídia tradicional. O especialista selecionado para ser entrevistado na edição de Ago/Set de 2008 não comunga com a concepção de que o MST é uma organização paramilitar. Ele, conforme é informado no abre da entrevista

⁵ Disponível em http://www.semiosfera.eco.ufrj.br/antiores/especial2003/conteudo_mpinto.htm, acessado em 30/09/2010.

pingue-pongue, faz parte da equipe jurídica do movimento.

Entretanto, como o próprio negrito do texto destaca, Jacques Távora Alfossin é convidado para “discutir esse assunto” por ser ex-procurador da República e professor de Direito da Unisinos, uma das mais conceituadas universidades do País. Pelo exposto, a *Revista Sem Terra* vai se apropriar dos discursos das fontes alinhadas com a concepção de mundo do movimento. Assim, abandona a concepção de apresentar uma multiplicidade de pontos de vista em suas páginas e opera com a perspectiva de pontos de vista distintos, que são apresentados por diferentes veículos de comunicação dentro do campo midiático.

Paradoxalmente, para parecer digna de confiança e captar a atenção da sociedade, a *Revista Sem Terra*, bem como a imprensa convencional, irá se apropriar de roteiros usados pela indústria cinematográfica.

Essa estratégia visa a tornar o episódio relatado inteligível e mais fácil de ser acreditado pela audiência.

O roteiro reportagem caracteriza-se por: (i) o anúncio do desencadear de um conflito; (ii) a exibição das imagens posteriores ao conflito (pois raramente a câmera pode estar presente no momento do drama), imagens que se detêm no resultado dos estragos materiais e principalmente nas vítimas; (iii) ação de socorro (Cruz vermelha, ambulâncias, hospitais, médicos, bombeiros, associações humanitárias) (Charaudeau, 2007, p. 244).

Essa estratégia, talvez de forma inconsciente, é usada na reportagem “Estado de exceção, regra de estado”, que denuncia uma campanha para a criminalização dos movimentos sociais. Publicada na edição Ago/Set de 2008, ela informa a existência de uma ação promovida por setores do Ministério Público do Rio Grande do Sul, Governo daquele Estado, Brigada Militar, mídia convencional e o agronegócio para criminalizar os movimentos sociais, ou seja, um conflito, cujos vilões são esses atores sociais.

Em seguida, apresenta imagens desse conflito e das vítimas do embate. O passo seguinte é relatar a ação de socorro destinada a essas vítimas, que é compreendida como o apoio explícito de diversas personalidades contra a criminalização do MST e a própria ação dos militantes ao contra-atacar essa criminalização. Nesse sentido, até um manifesto foi criado para que a sociedade tivesse oportunidade de repudiar a criminalização dos movimentos sociais.

Porém, na opinião de Antônio Biondi, o próprio MST é responsável pela credibilidade da revista. “Certamente, a credibilidade da revista tem seu principal lastro na credibilidade de que desfruta o MST e na honestidade com que os assuntos e os pontos-de-vista são apresentados na publicação”. Além das estratégias já apresentadas, a revista opera com procedimentos de designação, como a reprodução de documentos, que se tornam fiadores da veracidade de seus enunciados.

Os meios discursivos utilizados para entrar nesse imaginário incluem o procedimento de designação, que diz: “o que é verdadeiro eu mostro a vocês”. Daí os documentos e objetos que são exibidos e que funcionam como provas concretas; daí a função predominante da imagem quando esta tem pretensão de mostrar diretamente ou não o mundo como ele é. (CHARAUDEAU, 2007, p. 55).

Na tentativa de provar o cumprimento da lei da sinceridade, segundo Maingueneau (2001) uma lei universal, além das estratégias já apresentadas, a revista opera com procedimentos de designação, como a reprodução de documentos, que se tornam fiadores da veracidade desses enunciados.

Os meios discursivos utilizados para entrar nesse imaginário incluem o procedimento de designação, que diz: “o que é verdadeiro eu mostro a vocês”. Daí os documentos e objetos que são exibidos e que funcionam como provas concretas; daí a função predominante da imagem quando esta tem pretensão de mostrar diretamente ou não o mundo como ele é. (CHARAUDEAU, 2007, p. 55).

Na edição Ago/Set de 2008, cópias de documentos do Ministério Público do Rio Grande do Sul foram reproduzidas e publicadas em um box com o título “O plano do MP gaúcho para dissolver o MST”. As cópias, cujos trechos reveladores da intenção do Ministério Público de dissolver o movimento estão destacados, visam a garantir a prova da sinceridade dos enunciados publicados sobre a questão.



Figura 2: Revista publicou cópias de documentos do Ministério Público gaúcho

Nesse sentido, as fotos também desempenham um papel significativo. Por meio do processo de designação, segundo Charaudeau (2007), uma publicação assegura apresentar a realidade à audiência e ainda consegue mostrá-la em suas páginas.

Nas mídias, o meio mais eficaz de designação é a imagem que, no imaginário social, participa da ilusão de verismo, fazendo com que se tome aquilo que representa o objeto (o “representamen”) pelo próprio objeto; isso ocorre particularmente com a foto de imprensa ou com a imagem televisiva, principalmente quando esta se reveste dos atrativos da transmissão direta. (CHARAUDEAU, 2007, p. 89).

Em reportagens como “Estado de exceção, regra de estado”, “A luta pela Água na capital do Amazonas”, “Mudar para manter”, as imagens são usadas para ajudar a comprovar a veracidade do discurso verbal. Embora representem apenas uma das infinitas angulações da cena retratada, são exibidas como se fossem a própria realidade e, obviamente, irão ao encontro da angulação proposta pela reportagem. Para isso, as legendas serão fundamentais.

Já em 1967, Roland Barthes mostrava a autonomia desses dois sistemas significantes, pois cada um deles é portador de universos sociodiscursivos próprios, e também sua interdependência, pois estão numa relação recíproca de ancoragem/retransmissão, pelas quais se constrói a significação. (CHARAUDEAU, 2007, p. 223).

As legendas, portanto, pretendem direcionar a leitura daquela imagem e, por consequência, reduzir a sua polissemia intrínseca. Dessa forma, elas aumentam a credibilidade de todo o discurso, pois oferecem uma prova irrefutável: a própria imagem do episódio referente daquele relato.



Legenda: “Trabalhadores fazem cordão para resistir à invasão da Brigada Militar”

Figura 3: “Ilustração” da reportagem “Estado de exceção, regra de estado”

Na foto acima, apesar de a cena mostrada sugerir um conflito iminente, os sem-terra não possuem nenhuma arma. De forma implícita, podem ser vistos como inocentes, pessoas do povo, que apenas resistem, unidos, de braços dados, à investida policial. Os militares, sim, parecem preparados para uma guerra: com arma em punho, escudos, capacetes, avançam em direção aos indefesos trabalhadores.

Há uma clara inversão da imagem dos sem-terra normalmente exibida pela grande imprensa. Em casos semelhantes, os militantes são “flagrados” com foices, facões, enxadas, picaretas, pedaços de paus e pedras, enfim, armas artesanais em punho. Eles é que parecem prontos para o ataque. Nesse caso, a polícia apenas buscaria se defender e manter “a ordem” frente à insanidade dos “baderneiros”.

Porém, a verdade, segundo a *Revista Sem Terra*, é bem diferente das versões apresentadas pela mídia hegemônica. Com as mesmas estratégias discursivas da mídia, a publicação editada pelo MST reconstrói o episódio de modo que a ação dos trabalhadores rurais é legitimada. Já a polícia é acusada de atacar os trabalhadores. Pelo menos, é isso o que se pode compreender com o auxílio da legenda.

A publicação não se apropria “apenas” das estratégias discursivas do campo midiático, até as palavras são semelhantes. Mas com uma intenção obviamente contrária àquela normalmente vislumbrada pela grande imprensa. Na *Revista Sem Terra*, a polícia é a responsável pela “invasão”. Enquanto isso, os sem-terra tentam se defender ao construírem um “cordão” humano para resistir ao ataque policial.

Essa postura de passividade frente à força bruta dos policiais é reforçada pela fotografia escolhida para “ilustrar” a questão ser uma imagem-sintoma.

Uma imagem já vista. Uma imagem que remete a outras imagens, seja por analogia formal (uma imagem de torre que desaba remete a outras imagens de torre que desabam), seja por intermédio de um discurso verbal (uma imagem de catástrofe aérea remete a todos os relatos ouvidos sobre as catástrofes aéreas) (CHARAUDEAU, 2007, p. 246).

É provável que o leitor lembre, ao ver o cordão de isolamento feito pelos sem-terra, casos semelhantes em que os trabalhadores foram agredidos por policiais. É como se cenas de um filme já conhecido fossem acionadas involuntariamente, ao mesmo tempo em que uma espécie de voz em “off” narrasse as agressões sofridas pelos agricultores.

Esse exemplo unifica as duas batalhas enfrentadas pelo MST : a luta pela terra, claramente utilitarista, e o embate simbólico materializado na elaboração de reportagens que legitimem as ações do movimento. Afinal, ele acredita que a conquista do apoio da sociedade e o fortalecimento da sua imagem dependem da eficácia atingida no campo midiático, espaço em que as desigualdades e injustiças

sociais são naturalizadas ou desmascaradas por meio da produção de formas simbólicas.

CONCLUSÃO

Detentor de credibilidade, um capital simbólico de extrema relevância nesse contexto, o discurso jornalístico foi apropriado pelo MST. Mas a *Revista Sem Terra*, objeto desta pesquisa, não rompeu com todos os elementos da chamada grande imprensa. Apesar das constantes críticas às reportagens da “mídia capitalista”, até as seções que compõem a publicação alternativa são semelhantes àquelas usadas em periódicos como *Veja*.

Só para se ter uma ideia, vejamos algumas seções: editorial, entrevista, política, internacional, cultura, resenha, humor (apresentação de uma charge, que ocupa uma página inteira), balaio (duas páginas composta por pequenas notas, cujas temáticas, na maioria dos casos, envolve o MST), companheiras e companheiros (página destinada para a publicação de mensagens enviadas pelos leitores). A estrutura é semelhante às principais revistas de informação semanal em circulação no Brasil.

Longe de se deixar influenciar por purismos, a *Revista Sem Terra* assumiu também a necessidade de se apropriar das estratégias discursivas do campo midiático para garantir o valor de verdade de seus enunciados e, por consequência, legitimar seu discurso. Essa escolha não a impede de elaborar um discurso que vai de encontro às versões divulgadas pela grande imprensa sobre o MST, por exemplo. Com as mesmas estratégias discursivas da mídia de informação, a publicação reconstrói o episódio de modo a legitimar a ação dos trabalhadores rurais.

A percepção e o exemplo de que as estratégias discursivas da mídia hegemônica podem e devem ser apropriadas e resignificadas é uma das principais contribuições da revista para a comunicação desenvolvida no âmbito dos movimentos sociais. O periódico evidencia que a crítica é feita ao conteúdo da mídia hegemônica e

não, necessariamente, ao modo de construção do discurso. Este processo produtivo pode ser replicado e legitimar mensagens de enfrentamento ao *status quo*.

REFERÊNCIAS

- BOURDIEU, Pierre (2007). O poder simbólico. 10. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil.
- CERTEAU, Michel de (2002). A invenção do cotidiano: artes de fazer. 7. ed. Petrópolis: Vozes, v. 1.
- CHARAUDEAU, Patrick (2007). O discurso das mídias. São Paulo: Contexto.
- DIAS, Renata de Souza. Tematização e circulação de enunciados em mídias radicais, de organização e informativas pelos movimentos de resistência global. In: FERREIRA, Jairo; VIZER, Eduardo. (Org.). Mídia e movimentos sociais: linguagens e coletivos em ação (2007). São Paulo: Paulus.
- DOWNING, John, D. H. Mídia radical: rebeldia nas comunicações e movimentos sociais (2002). São Paulo: Editora Senac.
- HABERMAS, Jurgen. Mudança estrutural da esfera pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa (1984). Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro.
- MAINGUENEAU, Dominique. Análise de textos de comunicação (2001). São Paulo: Cortez.
- MAMOU, Yves. A culpa é da imprensa: Ensaio sobre a fabricação da informação (1996). Rio de Janeiro: Marco Zero.
- MELO, José Marques. [Jornalismo opinativo: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro](#) (2003). 3. ed. Campos do Jordão: Editora Mantiqueira.
- PINTO, Milton José. Discurso e violência. In Semiosfera: Revista de Comunicação e Cultura (2003). Rio de Janeiro: UFRJ, número especial, ano 3.
- REVISTA SEM TERRA. Agosto/Setembro de 2008, n. 46
- SANT'ANNA, Francisco. Mídia das fontes: O difusor do jornalismo corporativo. In: LOPES, Boanerges (Org.). Gestão em comunicação empresarial (2007). Juiz de Fora: Produtora Multimeios.

THOMPSON, John B. Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa (1995). 4. ed. Petrópolis: Vozes.

VARGAS, Isabela Junqueira. Ocupando manchetes: como o MST agenda a mídia (2006). Brasília: Universidade de Brasília.

VIZER, Eduardo A. Movimentos sociais: novas tecnologias para novas militâncias. In: FERREIRA, Jairo; VIZER, Eduardo. (Org.). Mídia e movimentos sociais: linguagens e coletivos em ação (2007). São Paulo: Paulus, 2007.

SOBRE O AUTOR: Professor efetivo do curso de Comunicação Social da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB) e doutorando no Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da Universidade Federal de Campina Grande, concluiu o mestrado em Comunicação e a graduação em Comunicação Social/Jornalismo na Universidade Federal do Ceará. Na Universidade de Fortaleza (Unifor), obteve o título de especialista em Assessoria de Comunicação e integrou o corpo docente do curso de Jornalismo. Email: simoesmenezes@gmail.com