

UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ  
INSTITUTO DE CULTURA E ARTE  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO  
MESTRADO EM COMUNICAÇÃO

Jornalismo de resistência: apropriação das  
estratégias discursivas do campo midiático pela

*Revista Sem Terra*

Antonio Simões Menezes

Fortaleza – Ceará

2010

UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ  
INSTITUTO DE CULTURA E ARTE  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO  
MESTRADO EM COMUNICAÇÃO

Jornalismo de resistência: apropriação das  
estratégias discursivas do campo midiático pela  
*Revista Sem Terra*

Antonio Simões Menezes

Dissertação apresentada como  
requisito parcial para a obtenção  
do título de Mestre em  
Comunicação pela Universidade  
Federal do Ceará.

Orientadora: Professora doutora  
Márcia Vidal Nunes.

Fortaleza – Ceará

2010

UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ  
INSTITUTO DE CULTURA E ARTE  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO  
MESTRADO EM COMUNICAÇÃO

Jornalismo de resistência: apropriação das  
estratégias discursivas do campo midiático pela

*Revista Sem Terra*

Antonio Simões Menezes

Banca Examinadora

---

**Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Márcia Vidal Nunes**

---

**Prof. Dr.<sup>a</sup> Teresa Cristina Furtado Matos**

---

**Prof. Dr.<sup>a</sup> Roberta Manuela Barros de Andrade**

## AGRADECIMENTOS

Em especial à minha Nossa Senhora de Fátima, embora não seja tão religioso quanto possa parecer.

A Edna, pelo amor, paciência, amizade, carinho, inteligência, caráter e por ficar comigo até.....

À minha família, que foi e sempre será fundamental, por aquela noite inesquecível de comemoração, ao ter sido aprovado na seleção do Mestrado.

À professora Márcia Vidal, que acreditou no meu projeto e, como minha orientadora, mesmo quando foi viver no Rio de Janeiro nunca esteve ausente.

Ao professor Eduardo Freire, cujas dicas foram preciosas no processo de seleção do Mestrado.

À Professora Roberta Manuela, além de todos os ensinamentos, pelo abraço gostoso ao saber que eu havia sido selecionado para o Mestrado.

À professora Teresa Cristina, que aceitou deixar a bela cidade de João Pessoa para participar da minha banca.

À professora Catarina Oliveira, pois suas considerações contribuíram muito para o desenvolvimento deste trabalho.

À professora Cida de Sousa, que arranjou tempo em sua agenda para me oferecer uma ajuda providencial no momento em que mais precisei.

Aos jornalistas Antônio Biondi e Miguel Stédile, que me ajudaram a compreender a linha editorial e as rotinas produtivas da *Revista Sem Terra*.

À professora Elane Pereira, por abdicar do seu final de semana para fazer a revisão ortográfica deste trabalho.

Aos colegas do Mestrado, muito obrigado por tudo.

## RESUMO

MENEZES, Antonio Simões. Jornalismo de resistência: apropriação das estratégias discursivas do campo midiático pela *Revista Sem Terra*. Orientadora: Márcia Vidal Nunes. Fortaleza: Instituto de Cultura e Arte, 2010. Dissertação (Mestrado em Comunicação).

A comunicação é um dos diferenciais do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST). Por meio de uma política de comunicação consolidada, ele objetiva ganhar mais visibilidade e conquistar o apoio da sociedade para suas causas e ações. A partir da observação aprofundada do jornalismo praticado por um dos mais veementes críticos da chamada grande imprensa, neste trabalho temos o objetivo básico de compreender como a *Revista Sem Terra* supostamente se apropria das estratégias discursivas do campo midiático para materializar e legitimar um discurso jornalístico informativo capaz de operar na construção social da realidade. Com o referencial teórico baseado em autores como Gohn (2007), Bourdieu (2007), Peruzzo (2008), Traquina (2005), Sponholz (2009), Sousa (2005), Melo (2003), as categorias fundamentais para a nossa análise foram apresentadas. O método selecionado foi a Análise do Discurso, pois os procedimentos pragmáticos, por também estarem preocupados com o contexto da enunciação, serão utilizados para buscar entender as intenções dos enunciadores. De acordo com autores como Maingueneau (2001), Foucault (2003), Bakhtin (1997) e Charaudeau (2006), foi realizada a análise do material empírico. Longe de defender uma visão purista da comunicação alternativa, com as mesmas estratégias discursivas da mídia comercial, a publicação estudada constrói uma realidade legitimadora do MST.

**Palavras-chave:** Movimentos Sociais. Jornalismo. Análise do Discurso.

## ABSTRACT

Menezes, Antonio Simoes. Journalism of resistance: ownership of the strategies of discursive field media by Revista Sem Terra. Supervisor: Marcia Vidal Nunes. Fortaleza: Institute of Culture and Art, 2010. Dissertation (Masters in Communication).

Communication is one of the differentials of the Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST). Through a consolidated communications policy, it aims to gain more visibility and gain support from society for their causes and actions. From the detailed observation of journalism practiced by one of the most vehement critics of the so called mainstream media, in this work we aim to understand how the Revista Sem Terra supposedly appropriates the discursive strategies of the media field and to realize a legitimate journalistic discourse information can to operate in the social construction of reality. With the theoretical framework based on authors like Gohn (2007), Bourdieu (2007), Peruzzo (2008), Naughty (2005), Sponholz (2009), Sousa (2005), Melo (2003), the main categories for our analysis were presented. The method chosen was to Discourse Analysis, as pragmatic procedures, also for being concerned with the context of the utterance will be used to try to understand the intentions of speakers. According to authors like Maingueneau (2001), Foucault (2003), Bakhtin (1997) and Charaudeau (2006), was performed to analyze the empirical material. Far from advocating a purist vision of alternative communication, with the same discursive strategies of the commercial media, publication constructs a reality that legitimizes the MST.

**Keywords:** Social Movements. Journalism. Discourse Analysis.

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	09
<b>1 – GUERRA SIMBÓLICA</b> .....	15
<b>1.1 – Disputa no campo midiático</b> .....	15
1.1.1 – Fontes pautam a mídia.....	17
1.1.2 – Mídias híbridas.....	21
<b>1.2 – Visibilidade dos movimentos sociais</b> .....	24
<b>1.3 – Política de comunicação do MST</b> .....	35
<b>2 – JORNALISMO E MOVIMENTOS SOCIAIS</b> .....	45
<b>2.1 – O que é jornalismo?</b> .....	45
2.1.1 – Fases do Jornalismo.....	46
<b>2.2 – Gêneros do jornalismo em questão</b> .....	48
2.2.1 – Surgimento da objetividade jornalística.....	51
2.2.2 – “Doutrina da objetividade”.....	55
2.2.3 – Discursos das fontes .....	57
2.2.4 – Apropriação do discurso jornalístico.....	60
<b>2.3 – Jornalismo alternativo</b> .....	61
2.3.1 – Desenvolvimento da imprensa alternativa.....	64
2.3.2 – Jornalismo de resistência hoje.....	67
<b>2.4 – Jornalismo de revista</b> .....	71
2.4.1 – Construção do discurso jornalístico da <i>Revista Sem Terra</i> .....	75
2.4.2 – <i>Gatekeepers e Newsmaking</i> .....	80
2.4.3 – Rotinas produtivas da <i>Revista Sem Terra</i> .....	84
<b>3 – A REALIDADE CONSTRUÍDA PELA REVISTA SEM TERRA</b> .....	91
<b>3.1 – Por que a Análise do Discurso?</b> .....	91
3.1.1 – Construção social da realidade.....	104
3.1.2 – Escolhas metodológicas.....	111
<b>3.2 – A verdade, segundo o MST</b> .....	114
3.2.1 – Tomar a palavra .....	117
3.2.2 – Procedimentos de designação.....	129
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	138
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	141
<b>APÊNDICES</b> .....	148
<b>ANEXOS</b> .....	155

## LISTA DE FIGURAS

<b>FIGURA 1:</b> Capa da edição ago-set/2008.....	119
<b>FIGURA 2:</b> Revista publicou cópias de documentos do Ministério Público gaúcho.....	130
<b>FIGURA 3:</b> “Ilustração” da reportagem “Estado de exceção, regra de estado”.....	132
<b>FIGURA 4:</b> “Ilustração” da reportagem “A luta pela Água na Capital do Amazonas”.....	134
<b>FIGURA 5:</b> “Ilustração” da reportagem “Mudar para manter”.....	135

## INTRODUÇÃO

MST. O que vem à sua mente ao ler essa sigla? Invasões, badernas, criminosos, enfim, terror? Talvez, possa estar associada à agricultura familiar, aos produtos orgânicos, à reforma agrária ou à justiça social. A explicação para concepções tão díspares é complexa. Envolve questões políticas, econômicas, culturais, sociais, ideológicas, que permeiam todo o processo de construção da imagem do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST) perante a sociedade brasileira.

Nessa perspectiva, as formas simbólicas serão fundamentais para a produção de uma ou outra imagem do movimento social. Conforme explica Charaudeau (2007), os indivíduos operam na construção das representações dos valores que subjazem suas práticas e, dessa forma, desenvolvem e manipulam signos, produzindo sentido.

Segundo Pinto (2003), por meio dos textos, são travadas batalhas cotidianas e os participantes de um processo comunicacional tentam apresentar a última palavra. Ou seja, segundo o autor, esses atores sociais visam a fazer os receptores reconhecerem o aspecto hegemônico dos discursos que elaboram. Por isso, no campo midiático, ocorre uma guerra.

Afinal, na contemporaneidade, a mídia é legitimada como instância adequada para informar a sociedade. Por amplificar os discursos dos mais distintos segmentos sociais, os meios de comunicação são considerados fundamentais para a vitória das diversas disputas que compõem esse conflito simbólico diuturno.

Neste momento, em trincheiras opostas estão a mídia de informação (VIZER 2007, CHARAUDEAU 2007) e as mídias radicais (DOWNING 2002). Cada qual busca produzir a realidade, que, de forma consciente ou não, será modelada pelas suas convicções, preconceitos e virtudes; cada uma tem a ambição de ser a detentora da verdade absoluta sobre o episódio referente.

A mídia usa uma série de estratégias discursivas para captar a atenção da audiência e manter o público informado. Para atingir esses fins, 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.

A idealização da comunicação alternativa impede a percepção das influências recebidas do campo midiático. Há quem acredite, por exemplo, que a mídia radical, 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 MST, por exemplo, se apropriou e resignificou conceitos, estratégias e criou diversos produtos de comunicação. Com 26 anos de existência “formal”, ele tem como principal bandeira a luta pela reforma agrária e tornou-se o movimento camponês com maior longevidade que este país já viu.

Conforme a cartilha “MST lutas e conquistas”, produzida pela Secretaria Nacional do MST, ao longo desse período, esteve junto a 1,5 milhão de pessoas, que estão acampadas ou assentadas. Atualmente, 90 mil famílias (cerca de 400 mil pessoas) vivem em mais de mil acampamentos, presentes em 23 estados e no Distrito Federal.

Mais de 100 cooperativas e mais de 1.900 associações foram criadas nos assentamentos do MST. Na área da educação, mais de 100 mil sem-terra foram alfabetizados. No Ensino Superior, por meio de convênios com universidades públicas, cerca de cinco mil militantes estudam em 50 instituições de ensino, distribuídos em 100 turmas nas mais diversas áreas do conhecimento.

Estes são apenas alguns dados, divulgados pelo próprio movimento, que comprovam a sua força. Esta não seria a mesma sem a política de comunicação desenvolvida pelo movimento. Ela desenvolve um papel estratégico, pois o MST acredita que a luta pela reforma agrária não será vencida apenas com as ocupações de terras improdutivas. É necessário conquistar simultaneamente o apoio da opinião pública para essa causa.

Por isso, os militantes e simpatizantes intensificam a utilização dos meios de comunicação para apresentar vitórias, reivindicações, denúncias e a versão do MST sobre os fatos referentes à áreas como política, economia, cultura, entre outras. O movimento edita o *Jornal Sem Terra*, a *Revista Sem Terra*, ajudou a fundar e participa ativamente do jornal *Brasil de Fato*, além de contar com radiadoras em alguns assentamentos e manter o portal do MST.

Os militantes não esqueceram as mídias sociais e estão presentes no *Twitter*, cujo perfil tem quase oito mil seguidores. Sem dúvidas, uma produção que merece ser estudada por pesquisadores de campos como a Sociologia, Jornalismo, História e afins.

É lastimável que, num país com tanta história de apropriação dos meios e de associação das práticas midiáticas aos movimentos sociais reivindicatórios ou contestadores, o pensamento sobre essas práticas entre nós se encontre ainda em fase de balbúcio (MACHADO, 2002, p. 10).

A relevância deste estudo está em fazer uma análise do jornalismo produzido por um movimento social da amplitude e com a estrutura de comunicação do MST. Como um dos principais críticos da mídia comercial, o movimento talvez faça um jornalismo diferente daquele apresentado pela chamada grande imprensa. Porém, em tese, nada o obriga a romper com o “jornalismo de referência” da mídia tradicional.

A partir de tal reflexão, percebemos que o objetivo básico desta pesquisa é compreender como a *Revista Sem Terra* supostamente se apropria das estratégias discursivas do campo midiático para materializar e legitimar um discurso jornalístico informativo capaz de operar na construção social da realidade. A publicação foi escolhida por já estar consolidada (mais de 12 anos de existência) e, *a priori*, parecer contrapor-se a revistas como *Veja* e *Isto É*.

Será que o discurso informativo do periódico pretende-se mais eficaz ao trabalhar com essas estratégias do campo midiático? Quais as estratégias usadas para validar o discurso informativo da revista? Nesse processo de apropriação, as leis inerentes ao discurso jornalístico seriam totalmente seguidas? A revista ousa propor um novo contrato de comunicação com o seu público? Como a questão da polifonia será abordada nos seus textos? Como será enfocada a sempre polêmica “objetividade” em suas páginas?

Norteados por essas questões, construímos o *corpus* da pesquisa 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.

A escolha foi motivada, ainda, por ser a área temática com maior probabilidade de evidenciar o posicionamento do movimento sobre o sistema vigente. 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.

O referencial teórico usado, para viabilizar o trabalho, procurou abranger categorias como movimento social, jornalismo, realidade social e apropriação. Com base na revisão bibliográfica, na qual constam autores nacionais e internacionais como Gohn (2007), Touraine (1996), Bourdieu (2007), Peruzzo (2008), Thompson (1995), Traquina (2005), Sponholz (2009), Jorge Sousa (2002), Melo (2003), Pena (2005), Berger e Luckmann (1999), apresentamos as principais teorias que nos ajudaram a problematizar e interpretar o material empírico do estudo.

Temos consciência de que não há apenas um caminho para estudar o objeto em questão. Optamos pelo método que nos pareceu mais eficiente e eficaz para responder as questões propostas pelo estudo. Nessa perspectiva, a Análise do Discurso foi considerada adequada para realizarmos uma consistente operação analítica do objeto.

A obra seminal da Análise do Discurso é *Discourse Analysis*, publicada em 1952, pelo estruturalista americano Z. Harris. Apesar de criticada, por exemplo, ao ignorar as considerações sócio-históricas de produção dos enunciados, mostrou a possibilidade de ultrapassar os estudos limitados à frase. Os trabalhos de Benveniste também dão sua contribuição ao focar a relação entre o locutor, o seu enunciado, e o mundo (BRANDÃO, 1996).

Porém, ainda nos anos 1920 e 1930, os formalistas russos apresentaram indícios de uma nova forma de analisar o texto que, ao contrário da Análise de Conteúdo, pretendia compreender como o texto significa. Considerada uma área interdisciplinar, a Análise do Discurso surgiu nos anos 1960 sem negar as influências da Psicanálise, da Linguística e do Marxismo. Mas, ao trabalhar na interseção desses campos, conseguiu construir um novo objeto: o discurso (ORLANDI, 2001).

Contudo, na década de 1960, há a preocupação restrita à significação e às regras de construção do texto. A partir dos anos setenta do século XX, a produção de sentido começa a ser enfocada pelos pesquisadores. Em seguida, na chamada Semiologia dos Discursos Sociais, a questão da enunciação ocupa um lugar central. Com base nos fundamentos teóricos da terceira semiologia, a Análise do Discurso é usada como método para compreender a relação entre o dizer e suas condições de produção (SOUSA, 2002).

Sucintamente, poder-se-ia dizer que a AD [Análise do Discurso] da “primeira geração”, aquela dos fins dos anos 60 e início da década

de 70, procurava essencialmente colocar em evidência as particularidades de formações discursivas (o discurso comunista, socialista, etc.) consideradas como espaços relativamente auto-suficientes, apreendidos a partir de seu vocabulário. A AD de segunda geração, ligada às teorias enunciativas, pode ser lida como uma reação sistemática contra aquela que a precedeu (MAINGUENEAU, 1997, p. 21).

Inúmeras modalidades de Análise do Discurso são factíveis para a pesquisa do discurso jornalístico, mas elas irão variar de acordo com as perguntas a serem respondidas por cada estudo. Conforme Iñiguez (2005: p. 51), a pragmática “fornece o arsenal teórico e metodológico para a análise da linguagem em seu uso”. Ela é ainda mais adequada, como explica Koch (2006), quando se pretende interpretar as intenções do enunciador, que são evidenciadas pelas marcas deixadas no seu discurso.

Por isso, acreditamos que os procedimentos pragmáticos, por também estarem preocupados com o contexto da enunciação e, ressaltamos, com a questão das intenções, serão eficazes para alcançarmos nossos objetivos analíticos de compreensão da suposta apropriação das estratégias discursivas do campo midiático na construção do discurso jornalístico informativo na *Revista Sem Terra*. Com base em autores como Maingueneau (2001), Charaudeau (2007), Pinto (2003), Orlandi (2001), Foucault (2003), Bakhtin (1997), iremos efetuar a análise do *corpus* deste trabalho legitimada pela pragmática.

No primeiro capítulo, abordamos a guerra simbólica travada diuturnamente no campo midiático. Atores sociais dos mais diversos campos, por meio da elaboração de formas simbólicas, disputam um bem imprescindível no mundo contemporâneo: a visibilidade. Como existir é sinônimo de visibilidade, os construtos simbólicos tornaram-se essenciais para legitimar discursos e ações.

Nesse sentido, pautar a mídia pode significar o sucesso ou o fracasso de várias batalhas disputadas na área rural, na arena política, enfim, na nossa sociedade. Afinal, na atualidade, o campo midiático não é mais subordinado ao político ou ao econômico (se é que um dia já foi). Segundo a hipótese da *agenda-setting*, a sociedade irá conversar e debater sobre os temas divulgados pela mídia.

Não só pela mídia comercial. Percebemos claramente que o campo midiático deixa de ser composto apenas pelas instituições tradicionais. Estas passam a dividir espaços com novos agentes enunciadoreis, como movimentos sociais, empresas, clubes

de futebol, partidos políticos, Forças Armadas, Igrejas etc. Esses agentes começam a demarcar o seu território e redimensionam o campo na luta por mais visibilidade.

Adiante, no segundo capítulo, conceituamos e fazemos uma contextualização das fases do jornalismo desde o século XVII até a atualidade. O debate sobre os gêneros do jornalismo introduz a questão da objetividade jornalística. Algumas noções de objetividade são apresentadas e a relação desta com a construção de um discurso o mais próximo possível da realidade referente.

A partir de então, problematizamos o jornalismo informativo da *Revista Sem Terra*. A publicação seria uma tática, para dar visibilidade ao movimento? A *Revista Sem Terra* usaria a credibilidade jornalística, para veicular a “verdade” (a sua versão do fato) sobre o próprio movimento e a questão agrária brasileira? Em seguida, apresentamos o surgimento e o desenvolvimento da imprensa alternativa brasileira para, posteriormente, situar o nosso objeto dentro do jornalismo de resistência hoje.

Por meio do enfoque das especificidades do discurso jornalístico de revista, chegamos ao objeto desta pesquisa. A partir de então, as informações obtidas nas entrevistas com o editor da *Revista Sem Terra*, Antônio Biondi, e com um dos coordenadores da comunicação do MST e colaborador da *Revista Sem Terra*, Miguel Stédile, foram essenciais. Elas viabilizaram a explicação do contexto em que a *Revista Sem Terra* surgiu, qual o papel que desempenha dentro da política de comunicação do MST, e também nos ajudaram a mapear as rotinas produtivas do periódico.

Depois de todo esse percurso, no terceiro capítulo, explicamos como o jornalismo opera na construção social da realidade. Também justificamos porque a Análise do Discurso é o método mais adequado para nos ajudar a responder as questões propostas por esta pesquisa. Por fim, realizamos a operação analítica do material empírico.

## Capítulo 1 – GUERRA SIMBÓLICA<sup>1</sup>

### 1.1 – Disputa no campo midiático

Neste exato momento, uma guerra é travada na sociedade contemporânea. Pessoas físicas, empresas, governos, movimentos sociais, enfim, organizações dos mais distintos setores estão no *front*. Todos querem conquistar espaço no campo midiático. Impulsionados não por um fútil desejo de quinze minutos de fama, como observou Andy Warhol ao tratar da televisão, eles lutam por um bem fundamental nos dias atuais: a visibilidade.

Nesse sentido, a mídia, que é uma das instâncias constituintes das sociedades democráticas (CHARAUDEAU, 2007), tem importância fundamental. Ela passou a ser um espaço privilegiado de mediações públicas, articulando o público com o privado, e a especificidade de sua força se acha precisamente no potencial de construir dispositivos de regulação (NUNES; MENEZES; CARVALHO, 2009).

O campo midiático (e sua crescente concentração corporativa e transnacional) foi transformado em um campo de poder simbólico subordinado a uma dimensão “política” e “econômica”, em um campo capaz de definir para todos os públicos o que devia ser considerado importante, a “verdade e a objetividade”, a visibilidade e a noticiabilidade dos fatos sociais (VIZER, 2007, p. 27).

O senso comum não consegue perceber, mas todos os dias são travadas batalhas nessa guerra simbólica ininterrupta. Entretanto, o que vem a ser a dimensão simbólica da sociedade? “[...] há o simbólico, essa máquina de fazer viver as comunidades sociais, que manifesta a maneira como os indivíduos, seres coletivos, regulam o sentido social ao construir sistemas de valores” (CHARAUDEAU, 2007, p. 17).

Entre as diferentes configurações que tornam o simbólico visível, podemos enfocar como os militantes do MST tentam consolidar sua imagem como um movimento social legítimo. Com esse objetivo, criam seus próprios meios de comunicação e editam notícias, que vão geralmente de encontro àquelas veiculadas pela mídia hegemônica. Esta busca diuturnamente deslegitimar o movimento e destruí-lo, ao

---

<sup>1</sup> Este tópico foi apresentado parcialmente em formato de artigo no VII Encontro Nacional de História da Mídia. A partir dos debates e contribuições dos pesquisadores presentes nesse evento, formatamos o texto final aqui apresentado.

referendar uma campanha pela sua criminalização (NUNES; MENEZES; CARVALHO, 2009).

Isso porque é próprio de uma comunidade social produzir discursos para justificar seus atos, mas não está dito que tais discursos revelam o verdadeiro teor simbólico desses atos: muitas vezes o mascaram (de maneira inconsciente, até mesmo de boa-fé), por vezes o pervertem, ou mesmo o revelam em parte (CHARAUDEAU, 2007, p. 17-18).

Hoje, mais do que nunca, existir é sinônimo de ter constante visibilidade. 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. Conflito que vale poder determinar instrumentos de conhecimento e de expressão arbitrários, evitando que esse arbítrio seja percebido pela sociedade, da realidade social. 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).

Conscientes dessa realidade, os agentes dos mais diversos campos fazem o possível para ter seus discursos divulgados pelos meios de informação<sup>2</sup>, que têm em sua lógica simbólica a vocação para atuar na construção da opinião pública<sup>3</sup> (CHARAUDEAU, 2007). Por isso, passaram, por exemplo, a contratar os assessores de imprensa, profissionais especializados em dialogar, por meio de *releases*, comunicados, notas, sugestões de pautas, *house-organs*, boletins, salas de imprensa *online*, *blogs*, entre outros recursos, com os meios de comunicação.

Com o uso dessa estratégia, acreditam que terão seus temas agendados pela mídia. Esta, por sua vez, conforme Charaudeau (2007), não consegue transmitir o que acontece na realidade social. Na verdade, segundo o autor, ela impõe a construção que elabora do espaço público.

### **1.1.1 – As fontes pautam a mídia**

Os meios de comunicação, em diversas ocasiões, são pautados pelas próprias fontes. A cobertura sobre economia, quando enfoca entidades representativas de setores como a indústria ou o comércio apresentando o faturamento e tendências desses segmentos, normalmente é um exemplo dessa relação. Governos, empresas e entidades sem fins lucrativos, assim como os movimentos sociais, buscam ter os seus discursos amplificados e debatidos por milhões de pessoas em todo o planeta. Os objetivos não são meramente narcisistas (MENEZES; NUNES, 2009).

Os executivos que convocam conferências de imprensa; os políticos que discursam por si mesmos ou por seus partidos; as lideranças que dão face e voz aos movimentos, sejam eles legais ou

---

<sup>2</sup> Denominação adotada por Vizer (2007) e por Charaudeau (2007) para se referir a chamada mídia tradicional, convencional, de referência, hegemônica ou grande imprensa. Neste trabalho, utilizamos esses termos como sinônimos, pois, embora existam diversas concepções sobre seus significados, as áreas de interseção entre esses conceitos são praticamente consensuais.

<sup>3</sup> Segundo Traquina (2005), a primeira vez em que o termo foi usado, em 1744, ainda não tinha uma conotação política. Rousseau é um dos principais responsáveis por esse sentido político, que será consolidado, já no século XIX, pelos filósofos ingleses Bentham e Mills. Fruto das filosofias liberais e das teorias democráticas, “a opinião pública era importante como instrumento de controle social. Numa opinião pública esclarecida, podíamos encontrar um tribunal que reunia ‘toda a sabedoria e toda a justiça da nação’” (TRAQUINA, 2005, p. 47). Charaudeau vai além e apresenta as seguintes concepções de opinião pública: “[...] em sua variante racionalista do século VXIII, que a define como um povo portador de uma razão consensual, em sua variante instintiva do século XIX, que a define como uma multidão portadora de um amálgama de sentimentos, sujeita à manipulação dos líderes, ou ainda como a variante científico-técnica da Segunda Guerra Mundial, que a define como uma média estatística [...]” (CHARAUDEAU, 2007, p. 123).

transgressores; os produtores culturais empenhados na divulgação jornalística de seus eventos; o cientista solicitado como fonte de referência – todos, ao conquistarem o espaço da notícia, realizam ações institucionais, socializando discursos particulares. Fazem inevitavelmente propaganda (CHAPARRO, 2006, p. 50).

Todavia, de acordo com o discurso dos assessores de imprensa, ter o lançamento de um novo produto ou serviço publicado no espaço editorial de um jornal impresso é mais do que propaganda. Afinal, uma notícia, reportagem ou nota em uma determinada coluna possui mais credibilidade do que um anúncio (Menezes; Nunes, 2009).

Alvo da ação estratégica desses múltiplos agentes sociais, o campo dos media tem sido mobilizado pelas diversas instituições, em suas pretensões legitimadoras. Mediante a promoção de acontecimentos e a produção de notícias para serem divulgadas pela mídia, as instituições inserem-se no espaço público, construindo não apenas uma representação de si mesma (mais conhecida como “imagem institucional”), como também a realidade do campo em que atuam. (MONTEIRO, 2006, p. 140).

Conscientes do potencial midiático, o MST vai além da crítica aos grandes jornais, revistas e emissoras de televisão. Ele busca pautá-los e direcionar a angulação das reportagens de modo a maximizar as suas reivindicações. De acordo com Vargas (2006), os sem-terra conseguem persuadir os meios de comunicação 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).

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 midiática<sup>4</sup>.

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 pública<sup>5</sup> deixa 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”. Esses canais de comunicação são denominados por Sant’Anna como “mídia das fontes”<sup>6</sup> (MENEZES, NUNES, 2009).

Lado a lado com uma imprensa comercial poderosa e com um sistema público extremamente precário, que praticamente se limitam a ser porta-vozes do poder, a Mídia das Fontes busca interferir no processo de construção da notícia (*news making*) e na formação do imaginário coletivo, principalmente entre os formadores de opinião. (SANT’ANNA, 2007, p. 88).

A mídia comercial busca aumentar ainda mais seu poderio por meio de fusões, a exemplo da *Disney* ao comprar *ABC News*, colocando em questão a credibilidade do jornalismo (KOVACH; ROSENSTIEL, 2004). No nosso país, a concentração da mídia tradicional nas mãos de poucos é evidente e as alianças também existem (Grupo Folha e Organizações Globo criaram o jornal *Valor Econômico*). Os principais veículos de comunicação estão sob o domínio de menos de dez famílias. Eles seriam os responsáveis por pautar a agenda pública, embora em alguns momentos haja um contra-agendamento e a própria sociedade paute esses meios de comunicação.

---

<sup>4</sup> 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”.

<sup>5</sup> 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.

<sup>6</sup> Conforme a concepção de Sant’Anna (2007), a *Revista Sem Terra* pode ser considerada como integrante da categoria “Mídia das Fontes”, compreendida aqui como “[...] mídias mantidas e administradas por atores sociais que, até então, se limitavam a desempenhar o papel de fontes de informações” (SANT’ANNA, 2007, p. 87). Porém, nesta pesquisa, trabalharemos com o conceito de Mídia de Organização (a ser apresentado adiante) ao tratarmos da *Revista Sem Terra*, pois facilitará a compreensão das hibridizações existentes nos discursos do periódico analisado.

Entretanto, grupos das mais diversas concepções ideológicas e classes sociais, sem ignorar os veículos de comunicação tradicionais e a sua influência no agendamento dos debates na sociedade, passaram a criar canais de comunicação diretamente com a sociedade. Seja por meio dos sites, de redes sociais, de revistas, de jornais ou qualquer outro dispositivo tecnológico, o fato é que eles começam a oferecer uma maior pluralidade de vozes ao debate nacional sobre os mais diversos temas.

Segundo a hipótese da *agenda-setting*<sup>7</sup>, a sociedade irá, em várias ocasiões, conversar e debater sobre os temas divulgados pela mídia. Esse agendamento efetuado pelos meios de comunicação é fundamental para a própria consolidação do campo midiático. Afinal, a seleção daquilo que merece ser divulgado é basilar para a manutenção e legitimação dos meios de comunicação perante a sociedade.

O princípio de seleção então parece ser aquele segundo o qual as exigências – relativas às metas dos meios de comunicação – sejam reforçadas, quer dizer, que mais atenção seja dada para que a informação torne-se mais compreensível para um círculo de receptores o mais amplo possível. (LUHMANN, 2005, p. 57)

Dessa forma, os assuntos esquecidos pela mídia dificilmente serão debatidos pela maior parte da sociedade. Embora publicações, como a *Revista Sem Terra*, busquem pautar, pelo menos, seus simpatizantes e formadores de opinião que trabalhariam como agentes multiplicadores da temática enfocada, podendo chegar a efetuar um contraagendamento.

A hipótese da agenda setting realça a diversidade existente entre a quantidade de informações, conhecimentos e interpretações da realidade social, apreendidos através dos mass media, e as experiências em ‘primeira mão’, pessoal e directamente vivida pelos indivíduos (WOLF, 1995, p.131).

A capacidade de determinar para a audiência aquilo que deve ser considerado importante e digno de reflexão é o diferencial dos meios de comunicação principalmente na sociedade contemporânea. Como explica Vizer (2007), por meio de tecnologias como a televisão, gradativamente os meios de comunicação passaram a captar, registrar e reproduzir os acontecimentos e ganham legitimidade para influenciar directamente a constituição de uma agenda pública.

---

<sup>7</sup> A hipótese da *agenda-setting* “em consequência da acção dos jornais, da televisão e dos outros meios de informação, o público sabe ou ignora, presta atenção ou descarta, realça ou negligencia elementos específicos dos cenários públicos. As pessoas têm tendência para incluir ou excluir dos seus próprios conhecimentos aquilo que os mass media incluem ou excluem de seu próprio conhecimento” (SHAW apud WOLF, 1995, p.130).

Contudo, é necessário ter uma reflexão aprofundada antes de se chegar a conclusões sobre o “poder” dos meios de comunicação na sociedade.

Urge meditar sobre o desempenho dos meios de comunicação. Devem ser vistos não apenas como suportes ideológicos dos sistemas hegemônicos de pensamento, mas também como lugares de produção de estratégias conflituais que visam reformular o processo social. (CORREIA, 2007, p. 13).

Portanto, é preciso ir além de uma visão maniqueísta dos meios de comunicação. Embora cometam erros, espetacularizem os episódios enfocados, tenham interesses políticos e econômicos dissimulados, desempenham um papel fundamental na sociedade contemporânea. Por isso, não podem ser “simplesmente” demonizados.

### **1.1.2 – Mídias híbridas**

Neste trabalho, assim como Correia (2007), partimos do pressuposto de que, ainda com a existência de discursos dominantes, é essencial perceber as polêmicas que marcam esses enunciados, as contradições e pluralidade de usos que eles comportam. Concordamos também com o conceito de mídia apresentado por esse autor. “Por razões puramente metodológicas, a referência às mídias é contida, todavia, com todas as dificuldades que esse procedimento acarreta, nos limites da sua definição como dispositivos tecnológicos de mediação simbólica” (CORREIA, 2007, p.71).

Baseados em Ferreira (2007), podemos garantir que esses dispositivos tecnológicos não estão mais sob o domínio apenas de instituições midiáticas. O acesso às novas tecnologias de comunicação, como a internet, facilitou a divulgação dos conteúdos produzidos por organizações dos mais distintos setores da sociedade. Como já afirmamos, movimentos sociais, clubes de futebol, igrejas, empresas, prefeituras, casas legislativas, além de várias outras instituições criam as suas próprias mídias.

Isso permite visualizar a categoria ‘campo das mídias’ como o conjunto das instituições que dão nomes a dispositivos midiáticos. Sendo assim, há dispositivos midiáticos assinados (o nome) por instituições não midiáticas. Exemplo: uma vez que determinados dispositivos são assinados pelas ONGs investigadas, consideramos que estas, na análise dos processos de circulação, estão integradas ao campo das mídias. (FERREIRA, 2007, p. 142).

Percebemos claramente que o campo midiático deixa de ser composto apenas pelas instituições tradicionais, como as emissoras de televisão e rádio, e empresas

jornalísticas. Estas passam a dividir espaços com novos agentes enunciativos de discursos de campos específicos ou não. Mais adiante iremos explicar como essas instituições, que passam a integrar esse campo, irão se apropriar de alguns elementos característicos do discurso jornalístico.

Acreditamos ter ficado evidenciado que as novas instituições integrantes do campo midiático começam a demarcar o seu território e redimensionam o campo na luta por mais visibilidade. Com base nessa nova realidade, Vizer (2007) 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.

## 1.2 – Visibilidade dos movimentos sociais

No Brasil contemporâneo, a desilusão com a política partidária atinge uma parcela significativa da população. Partidos políticos e seus representantes perderam a confiança de parte da sociedade. O reflexo dessa situação pode ser percebido em uma simples visita a um site de buscas na internet. No *Google*<sup>8</sup>, por exemplo, existem um milhão novecentos e vinte mil páginas fazendo apologia ao voto nulo ou fomentando o debate sobre essa questão.

A descrença nos partidos políticos é qualificada por Azevedo (2001) como uma debilidade do sistema partidário brasileiro.

Para alguns autores a debilidade é explicada historicamente pela descontinuidade do nosso sistema partidário provocada pelas inúmeras rupturas institucionais como a Revolução de 30, o Estado-Novo, o AI-5 e a redemocratização. Como decorrência, em cinquenta anos, tivemos três sistemas partidários distintos, dois

---

<sup>8</sup> Disponível em <http://www.google.com.br/search?hl=pt-R&source=hp&q=voto+nulo&meta=&aq=f&oq=>>. Acesso em: 12 out. 2009.

períodos multipartidários e um bipartidarismo compulsório [...].  
(AZEVEDO, 2001, p.187).

Em contrapartida, cada vez mais, aumenta o número de brasileiros que pretendem melhorar o país por meio da pressão política e social proveniente dos movimentos sociais. No cenário atual, principalmente os partidos autointitulados de esquerda perdem militantes e simpatizantes para coletivos como o MST. Entretanto, diversos segmentos da sociedade (a União Democrática Ruralista – UDR, por exemplo) não reconhecem o MST como um movimento social.

Nesse caso específico, a suposta ilegitimidade é consequência dos interesses políticos e econômicos de alguns setores sociais. Afinal, conforme Gohn (2007), até mesmo o senso comum percebe um movimento social como um grupo de pessoas que luta por algum bem, seja ele material ou simbólico. De acordo com essa visão, seria um grupo homogêneo, sem diferenças e lutas internas por poder, por exemplo.

No âmbito teórico, essas idiosincrasias e outras fragilidades da observação do senso comum são evidenciadas e inúmeras interpretações construídas sobre os movimentos sociais. Ainda segundo a pesquisadora, a multiplicidade de enfoques referentes aos movimentos sociais dificulta a elaboração de teorias consistentes sobre esses grupos.

As diferentes interpretações sobre o que é um movimento social na atualidade decorrem de três fatores principais: primeiro: mudanças nas ações coletivas da sociedade civil, no que se refere a seu conteúdo, suas práticas, formas de organização e bases sociais; segundo: mudanças nos paradigmas de análise dos pesquisadores; terceiro: mudanças na estrutura econômica e nas políticas estatais. Resulta dessas alterações que um conjunto díspar de fenômenos sociais tem sido designado como movimentos sociais (GOHN, 2007, p. 243).

Goss e Prudêncio (2004) explicam que o conceito de movimentos sociais passou por diversas fases. Até o início do século XX, estava vinculado somente a organização e ação dos trabalhadores em sindicatos. Na década de 1960, de acordo com as autoras, as definições sobre a questão tornam-se mais consistentes. Goss e Prudêncio (2004) lembram que Alain Touraine dá uma contribuição essencial para esses estudos quando afirma que os movimentos sociais poderiam ser considerados o objeto da Sociologia e critica o estudo dos fenômenos sociais por meio da categoria de luta de classes.

Conforme Goss e Prudêncio, os conceitos de movimentos sociais, ao fazerem referência às ações coletivas, vieram substituir o conceito marxista de classe social, que, a partir da década de 1970, começava a ser superado nas Ciências Sociais. Nessa

perspectiva, os trabalhos de Touraine e as contribuições de neomarxistas como Castells resultaram na teoria dos Novos Movimentos Sociais.

Nesse período foram introduzidas questões diferenciadas na análise da realidade social, como a ênfase na microestrutura e não somente na macro, a percepção de uma multiplicidade de fatores de análise, além do econômico, o deslocamento da atenção da sociedade política para a sociedade civil, e da luta de classes para os movimentos sociais (GOSS;PRUDÊNCIO, 2004, p. 77).

Desde então, de acordo com as autoras, os cientistas sociais superaram a análise dos sujeitos políticos somente baseada enquanto relação “classe-partido-Estado”. Com base nessa nova percepção da sociedade, as autoras asseguram que partidos e sindicatos deixam de ser protagonistas políticos e assistem a ascensão dos movimentos populares vinculados aos bairros como novos atores principais dessa área.

Todavia, Goss e Prudêncio dialogam com Gohn ao lembrar que não há consenso sobre o conceito de movimento social entre os pesquisadores. Elas citam Alberto Melluci, o qual acredita que o conceito de movimentos sociais é reducionista e prefere trabalhar com a concepção de ações coletivas. Essas noções díspares são explicadas por Goss e Prudêncio por um problema de “simetria entre empiria e teoria”.

Elas questionam o fato de o conceito ter surgido nas lutas populares e, posteriormente, ter sido apropriado pelos intelectuais que estudam a questão. Uma visão idealizada dos movimentos sociais, por parte dos “pesquisadores-militantes”, na visão das autoras, também dificultaria a construção de um conceito mais consistente.

Este ponto se desdobra num segundo, que é a idéia da sociedade civil, *locus* dos movimentos sociais, como reservatório de virtudes, o que implica uma sobrevalorização do potencial político dos atores sociais e a crença numa falsa independência em relação a partidos políticos e outras organizações. Isso leva a questionar até que ponto a teorização sobre os movimentos sociais descreve a prática dos atores e se é possível e desejável que a teoria assuma esse papel (GOSS; PRUDÊNCIO, 2004, p. 76).

As autoras defendem que os movimentos sociais, na atualidade, vislumbram uma reorientação coletiva. Massoni (2007) tem pensamento semelhante ao argumentar que um traço distintivo dos atores sociais da época da globalização é a sua composição marcada pela heterogeneidade e constante mutação, variação intrínseca. É nesse sentido que Goss e Prudêncio afirmam que esses atores sociais já não se enquadram em categorias teóricas tradicionalmente reconhecidas como pertinentes para classificar as ações coletivas.

A partir de compreensão semelhante, os movimentos sociais são considerados “[...] ações coletivas que visam modificar o modo de utilização social de recursos importantes em nome de orientações culturais aceitas na sociedade considerada.” (TOURAINÉ, 1996, p. 84). Ainda segundo o sociólogo, outro elemento constitutivo dessas organizações é a elaboração de um programa político. Afinal, na concepção do autor, os movimentos sociais buscam soluções para questões específicas e de natureza universal.

Por outro lado, só existe movimento social se a ação coletiva tem objetivos sociais, isto é, reconhece valores ou interesses gerais da sociedade e, por conseguinte, não reduz a vida política ao confronto de campos ou classes, ao mesmo tempo que organiza e desenvolve conflitos. (TOURAINÉ, 1996, p. 85).

Os conflitos já não são marcados basicamente por uma oposição ao sistema capitalista. Eles passam a centrar suas reivindicações em questões identitárias, por exemplo. “Esses movimentos, de acordo com o autor [Laclau], tendem a criar e politizar espaços alternativos de lutas. Os ‘novos movimentos’ que surgem na América Latina não se baseiam mais em um único modelo totalizante de sociedade, como ocorria anteriormente” (GOSS; PRUDÊNCIO, 2004, p. 77).

As mudanças na geopolítica internacional, principalmente na década de 1980, e o crescimento da globalização consolidaram as novas demandas e, por consequência, esses novos movimentos sociais. Questões étnicas, ambientais e de gênero são algumas das causas defendidas por milhares de pessoas que compõem tais coletivos. “Os chamados novos movimentos sociais são diversos, mutantes; às vezes e a partir de certa perspectiva, inconstantes. Muito deles se organizam em torno de necessidades básicas: o direito de ter uma casa, ao alimento, à educação [...]” (MASSONI, 2007, p. 98).

Mas Goss e Prudêncio alertam para a diferença entre os novos movimentos sociais europeus e aqueles existentes na América Latina.

Na Europa, portanto, “novo” refere-se ao oposto do “antigo” movimento da classe trabalhadora; na América Latina, os movimentos que não se pautam por relações clientelistas[...] [...] Enfim, “novo” passou a referenciar movimentos que demandavam não apenas bens e serviços necessários à sobrevivência humana, como também reivindicavam a garantia dos direitos sociais modernos, de igualdade, liberdade e democratização das relações sociais GOSS; PRUDÊNCIO, 2004, p. 87).

Para Vizer (2007), a “idéia-força” de emancipação social coletiva, que embasava as ações dos movimentos sociais, foi abatida pelas armas e, sobretudo, pela

crise do “socialismo real”. Mas novas “idéias-forças” surgiram junto com essas novas mobilizações sociais, que buscam integração e reconhecimento dentro da sociedade. “[...] não buscam apossar-se do Estado por assalto, nem confiam nas estruturas institucionalizadas, ou nos políticos e nos funcionários que pretendem seduzi-los com promessas descumpridas” (VIZER, 2007, p. 30-31).

No entendimento de Gohn (2007), a “idéia-força” é considerada “força social” e consiste em uma categoria fundamental para compreender o conceito de movimento social. “O conjunto desses fatores – carências, legitimidade da demanda, poder político das bases, cenário conjuntural e cultura política do grupo – resultará na força social de um movimento, gerando o campo de forças do movimento social” (GOHN, 2007, p. 250).

Na tentativa de construir o conceito de movimento social, conforme Gohn (2007), a categoria luta social também será essencial. Afinal, a existência dos movimentos sociais em vários setores da sociedade será explicada por conta da luta social dos homens pela garantia de direitos ou privilégios, pela manutenção das leis ou por mudanças na legislação. Uma de suas características básicas, de acordo com Gohn (2007), é sempre atuarem em áreas de conflito.

Historicamente, sempre foram os setores subordinados os que mais produziram lutas sociais; mas encontramos também lutas e movimentos nos setores dominantes, esses também em busca de construção de sua historicidade. Muitas dessas lutas se desenvolveram entre segmentos das próprias elites, outras foram das elites contra setores subordinados (GOHN, 2007, p. 250).

Porém, a própria autora ressalta que a união em torno de uma determinada demanda é apenas uma das características do movimento social. A unicidade de objetivos em comum dos seus membros é fundamental para a constituição do movimento social, bem como o desenvolvimento de práticas e dispositivos instrumentais de ação coletiva com o objetivo de transformar as relações e as práticas institucionalizadas de poder. Com base nessas características, as ações serão planejadas e desenvolvidas por atores coletivos para atingir as demandas reivindicadas pelo grupo.

Segundo Vizer (2007), na América Latina, as bandeiras mais defendidas pelos movimentos sociais ainda são terra, teto e trabalho. Entendimento compartilhado por outros autores que estudam a questão.

De fato, enquanto na Europa e nos Estados Unidos as demandas coletivas indicavam para uma abordagem cultural da construção de identidades, uma vez que naqueles países as carências materiais estavam relativamente resolvidas, na América Latina essa realidade

ainda convivia (e convive) com problemas de ordem material e com a luta pela democratização política nos países em que se instalaram ditadura militares (GOSS; PRUDÊNCIO, 2004, p. 84).

É essencial perceber que a conceituação dos movimentos sociais só pode ser realizada, caso se leve em conta o contexto político, histórico, econômico e social em que eles se desenrolam. Assim, a natureza dos movimentos sociais nos Estados Unidos, na Europa e na América Latina, ao longo dos tempos, é diferenciada, porque fatores específicos marcaram o surgimento dos movimentos sociais nestes lugares.

Porém, independente da localização geográfica, eles jamais institucionalizam suas ações nem mesmo o próprio movimento. Conforme Gohn (2007), os militantes contam com a ajuda de organizações dos mais diversos setores da sociedade para a execução de seus projetos. Igreja, Organizações Não Governamentais, partidos políticos e até empresas, entre outras instituições, podem firmar parcerias com os movimentos sociais.

No caso do Brasil, por exemplo, a Igreja Católica teve um papel significativo na organização popular por meio das Comunidades Eclesiais de Base (Cebes). Legitimadas pela Teologia da Libertação, as Cebes desenvolveram diversas ações em todas as regiões brasileiras para mobilizar os mais pobres na luta por seus direitos básicos e por uma sociedade mais justa e fraterna.

Outra questão central para a compreensão dos movimentos sociais é perceber o cenário de instabilidade em que historicamente são gestados e desenvolvem suas ações.

Os movimentos sociais representam uma forma específica e historicamente diferenciada de organização social, surgida nos fins do século XIX, como manifestação de setores sociais fundamentalmente urbanos que cobraram consciência de ser encontrados sujeitos em condições de vida não só injustas ou restritivas, mas, além disso, compartilhadas por um setor ou grupo social identificável e identificado (VIZER, 2007, p. 45).

Agir de forma estratégica será imprescindível para os movimentos sociais vencerem a luta social na qual se encontram. Conforme Gohn (1997), que efetua a análise desses grupos no campo da política, os movimentos sociais são expressões de poder da sociedade civil, e sua existência, independente do tipo de suas demandas, sempre se desenvolve num contexto de correlação social. Eles são, portanto, fundamentalmente, processos político-sociais.

Com base em todas essas características, Gohn (2007) construiu o seguinte conceito:

Movimentos sociais são ações sociopolíticas construídas por atores coletivos pertencentes a diferentes classes e camadas sociais, articuladas em certos cenários da conjuntura socioeconômica e política de um país, criando um campo político de força social na sociedade civil. As ações se estruturam a partir de repertórios criados sobre temas e problemas em conflitos, litígios e disputas vivenciados pelo grupo na sociedade. As ações desenvolvem um processo social e político-cultural que cria uma identidade coletiva para o movimento, a partir dos interesses em comum (GOHN, 2007, p. 251).

No intuito de vencer as lutas em que estão envolvidos, estratégias são elaboradas pelos movimentos sociais. Eles pretendem adquirir visibilidade pública e utilizá-la como estratégia política para sua maior inserção na sociedade. As bandeiras defendidas por esses grupos deixam a esfera privada, os nichos estereotipados, os guetos das metrópoles, os locais mais afastados dos grandes centros urbanos e, assim como as últimas políticas públicas criadas pelo Executivo ou as leis aprovadas pelo Legislativo, tornam-se públicas.

Com esse objetivo comum, agentes de matizes distintas passam a operar em parceria e formam redes de movimentos sociais. Elas abordam questões constitutivas da própria sociedade e, por isso, buscam conquistar a empatia dos mais diversos atores sociais.

Os NMS [Novos Movimentos Sociais] latino-americanos apontam para um projeto alternativo em construção, o que indica que nessas novas práticas políticas ainda não há uma homogeneidade, sendo marcados por conotações de classe, uns de base mais popular (sem terra, bairros sindicais) e outros mais típicos da classe média (ecológico e feminista). Há também uma dificuldade de penetração na sociedade civil como um todo, devido ao alcance fragmentado e localizado das ações. No entanto, compartilham a ideologia do anti-autoritarismo e lutam pela descentralização do poder. (GOSS; PRUDÊNCIO, 2004, p. 87).

Integrante dos novos movimentos sociais, o MST também pretende adquirir visibilidade pública, pois sabe que ela será essencial para a vitória na luta pela reforma agrária e, acima de tudo, por justiça social.

O MST também se articula em rede. Hoje, com atuação em 23 estados e no Distrito Federal, o movimento garante ter um programa político voltado à construção de um projeto popular para o Brasil, baseado na justiça social e na dignidade humana. Conforme a Carta do 5º Congresso Nacional do MST, realizado em Brasília, em junho de 2007, a organização afirma que continuará a articular o povo na luta contra a desigualdade e as injustiças sociais.

O evento contou com a participação de 17.500 trabalhadores rurais sem terra de 24 estados brasileiros e 181 convidados internacionais, que representavam 21 organizações camponesas de 31 países. Os militantes assumiram compromissos com causas universalistas. Eis alguns deles:

Articular com todos os setores sociais e suas formas de organização para construir um projeto popular que enfrente o neoliberalismo, o imperialismo e as causas estruturais dos problemas que afetam o povo brasileiro; lutar contra as derrubadas e queimadas de florestas nativas para expansão do latifúndio; lutar para que a classe trabalhadora tenha acesso ao ensino fundamental, escola de nível médio e a universidade pública, gratuita e de qualidade; lutar pela democratização de todos os meios de comunicação da sociedade contribuindo para a formação da consciência política e a valorização da cultura do povo<sup>9</sup>.

A presença de diversos representantes de organizações camponesas demonstra que o MST faz parte de uma rede de movimentos sociais espalhados ao longo do globo. Conforme Goss e Prudêncio (2004), esses grupos compartilham a cultura de movimento e dividem uma identidade coletiva. Apesar de originariamente defenderem bandeiras distintas, os movimentos sociais dos mais diversos matizes percebem que compartilham temas, como justiça social, ecologia, entre outros, em comum na luta por uma sociedade mais humana. Essa articulação é facilmente visualizada em ações como o Fórum Social Mundial<sup>10</sup>.

A união viabiliza uma atuação local cuja influência chega ao âmbito global. Uma questão como o plantio de soja transgênica no Centro-oeste brasileiro, por exemplo, rapidamente é debatida por inúmeros grupos. Desde os defensores de causas ambientais até aqueles preocupados com reforma agrária em vários pontos do Brasil e do mundo irão pressionar o poder público no intuito de evitar a adoção desse tipo de prática agrícola.

Por meio de uma eficaz rede de comunicação, os movimentos sociais trocam informações praticamente em tempo real. A apropriação das novas tecnologias de comunicação, a exemplo da rede mundial de computadores, facilitou e viabilizou

---

<sup>9</sup> Disponível em <http://www.mst.org.br/node/7701>. Acesso em: 12 out. 2009.

<sup>10</sup> Segundo o site do Fórum Social Mundial (FSM), “O FSM é um espaço de debate democrático de idéias, aprofundamento da reflexão, formulação de propostas, troca de experiências e articulação de movimentos sociais, redes, ONGs e outras organizações da sociedade civil que se opõem ao neoliberalismo e ao domínio do mundo pelo capital e por qualquer forma de imperialismo”. Disponível em: [www.forumsocialmundial.org.br/main.php?id\\_menu=19&cd\\_language=1](http://www.forumsocialmundial.org.br/main.php?id_menu=19&cd_language=1)>. Acesso em: 12 out. 2009.

definitivamente a conexão desses movimentos nos mais remotos cantos de um país ou do mundo. A consolidação dessa atuação conjunta é estratégica para os movimentos sociais.

Estruturados em redes, conseguem atingir a imprescindível visibilidade fomentada pelos atores sociais no mundo contemporâneo. Assim, conseguem amplificar seus discursos e, por consequência, atrair novos militantes identificados com as suas causas.

As redes apresentam dois aspectos importantes: a latência, que permite experiências com novos modelos culturais, criando novos códigos; e a visibilidade, estratégia de enfrentamento de uma autoridade específica contra uma lógica de tomada de decisão. A latência alimenta a visibilidade e esta reforça as redes submersas, fornecendo-lhes energia para renovar a solidariedade e atrair novos militantes. (GOSS; PRUDÊNCIO, 2004, p. 81)

Portanto, também para o MST, a visibilidade é fundamental para reforçar os laços das redes de movimentos sociais, para aumentar a solidariedade e conquistar novos adeptos. É uma nova forma de fazer política, que conta com a colaboração de pessoas das mais diversas classes sociais reunidas em uma ampla teia de movimentos sociais responsáveis pela conexão pública de temas até então considerados inerentes a grupos sociais específicos.

A conquista da visibilidade é uma das estratégias do jogo político contemporâneo. No momento em que não ter visibilidade é sinônimo de inexistência, Gomes (2004) explica que a ação política é pautada pela necessidade de adquirir visibilidade na cena política. Esta é a parte visível da esfera política pela sociedade e irá influenciar a esfera política como um todo, desde o processo de descrição da política de negociação (barganhas, alianças, entre outras táticas políticas) até a construção de discursos e apresentações visuais preparados especialmente para serem decodificados positivamente pelo público.

Ao contrário do que ocorria até cerca de trinta anos atrás, a preocupação em agir politicamente baseado nos anseios populares não se restringe mais aos períodos eleitorais. Segundo Gomes (2004), vivemos em uma época marcada pela “eleição interminável”. Cada jogada no xadrez político é pensada com base na repercussão, positiva ou negativa, perante a sociedade.

Afinal, a esfera de visibilidade pública situa-se, nesse momento, na maioria das democracias liberais, em expansão sobre o campo político reduzindo de forma crescente as esferas de descrição de que se valem a barganha e a política miúda. Nas esferas de

discrição da política de negociação, o agente político é um articulador, um parceiro do jogo entre profissionais da política, um traficante de poder, um negociador etc., enquanto na esfera pública ele é um conjunto de discursos (dele e sobre ele), de apresentações visuais de atos [...] (GOMES, 2004, p. 124-125).

Todas as negociações políticas deixam de ser autônomas e o discurso político também é formatado para ser reproduzido e amplificado pela mídia. Cada vez mais, os discursos políticos são elaborados para seduzir a imprensa e, por isso, pensados por uma ampla gama de profissionais que vai desde publicitários até relações públicas, sem esquecer os jornalistas que assumem as funções de assessores de imprensa.

De acordo com Gomes (2004), a visibilidade somada à competência teatral do ator político pode constituir um considerável poder simbólico. Este é fundamental para que a visibilidade possa ser o meio adequado para que o grupo político consiga a tão almejada popularidade. Por meio do poder simbólico constituído, uma dada ideologia poderá ser imposta para toda a sociedade, estabelecendo, consolidando e reproduzindo relações de dominação.

Afinal, como explica Thompson (1995), não errará quem “[...] conceitualizar ideologia em termos das maneiras como o sentido, mobilizado pelas formas simbólicas, serve para estabelecer e sustentar relações de dominação [...]”. O sentido das formas simbólicas pode servir, em condições sócio-históricas específicas, de diversos modos para manter relações de dominação.

Por isso, uma guerra ocorre cotidianamente pela hegemonia na construção das representações simbólicas. A classe dominante costuma vencer a maior parte das batalhas dessa disputa e utiliza a mídia para legitimar a “realidade” e anular qualquer possibilidade de contestação do *status quo* por parte dos dominados.

[...] os ‘sistemas simbólicos’ cumprem a sua função política de instrumentos de imposição ou de legitimação da dominação, que contribuem para assegurar a dominação de uma classe sobre outra (violência simbólica) dando o reforço da sua própria força às relações de força que as fundamentam e contribuindo assim, segundo a expressão de Weber, para a ‘domesticação dos dominados.’ (BOURDIEU, 2000, p.11).

Os modos de operações gerais da ideologia, em circunstâncias particulares, são associados a certas estratégias de construção simbólica com o objetivo de formarem sentidos que estabeleçam e sustentem relações de dominação. Ainda de acordo com Thompson, legitimação, dissimulação, unificação, fragmentação e reificação são cinco modos gerais de atuação da ideologia.

Por meio da legitimação, por exemplo, as relações de dominação são apresentadas como justas e, por isso, dignas de apoio. Estratégias típicas da construção simbólica, como a racionalização, universalização e narrativização, são empregadas com o objetivo de legitimar um discurso ideológico. Contudo, não é objetivo desta pesquisa analisar como, ao longo de suas rotinas produtivas, o jornalismo utilizará todos os modos de operações gerais da ideologia citados por Thompson.

Neste estudo, basta-nos compreender como é legitimado o discurso ideológico da objetividade jornalística, que o credencia a produtor de formas simbólicas. O discurso jornalístico é legitimado por uma suposta objetividade, que o autoriza informar à sociedade sobre o que ocorre no mundo. Buscaremos entender se o MST se apropria do discurso de objetividade jornalística para construir, por meio da Revista Sem Terra, uma realidade condizente com a visão de mundo do movimento.

A formação de instrumentos midiáticos por parte de movimentos sociais será visto como expressão do *detournement*, conceito desenvolvido por Guy Debord, que defendia o emprego das mesmas armas utilizadas pelo adversário no campo da cultura, economia e política para poder derrotar o próprio inimigo. (VIEIRA, 2007, p. 6).

Em uma clara apropriação dos instrumentos utilizados pelos meios de comunicação convencionais, o movimento irá construir diversos canais para divulgação de informações diretamente para a sociedade sem a necessidade da mediação da mídia hegemônica. Rádio, impresso e internet são alguns meios usados taticamente pelo movimento, que capacita seus militantes para a apreensão das linguagens radiofônica, audiovisual e das especificidades do discurso impresso.

Muitas das práticas cotidianas (falar, ler, circular, fazer compras ou preparar refeições etc.) são do tipo tática. E também, de modo mais geral, uma grande parte das ‘maneiras de fazer’: vitórias do ‘fraco’ sobre o mais ‘forte’ (os poderosos, a doença, a violência das coisas ou de uma ordem, etc.), pequenos sucessos, artes de dar golpes, astúcias de caçadores, mobilidades da mão-de-obra, simulações polimorfos, achados que provocam euforia, tanto poéticos quanto bélicos (CERTEAU, 1994, p. 47).

Não é por acaso, portanto, que movimentos sociais investem nas equipes especializadas em comunicação. O *Greenpeace* e o MST, só para citar um grupo nacional e outro de atuação “oficialmente” internacional, criaram estruturas de comunicação semelhantes àquelas encontradas em empresas privadas ou organizações públicas.

No caso do MST, até mesmo estudos científicos foram produzidos para compreender como a assessoria de imprensa do movimento tenta influenciar a agenda midiática, pois o movimento, embora possua suas próprias mídias, compreende a importância fundamental de se fazer presente na imprensa de referência. Vargas (2006) tentou entender como o movimento buscou pautar os jornalistas, em 2006, sobre o episódio denominado de Abril Vermelho.

Naquele ano, segundo a pesquisadora, havia um assessor de imprensa em cada escritório nacional do movimento (São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília) que agia de forma articulada com o Setor de Comunicação do MST. O movimento também contava com assessores em mais cinco estados de três regiões brasileiras distintas (Nordeste, Sudeste e Sul). Conforme Vargas (2006), a maioria dessas pessoas era jornalista ou estudante de jornalismo. “Os assessores conseguiram agendar na imprensa os 10 anos do massacre de Eldorado do Carajás devido ao contato estabelecido com a mídia durante a semana acompanhada. Se não fosse a assessoria de imprensa muitos jornalistas nem lembrariam da data” (VARGAS, 2006, p. 63).

No próximo tópico, apresentaremos as diversas mídias produzidas pelo grupo que também evidenciam a sua percepção da comunicação como uma estratégia de ação.

### **1.3 – Política de comunicação do MST**

O ano de 1984 entrou para a História do Brasil como um dos momentos de maior mobilização da sociedade civil organizada. O movimento das Diretas Já, que exigia o fim da ditadura militar e eleições diretas para a presidência da República naquele ano, é um símbolo da luta política do povo brasileiro. No momento em que sindicatos, estudantes e intelectuais voltavam a acreditar em um novo Brasil, os camponeses também estavam mobilizados e demonstravam que podiam contribuir para a construção de um projeto sociopolítico mais igualitário para o País.

Na cidade de Cascavel, no estado do Paraná, posseiros, atingidos por barragens, migrantes, meeiros, parceiros e pequenos agricultores estavam reunidos formalmente. A pauta central do encontro era como viabilizar a reforma agrária. Os trabalhadores rurais queriam pôr fim ao descaso com o camponês brasileiro, que remontava há séculos. Denunciavam a política agrícola desenvolvida pelos militares,

que prometia modernizar a nossa agricultura, mas, de fato, privilegiava e consolidava, por meio de créditos rurais, o latifúndio no nosso território<sup>11</sup>.

A estratégia encontrada para lutar em prol da distribuição de terras foi a construção de um movimento orgânico, em âmbito nacional, denominado Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST). Ao longo dos debates desenvolvidos nos dias 20, 21 e 22 de janeiro de 1984, que contou com aproximadamente oitenta trabalhadores rurais de 12 estados brasileiros, os camponeses concluíram que a ocupação de terras era fundamental e legítima. Porém, os próprios militantes garantem que a gênese do movimento não é assim tão facilmente identificável.

Mas seria injusto dizer que começamos ali. A semente para o surgimento do MST talvez já estivesse lançada quando os primeiros indígenas levantaram-se contra a mercantilização e apropriação pelos invasores portugueses do que era comum e coletivo: a terra, bem da natureza. Como imaginar o Movimento Sem Terra hoje, sem o exemplo de Sepé Tiarajú e da comunidade Guarani em defesa de sua terra sem Males. Ou da resistência coletiva dos quilombos ou de Canudos? Da indignação organizada de Contestado? Como imaginar nosso movimento sem o aprendizado e a experiência das Ligas Camponesas ou do Movimento de Agricultores Sem Terra - Master. Por tudo isso, nos sentimos herdeiros e continuadores de suas lutas<sup>12</sup>.

Conforme Bezerra Neto (1999), o movimento popular que mais influenciou o MST foi o das Ligas Camponesas, que atuou no Nordeste brasileiro, nos anos 1950 e 1960. Contudo, segundo este autor, as ocupações de terra que marcaram o surgimento do MST ocorreram no Rio Grande do Sul, após a criação da Comissão Pastoral da Terra, em 1975.

O MST nasceu das lutas concretas pela conquista de terra, que os trabalhadores rurais foram desenvolvendo de forma isolada na região Sul, num momento em que aumentava a concentração de terra, e ampliava a expulsão dos pobres da área rural, devido a modernização da agricultura e à crise do processo de colonização implementado pelo regime militar. (BEZERRA NETO, 1999, p. 11).

Uma das características marcantes do MST é o âmbito nacional. A União dos Lavradores e Trabalhadores Agrícolas do Brasil (ULTAB)<sup>13</sup> e o MST foram os únicos

---

<sup>11</sup> Disponível em <http://www.mst.org.br/node/7702> Acesso em: 12 out. 2009.

<sup>12</sup> Disponível em <http://www.mst.org.br/node/7702> Acesso em: 25 out. 2009.

<sup>13</sup> Movimento criado em 1954, durante a 2ª Conferência Nacional dos Lavradores e Trabalhadores Agrícolas, realizada em São Paulo. Tinha marcada atuação nas regiões Sul e Sudeste, mas pretendia

movimentos sociais de luta pela reforma agrária que almejavam tal amplitude de organização dos camponeses brasileiros. Presente em praticamente todos os estados brasileiros, o MST conseguiu visibilidade não só no campo. Nas metrópoles e em Brasília, também explicitou a sua face política, denunciou as arbitrariedades ocorridas no campo e participou de momentos históricos para o País.

Norteados por mobilizar nacionalmente os trabalhadores para a construção de um novo modelo agrícola e pelo projeto de desenvolvimento nacional baseado na criação de uma sociedade em que a justiça social seja prioridade, o MST participou do movimento das Diretas Já. No ano seguinte, uma reunião com militantes de todo o país foi organizada para traçar as estratégias de atuação do movimento. Esse primeiro Congresso Nacional do MST, em Curitiba, já contou com a participação de 1.500 trabalhadores, que representavam 20 estados, e a ocupação de terras foi ratificada como instrumento legítimo de reivindicação.

Porém, não era só por terra que o movimento lutava. Buscava contatar e mobilizar pessoas que perderam seus lotes, aquelas sem recursos nem incentivos para produzir, os trabalhadores escravizados em propriedades rurais, enfim, os camponeses explorados de todo o país. O desafio foi construir o sentimento de pertencimento ao MST. De forma inteligente, os militantes usaram a ausência de terra ou condições dignas para permanecer nela como instrumento de construção identitária<sup>14</sup>. “Adotando este nome [sem-terra], o MST construiu outro ponto forte de sua identidade: ele passou a ser identificado pela ausência, o ‘não possuir’ era o mais importante” (PAIERO, 2009, p. 2-3).

Com o objetivo de desenvolver o processo de mobilização dos camponeses, o movimento intensificou suas ações de comunicação. Ressaltamos a intensificação porque a produção de formas simbólicas para conquistar e mobilizar os militantes sempre foi uma estratégia usada pelos líderes do MST, mesmo antes da sua criação “oficial”. A mídia impressa foi pioneira na publicização de informações e artigos de opinião pertinentes ao universo dos agricultores.

O Jornal dos Trabalhadores Rurais Sem Terra é uma publicação mensal do MST voltada, principalmente, para seus militantes.

---

extender as lutas camponesas para todo o território nacional. Reivindicava direitos civis e trabalhistas, a previdência e o seguro social, e a reforma agrária. Fonte: site da Federação dos Trabalhadores na Agricultura do Estado de Minas Gerais (<http://www.fetaemg.org.br/historico.php>), acessado em 25/10/09.

<sup>14</sup> Hall (2003) assegura que as identidades são construídas por meio de discursos, práticas e posições, e estão em constante transformação.

Surgiu antes da fundação oficial do MST e, desde então, tem sido um instrumento de formação e informação para o Movimento e para a sociedade. Com tiragem de 20 mil exemplares, o JST [Jornal Sem Terra] procura agregar forças na luta pela Reforma Agrária e por um projeto popular para o Brasil<sup>15</sup>.

Ainda na década de 1980, o jornal, que hoje é editado pela assessoria de imprensa do MST e já conta com mais de 300 edições, teve outros aliados na missão de integrar os militantes. Em 1987, o movimento criou uma bandeira, considerada um de seus maiores símbolos. “Ela está presente nos acampamentos e assentamentos, em todas as mobilizações e lutas, nas comemorações e festas, nas casas dos que têm paixão pelo Movimento”<sup>16</sup>.

Os primeiros frutos da mobilização dos sem-terra começaram a ser colhidos com a promulgação da Constituição de 1988. Após anos de pressão na área rural, embora por meio da Carta Magna a UDR tenha conseguido transformar várias reivindicações em leis, militantes do movimento também conquistaram espaço no Congresso Nacional e ajudaram a aprovar artigos que beneficiaram os camponeses brasileiros. “E com este ímpeto, nos empenhamos também na construção da nova constituinte, aprovada em 1988, quando conquistamos, entre outras vitórias, os artigos 184 e 186, que garantem a desapropriação de terras que não cumpram sua função social”<sup>17</sup>.

Com conquistas deste porte, o movimento se fortaleceu rapidamente entre os pequenos agricultores brasileiros. Amparado pela base, o MST percebeu que caminhava na direção correta. A estratégia de ocupação de terras foi ratificada no II Congresso Nacional do MST, que ocorreu em Brasília, em 1990, e teve como lema “Ocupar, Resistir e Produzir”.

O setor de comunicação também dava sinais de estar no rumo certo. Afinal, havia sido importantíssimo na construção identitária dos militantes do movimento. Por isso, ganhava mais força e, no início da década de 1990, aceitou outro grande desafio: dar visibilidade ao grupo perante toda a sociedade brasileira.

O MST se especializou em se comunicar com a sociedade a partir da criação de grandes fatos noticiosos. Também foi nessa época que o MST começou, mais intensivamente, a se preocupar em divulgar essas ocupações para a mídia e a preparar lideranças para falar com jornalistas, formou com os sindicatos alianças que permitiram a utilização das estruturas de comunicação já

---

<sup>15</sup> Disponível em <http://www.mst.org.br/assinaturas/jornal>, acessado em: 25 out. 2009.

<sup>16</sup> Disponível em <http://www.mst.org.br/node/7674>, acessado em: 25 out. 2009.

<sup>17</sup> Disponível em <http://www.mst.org.br/node/7702>, acessado em: 25 out. 2009.

sedimentadas dessas instituições, e, portanto, ampliou o poder de comunicação do Movimento. O MST começou a entender que, embora seja um movimento que se faz no campo, é nas cidades que ele ganha força (PAIERO, 2009, p.3).

Agora, a guerra simbólica travada no campo midiático visava a conscientizar os habitantes das capitais para a necessidade da realização da reforma agrária no Brasil. Em 1993, os resultados dessas ações podem ser mensurados com um momento histórico: o presidente da República, Itamar Franco, recebeu integrantes do MST, no Palácio do Planalto. Foi a primeira vez na história que a maior autoridade da República dialogou com o movimento, que apresentou várias propostas para viabilizar a reforma agrária.

Com a clara percepção da relevância do momento vivenciado pelo MST, a direção nacional do movimento definiu “Reforma Agrária, uma luta de todos” como lema do terceiro Congresso Nacional do MST, realizado em 1995, em Brasília.

Os lemas dos Congressos Nacionais do MST - realizados de cinco em cinco anos - refletem as elaborações coletivas, as lutas e projetos do Movimento. Refletem também o momento pelo qual o nosso país está passando, e a situação da classe trabalhadora camponesa e seus desafios<sup>18</sup>.

O principal desafio do setor de comunicação era evitar que as ocupações desenvolvidas em vários estados brasileiros fossem usadas como gancho para a mídia de informação macular a imagem do movimento. Mas nem mesmo a assessoria de imprensa montada pelo MST conseguiu evitar que as ocupações fossem noticiadas com uma angulação que denotava vandalismo a essa estratégia de luta dos sem-terra. “O inimigo número um das cercas. De salto em salto, o invasor José Rainha ganha espaço político e casa própria”<sup>19</sup>. Este foi o início do perfil publicado pela maior revista semanal de informação brasileira sobre um dos principais líderes do MST na época.

Apesar das reportagens depreciativas sobre o movimento e seus integrantes, a quantidade de militantes só aumentava, como evidenciou o número recorde de cinco mil delegados no terceiro Congresso Nacional do MST. O crescimento do movimento teve repercussão direta no cotidiano da área rural no País e a tensão no campo também aumentou. Os latifundiários montaram milícias para intimidar os trabalhadores rurais. A batalha por terra ficou ainda mais acirrada e mortes em massa seria questão de tempo.

---

<sup>18</sup> Disponível em <http://www.mst.org.br/node/7702>., acessado em: 25 out. 2009.

<sup>19</sup> *Veja*, 17 de janeiro de 1996, edição 1427, seção perfil – p 51

A tragédia anunciada ocorreu em 17 de abril de 1996, no episódio conhecido mundialmente como o massacre de Eldorado dos Carajás. Cerca de três mil militantes do MST resolveram ocupar uma rodovia estadual do Pará. O objetivo da manifestação era viabilizar a desapropriação de um latifúndio improdutivo. A Polícia Militar foi logo acionada para “restabelecer a ordem” e desobstruir a estrada. As negociações para evitar “o uso da força” foram ineficazes. A determinação para retirar os trabalhadores da via não tardou. Foi a senha para o início do massacre.

O então governador do Pará, Almir Gabriel (PSDB), deu a ordem para a Polícia Militar desmobilizar o protesto e liberar a rodovia. 155 policiais irregularmente armados – de acordo com o relatório do Ministério Público – foram acionados para cumprir a ordem. Resultado: pelo menos 19 integrantes do MST foram assassinados e nenhum policial ficou gravemente ferido (AZEVEDO, 2008, p. 15).

As cenas da chacina, que foi flagrada por uma equipe de televisão, indignaram o País. Com o objetivo de desobstruir uma rodovia, policiais militares do estado do Pará metralharam os manifestantes. Atiraram para o meio da multidão que também era composta por idosos, mulheres e crianças. As cenas de terror foram exibidas em diversos países do mundo. A comunidade internacional ficou chocada com a arbitrariedade das autoridades brasileiras. Nem mesmo a mídia de informação nacional teve coragem de ignorar o fato.

O governador Almir Gabriel, do Pará, mandou a PM desocupar uma estrada no Sul de seu estado. Saldo da operação de trânsito rodoviário: uma carnificina com duas dezenas de sem-terra mortos e 51 feridos. Recolhidos num posto do Instituto Médico-Legal, os corpos de Eldorado dos Carajás trazem as marcas de um massacre<sup>20</sup>.

No campo simbólico, a ação da polícia militar paraense virou gancho para a imprensa humanizar os integrantes do MST. Com a nova conjuntura, até mesmo setores da classe média das metrópoles deram atenção às reivindicações do movimento e começaram a ter simpatia por seus integrantes. “Nessa época, o MST já era conhecido, já recebia apoio de vários segmentos da sociedade, mas o destaque que ele obteve com o Massacre foi fundamental para que sua imagem fosse apresentada a boa parte do público” (PAIERO, 2009, p.4).

Uma parcela significativa da população brasileira conheceu o movimento por meio de uma campeã de audiência naquele ano de 1996: a novela *Rei do Gado*. Apesar

---

<sup>20</sup> *Veja*, 24 de abril de 1996, edição 1441, seção Brasil – p 34.

de a trama tentar estereotipar os militantes e ações do movimento, os atores que interpretavam os sem-terra conseguiram conquistar uma boa parcela dos brasileiros para a causa da reforma agrária. A novela, exibida em horário nobre, de 17 de junho de 1996 a 14 de fevereiro de 1997, certamente ajudou a agendar o debate sobre a questão agrária na sociedade.

Pouco mais de dois meses após o fim da telenovela, outro evento midiático manteve o MST como prioridade na agenda midiática. Cerca de cem mil militantes de vários estados brasileiros, segundo o MST, caminharam centenas de quilômetros, durante meses, até Brasília. A chegada, à Capital do Brasil, foi exatamente em 17 de abril de 1997, um ano após o massacre de Eldorado dos Carajás. Conhecida como Marcha Nacional por Emprego e Reforma Agrária, a manifestação 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.

O aquecimento oficial para a Marcha na imprensa começou cerca de um mês antes do início da saída dos grupos de sem-terra, pois o MST fez um amplo trabalho de divulgação, informando à imprensa trajetos, calendário da Marcha, detalhes da preparação. Os jornais dedicaram atenção especial ao período de organização do evento (PAIERO, 2009, p. 5).

Os veículos de âmbito nacional acompanharam momentos-chave da manifestação, como, por exemplo, o início da caminhada dos militantes do MST e demais movimentos sociais que lutavam pela reforma agrária. A angulação das reportagens costumava ser positiva.

Dispostos a montar acampamento em Brasília no aniversário da chacina de 19 lavradores que ocorreu em Eldorado dos Carajás, Sul do Pará, no dia 17 de abril de 1996, mais de mil integrantes do MST (Movimento Nacional dos Trabalhadores Rurais Sem Terra) põem o pé na estrada segunda-feira, em caravanas que sairão de São Paulo, Mato Grosso e Minas Gerais. Além de cobrar punição para mandantes e executores da matança, os sem-terra prometem

semear comícios pela reforma agrária nas cidades por onde passarão<sup>21</sup>.

Ao longo da reportagem, o roteiro da marcha é informado, bem como os motivos da sua realização. João Pedro Stédile e o então líder José Rainha têm citações publicadas. Até os cuidados com a saúde dos militantes são informados, ressaltando que pessoas com menos de 12 anos e mais de 50 não iriam participar da jornada, pois podiam ter alguma enfermidade ocasionada pelo sol. A notícia ainda teve o cuidado de comparar a caminhada com a Coluna Prestes.

Por onde passavam, os militantes do MST viravam notícias. Foram dezenas de entrevistas para rádios e jornais de cidades do interior de diversos estados de várias regiões brasileiras. Além das explicações sobre a marcha, o espaço era aproveitado para lembrar o surgimento do MST e suas outras reivindicações, como justiça social e educação pública e de qualidade.

Principalmente a população das pequenas cidades saudava os homens que resolveram percorrer o Brasil, compondo três frentes distintas. Elas se encontrariam na capital do País, local em que a tão sonhada reforma agrária poderia ser assegurada. Nem mesmo a mídia convencional anulou o sentimento que uma parcela significativa da sociedade brasileira tinha pelo MST naquele momento, embora quando se referia ao movimento usava expressões que remetiam à violência.

A chamada “Governo sitiado: Sem-terra conquista classe média e FHC enfrenta a oposição das ruas”, da edição 1438, da revista *Isto É*, publicada em 23 de abril de 1997, resume a relação da mídia com o movimento nesse período. Embora sempre que possível buscando desqualificar ou, de forma subliminar, criar um clima de tensão por conta da chegada dos manifestantes no centro do Poder do Brasil, a mídia convencional deu amplo espaço editorial para o episódio.

Não havia como deixar de divulgar a manifestação, que acabou sendo agendada pela própria imprensa para a sociedade durante semanas.

A saga dos sem-terra rumo à Brasília pôde ser acompanhada em capítulos, como uma novela. Isso aconteceu em particular na mídia impressa, já que vários jornais, entre eles, a Folha de S.Paulo, enviaram repórteres para acompanhar o dia-a-dia dos participantes da Marcha. A cobertura da Marcha a Brasília pelo jornalismo impresso trazia a narração das condições diárias enfrentadas pelos sem-terra e a descrição de sua força de vontade os transformou em verdadeiros heróis humanizados. (PAIERO, 2009, p. 7).

---

<sup>21</sup> Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/fol/pol/po15021.htm>, acessado em 25/10/09.

O Observatório da Imprensa, portal especializado em analisar e avaliar a cobertura da mídia, também percebeu o amplo espaço editorial destinado para noticiar a passeata. Ao ler a opinião do jornalista Alberto Dines sobre o episódio, provavelmente fica claro o quanto a tática do movimento foi acertada. Ela não permitiu que a mídia ignorasse a ação, considerada por Dines como “fenômeno político mais importante dos últimos anos”.

Jornais e revistas, que tentaram macular a manifestação, mesmo que em momentos pontuais da cobertura, foram criticados e vivenciaram o risco de perder credibilidade.

Mas a chamada de capa - "A Marcha dos Radicais" - nada tem a ver com o tom sereno da esmerada matéria. Estes artifícios de edição [da revista Veja] para contentar as duas facções não servem à credibilidade da instituição jornalística. Ou os sem-terra estão seriamente empenhados em resolver o problema intocado da reforma agrária ou são radicais e baderneiros. A capa sugere esta hipótese mas nas páginas internas mostra-se algo diferente<sup>22</sup>

Ficou evidente que o setor de comunicação do MST saiu vitorioso nessa batalha específica da guerra simbólica. Nem mesmo a revista Veja, apontada pelos militantes como um dos periódicos jornalísticos que mais distorcem as informações sobre o movimento, conseguiu driblar o agendamento midiático efetuado pela área de comunicação do movimento. E, quando tentou construir um caráter radical para a jornada, foi criticada publicamente por um dos jornalistas mais respeitados do país.

Consciente da necessidade de manter a visibilidade do movimento, o setor de comunicação continuou a procurar pautar a mídia. Nesse sentido, o mês de abril tornou-se referência. Segundo a Coordenadoria Nacional do Movimento, o período não foi escolhido apenas por conta do massacre de Eldorado dos Carajás, sendo, na verdade, historicamente um momento de luta dos camponeses, pois é a época de colheita e preparo da terra para a próxima safra (VARGAS, 2006, p. 45).

No IV Congresso Nacional do MST, realizado em 2000, o primeiro semestre foi oficializado como época de organizar a jornada de lutas com demais movimentos sociais, tendo como referência o dia 17 de abril. As diversas manifestações desenvolvidas nesse mês passaram a ser noticiadas pela imprensa, que apelidou as ações de “Abril Vermelho”. Mais uma tentativa de estigmatizar a imagem do MST. “O uso de

---

<sup>22</sup> Disponível em <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/circo/cir2004.htm#cir02>, acessado em 26/10/09

expressões tais como ‘Abril Vermelho’ e ‘Setembro Negro’ para identificar as lutas por reforma agrária reforçam associações negativas à imagem dos sem-terra e à sua luta”<sup>23</sup>.

O setor de comunicação criou várias táticas para evitar que a imagem do MST seja desgastada. Instrumentos de assessoria de imprensa são usados para monitorar a mídia convencional. Por meio do *clipping*, acompanhamento do material jornalístico veiculado nos principais meios de comunicação do País, os assessores de imprensa preparam notas à imprensa para tentar corrigir reportagens imprecisas e contribuem na definição e difusão dos posicionamentos do movimento sobre questões como, por exemplo, a política agrária do governo brasileiro.

Apesar de não subestimar a importância de estar presente na mídia convencional, o MST também investiu na construção de um sistema de comunicação próprio. Ele tem o desafio de atender a demanda de comunicação do movimento que, após 25 anos de lutas, só nos acampamentos conta com 90 mil famílias (cerca de 400 mil pessoas). Para mobilizar tantos trabalhadores e conquistar novos militantes, o movimento continua a usar a comunicação estrategicamente.

O MST compreendeu que poderia alcançar nichos específicos da sociedade e intensificar a integração dos próprios militantes sem contar apenas com a mediação da mídia tradicional. Para atingir esse fim, além do Jornal Sem Terra, criou a Revista Sem Terra, o site do MST, produziu programas de rádio disponibilizados no seu portal e também atua com radiadoras em alguns assentamentos.

A *Revista Sem Terra* surgiu há treze anos e tem periodicidade bimestral. Ela objetiva ser um mecanismo de informação e formação para a sociedade brasileira e, principalmente, para os simpatizantes e amigos do MST. Atualmente tem uma tiragem de 10 mil exemplares, sendo comercializada por meio de assinatura ou vendas avulsas nas secretarias do MST espalhadas ao longo de 23 estados brasileiros. A publicação, que é objeto de estudo desta pesquisa, será apresentada com maior rigor no segundo capítulo.

---

<sup>23</sup> Disponível em <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=455FDS008>, acessado em 26/10/09

## Capítulo 2 – JORNALISMO E MOVIMENTOS SOCIAIS

### 2.1 – O que é jornalismo?

Conceituar o jornalismo não é tarefa fácil. Pelo contrário, é uma questão complexa de ser respondida até mesmo ao longo de um livro, já adiantou Traquina (2005) ao abordar o assunto. Consensos sobre a temática são poucos e provavelmente o mais importante estabelece que o conceito é polêmico, como a própria atividade de produzir, publicar e comercializar notícias.

Vizeu (2004) ressalta que há uma polarização das concepções: um grupo insiste em acreditar na notícia como espelho da realidade enquanto o outro defende a notícia como uma construção social da realidade. Parte significativa dos jornalistas, amparada pela ideologia da profissão e pelo discurso do mercado, e da audiência da mídia ainda percebe o produto da atividade jornalística como o reflexo dos acontecimentos. Já na academia, a visão baseada na Teoria do Espelho foi superada.

Se são um espelho, as mídias não são mais do que um espelho deformante, ou mais ainda, são vários espelhos deformantes ao mesmo tempo, daqueles que se encontram nos parques de diversões e que, mesmo deformando, mostram, cada um à sua maneira, um fragmento amplificado, simplificado, estereotipado do mundo (CHARAUDEAU, 2007, p.20).

Kovach e Rosenstiel (2004) afirmam que o jornalismo moderno iniciou no século XVII, por meio de relatos orais dos viajantes em cafés londrinos e posteriormente nos *pubs*, nos Estados Unidos. As histórias também eram registradas em livros que ficavam à disposição dos clientes nos bares. “Os primeiros jornais saíram desses cafés por volta de 1609, quando tipógrafos mais atrevidos começaram a recolher informações, fofocas e discussões políticas nos próprios cafés, depois imprimindo tudo” (KOVACH; ROSENSTIEL, 2004, 37).

Ainda hoje, diversos jornalistas ressaltam que um bom repórter deve saber contar histórias. Acadêmicos também têm opinião semelhante. Para Traquina (2005), os jornalistas podem ser considerados os modernos contadores de ‘estórias’ da nossa sociedade atual, guardando consigo elementos dessa tradição secular. “Poder-se-ia dizer que o jornalismo é um conjunto de ‘estórias’, ‘estórias’ da vida, ‘estórias’ das estrelas, ‘estórias’ de triunfo e tragédia” (TRAQUINA, 2005: 21).

De acordo com Rodrigues (1997), na Antiguidade, os mitos foram criados para

explicar os acontecimentos que os homens vivenciavam ao longo de sua existência. Formavam o espelho da identidade cultural e da integração de um povo. Gradativamente, o jornalismo tornou-se legitimado para periodicamente informar, explicar e valorar os “principais” episódios da atualidade. Na contemporaneidade, é o principal mediador entre os acontecimentos e a sociedade, sempre ávida por informações.

Especialmente nas democracias, as informações são basilares para a tomada de decisão da sociedade sobre os temas de interesse público. Nesses regimes, o jornalismo pautado por valores como a verdade, a ética e a liberdade desempenha papel imprescindível. Ao responderem qual a utilidade do jornalismo, Kovach e Rosenstiel (2004, p. 31) são enfáticos: “a principal finalidade do jornalismo é fornecer aos cidadãos as informações de que necessitam para serem livres e se autogovernar”.

Traquina (2005) compartilha de visão semelhante. Em sua análise, pelo fato de a democracia não poder ser imaginada como um sistema de governo sem liberdade, o jornalismo tem, conforme a teoria democrática, a missão de informar o público sem censura.

Os pais fundadores da teoria democrática têm insistido, desde o filósofo Milton, na liberdade como sendo essencial para a troca de idéias e opiniões, e reservaram ao jornalismo não apenas o papel de informar os cidadãos, mas também num quadro de *checks and balances* (a divisão do poder entre poderes), a responsabilidade de ser o guardião (*watchdog*) do governo. Tal como a democracia sem uma imprensa livre é impensável, o jornalismo sem liberdade ou é farsa ou é tragédia (TRAQUINA, 2005, p.23).

Os autores Traquina, Kovach e Rosenstiel, portanto, acreditam que as informações divulgadas pela imprensa serão essenciais para manter a população esclarecida sobre a postura adotada pelos governantes sobre questões de interesse da sociedade. Nessa situação ideal, o jornalismo evitaria que o povo fosse manipulado pelas autoridades dos mais distintos poderes da República, por exemplo.

### **2.1.1 – Fases do Jornalismo**

Pelo menos no atual contexto histórico, podemos falar de jornalismo no singular, ou seria mais adequado pensarmos em jornalismo? Sousa (2002) acredita que deveríamos falar de jornalismo porque a variedade de temáticas, estilos, elementos funcionais, formas discursivas entre outras características específicas das distintas

mídias, impedem a existência de apenas um jornalismo. Ele ressalta que há diversas concepções de jornalismo, marcadas simultaneamente por elementos culturais, sociais e ideológicos.

“Esses conceitos, que se configuram como uma espécie de ‘teorias da imprensa’, procuram descrever aquilo que, dentro de determinadas perspectivas, o jornalismo deve ser” (JORGE SOUSA, 2005, p. 28). Por isso, os vários modelos de jornalismo são dotados de componentes normativos e funcionais responsáveis por direcionar, informar e circunscrever o jornalismo, os jornalistas e os discursos jornalísticos.

A partir desse raciocínio, Jorge Sousa assegura que o jornalismo não é igual em toda parte. Todo país, em sua opinião, tem “escolas” jornalísticas. A britânica, por exemplo, seria marcada pelo rigor e sobriedade, enquanto a italiana evidenciaria a clara defesa de um determinado posicionamento sobre o acontecimento abordado.

Ambas, contudo, estão inseridas no Modelo Ocidental de Jornalismo. Este tem como pressuposto a necessidade da imprensa ser independente do estado e dos poderes constituídos. Assim, poderá legitimamente noticiar, comentar, interpretar e criticar as atividades dos agentes detentores do poder oficial, até mesmo dos agentes institucionais, sem sofrer nenhum tipo de censura ou nem mesmo ameaça de repressão.

Mas, os jornalistas teriam suas ações limitadas por leis justas, ética e deontologia. Sem dúvidas, segundo Sousa, o campo jornalístico seria a *ágora* contemporânea, em que diferentes opiniões seriam apresentadas e colocadas em confronto.

Nestas últimas ocasiões, o jornalismo funcionaria como uma arena pública. Teoricamente, o campo jornalístico funcionaria, assim, como um mercado livre das idéias. Na realidade, sabemos que fatores como acesso socialmente estratificado aos *media*, entre outros, introduzem distorções ao funcionamento teórico do sistema (JORGE SOUSA, 2002, p. 33).

Desde o século XVII até chegar ao atual estágio, o jornalismo, segundo Marcondes Filho (2000), vivenciou cinco fases bem delimitadas. A primeira, considerada a Pré-história do jornalismo, compreende o período de 1631 a 1789, sendo baseada em uma economia elementar e apresentava forma semelhante ao livro.

A fase seguinte, na concepção de Marcondes Filho, é marcada pelo conteúdo político. “O primeiro jornalismo, de 1789 à metade do século 19, foi, assim, o da ‘iluminação’, tanto no sentido de exposição do obscurantismo à luz quanto de

esclarecimento político e ideológico” (MARCONDES FILHO, 2000, p.11). A criação dos gêneros jornalísticos e a utilização de publicidade nos jornais foram algumas das principais características do Segundo Jornalismo. Estes se tornam empresas em busca do lucro.

O Terceiro Jornalismo, que surgiu em 1900 e sobreviveu até 1960, contou com uma imprensa monopolista e a constante influência das relações públicas. O Quarto Jornalismo, iniciado em 1960 e que perdura até hoje, é marcado pela agilidade na transmissão de informações proporcionada pelas mídias digitais e interatividade.

## **2.2 – Gêneros do jornalismo em questão**

Explicar, classificar, ordenar, compreender. O homem busca tornar o mundo inteligível por meio de construções arbitrárias. Para obter o êxito esperado, os construtos intelectuais devem ser considerados naturais ao olhar da sociedade, ou seja, devem passar por um processo de “reificação”. Embora naturalizadas em alguns casos, essas construções são criticadas e novas formas de explicar o cotidiano propostas continuamente.

No campo jornalístico, a questão dos gêneros é caracterizada pela constante insatisfação dos teóricos. A maioria das proposições é baseada nos pensamentos de Platão e Aristóteles. Os dois filósofos gregos iniciaram as reflexões sobre gênero, há cerca de três mil anos. Autores como Bakhtin (1997) complementam o referencial teórico dos pesquisadores de língua portuguesa dedicados ao estudo dos gêneros jornalísticos.

Apesar da consistência do referencial teórico, as taxonomias jornalísticas propostas costumam ser criticadas. Pena (2005) questiona as ideias apresentadas pelos pesquisadores do tema no campo do jornalismo. “Mas o fato é que tenho muitas dúvidas sobre as classificações propostas pelos grandes estudiosos do assunto” (PENA, 2005, p. 65). Ele assegura que os teóricos e os jornalistas não estão livres da confusão nessa área, que começou a ser analisada há apenas algumas décadas no País.

Luiz Beltrão (1976), nos anos 1970, inaugurou os primeiros estudos sobre a questão no Brasil. Na década seguinte, José Marques de Melo lançou a obra *Jornalismo Opinativo: Gêneros Opinativos no Jornalismo Brasileiro*. Ela se tornou clássica. Melo é adepto do paradigma anglo-saxônico, que divide os enunciados jornalísticos em informação e opinião. “O autor justifica a utilização desse padrão pela evolução

histórica do jornalismo, da qual resultou a necessidade sociopolítica de distinguir fatos (*news/stories*) das suas versões (*comments*) [...]” (SEQUEIRA, 2005, p. 17).

Melo definiu os textos jornalísticos em gêneros de acordo com a intencionalidade dos relatos. Conforme Sequeira (2005), com esse objetivo, delimitou duas áreas: a reprodução do real e a leitura do real. Obviamente, essa divisão não é uma peculiaridade da imprensa brasileira. Ao tratar dos gêneros opinativos, Melo (2003, p. 103) ressalta:

É bem verdade que quase todos são gêneros universais, presentes na totalidade jornalística de vários países, especialmente dos países latinos. Mas assumem caracterização própria em nosso país, ainda que possam guardar certos traços do jornalismo europeu ou norte-americano, de que se nutrem na sua origem.

Apesar de ser adotada em países como a Inglaterra, essa divisão é contestada por vários autores nacionais. Medina (1988), com o objetivo de estudar a mensagem jornalística, detecta uma nova categoria nas páginas dos periódicos brasileiros: a interpretativa. Dines (1986), em uma obra clássica que busca analisar as transformações dos discursos jornalísticos ao longo dos anos 1960 e 1970, assegura haver reportagens investigativas e interpretativas na imprensa brasileira.

Porém, um dos principais críticos da classificação proposta por José Marques de Melo e até mesmo dos estudos de alguns autores de língua espanhola é o pesquisador português Manuel Carlos Chaparro. Ao questionar o modelo anglo-americano de classificação dos discursos jornalísticos, Chaparro (2008, p. 166) argumenta que “[...] a cultura jornalística pensa equivocadamente a questão dos gêneros”.

Ele propõe duas categorias do discurso jornalístico: Comentário, composto por espécies argumentativas (Artigo, Carta, Coluna) e espécies gráfico-artisticas (Caricatura e Charge); e Relato, composto por espécies narrativas (Notícia, Reportagem, Entrevista, Coluna) e práticas (Roteiros, Indicadores econômicos, Agendamentos, Previsão do tempo, Consultas, Orientações úteis). “A listagem das espécies não resultou de qualquer elaboração teórica, mas da leitura qualitativa dos jornais. Reflete, portanto, a tradição e a transgressão da cultura discursiva do jornalismo real” (CHAPARRO, 2008, p. 178).

As novas categorias não cessam de surgir. Além de jornalismo opinativo, jornalismo interpretativo, jornalismo informativo, Sequeira (2005) defende o jornalismo investigativo e Torquato (1987) conceitua o jornalismo empresarial. Todos tentam adequar reflexões teóricas com as mudanças socioculturais que influenciam a sociedade e, por consequência, o jornalismo. Contudo, são as novas rotinas e perspectivas

jornalísticas da atualidade, impulsionadas pelas novas tecnologias, que tornariam superadas algumas classificações jornalísticas.

Seixas (2004) apresenta duas contestações para as propostas correntes.

A principal crítica, hoje, é que [a divisão] não acomoda a grande variedade [de gêneros] produzida pela evolução da atividade jornalística, da qual surgem gêneros 'mistos', influenciados pelas novas mídias (digitais). Outra crítica é que os critérios de fundamentação destas teorias e classificações são frágeis suportes e não atingem os pilares destas estruturas que são os gêneros, embora aponte, aqui e ali, alguns nortes. (SEIXAS, 2004, p. 2).

Na análise da autora, a maior parte dos estudiosos da temática se baseou na separação entre forma e conteúdo. Assim, criaram uma divisão por temas, pela relação do texto com a realidade (opinião e informação) e consolidaram o critério de intencionalidade do autor, o qual realiza uma função (opinar, informar, interpretar, entreter).

Mas, a função deve ser enfocada como cumprimento dos poderes, papéis e estatuto implicado no contrato de leitura de uma prática social discursiva (Seixas, 2004). “A finalidade, estrutura (organização textual), o contexto, os modos de produção (modos do discurso) apontam para direções corretas, mas são tratados superficialmente, não desenvolvidos enquanto critérios” (SEIXAS, 2004, p. 5).

Mesmo que este fosse o objetivo desta pesquisa, não conseguiríamos esgotar o debate sobre a classificação dos gêneros jornalísticos. Entretanto, não podemos avançar sem indicar a corrente que iremos adotar como pressuposto para ajudar a desenvolver este estudo. Apesar de alguns autores considerarem a divisão proposta por Melo (2003) superada, iremos considerá-la pertinente.

O principal argumento para tal decisão é o fato de a imprensa brasileira continuar a seguir implicitamente esta classificação. Jornais e revistas ainda delimitam suas páginas em seções opinativas e informativas. Isso também ocorre na *Revista Sem Terra*. Assim, com base em Melo (2003), consideraremos as reportagens da revista como integrantes do jornalismo informativo e, por consequência, uma amostra do discurso informativo da publicação.

Ressaltamos também que Melo, conforme Sequeira (2005), não desconsidera a existência da interpretação no jornalismo brasileiro. Ele apenas acredita que ela está contida no que denominou de jornalismo informativo. Como constatou Dines (1986), na imprensa brasileira existem reportagens investigativas e interpretativas. Talvez seja isso

o que Melo tenha tentado explicar. A interpretação faz parte da reportagem, gênero do jornalismo informativo, segundo sua classificação.

### **2.2.1 – Surgimento da objetividade jornalística**

O mercado continua a trabalhar com duas categorias básicas: opinião e informação, que são conformadas por diversos gêneros. De acordo com Melo (2003), os gêneros informativos são notícia, entrevista, nota e reportagem. Já o jornalismo opinativo compreende coluna, resenha, artigo, editorial, charge, crônica, comentário e carta.

É natural que o leitor compreenda a existência de informação nos gêneros opinativos, pois ela subsidiará a argumentação e a carga opinativa características desses textos. Porém, provavelmente a mescla de informação com opinião em uma notícia, gênero informativo, dificilmente será aceita com naturalidade pelos assinantes dos periódicos brasileiros. Eles ainda acreditam que a notícia é o espelho da realidade.

A nossa imprensa herdou do jornalismo americano a crença na objetiva descrição dos fatos cotidianos. Apesar de ser a principal característica dos jornais dos Estados Unidos do final do século XIX e ao longo do século XX, essa prática surgiu logo após a vitória da revolução da burguesia na Europa<sup>24</sup>. A Inglaterra desenvolveu o jornalismo concebido como objetivo, no qual se compreende que a descrição dos fatos deve ser separada dos comentários sobre esses eventos.

Além de relatar o episódio sem supostamente opinar, conforme esse paradigma britânico, os textos devem ser neutros, isentos, imparciais, sem apresentar juízos de valor. A neutralidade, que seria conseguida ao ouvir e apresentar objetivamente as diversas versões sobre um mesmo evento, era o parâmetro a conduzir o jornalista desde a apuração dos fatos até a composição e veiculação da notícia.

De acordo com Sponholz (2009), o jornalismo é um tipo de processo de conhecimento, cuja função principal é fazer a mediação entre a realidade e o público. Por isso, segundo a autora, a objetividade é uma questão central no jornalismo, pois a essência da prática jornalística está em mediar realidades. A objetividade, neste caso, é compreendida como a adequação de uma forma simbólica à realidade.

Assim, a objetividade está vinculada à correlação das realidades social

---

<sup>24</sup> Já a França percorreu um caminho diferente. Conforme Melo (1985) o jornalismo opinativo será predominante na imprensa francesa.

(primária) e midiáticas (secundária), conforme Bentele *apud* Sponholz. Essa concepção também vai presumir que verdade significa a correspondência entre a reportagem e o evento abordado, por exemplo. Neste sentido, a autora dialoga com Charaudeau.

Entretanto acham-se no domínio lingüístico noções como as de significar o verdadeiro ou significar o falso, isto é, produzir um valor de verdadeiro ou de falso por meio do discurso. A verdade, sob esse ponto de vista, avalia-se através de um dizer, logo, é uma questão que pode ser tratada segundo determinadas opções: o verdadeiro seria dizer o que é exato/o falso seria dizer o erro; o verdadeiro seria dizer o que aconteceu/o falso seria dizer o erro [...]. (CHARAUDEAU, 2007, p. 88).

Ou seja, se a *Revista Sem Terra* escrever a seguinte oração: “MST lançou o livro Terra, que já está à venda”. Ela será considerada verdadeira se o livro Terra tiver sido lançado e já estiver à venda.

A realidade midiática é o resultado do processo de produção do conhecimento do jornalismo, que se baseia no conhecimento do jornalista sobre a realidade. Conhecer algo resulta sempre de um “jogo” entre sujeito e objeto, do processamento dos conteúdos vivenciados pelo primeiro (cf. Sponholz, 2007). Neste sentido, o resultado de um processo de conhecimento não é nem espelhamento, nem invenção ou construção, mas sim uma reconstrução da realidade (Bentele, 1993,160). (SPONHOLZ, 2009, p. 19).

Todavia, a polissemia do conceito de objetividade tem gerado muitas dúvidas entre os jornalistas. Por isso, é fundamental explicar qual a concepção de objetividade será adotada. Concordamos com Sponholz (2009, p. 16-17) quando explica que

Objetividade em jornalismo é entendida como a correlação entre a realidade midiática e a realidade social. Objetividade jornalística se refere à produção desta correlação. Para produzir tal correlação, a observação da realidade através dos jornalistas deve seguir regras e normas que contribuam para evitar uma percepção falsa.

Porém, nos propomos a compreender como o produto desta observação, que será materializado em um discurso jornalístico informativo, irá ser composto por estratégias discursivas que garantam a verossimilhança com a realidade. Ou seja, não basta apenas seguir métodos e regras para captar e recortar a realidade referente. É fundamental, para conseguir ter o valor de verdadeiro (CHARAUDEAU, 2007), construir um discurso de modo que as informações oferecidas ao leitor possam ser comprovadas.

De acordo com Vizeu (2004), a objetividade é fundamental no discurso jornalístico. Sem ela, o jornalismo pode perder a credibilidade e, por conseqüência, será rompido o acordo tácito entre o jornal e o público. Vizeu explica que:

A objetividade é um dos dogmas do jornalismo, porque está intimamente ligada com um fator inerente a esse campo, a credibilidade. O discurso jornalístico se assenta sobre essa base, à perda da credibilidade implicaria a conseqüente perda, no nosso caso, de audiência.<sup>25</sup>

Ou seja, quanto mais aproximada a realidade midiática da realidade social, mais objetivo será o enunciado veiculado na *Revista Sem Terra*, por exemplo. É claro que jamais a notícia será a reprodução fiel do episódio referente. Por isso, o texto nunca será totalmente objetivo.

Isso significa que toda proposição é uma figura, uma imagem de um fato. Esta proposição ajuda-nos a entender o acontecimento, mas não o duplica. Além disso, nenhuma proposição pode traduzir a realidade em todos os seus componentes. (SPONHOLZ, 2009, p.19).

Assim, a objetividade deve ser buscada e separada das concepções que a percebem como sinônimo de imparcialidade, neutralidade, distanciamento dos acontecimentos referentes das notícias e reportagens. Em vários casos, essas posturas apenas criam o efeito de sentido de objetividade (entendido como o espelhamento da realidade pela mídia), pois não estão necessariamente interessadas em difundir enunciados objetivos, compreendidos aqui como produto da busca pela reconstrução mais fidedigna possível da realidade.

Melo (1985) dialoga com essa concepção. Ele postula que a objetividade deve ser compreendida como a postura assumida pelo jornalista na tentativa de contextualizar o evento relatado, por meio da apreensão das várias facetas do fato. Assim, a sociedade teria assegurado o acesso mais próximo possível à realidade em que está inserida ou na qual o episódio noticiado ocorreu.

Para atingir esse objetivo, ele explica que o repórter buscaria a veracidade dos fatos (ancorar o texto ao comprovável), ser claro (permitir ao interlocutor a reconstituição integral de como o objeto foi narrado) e ter credibilidade (oferecer evidências suficientes sobre o episódio para conquistar a confiança da audiência).

A objetividade jornalística converte-se novamente à sua dimensão ética. Na medida em que o jornalista assume o papel de agente

---

<sup>25</sup> Disponível em <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?cod=266DAC003>. Acesso em 19/05/10

social, responsável pela observação da realidade, ele se torna mediador entre os fatos de interesse público e a cidadania (MELO, 1985, p. 17).

Visão semelhante parece ser apresentada por Charaudeau (2007) ao apontar que um dos principais problemas que se apresenta à instância midiática é o da autenticidade ou da verossimilhança dos episódios que relata. Conforme o autor, a verossimilhança (na concepção de Sponholz a proximidade máxima entre realidade midiática e realidade primária) será alcançada por meio de estratégias linguísticas e semiológicas, as quais remetem a três procedimentos: designação identificadora, analogia e visualização.

Procedimentos de designação identificadora consistem em oferecer à audiência elementos que comprovem a existência do fato relatado. Procedimentos de analogia visam a reconstituição do fato da maneira mais próxima possível da realidade referente. Para isso, são realizadas descrições, comparações e encenações. Procedimentos de visualização tornam acessíveis informações por meio de mapas, closes e demais material iconográfico ou sonoro (CHARAUDEAU, 2007).

Porém, assim como Sponholz e Melo, Charaudeau assegura que o jornalista só conseguirá apresentar versões dos fatos. Pois, apesar de todos os esforços do repórter para ser objetivo, esses relatos serão marcados, por exemplo, pelo olhar dele e da empresa jornalística em que ele atua.

Não há “grau zero” de informação. As únicas informações que se aproximam do grau zero, entendido este como ausência de todo implícito e de todo valor de crença, o que seria característico da informação puramente factual, são aquelas que se encontram nas páginas de anúncios dos jornais: os programas dos cinemas, dos teatros e de outras manifestações culturais; as farmácias de plantão, os diversos anúncios classificados, etc. (CHARAUDEAU, 2007: p. 59).

Por isso, Melo (1985) defende a necessidade de haver uma pluralidade de canais jornalísticos. Estes construiriam distintas versões sobre os acontecimentos, que coadunariam com suas respectivas linhas editoriais. Ou seja, para o autor, haverá pluralidade de opinião no campo midiático, por meio de veículos com linhas editoriais distintas e não em um mesmo jornal com a publicação de falas de entrevistados com concepções diferentes sobre a realidade.

Nesse caso, a sociedade decidiria qual emissora ou jornal, por exemplo, ficou menos afastado do utópico enunciado objetivo absoluto. Ao criar diversos meios de

comunicação, o MST procura difundir informações diferenciadas e que normalmente vão de encontro às elaboradas pela grande imprensa.

### 2.2.2 – “Doutrina da objetividade”

Nas primeiras décadas do século passado, nos Estados Unidos, a noção de objetividade jornalística foi reelaborada. Na opinião de Melo (1985), na verdade, ela foi distorcida. Denominada pelo autor de “doutrina da objetividade”, a nova forma de se entender a objetividade no jornalismo foi concebida para tentar evitar a total perda de credibilidade dos relatos jornalísticos.

A sociedade americana lembrava que muitos jornalistas participaram da mobilização para convencer os americanos da necessidade do país entrar na primeira grande guerra. De acordo com Traquina (2005), mais de seis mil comunicados foram produzidos para tentar persuadir o povo americano a concordar com o envio de tropas para o *front*.

Traquina (2005) cita Schudson ao explicar que a propaganda e o surgimento das relações públicas contribuíram para colocar os enunciados publicados nos periódicos em suspeição. Marcondes Filho (2000) é mais apocalíptico.

Entretanto, o mais importante deste século será o desenvolvimento, após a grande Depressão Americana – e como forma de reação a crises similares – da indústria publicitária e de relações públicas como novas formas de comunicação que competem com o jornalismo até descaracterizá-lo, como vai acontecer no final do século 20 (MARCONDES FILHO, 2000, p. 14-15).

Além disso, os jornais tornaram-se empresas. A necessidade de vender mais periódicos para maximizar os lucros “justificou” a linha sensacionalista adotada pelas folhas, que até forjavam acontecimentos para atrair o maior número possível de leitores.

Conforme Traquina (2005), o jornalista americano Walter Lippmann encontrou na ciência a solução para a retomada da credibilidade nos discursos jornalísticos. Ele acreditava que a utilização do método científico pelo jornalismo poderia tornar a imprensa mais profissional. “Com a ideologia da objetividade, os jornalistas substituíram uma fé simples nos fatos por uma fidelidade às regras e aos procedimentos criados para um mundo no qual até os fatos eram postos em causa” (TRAQUINA, 2005, p. 138).

Naquele período de tanta desconfiança, o jornalismo precisava de legitimidade. Sem esconder a sua herança positivista, o discurso jornalístico incorporou

a objetividade como estratégia para consolidar-se como campo apto a informar, interpretar e opinar diariamente sobre os “principais” fatos ocorridos em todo o planeta (MENEZES; NUNES, 2009).

Contudo, Pena (2005) afirma que o conceito foi mal interpretado. “A objetividade é definida em oposição à subjetividade, o que é um grande erro, pois ela surge não para negá-la, mas sim por reconhecer a sua inevitabilidade” (PENA, 2005, p. 50). O autor ressalta que, na verdade, ela está ligada à compreensão de que os fatos são tão complexos que não se pode “cultuá-los” como uma representação da própria realidade.

Quem age dessa forma apenas cria um efeito de sentido de objetividade, que pretende ser, necessariamente, neutro, imparcial e distanciado da realidade observada. Inúmeras organizações jornalísticas usam estratégias discursivas para simular uma suposta imparcialidade sobre os episódios acompanhados por seus profissionais. Como se a suposta imparcialidade fosse sinônimo ou garantisse que o enunciado é objetivo, ou seja, que tem maior correlação com a realidade social.

De acordo com Tuchman, por meio dessa concepção doutrinária da objetividade, os jornalistas também objetivam evitar as críticas inerentes ao exercício da profissão.

Para os jornalistas, como para os cientistas sociais, o termo “objetividade” funciona como um baluarte entre eles e os críticos. Atacados devido a uma controversa apresentação de “fatos”, os jornalistas invocam a sua objetividade quase do mesmo modo que um camponês mediterrânico põe um colar de alho à volta do pescoço para afastar os espíritos malignos. (TUCHMAN, 1993, p. 75).

Há, obviamente, quem discorde dessa opinião. Ao retomar a dimensão ética da objetividade proposta por Melo (1985), Vizeu, por exemplo, vai além dessa função para a objetividade.

O que pudemos constatar é que a objetividade para os jornalistas, mais do que um espírito de autodefesa, está relacionada fortemente à idéia de credibilidade, ou seja, quanto menos o jornalista interfere, como mediador, no dizer do outro, mais a notícia estaria se aproximando da realidade, da verdade.<sup>26</sup>

---

<sup>26</sup> Disponível em <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?cod=266DAC003>. Acesso em 19/05/10

Com o objetivo de fornecer informação para que seus militantes, simpatizantes e a sociedade em geral se “libertem” das supostas inverdades divulgadas pela mídia convencional sobre o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST), a *Revista Sem Terra* apostaria na objetividade jornalística?

### 2.2.3 – Discursos das fontes<sup>27</sup>

Com a preocupação de informar a população de forma supostamente objetiva, os jornalistas utilizam estratégias para dar credibilidade ao enunciado. A apropriação dos discursos das fontes é uma delas. “Considera-se fonte de informação toda e qualquer entidade que possua dados susceptíveis de serem usados pelo jornalista no seu exercício profissional” (SOUSA, 2004, p. 103). Mas, como explica o próprio Sousa, normalmente os jornalistas trabalham com fontes humanas ou com organizações em que trabalham pessoas.

No meio jornalístico, um dos diferenciais do profissional da Redação é a quantidade e a qualidade de suas fontes de informação. Nem sempre o jornalista presencia o fato que irá relatar na mídia. Nesse caso, é por meio das versões de testemunhas que a reportagem ou notícia será elaborada. Mesmo ao presenciar o evento, desde uma partida de futebol até o flagrante de um assalto, o jornalista irá compor o texto com o auxílio de informantes.

Todos os jornalistas procuram explicar a realidade de um facto através da observação directa ou da descoberta de fontes humanas fidedignas que possam informar sobre o facto, as suas causas e as suas conseqüências. Essas são importantes, mesmo quando o jornalista assiste ao acontecimento: supõem outro ponto de vista e trazem dados complementares. (FONTCUBERTA, 1999, p. 47).

A importância das fontes é atestada por jornalistas das mais diversas formações. Até quem combatia a doutrina da objetividade jornalística ressaltava a dependência do jornalista perante a fonte. Tom Wolfe, um dos principais nomes do Novo Jornalismo (estilo jornalístico que rompia com o *lead* e a impessoalidade do discurso jornalístico), faz questão de lembrar:

O ponto de partida do repórter é invadir a privacidade de alguém, fazer perguntas que não tem o direito de esperar que sejam

---

<sup>27</sup> Este subtópico é parte do artigo “Discurso ideológico da objetividade jornalística: manipulação dos enunciados das fontes”, produzido por Antônio Simões Menezes e Márcia Vidal Nunes, apresentado no XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado em Teresina, de 14 a 16 de maio de 2009.

respondidas – e, assim que ele se rebaixou a esse ponto, transforma-se num suplicante de canequinha na mão, esperando que venha a informação ou que alguma coisa aconteça, esperando ser tolerado o bastante para conseguir o que precisa, adaptando sua personalidade à situação, insinuando-se, servindo, fazendo o que for preciso, suportando insultos, abusos, até choques ocasionais na eterna busca da “história” – comportamento que chega bem perto do servilismo ou da mendicância. (WOLFE, 2005, p. 72).

Conforme Fontcuberta (1999) e Charaudeau (2007), não é só o jornalista que ganha prestígio por meio das fontes. Elas também consolidam o poder informativo do periódico. “Na verdade, esses representantes só são chamados por causa da fala que produzem, uma fala que vem confirmar, do exterior, que o que está no centro da atualidade e do debate social é exatamente o que as mídias põem em cena” (CHARAUDEAU, 2007, p. 190)

Nesse sentido, o pluralismo de opiniões dentro do mesmo veículo é ressaltado. Apesar de tolher as temáticas debatidas, a imprensa abre espaço para a “pluralidade” de ideias. Afinal, em uma reportagem é comum comprovar que o “outro lado” foi, pelo menos, procurado. Entretanto, ouvir versões contraditórias de uma mesma história é garantia de pluralidade?

“A forma mais fácil de produzir a impressão de equilíbrio é recolher essas duas posições extremas e expô-las em conjunto. Parte da vantagem de que fazer isso é reivindicar estar-se no meio” (ROSEN, 2000, p. 142). Será que a grande imprensa de fato é tão plural quanto anuncia?

Segundo Rodrigues (1997), o *campo dos media* é formado pelas múltiplas perspectivas existentes e em constante confronto no interior das sociedades modernas. Esse campo busca ser neutro ao garantir espaço para os pensamentos de todos os demais campos sociais, fazendo-se entender como um mediador dos conflitos contemporâneos.

O procedimento é essencial para demonstrar que o jornalista não procurou conduzir o receptor a formar um juízo de valor favorável a um dos lados envolvidos na questão. É garantia de que o profissional de imprensa simplesmente reportou os fatos ocorridos e deu a oportunidade para todos os envolvidos no episódio manifestarem publicamente os seus argumentos. “Aos primeiros (meios de comunicação) só seria permitido o relato objectivo dos fatos, enquanto aos segundos (fontes) se permitiria a formulação de juízos de valor e apreciações subjetivas” (RODRIGUES, 1997, p. 105).

As diversas visões de mundo dos mais variados campos sociais são supostamente maximizadas pela imprensa por meio da “divulgação” dos enunciados das

fontes. Mesmo em veículos que atuam de forma mais interpretativa como as revistas, essa ação pode apenas disseminar o efeito de sentido de objetividade da imprensa. Não basta apenas ouvir todos os lados envolvidos, caso o objetivo final não seja chegar o mais próximo possível da realidade referente.

Acreditamos deixar claro que procurar o “outro lado”, ao contrário do que a imprensa quer fazer crer, não significa necessariamente construir um discurso plural ou flexível. Muitas vezes, uma contra-informação, a depender do contexto em que se alocue, auxilia a confirmação da angulação da reportagem previamente definida pelo veículo e, ao mesmo tempo, garante aos profissionais desse mesmo veículo a ilusão de neutralidade. Esta será reforçada pela forma como as mídias irão se apropriar e apresentar o discurso das fontes.

A imprensa tenta se isentar da responsabilidade das informações que publica ao colocá-las “na boca” da fonte. O procedimento, que ajuda a consolidar o efeito de sentido de objetividade dos enunciados da fonte, é denominado por Traquina como o uso judicioso das aspas.

Os jornalistas vêem as citações de opiniões de outras pessoas como uma forma de prova suplementar. Ao inserir a opinião de alguém, os jornalistas acham que deixam de participar na notícia e deixam os “fatos” falarem (TRAQUINA, 2005, p. 140).

A fonte possui “[...] um discurso marcado pela pretensão de uma competência específica e pelos valores fiduciários que lhe estão intimamente associados” (RODRIGUES, 1999, p. 152). Observamos uma evidente apropriação do discurso das fontes de informação pela imprensa, que o utiliza para corroborar sua visão de mundo sem perder o efeito de sentido de objetividade e imparcialidade (HERNANDES, 2006).

De acordo com Charaudeau (2007), a mídia pode escolher ou até mesmo provocar a declaração da fonte para gerar um determinado efeito valorativo. O autor apresenta quatro dessas situações: efeito de decisão, que é caracterizado pelo poder do locutor de realizar uma ação pela palavra (o presidente do Incra, por exemplo, declarar uma área improdutivo e destiná-la para a reforma agrária); efeito de saber, quando o enunciado é proveniente da boca de um especialista; efeito de opinião, caso em que um anônimo ou novamente o especialista emite uma opinião sobre o tema focado pela imprensa; efeito de testemunho, situação na qual a declaração será proveniente de alguém que testemunhou um fato e irá relatar como ele ocorreu.

Por meio dessas táticas, a imprensa constrói o quadro enunciativo que busca legitimar um discurso reconhecido como válido acerca do desenvolvimento dos

acontecimentos de todo o planeta (RODRIGUES, 1999). A Revista Sem Terra também usa o discurso das fontes para se isentar da responsabilidade das informações ou para corroborar a angulação desenvolvida na reportagem? Buscaria apagar as marcas de enunciação de seus textos?

#### **2.2.4 – Apropriação do discurso jornalístico**

O relacionamento do MST com a mídia convencional é conflituoso. Tradicionais jornais e emissoras de televisão de âmbito nacional são acusados de distorcer os fatos de interesse do movimento, bem como as informações sobre o próprio MST. Longe de ignorar as reportagens divulgadas na mídia convencional, há décadas o MST vai além da apropriação das mensagens difundidas por intermédio da mídia. O movimento se apropriou das práticas midiáticas e criou canais de comunicação com seus militantes e a sociedade em geral.

Não é, necessariamente, a partir de uma notícia veiculada pelo telejornal que o MST elabora outro discurso jornalístico (outra notícia, por exemplo) para ser publicado em mídias próprias. O movimento não produz apenas outra “elaboração discursiva das mensagens mediadas pelos meios” (THOMPSON, 1995, p. 407). O MST entendeu que poderia intensificar a integração dos seus militantes e alcançar nichos específicos da sociedade sem, necessariamente, contar com a mediação da mídia tradicional. Para atingir esse fim, além do *Jornal Sem Terra*, criou a *Revista Sem Terra*, o site do MST, produziu programas de rádio disponibilizados no seu portal e também atua com radiadoras em alguns assentamentos.

Mas o que é apropriação? Conforme Thompson (1995, p. 409), “‘Apropriação’, para usar a terminologia hermenêutica, é o processo de ‘tornar próprio’ algo que é novo, alheio, estranho [...]”. Ao criar publicações próprias e se tornar um integrante do campo midiático, o MST passou a se apropriar de práticas e estratégias discursivas midiáticas? Como explica Certeau (1994), 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, 1994, p. 45).

O MST, por meio dessa suposta apropriação, conquistaria mais autonomia para elaborar seus discursos baseados em questões políticas, econômicas e sociais do mundo contemporâneo? A *Revista Sem Terra* seria uma tática para dar visibilidade ao movimento?

Já se sabe, com base em Certeau (1994), que algumas táticas do adversário podem ser usadas ao longo da guerra para conquistar a opinião pública. O MST seguiria esse raciocínio também ao supostamente se apropriar objetividade jornalística? Como a *Revista Sem Terra* opera, se é que ela faz isso, com o conceito de objetividade? Este é o mesmo que a mídia de informação trabalha? É consciente essa suposta apropriação da objetividade jornalística?

Com o sistema de comunicação montado, o MST procura apresentar uma versão bem diferente daquela divulgada sobre o movimento pela imprensa tradicional. As ações supostamente criminosas e denominadas de invasões pela grande imprensa, por exemplo, serão tratadas como ocupações e estratégias de luta legítimas em prol da reforma agrária pela mídia do MST. Porém, construir uma versão condizente com a visão de mundo do MST sobre os fatos não é suficiente para conquistar a opinião pública. É preciso ter credibilidade para ser reconhecido como uma fonte de informação confiável.

### **2.3 – Jornalismo Alternativo**

Desde os primórdios da imprensa em terras de além mar, ainda sob o domínio português, o jornalismo alternativo desafiou e combateu o discurso jornalístico oficial, proveniente dos detentores do poder. Seja produzido pelos movimentos sociais, pelos estudantes, pelos sindicalistas, intelectuais da classe média ou qualquer organização da sociedade civil, o jornalismo alternativo será caracterizado aqui por sua contestação ao *status quo*, por ter um posicionamento ideológico explícito e ser porta-voz dos excluídos socialmente<sup>28</sup>.

A propriedade questionadora do jornalismo alternativo é evidenciada ao longo da história pelas inúmeras publicações que colocaram em xeque a ideologia dos detentores do poder nas mais diversas esferas da sociedade.

Ao longo da história do Brasil, os meios de comunicação, para além do papel de reafirmar valores e idéias hegemônicas que

---

<sup>28</sup> Embora consistente, sabemos que nem todos concordarão com essa conceituação. Conforme Peruzzo (1998), não há consenso sobre essa questão.

marcaram a sociedade em diferentes épocas, também atuaram na criação de espaços de contestação. Neste sentido, vale considerar que a história da comunicação registra inúmeras contribuições de jornais e demais canais de expressão de militância operária, de oposição política, de movimentos sociais, enfim, de grupos excluídos e marginalizados que contaram com veículos para manifestar suas idéias e incentivar determinadas ações (WOITOWICZ, 2009, p. 12-13).

Há quem acredite que o jornalismo praticado pela mídia de informação brasileira deixou de ser ideológico em meados do século passado. Segundo Martins (2008), apesar das constantes acusações de coberturas tendenciosas de um determinado grupo de comunicação em prol de um partido político ou candidato, há décadas a imprensa deixou de ser partidária. Para justificar essa concepção, o autor lembra que, na década de 1950, os jornais não tinham preocupação com a isenção e apoiavam declaradamente os candidatos à presidência da república.

A mudança de comportamento, de acordo com Martins (2008), é motivada por uma questão de mercado. Apenas os jornais, que deixaram de ser pelo menos abertamente engajados e passaram a guiar-se pela relativa “objetividade”, continuam funcionando.

Vender 150 mil exemplares significa dirigir-se para 450 leitores, aproximadamente – estima-se que um jornal seja lido, em média, por três pessoas. Como não existe um público partidariado dessa envergadura, os jornais, na tentativa de conquistar e manter escalas de tiragem economicamente viáveis, foram obrigados a se voltar para um universo cada vez mais amplo. Em vez de cativar o leitor partidariado, como no passado, a estratégia passou a ser atrair um público geral, composto por leitores com as mais variadas simpatias políticas e as mais diferentes visões de mundo (MARTINS, 2008, p. 19).

Essas transformações teriam tornado o jornalismo político, por exemplo, bem mais informativo e interpretativo, ao contrário do estilo opinativo que perdurou até meados dos anos 1960. De acordo com Martins, atualmente a mídia procura informar o leitor e não convencê-lo sobre algo. Porém, há controvérsias sobre esse posicionamento da mídia comercial. Para Caparelli (1986), o jornalismo, digamos, capitalista, feito em escala industrial, pensando em atingir uma grande quantidade de leitores e gerar lucros também financeiros para os proprietários das empresas jornalísticas, não perde seu caráter ideológico.

Na verdade, perdeu sua ideologia no sentido restrito, enquanto ideário de um partido político, mas não sua função ideológica na verdadeira acepção, difundindo a ideologia do capitalismo que se

firmava, e reproduzindo suas relações internas e o justificando (CAPARELLI, 1986, p. 53).

Azevedo (2008), na tese de doutorado “(Des)legitimação: ações discursivo-cognitivas para o processo de categorização social”, chegou a uma conclusão semelhante. Ela explica que o jornalismo, por meio de seu inerente poder simbólico, pode deslegitimar grupos sociais excluídos. Essa deslegitimação é um ato social de categorização. A autora, que analisou a cobertura do jornal Folha de São Paulo, desde 1996 até 2006, sobre o massacre de Eldorado dos Carajás, garante que o MST sofreu um processo de “(des)legitimação”.

Ao analisarmos as distintas orientações da cobertura, percebemos que o processo de categorização do ‘fato’ como algo (i)legítimo se dá por ações contínuas, que, se em determinados momentos históricos, sofreu um maior controle discursivo, por parte dos grupos do poder, em outros a pressão de vários movimentos e grupos sociais interfere e atua nesse processo, democratizando o espaço discursivo do jornal, abrindo espaço para outras versões e construindo modelos cognitivos diferenciados. Entretanto, o controle discursivo opera fortemente no processo de categorização do MST e a elite se utiliza do jornal para estabelecer seu discurso como um ‘fato jornalístico’, deslegitimando o movimento (AZEVEDO, 2008, p. 08).

Kucinski (2005) também é incisivo ao criticar a ideologia existente na imprensa brasileira neste novo século. Ele defende que, no Brasil, todos os diários são conservadores e neoliberais. Por isso, a nossa imprensa sofre com o que Kucinski chama de universalização ideológica.

No Brasil, o consenso proposto pelo ideário liberal não precisa ser produzido ao longo de um complexo processo midiático de debate argumentativo. Ele já nasce pronto e acabado, nas matrizes dos jornais e das revistas semanais. A ideologia de todos os veículos da grande imprensa brasileira possui o mesmo código genético. (KUCINSKI, 2005, p.115)

Já o jornalismo alternativo não esconde o seu caráter ideológico. Este, ao contrário do que se possa imaginar, era bastante plural. Na imprensa alternativa dos anos 1960 e 1970 eram produzidos jornais que defendiam diferentes concepções e bandeiras, desde o marxismo até o feminismo (KUCINSKI, 2005). A própria denominação do jornal, em diversos casos, apresenta o posicionamento que irá seguir em suas páginas.

Entre tantos exemplos, podemos citar alguns jornais editados durante a ditadura militar, como *Movimento*, de São Paulo, *Opinião*, do Rio de Janeiro, *Resistência*, de Belém do Pará. A linha editorial é clara para os leitores. Os editores, ao

contrário de dissimular as motivações da existência da publicação, assumem fazer um jornalismo engajado, seja ele marxista, anarquista, nacionalista etc. “Defendendo interesses de diversos grupos e movimentos sociais, a imprensa alternativa irá proporcionar o debate de idéias, fazendo circular informações que, de outra forma, seriam silenciadas” (WOITOWICZ, 2009, p. 35).

A última característica básica do jornalismo alternativo é exatamente a sua busca de dar visibilidade para as reivindicações dos excluídos sociais. Irá difundir os discursos das fontes que normalmente não são ouvidas na grande imprensa. Temáticas esquecidas tentarão ser pautadas para o debate público. Todavia, não deixarão de cobrir os episódios relatados pela imprensa comercial, mas os apresentarão com um enfoque diferenciado, no qual os protagonistas da notícia serão os atores sociais esquecidos ou estigmatizados pela mídia hegemônica.

É uma imprensa que se caracteriza, principalmente, pela tentativa de se fazer um jornalismo livre das pressões oficiais e econômicas (que comprometem a qualidade e a quantidade da informação na grande imprensa) e pelo papel de porta-voz ou meio de comunicação disponível de pequenos grupos (sejam eles de cunho comunitário, ideológico, partidário, étnico ou religioso) (PEDROSO, 2001, p. 55).

Conforme Sequeira e Bicudo (2007), quando os jornais comunitários apresentam assuntos negligenciados pela mídia de informação, é criada uma “outra agenda pública de discussão”. A partir do olhar da comunidade, “cria-se, assim, a resistência e o contraponto, elementos de garantia da pluralidade, tão necessários em uma sociedade que se pretende democrática” (SEQUEIRA; BICUDO, 2007, p.12).

### **2.3.1 – Desenvolvimento da imprensa alternativa**

Hipólito José da Costa, ao produzir, em Londres, o *Correio Brasiliense*, foi o precursor desta prática no jornalismo do Brasil Colônia. Desde então, ao longo da história brasileira, com maior ou menor amplitude, a imprensa de resistência e enfrentamento sempre esteve presente nas diversas regiões do País. Entretanto, o momento mais marcante e emblemático desses periódicos situa-se em um triste capítulo da História brasileira: a ditadura militar (1964-1985).

A conjuntura política estimulou a criação de centenas de periódicos alternativos. Nesse período, o Brasil viu nascer e fechar cerca de 300 publicações alternativas à grande imprensa, que estava sob forte censura, e com linha editorial de

oposição aos ditadores.

Foi [o jornalista Alberto] Dines quem, aproveitando uma ideia norte-americana, lançou a expressão ‘imprensa alternativa’. Para ele, a função dessa imprensa era realmente tentar fazer uma alternativa. Alternativa não apenas de noticiário, mas de mercado, de postura, de organização acionária (CHINEM, 1995, p. 30).

De acordo com Kucinski (1998), os periódicos podiam ser divididos como ideológicos ou existenciais. Estes eram inspirados nos movimentos de contra-cultura originados na rebelde América de então, e, por consequência, pelo orientalismo, pelo anarquismo e pelo existencialismo de Jean-Paul Sartre. Os jornais, como *O Pasquim*, *Versus* e *Bondinho*, combatiam, principalmente, o autoritarismo e denunciavam e ridicularizavam a moral hipócrita da classe média.

Já as folhas consideradas “ideológicas”, como o *Politika*, *Opinião*, *Movimento*, foram influenciadas basicamente pelos ideais de valorização do nacional e popular dos anos 1950 e no Marxismo. Existiam títulos que sequer simpatizavam com grupos políticos de esquerda, como o *Repórter*, alternativo que mais vendeu em bancas (CHINEM, 1995). Porém, praticamente todos combatiam, direta ou indiretamente, o governo golpista.

Tal imprensa ficou marcada pela prática de denúncias sistemáticas contra as torturas e violações dos direitos humanos praticadas pela ditadura militar e também pelas críticas ao modelo econômico então vigente; de maneira geral, a imprensa alternativa ficou caracterizada pelo princípio de oposição ao discurso oficial (MIANI, 2009, p. 19).

Nesse sentido, travavam uma guerra simbólica com o governo militar que, com o apoio da maior parte da grande imprensa brasileira, deu o golpe, usurpou o poder e tentou manter a ditadura de qualquer forma. A censura prévia, principalmente aos veículos que queriam questionar o discurso ufanista divulgado por meio de canais da própria mídia comercial, foi um dos instrumentos utilizados para esse fim, além de um eficaz plano de relações públicas.

“Visto por este ângulo é que o jornalismo alternativo é uma forma de resistência, que aqui implica numa resistência a uma forma de controlar informações que afetam a construção simbólica do espaço público”<sup>29</sup>. O preço pago por resistir aos ditadores foi o da forte repressão. Os militares não se limitavam a vetar reportagens, artigos, notícias etc., eles faziam o possível para inviabilizar a distribuição desses

---

<sup>29</sup> Disponível em [http://encipecom.metodista.br/mediawiki/images/6/63/GT1-\\_05-Jornalismo\\_alternativo-\\_Eloisa.pdf](http://encipecom.metodista.br/mediawiki/images/6/63/GT1-_05-Jornalismo_alternativo-_Eloisa.pdf), acessado em 01/06/10.

periódicos. Bombas em bancas de jornal intimidaram os jornaleiros que comercializavam esses periódicos. Anunciantes também eram pressionados a não veicular propagandas na imprensa alternativa.

A maioria dos jornais alternativos criados nesse período, não resistiu às investidas dos ditadores e, em muitos casos, aos desentendimentos entre seus próprios editores. Porém, ajudaram a consolidar o que Kunczik chama de jornalismo engajado. “Um é o jornalismo objetivo e neutro, distanciado passivamente dos eventos de que trata. O oposto é o jornalismo ativamente comprometido, participativo e socialmente engajado, que promove causa” (KUNCZIK, 2002, p. 97).

Neste início de século, Alberto Dines não concorda com a existência de imprensa alternativa no Brasil.

“Hoje não há imprensa alternativa, o que existe é mídia alternativa, a partir dos lançamentos dos sites, blogs, etc. Acho muito difícil se conseguir traduzir em termos contemporâneos as experiências dos anos 60 e 70. Nós, do Observatório da Imprensa, em 1994, chegamos a pensar em lançar um jornal, mas percebemos que seria inviável financeiramente e optamos pela publicação eletrônica que está no ar desde 1996”.<sup>30</sup>

Kucinski (2005) é um pouco mais cauteloso. Em sua percepção, os herdeiros do jornalismo de resistência praticamente desapareceram. O autor é categórico ao afirmar que não há publicações jornalísticas alternativas de grande porte no Brasil.

Há uma única revista alternativa de projeção nacional, *Caros Amigos*, mas sua capacidade de intervenção é restrita, tanto por sua periodicidade mensal como por sua tiragem, da ordem de 50 mil exemplares apenas. Entre as revistas semanais que têm grande importância no Brasil, apenas a *Carta Capital* faz a crítica do Neoliberalismo, mas sua tiragem é de apenas cerca de 70 mil e suas críticas são pontuais, discutindo os problemas da economia globalizada sem necessariamente contrariar os seus leitores, em sua maioria vinculados ao mundo dos negócios (KUCINSKI, 2005, p. 115-116).

Mas Downing (2002) ressalta o poder de transformação social de mídias com menor amplitude de recepção do que a revista *Caros Amigos*, citada por Kucinski. É importante ressaltar que esta revista não é a única a combater o *status quo*. A própria *Revista Sem Terra* é editada desde o final da década de 1990 e, embora com tiragem de 10 mil exemplares, tem circulação nacional. Talvez seja outro equívoco ignorar as publicações com abrangência municipal ou estadual. É o caso, por exemplo, do jornal A

---

<sup>30</sup> Disponível em <http://www.abi.org.br/paginaindividual.asp?id=591>, acessado em 15/07/10.

*Verdade*, lançado no ano 2000, em Pernambuco. Com tiragem de sete mil exemplares e periodicidade mensal, garante ser “um jornal dos trabalhadores a serviço da luta pelo socialismo”<sup>31</sup>.

Peruzzo (2008), assim como nós, acredita que a imprensa alternativa está viva. Segundo a autora, os periódicos precisaram redescobrir a maneira de atingir a sociedade. A autora também destaca o novo momento vivenciado pelo jornalismo alternativo que é difundido no suporte digital.

Passados os anos em que a imprensa alternativa desapareceu do cenário brasileiro por conta da ditadura militar, bem como aqueles de reorganização das forças sociais em processo de democratização que se aperfeiçoa, possibilitando mais liberdade e conseqüentemente diversas formas alternativas de expressão, nos anos recentes – com mais vigor no início do século XXI – ela se revigora de forma extraordinária. Reedita canais de expressão impressos e audiovisuais, cria novos canais e, ao mesmo tempo, se recria por meio de novos formatos digitais que o avanço tecnológico favorece. Mas permanece seu caráter alternativo, como já explicitado (PERUZZO, 2008, p. 8).

A imprensa alternativa, como explica a historiadora Alice Pougy, sobrevive de certa forma, em jornais de sindicatos, movimentos sociais, associações comunitárias e demais publicações que têm como política editorial básica o diuturno questionamento do *status quo* (CHINEM, 1995), embora usem, em alguns casos, as mesmas táticas da imprensa tradicional para difundir a sua versão sobre um acontecimento.

### **2.3.2 – Jornalismo de resistência hoje**

Com a internet, ficou mais fácil, rápido e barato divulgar conteúdo jornalístico. Por meio de *podcasts*, *newsletters*, vídeos ou aumentando a amplitude da circulação do impresso, que agora pode ser lido em qualquer hora e lugar do planeta ao ser disponibilizado em formato PDF na rede mundial de computadores, militantes e simpatizantes de movimentos sociais veiculam centenas de notícias todos os dias.

Porém, essas ações precisam ser trabalhadas de forma estratégica. Caso contrário, não haverá nenhuma garantia de que o jornalismo alternativo e a comunicação de uma forma geral ajudarão esses atores sociais a vencer as diversas lutas enfrentadas. Conforme Miani (2007), a criação de uma política de comunicação é

---

<sup>31</sup> Slogan do jornal. Disponível em <http://www.averdade.org.br>, acessado em 15/07/10.

fundamental, pois a comunicação deve ser compreendida como parte integrante do próprio projeto político do movimento.

Apesar da importância estratégica da comunicação no contexto organizativo dos movimentos sociais e populares, a quase totalidade dessas organizações não dispõe de uma Política de Comunicação eficaz e eficiente para consolidar e/ou difundir seus objetivos e resultados obtidos nos processos de luta política. (MIANI, 2007, p. 6).

Ou seja, não é inteligente, por exemplo: fazer um jornal e não conseguir cumprir sua periodicidade; criar apenas um veículo de comunicação e querer se comunicar com todos os públicos de interesse do movimento, como se fosse eficaz usar a mesma revista para mobilizar os militantes e informar os formadores de opinião; desconhecer reais necessidades de comunicação do público alvo; trabalhar de forma idealista e não profissional, esquecendo de toda a logística necessária para a produção e circulação de material jornalístico impresso; lutar pela democratização da comunicação no campo externo e dirigir a comunicação internamente de forma autoritária, com o fluxo de informação de cima para baixo, sem viabilizar a participação dos militantes.

Peruzzo (1998) apresentou alguns problemas semelhantes, que acreditamos pertinentes também à comunicação desenvolvida pelos movimentos sociais, ao abordar a comunicação popular.<sup>32</sup> Ela explica que os meios atingem, geralmente, apenas uma parcela de leitores, ouvintes e espectadores potenciais. Como se não bastasse, na maioria dos casos, quem acessa esses conteúdos são as pessoas já envolvidas com as causas sociais. De certa forma, a autora faz uma ressalva parecida àquela de Kucinski sobre a amplitude de recepção das mensagens dos veículos alternativos.

Peruzzo critica a pequena variedade de veículos de comunicação dos movimentos populares e garante que os usos das poucas mídias trabalhadas não são otimizados, já que, em muitos casos, não há nenhum planejamento. Como explicou Caparelli (1986), as ações de comunicação alternativa devem se apropriar do modelo gerencial da imprensa capitalista. Ele lembra o exemplo ocorrido em pleno Estados Unidos da América.

[...] a imprensa alternativa dos Estados Unidos teve a necessidade de se organizar para subsistir no mercado capitalista, aliás, seguindo em quase tudo os passos da grande imprensa: racionalização da produção, associação para criação de agência de

---

<sup>32</sup> Conforme a própria autora, “na verdade, conceitualmente, comunicação popular, alternativa, comunitária e/ou radical se confundem. A confusão ocorre porque, apesar de denominações diferentes, na prática, em muitos casos os objetivos, processos desenvolvidos e a estratégia são os mesmos ou, no mínimo, semelhantes” (Peruzzo, 2008: 5). Além disso não nos interessa, nesta pesquisa, debater qual o tipo de comunicação desenvolvida pelos movimentos sociais).

notícia, como a LNS (Liberation News Service) ou em associações nacionais (Unitade States Press Association) e também, como as grandes multinacionais da cultura, abrindo filiais nos países independentes, como o Rolling Stone que circulou até muito recentemente no Brasil (CAPARELLI, 1986, p. 48).

Nessa perspectiva, alguns avanços são registrados. O jornal *Brasil de Fato*, criado pelo MST, Via Campesina, Consulta Popular, e as pastorais sociais, lançado em 2003, durante o Fórum Social Mundial, em Porto Alegre, caminha para superar essas limitações. Com abrangência nacional, tiragem de 50 mil exemplares, colorido, periodicidade semanal, 12 páginas, formato *standard*, o jornal, que busca apresentar “uma visão popular do Brasil e do mundo”, sonha em ser diário.

Até o sonho virar realidade, muito trabalho e táticas da imprensa comercial serão necessários. A mais básica já está no portal do jornal: “O BRASIL DE FATO abre espaços para anunciantes que queiram tornar visíveis suas ações de responsabilidade social, projetos de cidadania, produtos, campanhas de marketing, etc...”<sup>33</sup>. Além da área comercial, com a sua procura por anunciantes, o jornal também se assemelha à imprensa hegemônica ao planejar a criação de sucursais.

O editor-chefe da publicação, Nilton Viana, que prefere chamar o jornal de independente, descreve o funcionamento do *Brasil de Fato*.

No Brasil de Fato, organizamos o que chamamos de comitês de apoio, que constituem uma parte vital da estrutura de funcionamento do jornal. Eles são formados em cada estado – já os temos em 20 – e funcionam como agências de notícias e divulgadores do nosso produto editorial. Sem eles, ficaríamos restritos ao eixo Rio-São Paulo, reproduzindo a tradição da mídia capitalista. A idéia é que no futuro, quando circularmos diariamente, esses comitês se transformem em sucursais.<sup>34</sup>

Independente da estrutura gerencial e da logística de produção do material jornalístico da publicação alternativa, Peruzzo (1998) ressalta que as mensagens veiculadas pelos canais populares só terão êxito se, de fato, forem acessadas pelos seus destinatários. Para alcançar esse objetivo, em sua análise, a comunicação popular deve se apropriar de outros elementos da mídia comercial para conquistar a atenção do público.

Nesta perspectiva, não há como fazer pouco-caso da demanda pela mídia massiva. Em outras palavras, se o instrumento utilizado é o

---

<sup>33</sup> Disponível em <http://www.brasildefato.com.br/v01/agencia/anuncie-1>, acessado em 18/07/10

<sup>34</sup> Disponível em <http://www.abi.org.br/paginaindividual.asp?id=591>, acessado em 15/07/10

rádio, não se pode desprezar a contribuição das emissoras comerciais que fazem sucesso, na montagem de uma boa programação, que atenda aos interesses da comunidade (PERUZZO, 1998, p. 153).

O risco de tal apropriação é passar a reproduzir, embora de forma inconsciente, erros da grande imprensa, como, por exemplo, a espetacularização, autoritarismo e centralização do processo de emissão de informações. Pedroso (2001) assegura que, mesmo quando produzida e distribuída nos moldes da mídia hegemônica, a imprensa alternativa tem o desafio de manter-se na vanguarda, evitar o imobilismo, repetição e conformismo.

Outro obstáculo a ser superado é o radicalismo. Este, muitas vezes, inviabiliza o diálogo do movimento social com a imprensa comercial. Os ativistas não podem seguir a paranóia dos agentes da repressão do regime militar que imaginavam haver dezenas de comunistas em todos os jornais alternativos. A sociedade é muito complexa e certamente errará no exercício analítico das práticas sociais quem continuar a insistir em se guiar por visões maniqueístas.

Mesmo defensora dos ideais das elites, como é acusada por diversos militantes, a mídia pode ser usada para amplificar as reivindicações dos setores excluídos da sociedade.

[...] pretender padronizar as ações da mídia (e principalmente da televisiva), colocando-a exclusivamente como manipuladora do debate social, significa desconsiderar as relações de força com os demais campos sociais e enraizar toda a movimentação social existente na atualidade aos ditames do campo midiático isolado dos processos de múltiplas correlações que configuram o social (CORONEL, 2007, p. 173).

Assim como a mídia de informação não pode ser demonizada, a imprensa alternativa nem sempre está livre de equívocos. Eles ocorrem, seja no formato de uma publicação ou na abordagem de um episódio que foi a matéria-prima de uma notícia ou reportagem, e precisam ser reconhecidos. Pautando-se pela autocrítica e na procura incessante de evitar os erros mais comuns, como aqueles apresentados acima, a imprensa alternativa certamente cumprirá um papel significativo na conquista das reivindicações dos movimentos sociais.

Um exemplo de uso competente da comunicação é proveniente do próprio MST. Ao longo de 25 anos de existência “oficial”, criou uma política de comunicação consistente e aprendeu a atuar sob o “novo estatuto” da comunicação alternativa.

A ‘outra’ comunicação [comunicação alternativa] dos anos 1980 tem agora um novo estatuto – ela assume suas interfaces com a mídia, ela incorpora no seu fazer os mesmos suportes tecnológicos da mídia, ela faz on-line, em rede, não descarta o marketing, propõe outras formas de protestar e incorpora as Organizações Não-Governamentais e o Terceiro Setor”. (BERGER, 2006, p.4).

Hoje, o MST acompanha as novas tendências do jornalismo alternativo e conta com diversos canais de comunicação para veicular material jornalístico direcionado aos principais públicos de interesse do movimento. Em qualquer lugar do mundo, por meio do portal do MST e de mídias sociais como o *Twitter*, simpatizantes e a sociedade em geral têm acesso às informações e notícias produzidas pelo movimento. Algumas edições da *Revista Sem Terra* e do *Jornal Sem Terra* estão disponíveis na íntegra, em formato PDF, no portal do movimento. Vídeos e *podcasts* também são postados regularmente.

O considerável investimento efetuado pelo MST na produção de notícias e divulgação de informações sobre temáticas que vão desde assuntos agrários até conflitos internacionais é justificado, entre diversos outros motivos, pelo interesse em exibir versões sobre os fatos com uma angulação diferenciada daquela proposta pela mídia convencional. Afinal, os militantes acusam constantemente os grandes jornais de circulação nacional e as principais emissoras de televisão de efetuarem uma cobertura comprometida principalmente com os interesses da elite nacional.

## 2.4 – Jornalismo de revista

Neste início de século, um período marcado pelas incertezas sobre o futuro das publicações impressas, o mercado de revistas no País apresentou um constante crescimento. Segundo dados do Instituto Verificador de Circulação (IVC) disponibilizados pela Associação Nacional dos Editores de Revista (Aner)<sup>35</sup>, no Brasil, no ano 2000, havia 2.034 títulos. Em 2008, esse número quase dobrou, chegando a 3.915 revistas. Apesar da crise mundial, as editoras continuaram a apostar nesse meio de comunicação, que tem como uma de suas características a segmentação.

Em uma rápida visita à banca da esquina, é fácil comprovar a multiplicação desses títulos, motivada pela busca de atingir grupos cada vez mais específicos. Em locais privilegiados ou quase escondidos por debaixo de outros títulos dispostos nas prateleiras, o cidadão encontrará, desde periódicos sobre ufologia, até as tradicionais

---

<sup>35</sup> Fonte: <http://www.aner.org.br/Conteudo/1/artigo1861-1.asp> - acessado em 04/04/2010

revistas semanais de informação. Com preços que variam, em média, de R\$ 0,99 a R\$ 20, elas são adquiridas por integrantes de praticamente todas as classes sociais, atraídos pela variedade de temas.

Revista une e funde entretenimento, educação, serviço e interpretação dos acontecimentos. Possui menos informação no sentido clássico (as “notícias quentes”) e mais informação pessoal (aquela que vai ajudar o leitor em seu cotidiano, em sua vida prática). Isso não quer dizer que as revistas não busquem exclusividade no que vão apresentar a seus leitores. Ou que não façam jornalismo. A questão é: o que é jornalismo de revista? (SCALZO, 2003, p.14).

Essas publicações, assim como a *Revista Sem Terra*, têm em comum o discurso jornalístico de revista. O “estilo magazine”, conforme Boas (1996), oferece um jornalismo mais aprofundado, analítico, interpretativo. Por isso, as revistas continuam a investir no gênero reportagem. Por meio dela, há espaço para experimentações estéticas. O estilo do discurso jornalístico desse meio de comunicação é diferenciado, pois os repórteres são detentores de maior liberdade para a concepção de um texto mais autoral e se apropriam de técnicas literárias. Assim, os redatores colocam o enunciado jornalístico em constante diálogo com gêneros literários, como o Romance, por exemplo.

Com um pouco mais de tempo para elaborar a reportagem, quando comparado com o fechamento de um jornal diário, o profissional, que trabalha em uma revista semanal e, principalmente, aquele situado em uma publicação mensal, tem condições de burilar o texto. Tal qual um poeta, escolhe as palavras cuidadosamente para cada frase. Lê, corta orações inteiras, reescreve, relê vezes até encontrar a forma mais próxima do ideal, que será norteadada pelo tom da reportagem.

De acordo com Boas (1996), o tom é a linguagem mais apropriada para uma reportagem. “Ao procurar o tom, por exemplo, não pense em humor se sua reportagem for sobre um crime que abalou a opinião pública. Seria suicídio” (BOAS, 1996, p.14). O autor também deve perceber que o texto será norteadado pela angulação proposta, para reportar um determinado assunto. Mas uma das diferenças mais marcantes do estilo de revista é a apresentação de um ponto de vista sobre o acontecimento abordado.

Já o ponto de vista é um propósito, não necessariamente explícito – de se chegar a algum lugar, de propor alguma coisa para o leitor. Como? Por meio da interpretação dos “desdobramentos” do fato. Daí outra razão para elaborar ou fazer um roteiro do que será produzido. O ponto de vista é mais ou menos a “moral da história” (BOAS, 1996, p. 20).

Em síntese, no processo de escolha de uma pauta, a angulação a ser seguida pelo repórter, para construir a reportagem, será decidida. A partir dela, o jornalista desenvolverá o tom que ajudará a consolidar o ponto de vista implícito ou explícito naquela reportagem. Assim como existem várias versões sobre um episódio, ele pode ser contado de diversas formas, adaptando-se à linguagem, ao estilo de cada meio de comunicação. “No fim da linha, podemos sugerir, com muito cuidado, que o profissional de revista, repórter ou redator, também possa ter um texto ‘estilizado’. Um estilo que possa combinar objetividade com a narrativa literária” (BOAS, 1996, p. 33).

Entretanto, existem inúmeras variações estilísticas dentro desse espectro rotulado como “estilo magazine”. Cada revista possui seu estilo próprio e tem identidade única que, apropriando-se de um pensamento de Bourdieu, é constituinte e constitutiva de seu público alvo. Ou seja, o periódico é influenciado por seus leitores e, simultaneamente, o influencia. A revista pode ser um elemento de identificação para um determinado grupo social, ao mesmo tempo em que vincula sua imagem a esses atores.

Revista é também um encontro entre um editor e um leitor, um contato em que se estabelece um fio invisível que une um grupo de pessoas e, nesse sentido, ajuda a construir identidade, ou seja, cria identificações, dá sensação de pertencer a um determinado grupo (SCALZO, 2003, p.12).

Por isso, sem, necessariamente, interagir diretamente com o periódico, o leitor irá ajudar a construí-lo. Desde o projeto gráfico da revista, passando pela escolha da tipologia das fontes, papel, formato, número de páginas, até a linha editorial da publicação, que influenciará a escolha de pautas, angulação, tom, ponto de vista, linguagem, seleção das fontes, enfim, todas as rotinas produtivas inerentes à construção de cada reportagem serão focadas também no interesse do leitor. Conforme Vizeu:

Dessa forma, o interlocutor é constitutivo do próprio ato de produção da linguagem, de certa maneira, ele é co-enunciador do texto e não um mero decodificador de mensagens. Ele desempenha um papel fundamental na constituição do significado e na produção. Logo, um enunciado deve ser analisado levando-se em conta sua orientação para o outro. O outro, no nosso caso, é a audiência presentificada no texto<sup>36</sup>.

Mesmo sem um manual de redação, publicação comum em vários jornais diários no Brasil, os textos das revistas seguem alguns delimitadores, como o projeto gráfico, linha editorial e o próprio estilo da publicação. Afinal, como explica

---

<sup>36</sup> Disponível em <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?cod=266DAC003>, acessado em 19/05/10

Charaudeau (2007), qualquer ato de comunicação ocorre em um determinado ambiente físico, o qual irá colocar restrições para a consumação desse ato.

O dispositivo constitui o ambiente, o quadro, o suporte físico da mensagem, mas não se trata de um simples vetor indiferente ao que veicula, ou de um meio de transportar qualquer mensagem sem que esta se ressinta das características do suporte. Todo dispositivo formata a mensagem e, com isso, contribui para lhe conferir um sentido (CHARAUDEAU, 2007, p. 105).

De acordo com Boas (1996), as revistas são divididas em três grupos estilísticos. São eles: as ilustradas, as especializadas e as de informação geral. Como o objeto desta pesquisa, a *Revista Sem Terra*, pode ser considerado uma revista de informação geral, nós iremos aprofundar a reflexão sobre esse tipo de publicação. Isso porque partimos do pressuposto, com base em Boas, de que toda revista é, de certa forma, especializada, caso se considere como parâmetro a segmentação do público alvo. A principal característica das publicações de informação geral é a tentativa de informar e, principalmente, explicar, interpretar o que supostamente ocorre de mais importante em um país e em todo o mundo.

Semanal, quinzenal ou mensal, os editores da revista sabem que o evento gerador da pauta já foi trabalhado exaustivamente pela internet, rádio, televisão e jornais. Por isso, precisam ir além do factual. Devem necessariamente interpretar com profundidade e perspicácia as causas e consequências do referido episódio. “Jornalismo interpretativo é o esforço de determinar o sentido de um fato, por meio da rede de forças que atuam nele. Quando, inversamente, existe uma atitude de valorizar o fato ou seu sentido, já não é mais jornalismo interpretativo, e, sim, opinativo” (BOAS, 1996, p. 77).

Uma chuva intensa, que causa centenas de mortos e deixa dezenas de milhares de desabrigados será apenas citada em uma reportagem publicada na revista de informação geral. Algumas questões prováveis de serem abordadas serão os perigos de quem permanece vivendo em áreas de risco, a negligência do estado em oferecer moradia digna para essas famílias, o desmatamento de matas ciliares, construções irregulares em áreas de preservação permanente, vítimas de tragédias semelhantes que ainda estão em abrigos à espera de reconstrução de suas moradias, enfim, as causas e consequências.

Provavelmente, as revistas irão apresentar indícios dos supostos culpados da catástrofe, que certamente não será a chuva. De acordo com a linha editorial da revista, um mesmo episódio poderá vir a ter bandidos e mocinhos bem distintos. Muitas vezes, esses “criminosos” e “heróis” são construídos de forma deliberada pelos meios de

comunicação. Em alguns casos, as afirmações sobre os supostos responsáveis são claras, categóricas, veementes e estampam as capas. Em outros momentos, os produtores da reportagem apostam na inteligência do leitor e deixam mensagens subliminares ao longo do texto.

Independente de ser mais contundente ou gerador de uma crítica velada, o discurso jornalístico da revista de informação, ao se pautar pela interpretação, não está isento de se apropriar da mesma estratégia de convencimento do seu ponto de vista por meio do efeito de sentido de objetividade. Afinal, não basta explicar os motivos e desdobramentos de um determinado acontecimento, a publicação quer que a sua interpretação seja considerada definitiva, a verdadeira pela audiência.

Com esse objetivo, o periódico apela para sua suposta objetividade jornalística, ao narrar uma história em terceira pessoa do singular e se apropriar dos discursos das fontes com opiniões diferentes, por exemplo, para persuadir o leitor a acreditar naquela análise como a mais verossímil. Algumas são honestas, pois apresentam abertamente a ideologia que constituiu a sua linha editorial. Outras continuam a vender a ideia de imparcialidade e neutralidade. Ambas, contudo, conhecem o que os leitores esperam ao folhear suas páginas, e sabem as angulações que irão ao encontro da sua audiência.

#### **2.4.1 – Construção do discurso jornalístico da *Revista Sem Terra***

Em junho de 2009, a *Revista Sem Terra* comemorou a publicação da sua 50ª edição. A primeira circulou em julho de 1997. Nos primeiros anos de existência, tinha periodicidade trimestral, tiragem de 10 mil exemplares, 36 páginas e não era totalmente colorida. Gradativamente, a publicação foi se consolidando. Em 2004, a periodicidade passou a ser bimestral. Dois anos depois, foi às ruas com um novo projeto gráfico e, pela primeira vez, chegou às mãos dos leitores totalmente colorida (CREPALDI, 2008). A revista também aumentou o tamanho. Cada exemplar tem, em média, 64 páginas.

Na edição considerada histórica por seus editores (número 50), logo abaixo do Editorial, uma nota explica o significado da revista para o MST e seus simpatizantes.

Este é o número 50 da Revista Sem Terra. Uma conquista, não apenas da luta pela Reforma Agrária ou dos trabalhadores rurais Sem Terra, mas, acreditamos, uma vitória da classe trabalhadora. São 12 anos, nos desafiando a levar para a sociedade as nossas

lutas e conquistas. São 50 números de enfrentamento com o monopólio das informações em nosso país<sup>37</sup>.

Os textos publicados na revista não podem ser simplesmente considerados a resposta do MST para a versão da grande imprensa sobre um fato. O jornalista Antônio Biondi<sup>38</sup>, editor da publicação a partir de 2008, explica que existem várias seções na revista e algumas evidenciam o pensamento do MST, enquanto outras trazem análises até mesmo de outros atores e sujeitos. Segundo Miguel Stédile<sup>39</sup>, um dos coordenadores da comunicação do MST e colaborador da *Revista Sem Terra*, “as fontes selecionadas não se coadunam necessariamente com a linha editorial da revista. Há uma pluralidade de opiniões principalmente dentro do campo da esquerda”.

Mas, em alguns momentos, essa postura de combater uma espécie de discurso único sobre alguns temas, apresentado pela maior parte da mídia comercial, é evidenciada. Um dos exemplos típicos é quando o movimento tenta driblar o silenciamento da grande mídia sobre alguma de suas campanhas. Antônio Biondi cita casos:

Por exemplo, quando os movimentos lançam campanhas que são ignoradas ou desdenhadas pela grande imprensa, ou quando realizam manifestações que são reprimidas, etc. Outras vezes, a revista busca dar voz, trazer ao público aspectos ignorados por outros veículos, inclusive fazer denúncias que em situação alguma seriam apresentadas em outras mídias. Por exemplo, quanto ao envolvimento de políticos de relevância nacional com situações relacionadas à grilagem de terra – caso da senadora Kátia Abreu no Tocantins.

Porém, obviamente, a publicação não surgiu por conta de querelas pontuais. Miguel Stédile explicou o caráter estratégico e o contexto em que ela foi criada. Segundo o militante, cada veículo do MST é correspondente a um momento da luta do movimento pela reforma agrária. Como uma das metas estipuladas durante o 3º Congresso Nacional do MST, realizado em 1995, era dialogar com públicos mais específicos, o contato mais próximo com população urbana passou a ser prioridade.

Conforme Stédile, o MST entendeu que a luta pela reforma agrária só teria êxito se os habitantes das cidades compreendessem que essa luta e suas conquistas seriam benéficas para toda a sociedade e não apenas aos trabalhadores rurais. A publicação foi criada exatamente após a Marcha Nacional por Emprego, Justiça e Reforma Agrária, realizada em 1997, que teve como um de seus objetivos conquistar a

---

<sup>37</sup> Revista Sem Terra, 2009: p. 3

<sup>38</sup> Todas as citações do editor da *Revista Sem Terra* foram retiradas da entrevista concedida ao pesquisador, por e-mail, em 02/08/10.

<sup>39</sup> Entrevista concedida ao pesquisador, em Fortaleza, no dia 16 de janeiro de 2010.

simpatia da população urbana para a reforma agrária, além de reivindicar justiça e, por consequência, a prisão dos responsáveis pelo massacre de Eldorado dos Carajás.

Naquele momento, na análise de Stédile, o movimento conseguiu se projetar como sujeito político de abrangência nacional. Por isso, existiam expectativas e questionamentos acerca do posicionamento do movimento sobre diversas temáticas. “Então, a revista tem o papel de fazer a propaganda dos resultados obtidos com a reforma agrária e ao mesmo tempo expor a posição do MST sobre outros temas, como a questão ambiental, as privatizações...”<sup>40</sup>.

A publicação, conforme notícia divulgada no site do MST para comemorar a 50ª edição, em 4 de junho de 2009, procura dialogar com os militantes do movimento, com apoiadores e simpatizantes do MST e com aqueles que buscam informações sobre temas referentes à reforma agrária. A notícia também apresenta a revista e o *Jornal Sem Terra* como instrumentos de democratização da informação no Brasil

O MST tem hoje duas publicações periódicas que vêm cumprindo um importante papel na democratização da comunicação, ao apresentar as vozes que não costumam falar nos meios “convencionais” de comunicação e publicar notícias e temas em uma perspectiva diferente da linha do pensamento único imposto pelos meios de comunicação de massa empresariais<sup>41</sup>.

De acordo com Stédile, a revista é voltada para formadores de opinião. Em síntese são professores universitários, sindicalistas, pessoas da esquerda progressista e os militantes. “A revista é acompanhada por públicos variados, sendo que seus principais leitores são os integrantes do MST, ao lado dos simpatizantes, apoiadores e interessados no movimento”, confirma Antônio Biondi.

Para atingir esse público, a tiragem é de 10 mil exemplares. Stédile garante que há um desejo de ampliá-la. Mas, ressalta que a distribuição é um entrave nesse processo de acréscimo do número de exemplares impressos. “A *Revista Sem Terra*, em seu primeiro ano, era vendida em banca, mas sofreu um boicote muito grande. Isso, por enquanto, inviabiliza esse aumento da tiragem da publicação”<sup>42</sup>.

O investimento necessário para a produção da revista é difícil de ser mensurado, segundo Antônio Biondi. Isso porque os comunicadores, responsáveis pela produção do conteúdo, não se dedicam de forma exclusiva ao periódico. Contudo, depois de expor as dificuldades de se chegar a um valor preciso, o ex-editor informa que

---

<sup>40</sup> Entrevista concedida ao pesquisador, em Fortaleza, no dia 16 de janeiro de 2010.

<sup>41</sup> Disponível em <http://www.mst.org.br/node/6960>., acessado em 19/08/09.

<sup>42</sup> Entrevista concedida ao pesquisador, em Fortaleza, no dia 16 de janeiro de 2010.

a revista é orçada em torno de R\$ 18 mil por publicação, dos quais R\$ 6 mil necessários para o pagamento de pessoal e R\$ 12 mil referentes aos processos de impressão e distribuição.

O periódico, que custa R\$ 8,50, circula praticamente por todo o País. Pode ser comprado nas secretarias do MST, distribuídas em 23 estados brasileiros, pelo site da editora Expressão Popular. Se preferir, o leitor recebe a publicação em casa, por meio de assinatura (R\$ 50,00 anuais ou bianuais R\$ 80,00). Porém não é essa receita que viabiliza a circulação do periódico.

A maioria dos financiamentos para a produção dos veículos de comunicação do MST vem do governo, de empresas governamentais, sindicatos e de Ongs, por meio de anúncios. A Petrobrás, por exemplo, publicou quatro anúncios publicitários na revista ao longo de 2005, que custaram 45.500 reais, segundo informações da própria empresa (CREPALDI, 2008, p.10).

Há a possibilidade de ler alguns trechos da revista no site do MST. Lá, também existem números disponibilizados gratuitamente, por meio de PDF, na íntegra. Conforme Crepaldi (2008), parte das revistas impressas é distribuída gratuitamente para educadores, formadores e militantes do movimento, além de serem disponibilizadas assinaturas de cortesia para entidades que não têm dinheiro para bancá-la.

No exterior, a Revista Sem Terra é divulgada por meio de comitês de apoio à Reforma Agrária e ao MST, presentes principalmente na Europa, Estados Unidos e América Latina. Também é feito o trabalho de divulgação no Brasil a partir do contato com centenas de estrangeiros que vêm conhecer o Brasil, o MST e as áreas de reforma agrária. É possível identificar também na Revista o arco de alianças com outras publicações alternativas para a divulgação mútua, como o Jornal Brasil de Fato (CREPALDI, 2008, p. 9).

O leitor da *Revista Sem Terra* não está interessado apenas nas questões agrárias brasileiras. “A revista é o principal espaço de reflexão para um público muito segmentado. Pessoas interessadas em temas abrangentes. São pessoas de posicionamento de esquerda, mas que, não necessariamente, concordam com todas as ideias do MST”<sup>43</sup>. Por isso, a linha editorial da revista propõe a cobertura de temáticas variadas, desde assuntos internacionais até aspectos da vida cultural brasileira. É o que explica Antônio Biondi.

A linha editorial da revista busca apresentar um ponto-de-vista, do próprio movimento ou próximo a ele, sobre os temas da conjuntura, especialmente da agrária, buscando traduzir a linha política do MST junto à sociedade, e, ao mesmo tempo, estabelecer

---

<sup>43</sup> Entrevista concedida ao pesquisador, em Fortaleza, no dia 16 de janeiro de 2010.

um diálogo com esta sobre os mais variados temas, em uma via de duas mãos.

A publicação foi influenciada pelo caráter combativo e partidário de jornais alternativos editados na ditadura militar. “Inclusive porque importantes e combativos jornalistas desses períodos foram editores e fundamentais na criação e evolução da revista, como Hamilton Octavio de Souza e Alípio Freire”, argumenta Antônio Biondi. Entretanto, não é apenas dessa antiga imprensa alternativa que guarda referências. Por mais contraditório que possa parecer, a *Revista Sem Terra* é influenciada pela mídia hegemônica, que tanto critica.

Conforme Antônio Biondi, a publicação dialoga com o que é comunicação neste país na atualidade, com a formação de seus editores e dos militantes do MST. “Todos esses setores, evidentemente, sofrem influências de diversos veículos da grande imprensa, mas não somente deles. Assim, difícil pensar em um rompimento, mas difícil dizer que a revista não apresenta diferenciais e outras perspectivas”, justifica.

Ele garante que, em diversos aspectos, a *Revista Sem Terra* é melhor do que a imprensa comercial.

Por exemplo, na composição de seu conselho editorial e no diálogo com outros setores na construção de sua proposta. Por outro [lado], há aspectos em que a revista é inferior à grande imprensa (capacidade de reportagem seria um desses casos) ou que a repete (divisão de seções). Mas é certo que a forma que a revista trata os assuntos busca não repetir o que a mídia corporativa realiza, embora haja influências – e até referências positivas – das quais é hoje difícil se escapar.

A revista trabalha com as categorias básicas do jornalismo: Opinião e Informação (MELO, 2003). Em média são 13 seções (Editorial, Entrevista, Política, Internacional, MST, Trocando Idéias, Cultura, Em pauta, Resenha, Estudo, Companheiros e companheiras, Balaio, Humor), que apresentam gêneros do jornalismo informativo e opinativo. Antônio Biondi ressalta que na publicação predominam artigos. Miguel Stédile concorda que o periódico é essencialmente opinativo, pois reúne artigos e crônicas, e explica porque também tem caráter informativo.

Mas não deixa de ser informativa, pois nossos veículos não querem ser panfletários. Seria mais cômodo até fazer uma revista apenas de artigos. Contudo, há uma produção da informação baseada na apuração. Inclusive, na medida do possível, tentar ouvir pessoas que são contrárias ao MST<sup>44</sup>.

Após contextualizarmos o surgimento da *Revista Sem Terra*, os seus objetivos, o público com quem busca dialogar, as principais seções, os gêneros jornalísticos

---

<sup>44</sup> Entrevista concedida ao pesquisador, em Fortaleza, no dia 16 de janeiro de 2010.

publicados em suas páginas e a sua forma de financiamento, explicaremos, no próximo subtópico, com base nos autores Mauro Wolf e José Rodrigues dos Santos, as rotinas jornalísticas inerentes à produção de qualquer material jornalístico. Como é usual, além de apresentarmos o referencial teórico sobre essa temática, iremos descrever os processos produtivos da *Revista Sem Terra*.

Afinal, conhecer a lógica de funcionamento da máquina midiática será fundamental para a compreensão dos constrangimentos inerentes à produção do discurso jornalístico.

Analisar as condições de produção desse espaço depende de uma problemática sociodiscursiva que permite estudar as práticas da máquina informativa relacionando-as aos discursos que as justificam. Objetiva-se discernir como é acionada uma ‘semiologia da produção’, isto é, uma semiologia do fazer da instância de enunciação cuja busca não diz respeito nem aos efeitos possíveis da construção do produto, nem aos efeitos realmente produzidos sobre o receptor; o que esta semiologia da produção busca são os efeitos ‘esperados’ por tal instância (Charaudeau, 2007, p. 26).

Durante a construção de um produto midiático, segundo Charaudeau (2007), o discurso se materializa em texto, conforme princípios de uma organização semiodiscursiva concebidos a partir da combinação de distintos sistemas semiológicos, como, por exemplo, icônico, gráfico e gestual. O sentido do texto irá depender, de acordo com o autor, do produto desta organização arbitrária, o qual deverá ser reconhecido pela audiência para que venha a ocorrer a troca comunicativa.

#### **2.4.2 – Gatekeeper e Newsmaking**

Só após décadas de pesquisas interessadas em explicar as influências dos meios de comunicação na sociedade, surgiram os primeiros estudos sobre os emissores. Um dos motivos para esse “atraso”, de acordo com Wolf (1995), consistia no modelo comunicativo informacional que estimulava questões referentes à mensagem e seus efeitos, em detrimento dos comunicadores.

O interesse dos pesquisadores, com a forma como os fatos são selecionados e transformados em notícias, surgiu nos anos 1950. Conforme Santos (1992), naquela década, aparecem os primeiros estudos sobre os efeitos dos meios de comunicação a partir da análise das rotinas dos produtores e de seus processos comunicativos. Contudo, foi por meio de um estudo sobre os hábitos alimentares dos americanos que as rotinas produtivas dos meios de comunicação foram problematizadas.

Em 1947, Kurt Lewin concluiu que existem diversos filtros fundamentais ao longo do processo de escolha dos produtos alimentares que chegarão à mesa dos americanos, desde o campo até a cidade. “White utilizou este conceito para estudar o desenvolvimento do fluxo de notícias dentro dos canais organizativos dos órgãos de informação e, sobretudo, para individualizar os pontos que funcionam como ‘cancelas’ e que estabelecem que a informação passe ou seja rejeitada” (WOLF, 1995, p. 162).

Com base nos estudos de Lewin, David White, em 1950, publicou na revista *Journalism Quartely*, o primeiro estudo sistematizado sobre os *gatekeepers* da informação. O principal objetivo da pesquisa de White era determinar os critérios usados pelo editor de uma publicação jornalística para selecionar um fato que seria transformado em notícia e, posteriormente, publicado. Ao fim do estudo, o pesquisador concluiu que esse processo de escolha é arbitrário e subjetivo.

De acordo com Santos (1992), a falha do modelo explicativo de White foi ignorar que não há apenas um *gatekeeper* no processo de produção da notícia, além de esquecer que esse sistema noticioso só funciona porque está inserido em uma lógica organizacional. Em 1957, Westley e MacLean propõem que os meios de comunicação são os responsáveis por recortar a realidade que será transformada em notícias.

Por isso, o *gatekeeper* seleciona a informação que mais interessa ao público da organização e não, necessariamente, de acordo com as suas próprias preferências. Os dois pesquisadores são os primeiros a perceberem que há critérios na escolha dos fatos pelos *gatekeepers*. Após mais dois anos de estudos, novos conhecimentos aprimoram as teses defendidas até então.

J. T. McNelly, em artigo publicado na *Journalism Quartely*, assegura que não há apenas um *gatekeeper* em cada meio de comunicação, mas vários distribuídos em uma sequência estratégica, que irá constituir o processo de produção da notícia.

Em cada uma destas etapas, há um gatekeeper, com a função de filtrar a informação autorizada a passar. Uma das implicações deste processo é que o gatekeeping não se limita a selecionar as notícias que podem franquear o portão, mas também filtrar pormenores da notícia autorizada a ser publicada. Daí que o processo não se limite à seleção ou rejeição de notícias, implicando também a redução do seu conteúdo (SANTOS, 1992, p. 83).

Em 1969, A.Z. Bass avança os estudos ao tentar responder qual é o mais relevante ponto de seleção no processo de produção da notícia. Santos (1992) explica que Bass dividiu o trabalho dos jornalistas em dois momentos distintos: recolhimento noticioso, caracterizado pelo momento em que o fato é selecionado para ser

transformado em notícia, e processamento da notícia, período em que as notícias já produzidas serão modificadas, para que deem unidade ao produto jornalístico que será distribuído.

Na concepção de Bass, o ponto mais importante da seleção jornalística é o que chamou de processamento da notícia. Nesse ponto, de acordo com sua pesquisa, faz-se a seleção final do material a ser divulgado à audiência. Para consolidar sua relevância, nesse setor da cadeia produtiva do material jornalístico, os *gatekeepers* não estão sob influência das fontes e têm mais liberdade, para tomar suas decisões (SANTOS, 1992).

Porém, essas decisões, como já se sabe, não são subjetivas. Na verdade, os jornalistas irão sempre recorrer a critérios, para selecionar os fatos geradores dos enunciados jornalísticos. Embora as primeiras reflexões sobre essa questão sejam marcadamente empíricas – o jornalista McLurg, que não se dedicava à pesquisa científica, foi pioneiro ao pensar sobre a problemática – a partir de 1965, os pesquisadores Galtung e Ruge avançaram na problematização desse tema.

O foco da pesquisa destes autores foi centrado no problema dos critérios para o *gatekeeping*. O que faz um *gatekeeper* escolher certas notícias e rejeitar outras? Se esses critérios forem inteiramente subjectivos e variarem em função do *gatekeeper*, então o problema é simplificado em termos de pesquisa. Mas, na verdade, os investigadores descobriram que os critérios existem, que a seleção é sistemática e que o seu resultado é previsível. Em suma, concluíram que há uma lógica nesse processo. Essa lógica é designada por *newsmaking*, e diz respeito à organização e trabalho rotineiro envolvidos na produção informativa (SANTOS, 1992, p. 84-85).

Para Wolf (1995), a produção de informações divulgadas pelos meios de comunicação de massa será delimitada pela cultura profissional do jornalista e por constrangimentos inerentes ao cotidiano de trabalho desses profissionais. A partir dessas duas balizas, um conjunto de critérios será estabelecido, o qual terá fundamental importância na elaboração da noticiabilidade de qualquer acontecimento. Em síntese, eles irão ajudar a decisão do jornalista sobre qual episódio deverá virar ou não notícia.

A noticiabilidade é constituída pelo conjunto de requisitos que se exigem dos acontecimentos – do ponto de vista da estrutura do trabalho nos órgãos de informação e do ponto de vista do profissionalismo dos jornalistas – para adquirirem a existência pública de notícias (WOLF, 1995, p. 170).

Esses critérios, conforme Santos (1992), também poderão ser chamados de valores/notícias. Eles atuam combinados entre si e quanto maior o número de critérios de noticiabilidade tiver um acontecimento, maior será o seu valor/notícia e, por

consequência, terá mais chance de virar notícia. O momento do acontecimento de um fato, por exemplo, é fundamental para a decisão do jornalista em divulgá-lo ou não. Ele será noticiado caso dê tempo do jornalista ir à rua, coletar informações sobre o episódio, entrevistar as fontes, voltar à redação, escrever a notícia, editá-la e colocá-la na página no prazo estipulado para o fechamento do jornal.

A magnitude de um evento também norteará a decisão do *gatekeeper*. Uma grande catástrofe natural certamente será veiculada pela mídia. Fazer o público entender o que ocorre no mundo, é um dos objetivos do jornalismo. Por isso, quanto mais fácil for explicar o acontecimento ao público, maior será a probabilidade dele ser divulgado. Outro critério de noticiabilidade usado rotineiramente nas redações é a proximidade. Ou seja, quanto mais fácil o acesso do jornalista ao evento e a proximidade geográfica dos leitores com esse acontecimento, maior será a sua probabilidade de ser notícia.

Consonância é o quinto critério de noticiabilidade listado por Santos (1992). Quanto mais próximo o fato das expectativas que a sociedade tem sobre ele, maior o seu potencial de ser divulgado. A surpresa, que um episódio causa, também é levada em consideração pelo jornalista. A possibilidade de o fato ser noticiado, ao longo de vários dias, é outro diferencial, que influenciará a decisão do jornalista sobre abordá-lo ou não. É com base nesse critério de continuidade que o jornal relata os desdobramentos de um evento por vários dias.

Composição é o oitavo valor/notícia proposto por Santos (1992). Para o autor, o material jornalístico deve parecer equilibrado perante a sua audiência. Não deve ter mais notícias de violência do que entretenimento, por exemplo. “Assim, se um jornal já tiver muitas notícias de *fait-divers*, é provável que uma nova história do gênero não seja escolhida. Mas, se não houve nesse dia notícias de *fait-divers*, qualquer texto do gênero que surja terá mais possibilidades de ser publicado” (SANTOS, 1992, p. 86).

Valores socioculturais é o último critério que norteia as decisões do *gatekeeper*, de acordo com Santos (1992). É por meio do filtro intrínseco da cultura em que está inserido, que o jornalista decidirá o que pode vir a ser noticiado em um jornal. Sem esses critérios, que não são os únicos, como deixa claro Wolf (1995), os jornalistas não conseguiriam concluir a produção do material jornalístico dentro dos prazos previstos pela estrutura organizacional em que estão inseridos.

Com base na revisão destes critérios propostos por Santos, queremos ressaltar que eles são fundamentais para que uma das características elementares de uma publicação jornalística seja alcançada: a periodicidade.

Os valores/notícias são de algum modo uma resposta organizacional à necessidade de produzir diariamente informação. Os jornalistas não podem todos os dias estabelecer novos critérios de seleção, o que tornaria o seu trabalho impraticável. Os valores/notícias são, por isso, uma forma de rotinizar o trabalho e facilitar a escolha e produção informativa (SANTOS, 1992, p. 87).

Sem dúvidas, as reportagens divulgadas pela Revista Sem Terra também são produzidas com base nos critérios de noticiabilidade. Quais os principais valores/notícias usados pela publicação? Qual o momento mais importante da seleção de notícia em suas rotinas produtivas? Como ocorre o processo de produção de informação nesse periódico? Essas são algumas questões que motivaram a nossa reflexão sobre as rotinas de produção da revista.

#### **2.4.3 – Rotinas produtivas da Revista Sem Terra**

Colocar nas ruas uma revista bimestral com equipe fixa composta apenas por dois editores, um editor de arte, um revisor e uma secretária de redação é, sem dúvidas, mais um desafio enfrentado pelo MST. 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.

Porém, mesmo que a publicação contasse com uma equipe semelhante às grandes revistas de informação brasileira, bem como igual número de recursos financeiros para a edição de cada número, jamais iria poder cobrir todos os episódios ocorridos no Brasil. Por isso, a *Revista Sem Terra* irá selecionar os acontecimentos que serão acompanhados e reconstruídos em suas páginas.

A ideologia do MST, que ajudou a construir e atualiza a linha editorial da revista, é um dos constrangimentos do processo de enunciação. Isso é reforçado pela seguinte declaração de Antônio Biondi:

A revista busca apresentar um ponto-de-vista sobre os fatos, sem incorrer em falta de compromisso com a verdade ou com a correção no trabalho jornalístico. A ênfase é no olhar do movimento, dos movimentos, dos pesquisadores próximos aos movimentos, e em outros olhares sobre como podemos melhorar o mundo em que vivemos.

Esta lógica organizacional do periódico irá guiar o trabalho dos editores<sup>45</sup> e do conselho editorial da publicação. Esses vários *gatekeepers*, que são inerentes ao processo de produção do material jornalístico da revista, também serão influenciados por questões estruturais e financeiras da publicação. Ou seja, pelos constrangimentos intrínsecos à construção do material jornalístico. De acordo com Antônio Biondi:

Há reuniões de pauta a cada edição, que são relatadas e enviadas em cerca de uma semana para o conselho editorial. É previsto cerca de um mês para a redação dos textos, além de mais uma semana para edição, uma semana para fechamento e uma semana para impressão. Por fim, logo que a revista é impressa, busca-se realizar uma reunião do conselho editorial (o ideal, portanto, é que haja uma por bimestre), período em que a distribuição já está acontecendo e simultâneo ao início dos trabalhos na próxima edição.

Segundo Wolf (1995), a produção de informações divulgadas pelos meios de comunicação de massa será delimitada pela cultura profissional do jornalista e por constrangimentos inerentes ao cotidiano de trabalho desses profissionais. No objeto estudado, além da própria cultura dos jornalistas, principalmente os constrangimentos inerentes à forma de produção serão essenciais para a escolha daquilo que chegará aos leitores.

Os *gatekeepers* irão selecionar as informações/acontecimentos que mais interessam ao público da revista e ao grupo que resolveu criá-la e não, necessariamente, com base apenas em suas preferências.

Para que a sociedade defenda a reforma agrária e apóie as mobilizações sociais e ações governamentais contra a existência e perpetuação do latifúndio é essencial que os habitantes das cidades compreendam tais problemas e caminhem juntos na busca de soluções justas e legítimas. Neste aspecto, a revista é instrumento eficaz para atingir professores, parlamentares, lideranças, profissionais liberais, sindicatos urbanos, igrejas, organizações não-governamentais, partidos políticos e apoiadores internacionais. (PAQUALINO apud CREPALDI, 2008, p. 10).

No material analisado, há enunciados contra o imperialismo das grandes nações capitalistas, contra as multinacionais, contra o *agrobusiness*, contra a política-

---

<sup>45</sup> Tentamos entrevistar Beatriz Pasqualino, a outra editora da *Revista Sem Terra*. Acreditamos que as suas informações enriqueceriam este trabalho, pois dialogariam com os dados e posicionamentos de seu parceiro de edição Antônio Biondi. Infelizmente, a entrevista, por motivos que fugiram da responsabilidade do pesquisador, não foi concedida. Mas, essa ausência não comprometeu o desenvolvimento deste trabalho até porque foram captadas, por meio de um artigo científico, e republicadas algumas análises de Beatriz Pasqualino sobre a revista.

econômica brasileira, contra o neoliberalismo, entre inúmeras outras temáticas que inviabilizam um país mais justo, sob a análise do movimento.

Em contrapartida, a publicação dedica várias páginas para as análises, por meio de artigos/ensaios e entrevistas com intelectuais, e demais enunciados que apresentem a viabilidade e necessidade da reforma agrária, do projeto socialista, além de destacar as vitórias dos movimentos sociais, os acertos dos governos de esquerda (Chavez, Lugano, por exemplo), os movimentos culturais alternativos (grupos de teatro, fotógrafos, cineastas, livros). Também publica estudos científicos que colocam em xeque o modelo político e econômico aplicado no Brasil, em outros países em desenvolvimento, como China e Índia, e nas grandes nações capitalistas, como os EUA.

Além disso, as informações sobre as conquistas dos trabalhadores organizados, omitidas pela imprensa, como a conquista da terra, de meios de viabilizar a produção, da cooperação, da educação, da saúde, entre outras são tratados com regularidade na Revista Sem Terra. (PASQUALINO *apud* CREPALDI, 2008, p. 9).

Em várias edições, há uma análise conjuntural nacional e/ou global que leva a crer que a única alternativa para o nosso país e o planeta é romper com o capitalismo e seguir rumo ao socialismo. Nesse sentido, os *gatekeepers* têm papel fundamental. Eles selecionam fontes, escolhem colaboradores (articulistas, cronistas e “colunistas”) e recortam o acontecimento para realçar a linha editorial da revista. Todas as operações são realizadas com a preocupação de não transgredir os parâmetros éticos, conforme assegura Antônio Biondi:

[...] a revista trabalha buscando apresentar as informações de forma correta e ética, sob um ponto-de-vista bastante explicitado. Não apresenta informações falsas ou que não possam ser confirmadas, tão pouco usa de artimanhas jornalísticas (como ilações, acusações sem provas ou fontes) para questionar outros atores sociais.

É muito difícil nomear todos os *gatekeepers* que operam ao longo da cadeia produtiva de uma publicação, independente do seu porte. Todavia, alguns profissionais exercem funções que são historicamente caracterizadas por autorizar ou não a difusão de um enunciado jornalístico e a forma como será publicado. Na *Revista Sem Terra*, os editores participam da definição de algumas pautas, editam e acompanham a diagramação dos textos.

No processo de edição, eles filtram ainda mais aqueles enunciados originários, que reconstruíram os acontecimentos já filtrados entre infinitas possibilidades de eventos com possibilidades de serem noticiados. Esse novo filtro ocorre por meio da

distribuição das matérias ao longo das páginas, pelo espaço dedicado a cada uma delas, pela titulação escolhida, pelo número e seleção das fotografias etc. Este, segundo Bass, é o momento mais relevante no processo de seleção da notícia, pois há a escolha final do material a ser difundido e se definirá a forma como será publicado. Aqui os *gatekeepers* estariam, pelo menos, mais distantes das pressões das fontes e com mais liberdade para tomar decisões.

Na *Revista Sem Terra* essa etapa da produção se torna ainda mais importante, pois a finalização da maior parte do material publicado não é acompanhada pelos próprios repórteres, já que a revista costuma ser fechada em um único final de semana, em São Paulo. É o momento em que os editores se reúnem com o diagramador para “fechar” o material.

Eles, assim, também não sofreriam a pressão dos repórteres e fotógrafos, algo que normalmente ocorre na redação, cada um querendo obter mais espaço e visibilidade para o material que colheu em campo e transformou em texto. Vale ressaltar que os próprios repórteres também exercem a função de *gatekeepers*, afinal recortam a realidade, escolhem as fontes, às vezes determinam angulação e tom da reportagem.

Não de uma maneira tão clara, mas em algumas ocasiões de forma mais veemente, abrangente e decisiva que repórteres e editores, o conselho editorial é mais um *gatekeeper* na *Revista Sem Terra*. Ele ajuda a atualizar a linha editorial da revista e avalia cada edição da publicação. Obviamente a secretária de redação que, provavelmente, dá a palavra final sobre o que sai ou não na revista, além dos demais gestores do setor de comunicação do MST, também aperfeiçoa a linha editorial da revista.

Já está evidente que a seleção do que será difundido nas páginas da *Revista Sem Terra* não é decidida de forma subjetiva por uma ou duas pessoas. Os editores, por exemplo, seguem as determinações explícitas e implícitas da linha editorial. Elas irão nortear os critérios de noticiabilidade seguidos por eles desde o momento de pautar os repórteres e possivelmente sugerir aos articulistas escreverem sobre a principal temática enfocada em cada edição. Isso porque, algumas vezes, uma mesma questão, certamente não por coincidência, é trabalhada em diversas seções da revista (reportagens, entrevistas e artigos/ensaios).

Com base nos constrangimentos inerentes à enunciação e à cultura profissional do jornalista, vários critérios serão usados pelos editores da *Revista Sem Terra* para dar visibilidade ou não a um determinado acontecimento. Um dos principais critérios

usados pela publicação analisada é, sem dúvidas, o momento do acontecimento de um fato. Com base nesse gancho e depois de analisar se dará tempo do jornalista ir até a rua, ouvir as fontes, fazer as imagens, consultar os especialistas e pegar o maior número possível de dados, redigir e diagramar o texto antes do prazo estipulado para o fechamento daquela edição, várias reportagens são publicadas na revista.

É o que ocorreu, por exemplo, no texto “Mudar para manter”, publicado na edição Abril/Maio de 2008. A reportagem tem como gancho a reforma tributária proposta pelo Governo Federal, que manteria os impostos e prejudicaria quem ganha menos, além de até aumentar a isenção de tributos da parcela da população com maior rendimento. Para elaborar o enunciado, Juliana Nunes trabalhou com episódios ocorridos ainda em 2003, primeiro ano do mandato de Lula, ouviu o Ministério da Fazenda, pegou informações de bastidores das reuniões do presidente da república com empresários, consultou fontes como a Constituição Federal, ouviu economista, entre outros especialistas no assunto, enfim, foi a campo, apurou e redigiu o texto em tempo de ser editado e publicado.

A magnitude do evento é outro critério, sempre combinado principalmente com o momento do acontecimento, usado pela revista. É o caso do material publicado sob o título “Um novo Paraguai”, na edição Junho/Julho de 2008. O texto tem como gancho a eleição de Fernando Lugo para a presidência do Paraguai, ocorrida em 20 de abril de 2008. A vitória dele pôs fim a seis décadas de hegemonia do partido Colorado, representante da direita.

A proximidade é mais um critério de noticiabilidade usado pela revista. Como se pretende uma publicação de âmbito nacional, com circulação em todo o território nacional e distribuição também em outros países, em tese qualquer acontecimento no nosso país pode ser publicado. Com o objetivo de cobrir praticamente todo o Brasil, os jornalistas e/ou militantes<sup>46</sup> do movimento em todas as regiões brasileiras produzem reportagens que são enviadas para a redação da revista em São Paulo.

Eles acabam se tornando espécies de correspondentes da publicação, que, dessa forma, conta com “sucursais” espalhadas em, pelo menos, 23 estados brasileiros. Na capital paulista, o material produzido pelos correspondentes é analisado e definido se e como será aproveitado. A matéria sobre a violência contra as lutas sociais, publicada na

---

<sup>46</sup> A maioria dos textos é feito por simpatizantes ou militantes do movimento. Grande parte não é jornalista. Contudo, alguns tentam fazer reportagens e constroem textos que mais parecem relatórios. Isso acaba comprometendo a qualidade da revista.

edição Agosto/Setembro de 2008, foi elaborada por Miguel Stédile que mora em Porto Alegre, capital do Rio Grande do Sul. Nesta unidade da federação, o Ministério Público Estadual, a Brigada Militar e o governo gaúcho atuam juntos, segundo a reportagem, para criminalizar os movimentos sociais e, principalmente, o MST.

De acordo com Santos (1992), quanto mais próximo o fato das expectativas que a sociedade tem sobre ele, maior o seu potencial de ser divulgado. Na *Revista Sem Terra*, não é diferente. A parcela da sociedade que irá ler o periódico sempre terá acesso às interpretações e reconstruções dos fatos que vão ao encontro de suas expectativas. Na reportagem “O aquecimento global como um grande negócio”, publicada na edição Janeiro/Fevereiro de 2008, os leitores são informados de que os Certificados de Emissão Reduzida (CER)<sup>47</sup>, que seriam pelo menos um paliativo no caminho da necessária redução do efeito estufa solicitada pelos ambientalistas, viraram uma “*commodity*”.

Grandes empresas, segundo o texto, compram esses certificados e continuam a poluir. Ou seja, mercantilizaram uma ação que prometia diminuir o efeito estufa. A reportagem apresenta exatamente uma visão que provavelmente vai ao encontro das expectativas de seus leitores; enquanto, certamente, em publicações da grande imprensa, tal ação é veiculada como uma grande vitória contra o efeito estufa. Esta angulação está lá, pois seus editores acreditam que assim atendem aos anseios da audiência desses periódicos.

A surpresa, o inesperado, a imprevisibilidade de um episódio é outro critério levado em consideração pelos jornalistas. Na reportagem “A luta pela água na capital do Amazonas”, publicada na edição Outubro/Novembro de 2008, o inusitado está no fato de em pleno século XXI, moradores de Manaus, situada entre dois dos maiores rios brasileiros, não conseguirem ter acesso à água, um bem imprescindível à vida. A reportagem vai denunciar que o problema foi causado pela privatização da Companhia de Saneamento do Estado do Amazonas, em 2000. Com base nesse fato, volta a criticar as privatizações efetuadas pelos governos neoliberais brasileiros.

Valores socioculturais é o último critério que norteia as decisões do *gatekeeper*, de acordo com Santos (1992). Nas mais diversas reportagens publicadas pela *Revista Sem Terra*, esse critério obviamente está presente. Não por acaso, ao

---

<sup>47</sup> Os créditos de carbono são frutos do Protocolo de Quioto, assinado em 1997. Os países signatários do documento se comprometeram em diminuir, durante o período 2008-2012, as emissões de gases que causam o efeito estufa em pelo menos 5% em relação aos seus níveis de 1990. Nesse momento foi criado o Mecanismo de Desenvolvimento Limpo (MDL). Ele determina que os países em desenvolvimento, ao ultrapassarem suas cotas de emissão de gases recebam os CERs, que podem ser vendidos aos países desenvolvidos que não cumpram suas metas.

analisarmos diversas edições da publicação, percebemos que ideais como justiça social, derrubada do capitalismo e construção de uma sociedade socialista compõem os textos publicados nas várias seções da publicação, desde a entrevista, passando pelas reportagens, nas resenhas de livros, nas crônicas, artigos, nos estudos científicos e até na seção de curtas, denominada “Balaio”.

Assim como os periódicos da imprensa hegemônica, a *Revista Sem Terra* opera norteada por critérios de noticiabilidade. É crucial lembrar que eles atuam combinados entre si. Por consequência, quanto maior o número de critérios de noticiabilidade tiver um acontecimento, maior será o seu valor/notícia e, obviamente, maior será sua probabilidade de virar notícia. O cumprimento desses critérios, que consolidam as rotinas produtivas jornalísticas, é essencial para que a publicação consiga ter mais uma das características de qualquer material jornalístico: a periodicidade.

## Capítulo 3 – A REALIDADE CONSTRUÍDA PELA *REVISTA SEM TERRA*

### 3.1 – Por que a Análise do Discurso?

A questão básica a ser respondida nesta pesquisa é como a *Revista Sem Terra* supostamente se apropria das estratégias discursivas do campo midiático para materializar e legitimar seu discurso jornalístico informativo. “Compreender é saber como um objeto simbólico (enunciado, texto, pintura, música etc) produz sentidos” (ORLANDI, 2001, p. 26). Por isso, acreditamos que a Análise do Discurso será basilar para realizarmos uma consistente operação analítica do objeto.

Afinal, a Análise do Discurso está interessada em como um texto<sup>48</sup> adquire sentido e não o que ele significa (ORLANDI, 2001). De acordo com Iñiguez (2005, p. 51), a pragmática “fornece o arsenal teórico e metodológico para a análise da linguagem em seu uso”. Ela é ainda mais adequada, como explica Koch (2006), quando se pretende interpretar as intenções do enunciador<sup>49</sup>, que são evidenciadas pelas marcas deixadas no seu discurso<sup>50</sup>.

Justamente na análise do que chamamos materialidade lingüística: o como se diz, o quem diz, em que circunstâncias etc. Isto é, naquilo que se mostra em sua sintaxe e enquanto processo de enunciação (em que o sujeito se marca no que diz), fornecendo-nos pistas para compreendermos o modo como o discurso que pesquisamos se textualiza (ORLANDI, 2001, p. 65).

Conforme Orlandi (2001), para a Análise do Discurso, a língua não irá apenas transmitir uma informação, como sugere a Teoria da Comunicação. Ele dialoga com

---

<sup>48</sup> Com o objetivo de oferecer maior fluidez ao texto, iremos apresentar em notas de rodapé alguns conceitos que facilitarão a leitura deste estudo para as pessoas não iniciadas na AD. Trabalharemos, principalmente, com as concepções de autores nacionais, como Pinto, e internacionais, como Maingueneau, que melhor dialoguem com este trabalho. Neste sentido, concordamos com Maingueneau quando explica o que é texto. “Como discurso ou enunciado, o termo texto toma valores variáveis. Empregamo-lo frequentemente como um equivalente de enunciado, ou como uma sequência lingüística autônoma, oral ou escrita, produzida por um ou vários enunciadorees numa situação de comunicação determinada” (MAINGUENEAU, 1998, p. 140).

<sup>49</sup> Enunciador “é a figura de enunciação que representa a pessoa cujo ponto de vista é apresentado. É a perspectiva que o locutor constrói e de cujo ponto de vista narra, quer identificando-se com ele quer distanciando-se dele” (BRANDÃO, 1996. p. 90)

<sup>50</sup> De acordo com Pinto (2003), “é preciso também insistir no fato de que o que chamamos de discurso é um certo objeto de conhecimento construído a partir de produtos culturais empíricos (como anúncios publicitários, capas de periódicos, programas televisivos e de rádio, entrevistas médicas, entrevistas de emprego, textos jornalísticos impressos, discursos políticos, cartilhas para prevenção de doenças, organização dos espaços de uma cidade, de repartições públicas, de empresas, ou de nossas casas, entre outros), que são chamados de textos e que, como se pode ver dos exemplos, não se trata apenas de uma análise de textos verbais, orais ou escritos, pois envolve outras semióticas, como as imagens” (Disponível em [http://www.semiosfera.eco.ufrj.br/antiores/especial2003/conteudo\\_mpinto.htm](http://www.semiosfera.eco.ufrj.br/antiores/especial2003/conteudo_mpinto.htm), acessado em 30/09/2010).

Pinto (2003), o qual assegura que o discurso, simultaneamente, é uma forma de ação individual e pode acarretar a modificação das estruturas sociais. Os autores, obviamente, concordam com a Teoria dos atos de fala, proposta por Austin, em 1962, e continuada por J.R. Searle, em 1969.

Segundo essa teoria, a língua não é utilizada para representar um pensamento. Na verdade, na “fala” há uma ação equivalente a qualquer outra. “Na perspectiva pragmática, a linguagem é considerada como forma de ação; cada ato de fala (batizar, permitir, mas também prometer, afirmar, interrogar, etc.) é inseparável de uma instituição, aquela que este ato pressupõe pelo simples fato de ser realizado” (MAINGUENEAU, 1997, p. 29).

Ao tratar das tendências recentes da Análise do Discurso e ressaltar que existe uma certa coerência nos caminhos que levam o pesquisador até a Análise do Discurso, Maingueneau assegura que, embora existam divergências entre a pragmática e as questões da enunciação, elas negam uma concepção comum da linguagem: “[...] aquela que a entende como um simples suporte para a transmissão de informações, em lugar de considerá-la como o que permite construir e modificar as relações entre os interlocutores, seus enunciados e seus referentes” (MAINGUENEAU, 1997, p. 20).

Assim, como explica Maingueneau (2001), o discurso é interativo. Não há a figura do destinatário, que seria um ente passivo; mas, sim, a do co-enunciador<sup>51</sup>, que vai (re)construir o sentido de um enunciado e, por consequência, criar outro enunciado.

Os outros, para os quais meu pensamento se torna, pela primeira vez, um pensamento real (e, com isso, real para mim), não são ouvintes passivos, mas participantes ativos da comunicação verbal. Logo de início, o locutor espera deles uma resposta, uma compreensão responsiva ativa. Todo enunciado se elabora como que para ir ao encontro dessa resposta. (BAKHTIN, 1997, p. 321)

Não existe a concepção de enunciado com um sentido estável, pois o contexto adquire extrema importância na AD. Iñiguez (2005, p. 64) reforça essa concepção: “[...] o que temos é um contexto de comunicação que precisamos conhecer para tornar inteligível aquilo que estamos falando”. O co-enunciador terá condições de construir diversos sentidos a partir de uma mesma palavra ou enunciado, de acordo com a forma como ele é criado e distribuído.

---

<sup>51</sup> Co-enunciador é um “termo introduzido pelo lingüista A. Culioli, substituindo *destinatário*, para destacar que a enunciação é, de fato, uma co-enunciação, que os dois parceiros desempenham aí um papel ativo” (Maingueneau, 1998: 22).

O tratamento é a maneira de fazer, o modo pelo qual o sujeito informador decide transpor em linguagem (e também iconicamente, caso possa recorrer à imagem) os fatos selecionados, em função do alvo predeterminado, com o efeito que escolheu produzir (CHARAUDEAU, 2007, p. 38)

Dessa forma, percebe-se que a noção dialógica do discurso também é fundamental para a AD, pois o enunciado com valor pragmático irá ser o elo, estabelecerá uma relação entre enunciator e co-enunciador. “Uma mesma palavra, na mesma língua, significa diferente, dependendo da posição do sujeito e da inscrição do que diz em uma ou outra formação discursiva”<sup>52</sup> (ORLANDI, 2001, p. 60).

Conforme Charaudeau (2007), comunicar, informar é essencialmente uma escolha do modo de operar. Ou seja, não se pode ter a visão ingênua de que há escolha “apenas” das temáticas abordadas pela mídia nem apenas seleções que visam, por exemplo, à coerência e coesão do texto verbal, “[...] mas escolha de efeitos de sentido para influenciar o outro, isto é, no fim das contas, escolha de estratégias discursivas” (CHARAUDEAU, 2007, p. 39).

No caso do discurso jornalístico, o enunciado deve deixar claro que o ato de fala central a ser realizado por intermédio da sua enunciação é criar o efeito de sentido de credibilidade. Nessa operação, as modalidades do dizer serão usadas pelo enunciator, que efetuará a reconstituição discursiva do fato.

Assim, o problema que se coloca é o da veracidade da reconstituição, de seu grau de verossimilhança que pode ir do mais provável ao improvável, e mesmo ao inventado. Tornar verossímil é tentar fazer crer que o relato corresponde à reconstituição mais provável, apresentando-se o dito como o mais fiel possível ao fato tal como se realizou. (CHARAUDEAU, 2007, p. 89).

Afirmção que dialoga com o pensamento de Sponholz, quando ela explica que a realidade midiática será mais verdadeira quanto mais próxima estiver da realidade primária, ou seja, do fato referente daquele enunciado. Segundo Charaudeau, (2007), o procedimento que irá ser fiador dessa verdade midiática é o da analogia, o qual pretende descrever o mundo segundo roteiros de verossimilhança.

De acordo com o autor, as mídias conseguirão chegar a essa forma de verdade ao usar procedimentos da ordem da demonstração, os quais podem ser obtidos ao se apropriar dos enunciados das fontes ou pela imagem “captada” durante o acontecimento ou das conseqüências do episódio referente. Isso porque “as mídias, em sua visada de

---

<sup>52</sup> Mais adiante, com base em Foucault, explicaremos o que é uma formação discursiva.

informação, estão em confronto permanente com um problema de credibilidade, porque baseiam sua legitimidade no ‘fazer crer que o que é dito é verdadeiro’” (CHARAUDEAU, 2007, p. 90)

As marcas dessa intencionalidade dos enunciados do campo midiático podem ser percebidas, por exemplo, nas análises das imagens e nos discursos das fontes.

Aquelas normas, regras e convenções que definem os gêneros de discursos deixam indícios, pistas materiais nos textos, que são as marcas do processo de produção, circulação e consumo de sentidos proposto pelo enunciador e que cabe ao analista de discursos, como um receptor privilegiado (porque armado da Teoria dos Discursos Sociais) localizar, interpretar e explicar criticamente (PINTO, 2003)<sup>53</sup>

Para atingir esse fim, o analista deve perceber que o sentido do enunciado está ancorado ao contexto de enunciação<sup>54</sup>. “O contexto não é, necessariamente, o ambiente físico, o momento e o lugar da enunciação” (MAINGUENEAU, 2001, p. 26). De acordo com o autor, três tipos de contextos podem fornecer elementos necessários para a interpretação do enunciado. São eles: o ambiente físico da enunciação; o cotexto (contexto lingüístico) e os saberes anteriores à enunciação (conhecimento de mundo do interlocutor).

Iñiguez vai concordar com Maingueneau ao propor que a comunicação seria impossível sem se levar em consideração o contexto da enunciação. “Não é possível se comunicar sem dispor de uma ancoragem lingüística nesses contextos físicos, relacionais e sociais e essa operação lingüística tem que ser decodificada, porque, se não se produz essa decodificação, a compreensão é impossível” (IÑIGUEZ, 2005, p. 65).

Para ajudar o co-enunciador a construir o sentido do enunciado, os procedimentos pragmáticos serão essenciais. Por exemplo, a asserção “hoje preciso de silêncio para estudar” pode ser considerada uma interdição (proibição). Ao fazer uma interpretação pragmática, o co-enunciador deve perceber que ele não poderá fazer barulho. Os meios de comunicação pressupõem a compreensão pragmática de seus interlocutores constantemente.

A *Revista Sem Terra* segue essa mesma lógica. Na reportagem “Mudar para manter”, publicada na edição de Abril/Maio de 2008, há a seguinte assertiva:

---

<sup>53</sup> Disponível em [http://www.semiosfera.eco.ufrj.br/antiores/especial2003/conteudo\\_mpinto.htm](http://www.semiosfera.eco.ufrj.br/antiores/especial2003/conteudo_mpinto.htm), acessado em 30/09/2010

<sup>54</sup> “A enunciação constitui o pivô da relação entre a língua e o mundo: ela permite representar no enunciado os fatos, mas ela constitui em si um fato, um acontecimento único, definido no tempo e no espaço” (MAINGUENEAU, 1998, p. 53-54).

“Aprovação de reforma tributária é compromisso do 1º mandato de Lula”. Ao levar em consideração o contexto da enunciação, o leitor da publicação irá interpretar esse enunciado como uma crítica ao presidente. Ele já estava quase na metade do segundo mandato e ainda não cumpriu a promessa, que irá repercutir na vida de todos os brasileiros, feita na primeira administração.

Outro exemplo é verificado quando a revista diz apresentar a verdade sobre um fato. Essa assertiva pode levar o co-enunciador a compreender, por meio da pragmática, que as outras revistas mentem ao criar versões distintas, tendo como referente o mesmo episódio. Isto é uma interpretação pragmática porque exige “[...] do destinatário uma análise do contexto e não somente uma interpretação semântica, [com base] no seu conhecimento da língua” (MAINGUENEAU, 2001, p. 29).

Várias operações são necessárias para que o diálogo entre enunciador e co-enunciador, por meio da produção de sentido do enunciado, seja eficaz. Segundo Maingueneau (2001), a comunicação verbal será regida pelas leis do discurso.

Tais “leis”, que desempenham um papel considerável na interpretação dos enunciados são um conjunto de normas que cabe aos interlocutores respeitar, quando participam de um ato de comunicação verbal. Grice coloca essas leis na dependência de uma lei superior, que ele chama de princípio de cooperação” (MAINGUENEAU, 2001, p. 32).

Este princípio é um contrato tácito celebrado entre o produtor do enunciado e seu destinatário, visando à compreensão do enunciado. Em uma revista, esse contrato é firmado implicitamente entre a publicação e os seus leitores. Autores como Véron (2004) e Charaudeau (2004) também utilizam analogias semelhantes ao tratar da relação existente entre enunciador e co-enunciador na busca de tornar o enunciado inteligível.

Conforme Charaudeau (2007), embora não estejam explícitas, os interlocutores conhecem as regras que viabilizarão a comunicação humana.

Por conseguinte, os indivíduos que querem comunicar entre si devem levar em conta os dados da situação de comunicação. Não somente todo locutor deve submeter-se às suas restrições (a menos que queira transgredi-las, mas isso mostra que reconhece sua existência), mas também deve supor que seu interlocutor, ou destinatário, tem a capacidade de reconhecer essas mesmas restrições. (CHARAUDEAU, 2007, p. 67-68).

Elas permitirão a existência de um contrato de comunicação entre enunciador e co-enunciador. O contrato “é a condição para que os parceiros de um ato de linguagem se compreendem minimamente e poderem interagir, *co-construindo o sentido*, que é a

meta essencial de qualquer ato de comunicação” (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2004, p.130).

Verón (2004) vai denominar como contrato de leitura a interação pactuada implicitamente entre os interlocutores. Ao tratar especificamente da mídia, o autor explica que “o conceito de contrato de leitura implica que o discurso de um suporte de imprensa seja um espaço imaginário onde percursos múltiplos são propostos ao leitor [...]” (VERÓN, 2004, p. 236). O autor lembra que esse contrato pode se atualizar com o objetivo de acompanhar a evolução social, cultural, econômica e política de seu público.

É importante ressaltar também que nenhum ato de comunicação é previamente determinado (CHARAUDEAU, 2007). De acordo com o autor, embora o enunciador siga as regras do contrato de comunicação, possui mecanismos que viabilizam a realização de seu projeto de fala pessoal. Ou seja, pode escolher formas de expressão que irão dar maior consistência ao enunciado proposto.

Contrato de comunicação e projeto de fala se completam, trazendo, um, seu quadro de restrições situacionais e discursivas, outro, desdobrando-se num espaço de estratégias, o que faz com que todo ato de linguagem seja um ato de liberdade, sem deixar de ser uma liberdade vigiada (CHARAUDEAU, 2007, p. 71).

A partir de uma situação de comunicação específica, o enunciador terá diversos procedimentos discursivos que poderão ser combinados e apresentados de inúmeras formas. “Ou seja, ele pode usar estratégias em função dos desafios de credibilidade e de captação que escolhe para si” (CHARAUDEAU, 2007, p. 129). Mas, de acordo com o autor, sempre irá se guiar pela visada de informação por um lado e uma visada de conquista da audiência pelo outro.

Segundo o contrato de comunicação celebrado entre os interlocutores, haverá um esforço mútuo do enunciador e do co-enunciador para tornar o enunciado compreensível. Assim, conteúdos implícitos poderão ser transmitidos por meio dos enunciados. Para a pragmática, esta afirmação é seminal, pois assim comprova-se que a audiência será levada a inferir na construção do sentido do enunciado.

Enfim, há também o fato de que a significação é posta em discurso através de um jogo de dito e não-dito, de explícito e implícito, que não é perceptível por todos: tem-se consciência dessa multiplicidade de efeitos discursivos (Charaudeau, 2007, p. 39).

Sobre essa questão, surge com Grice (1975) a concepção de implicatura. “Uma implicatura é uma inferência que os participantes em uma situação de comunicação

fazem a partir de um enunciado ou de um conjunto de enunciados” (IÑIGUEZ, 2005, p. 67-68). Conforme Maingueneau (2001), existem dois tipos de implicaturas: os subentendidos e os pressupostos.

No fragmento da reportagem “Mudar para manter”, publicada na edição de Abril/Maio de 2008, estão reunidos os dois tipos de implicatura. Senão vejamos: “Mas sendo o governo federal — principal arrecadador — e o Congresso Nacional — reduto dos interesses privados —, os responsáveis por fazer uma reforma tributária, seria possível pensar em algo diferente?” (REVISTA SEM TERRA, Abril/Maio de 2008, p. 22).

Apenas pela leitura do título da matéria e do trecho apresentado acima, fica subentendido que o governo e o Congresso Nacional não querem fazer reais mudanças no sistema tributário brasileiro. O conteúdo pressuposto vem inscrito no próprio enunciado: por ser o principal arrecadador, fica implícito que o governo não quer perder recursos, diminuir a sua arrecadação.

Assim como as implicaturas, as regras (CHARAUDEAU), máximas (GRICE) ou leis (MAINGUENEAU), que irão, de certa forma, compor o contrato de comunicação (CHARAUDEAU), o contrato de leitura (VERÓN), o princípio de cooperação (GRICE) também são essenciais para a pragmática. De acordo com Maingueneau (2001), algumas são aceitas de forma praticamente universal por todos os autores como, por exemplo, a lei da pertinência e da sinceridade.

A primeira estabelece que “toda enunciação implica sua pertinência, o que leva o destinatário a procurar confirmar essa pertinência” (MAINGUENEAU, 2001, p. 35). Conforme Iñiguez (2005), Grice propõe a mesma ideia com outras palavras. A máxima de relevância “consiste em dar contribuições pertinentes e diretas principalmente sobre o tema central da questão e não sobre seus assuntos superficiais” (IÑIGUEZ, 2005, p. 70).

A segunda lei “universal” é a da sinceridade. Segundo Maingueneau (2001, p. 35), ela consiste em garantir as condições inerentes à proposição de cada ato de fala.

Diz respeito ao engajamento do enunciador no ato de fala que realiza. Cada ato de fala (prometer, afirmar, ordenar, desejar) implica um determinado número de condições, de regras do jogo. Por exemplo, para afirmar algo, deve-se estar em condições de garantir a verdade do que se diz [...] (MAINGUENEAU, 2001, p. 35).

De acordo com Iñiguez (2005), percepção semelhante é apresentada por Grice como Máxima de qualidade. “Refere-se à verdade da contribuição informativa e a credibilidade ou a confiabilidade que as contribuições sejam capazes de despertar e

manter” (IÑIGUEZ, 2005, p. 70). Por isso, Maingueneau ressalta que a lei de sinceridade não será respeitada se o enunciador, por exemplo, afirmar um enunciado mesmo sabendo que ele é falso.

Obedecer às leis da pertinência e da sinceridade é vital para o discurso jornalístico. Primeiro porque se pressupõe que o relato jornalístico seja conciso e vá direto à questão principal a ser apresentada ao leitor, principalmente quando se pensa na redação de notícias nos jornais diários. O cumprimento da segunda lei é imprescindível para a criação e consolidação da credibilidade, talvez o maior capital simbólico, parafraseando Bourdieu, de uma publicação jornalística.

Nenhuma revista, pensando especificamente no objeto desta pesquisa, deve mentir, criar episódios, distorcer, ou inventar depoimentos para suas fontes, entre inúmeras outras práticas que também vão de encontro à ética jornalística, sob pena de ter a sua credibilidade, no mínimo, abalada. Contudo, vale ressaltar que podem existir várias versões comprometidas em apresentar a verdade<sup>55</sup>.

Partimos do pressuposto de que não existe apenas uma verdade sobre o episódio referente para a produção das notícias dos mais distintos meios de comunicação. Não é factível apenas um relato como o verdadeiro em detrimento de todos os outros. Os meios de comunicação difundem versões diferentes e isso não implica, obrigatoriamente, que um ou mais estarão mentindo.

No que concerne às informações de caráter explicativo, essas também não podem pretender a uma espécie de grau zero, que implicaria um caráter de unicidade: a pretensão de ser a única explicação válida. Isso porque a informação não escapa a um outro paradoxo: cada vez que se dá uma explicação, esta sempre pode ser submetida a uma outra inquirição, numa cadeia infinita de “porquês”, tendo cada explicação “seu lado se sombra” (CHARAUDEAU, 2007, p. 59).

Aliás, a busca pelo relato exclusivo ou, pelo menos, diferente dos demais enunciadores é uma característica dos programas, sites e publicações jornalísticos. Todos sabem que, dependendo do enfoque, do tom da matéria, ela irá ser díspare daquela apresentada por outra emissora de televisão, por exemplo.

---

<sup>55</sup> Não é nosso interesse entrar no debate filosófico sobre a existência e o que é a verdade. Contudo, sempre que fizermos referência à noção de verdade, acreditamos que “[...] a verdade a mais elevada já não residia mais no que era o discurso, ou no que ele fazia, mas residia no que ele dizia: chegou um dia em que a verdade se deslocou do ato ritualizado, eficaz e justo, de enunciação, para o próprio enunciado: para seu sentido, sua forma, seu objeto, sua relação a sua referência” (FOUCAULT, 2003, p. 15).

Em suma, a linha editorial da organização jornalística irá imprimir subliminarmente, ou até mesmo explicitamente, a sua marca no enunciado emitido. Este, por isso, pode e provavelmente será único e distinto. Até por essas diferenças, para a maioria da audiência, ser consideradas insignificantes (BOURDIEU, 1997), acreditamos que elas não corresponderiam à quebra da lei da sinceridade.

Outra lei do discurso inerente ao gênero jornalístico é a da informatividade. “[...] os enunciados devem fornecer informações novas ao destinatário”. Até quando o mesmo caso é noticiado vários dias pelos telejornais, jornais, rádios e sites, há uma busca constante pela novidade. Cada profissional irá fazer o máximo possível para apresentar novas informações para a sua audiência.

Nas revistas, que normalmente irão circular com dias ou semanas de “atraso”, as informações e análises, que tragam novidades sobre o evento já noticiado pelos periódicos e programas jornalísticos diários, são essenciais. Maingueneau (2001) ressalta que, o enunciado pode até parecer não apresentar nada de novo, mas, nesses casos, provavelmente o enunciador irá ter a intenção de fazer o co-enunciador captar a informação subentendida.

A famosa expressão tempo é dinheiro provavelmente irá nortear a forma como se produz um programa jornalístico de uma emissora de televisão ou de rádio. No caso da mídia impressa, não é diferente, pois o material jornalístico precisa ser fechado dentro do *dead line*. Em ambos os casos, se quer informar ao máximo sobre “tudo” o que ocorre no “mundo” em um espaço relativamente curto.

Por isso, a lei da exaustividade é seguida pelo jornalista. Ela, também denominada como Máxima de quantidade, “faz referência à quantidade de informação que se forneça em uma conversa e se relaciona com o equilíbrio harmônico dessa quantidade no sentido de que, na cooperação, se contribua com maior ou menor quota de informação” (IÑIGUEZ, 2005, p. 70).

Maingueneau (2001) acrescenta uma informação que dialoga com o Código de Ética do Jornalista. “A lei da exaustividade exige também que não se esconda uma informação importante” (MAINGUENEAU, 2001, p. 36). Conforme o artigo 9º do Código de Ética do Jornalista, “É dever do jornalista divulgar todos os fatos que sejam de interesse público” (MARCONDES FILHO, 2003, p. 209). Talvez haja quem questione o que vem a ser o interesse público. Porém, independente dessa querela, talvez meramente retórica, o jornalista tem consciência da necessidade de seguir o Código de Ética e, por consequência, cumprir a lei da exaustividade.

Todavia, só faltará com a ética quem obtiver uma informação de interesse público e não divulgá-la para a sociedade. Falhas na apuração, que supostamente impediram o repórter de ter acesso a um dado importante sobre o fato a ser “relatado”, não podem ser consideradas um desvio ético. Obviamente, não é admissível ser regra, em um programa ou publicação jornalística, a divulgação de enunciados baseados em apurações imprecisas.

Conforme Maingueneau (2001), a lei da exaustividade pode ser transgredida por excesso de informação. No caso do discurso jornalístico, isso pode acontecer quando o repórter ou editor, com o nobre objetivo de oferecer a informação mais completa possível para o seu público, acaba por ser redundante. Na reportagem “Governo inicia privatização da Amazônia”, veiculada na edição Jan/Fev de 2008, existe o seguinte boxe explicativo: “Um hectare equivale, aproximadamente, à área de um campo oficial de futebol (cerca de 11 mil metros quadrados)” (REVISTA SEM TERRA, Jan/Fev de 2008, p.13).

Ao pressupor que a publicação tem um leitor-modelo formado por pessoas de esquerda, militantes do MST, professores universitários e demais formadores de opinião, não haverá necessidade de explicar o que equivale um hectare. A competência enciclopédica (conhecimento geral sobre o mundo) do leitor o credencia a interpretar corretamente a mensagem, tornando essa informação excessiva e uma transgressão à lei da exaustividade.

O modo de enunciar algo é regido pela lei da modalidade ou Máxima de modo. “À diferença das anteriores, a importância desta máxima reside não no conteúdo, e sim na maneira como esse conteúdo é expressado. Relaciona-se fundamentalmente com a exposição clara, ordenada, concisa e precisa” (IÑIGUEZ, 2005, p. 71). Não adianta as demais leis serem seguidas se a forma como o enunciado é construído inviabiliza a sua leitura, o seu entendimento. No jornalismo, longe de ser a única e sempre a melhor a fórmula, o *lead* provavelmente materializa a preocupação do enunciador em apresentar uma exposição clara, concisa e direta.

Ficou claro que as leis do discurso são essenciais para o sucesso da comunicação verbal.

O domínio das leis do discurso e dos gêneros de discurso (a competência genérica) são os componentes essenciais de nossa competência comunicativa, ou seja, de nossa aptidão para produzir e interpretar os enunciados de maneira adequada às múltiplas situações de existência (MAINGUENEAU, 2001, p. 41).

Junto com a competência linguística (conhecimento dos códigos da língua) e com a competência enciclopédica do enunciador e do co-enunciador, as leis do discurso irão permitir o cumprimento do contrato de comunicação, o princípio de cooperação, o contrato de leitura, independente da denominação que seja adotada. Essas normas, máximas, leis estão intimamente relacionadas e, em alguns casos, chegam até mesmo a depender uma das outras.

Entretanto, Maingueneau (2001) pondera que as leis devem ser adaptadas às especificidades de cada gênero do discurso.

O gênero, por sua vez, é determinado pelo objeto, pela finalidade e posição do enunciado. As formas do autor e a posição hierárquica (situação) do locutor (chefe, czar, juiz, guerreiro, sacerdote, mestre, homem em sua vida privada, pai, filho, marido, mulher, irmão, etc.); a correlativa posição hierárquica do destinatário do enunciado (subalterno, acusado, aluno, filho, etc.). Quem fala e a quem se fala. Eis o que determina o gênero, o tom e o estilo do enunciado: a palavra do chefe, a palavra do juiz, a palavra do mestre, a palavra do pai, etc. (BAKHTIN, 1997, p. 395).

Conforme Foucault (2003), as tipologias de discursos (gêneros) são restrições para um discurso, pois o ordenam, o normatizam.

Pode-se, creio eu, isolar outro grupo de procedimentos. Procedimentos internos, visto que são os discursos eles mesmos que exercem seu próprio controle: procedimentos que funcionam, sobretudo, a título de princípios de classificação, de ordenação, de distribuição, como se se tratasse, desta vez, de submeter outra dimensão do discurso: a do acontecimento e do acaso (FOUCAULT, 2003, p. 21).

Cada disciplina tem seu campo de verdade que controla o discurso. Para isso, Foucault (2003) vincula o conceito de disciplina à formação discursiva, a qual é entendida como as regras de formação para um conjunto de enunciados que dizem respeito a ela própria e determina os posicionamentos dos sujeitos<sup>56</sup> de enunciação na formação discursiva.

Por isso, Maingueneau (2001: p. 43) explica que é necessário “[...] se comportar como convém nos múltiplos gêneros do discurso [...]”. O enunciado de uma revista, por exemplo, deve seguir as leis do discurso que são adaptadas às peculiaridades do discurso jornalístico. Assim, ele obedece à ordem do discurso, compreendida por Foucault (2003) como o conjunto de regras de formação discursiva, que estabelece o que pode ser dito, ou seja, o que é possível dizer em um dado discurso.

---

<sup>56</sup> Na perspectiva da Análise do discurso, a noção de sujeito deixa de ser uma noção idealista, imanente; o sujeito da linguagem não é o sujeito em si, mas tal como existe socialmente, interpelado pela ideologia.

Desta vez, não se trata de dominar os poderes que eles têm, nem de conjurar os acasos de sua aparição; trata-se de determinar as condições do seu funcionamento, de impor aos indivíduos que os pronunciam certo número de regras e assim de não permitir que todo mundo tenha acesso a eles. Rarefação, desta vez, dos sujeitos que falam; ninguém entrará na ordem do discurso se não satisfizer a certas exigências ou se não for, de início, qualificado para fazê-lo. (FOUCAULT, 2003, p. 36-37).

Mas é válido lembrar novamente que, em alguns momentos, a ordem do discurso pode ser quebrada. Como explica Pinto (2003)<sup>57</sup>, “ao mesmo tempo, o discurso é uma forma de ação individual [...] e em determinadas situações históricas e sociais esta ação individual pode levar à modificação daquelas regras, normas e convenções (DO DISCURSO) e à mudança das estruturas sociais”.

Será que uma revista alternativa, por exemplo, precisa se pautar fielmente por questões de estilo como (chamadas, legenda, seções, texto em 3ª pessoa do singular etc)? Ou essa publicação pode romper com alguns desses elementos sem, porém, deixar de estar inscrita no discurso jornalístico? Ela poderia instaurar um novo “contrato de fala” (MAINGUENEAU, 1997) com o leitor?

Claro que sim. Afinal, essa revista combate o *status quo*. Este é supostamente representado por uma mídia hegemônica seguidora das normas específicas do discurso jornalístico por ela constituído e dela constituinte, que estão arraigadas também de forma constituinte e constitutiva na ideologia dominante.

A forma de apresentar e conceber essa publicação jornalística pode, portanto, quebrar algumas leis do discurso jornalístico. Por que isso não ocorre? Talvez Foucault tenha a resposta.

Ora, parece-me que sob essa aparente veneração do discurso, sob essa aparente logofilia, esconde-se uma espécie de temor. Tudo se passa como se interdições, supressões, fronteiras e limites tivessem sido dispostos de modo a dominar, ao menos em parte, a grande proliferação do discurso. De modo que a sua riqueza fosse aliviada de sua parte mais perigosa e que sua desordem fosse organizada segundo figuras que esquivassem o mais incontável; tudo se passa como se tivessem querido apagar até as marcas de sua irrupção nos jogos do pensamento e da língua. (FOUCAULT, 2003, p. 36-37).

---

<sup>57</sup> Disponível em [http://www.semiosfera.eco.ufrj.br/antiores/especial2003/conteudo\\_mpinto.htm](http://www.semiosfera.eco.ufrj.br/antiores/especial2003/conteudo_mpinto.htm), acessado em 30/09/2010

Porém, nesse mesmo discurso jornalístico, como acreditamos ter evidenciado, as leis do discurso são de suma importância. Afinal Pinto<sup>58</sup> explica que:

Como prática social no interior de instituições, o discurso é determinado pelas estruturas sociais, sendo regido por regras, normas e convenções mais ou menos estáveis (o que define o gênero de discursos a ser utilizado em cada situação de comunicação) e tem sempre uma finalidade social previamente determinada.

Caso essas leis sejam quebradas aleatoriamente ou sem a devida competência, o “entendimento da conversa” fica prejudicado. Em casos extremos pode invalidá-la, pois os co-enunciadores não terão condições, mesmo possuindo alto grau de competência comunicativa, de compreender a ação comunicativa ou não irão levá-la a sério. Isto aconteceria porque os interlocutores não acreditariam na veracidade das mensagens trocadas.

Em um cenário de incredulidade, provavelmente o contrato de leitura, para usar a denominação de Verón, firmado implicitamente entre a publicação jornalística e o leitor, será quebrado. Recordar o objetivo desse contrato é pertinente para inferir o resultado catastrófico que tal rompimento acarretará para a publicação jornalística.

A finalidade do contrato de comunicação midiática se acha numa tensão entre duas visadas, que correspondem, cada uma delas, a uma lógica particular: uma visada de fazer saber, ou visada de informação propriamente dita, que tende a produzir um objeto de saber segundo uma lógica cívica: informar o cidadão; uma visada de fazer sentir, ou visada de captação, que tende a produzir um objeto de consumo segundo uma lógica comercial: captar as massas para sobreviver à concorrência. (CHARAUDEAU, 2007, p. 86).

Com base no autor, pode-se inferir que a publicação terá seus dias contados até morrer com claros sinais de esquizofrenia, pois acredita se comunicar com milhares de pessoas e imprime milhares de exemplares por edição, que ficam encalhados, já que poucos ainda acreditam naquele conteúdo, acarretando a ineficácia da “visada de fazer saber”.

Essa atitude do leitor é estimulada pelo próprio gênero de discurso jornalístico, que pressupõe a credibilidade como principal capital simbólico. Para Maingueneau (2001), baseado no gênero do discurso que tem “em mãos”, o co-enunciador irá “[...] adotar em relação a ele a atitude que convém” (MAINGUENEAU, 2001, p. 44). No

---

<sup>58</sup> Disponível em [http://www.semiosfera.eco.ufrj.br/antiores/especial2003/conteudo\\_mpinto.htm](http://www.semiosfera.eco.ufrj.br/antiores/especial2003/conteudo_mpinto.htm), acessado em 30/09/2010

caso do discurso jornalístico, o primeiro posicionamento assumido pelo leitor é acreditar ou desacreditar aquele enunciado e, por consequência, uma publicação ou programa jornalístico.

Isso é factível de acontecer até em uma publicação de esquerda, cujos principais leitores são militantes e simpatizantes da organização que a edita. Embora o capital simbólico do MST possa ser transferido para a *Revista Sem Terra* e torná-la legítima perante grande parte de sua audiência, o poder simbólico, conforme Bourdieu (1998), será mais eficaz na medida em que consegue maior naturalização de uma determinada visão de mundo.

Para se inscrever como legítima enunciativa do discurso jornalístico informativo, que irá construir a realidade social, a apropriação de estratégias discursivas do campo midiático, pela *Revista Sem Terra*, parece ser fundamental. Assim, a revista conseguiria consolidar a credibilidade do discurso do movimento e torna-se constituinte e constitutiva do capital simbólico do MST.

### **3.1.1 – Construção social da realidade**

Com o objetivo de conquistar e fidelizar o público, os meios de comunicação constroem uma imagem, mais ou menos falsa, da sua audiência média. De acordo com o perfil criado para o “leitor modelo”, uma revista, por exemplo, irá focar mais na competência enciclopédica ou na competência linguística do público-alvo.

A divergência entre esses dois tipos de leitor-modelo corresponde a uma divisão bem conhecida entre as produções midiáticas que constroem seu público por exclusão (públicos “temáticos”) e aquelas que excluem um mínimo de categorias de leitores (públicos “generalistas”). (MAINGUENEAU, 2001, p. 50).

Charaudeau (2006) acredita que essa estratégia leva a mídia a uma situação de constante incerteza entre a correspondência do perfil do público que criou com aquele que de fato tem acesso ao material divulgado. Segundo o autor, a necessidade de conquistar, cada vez mais, uma audiência significativa conduz os meios de comunicação a outro paradoxo.

O discurso da instância midiática encontra-se, portanto, como já discutimos, entre um enfoque de cooptação, que o leva a dramatizar a narrativa dos acontecimentos para ganhar a fidelidade de seu público, e um enfoque de credibilidade, que o leva a capturar o que está escondido sob as declarações dos políticos, a denunciar as malversações, a interpelar e mesmo a acusar os poderes públicos para justificar seu lugar na construção da opinião pública (CHARAUDEAU, 2006, p. 63).

Tais práticas descritas por Charaudeau, sem dúvidas, também inscrevem o discurso jornalístico como construtor social da realidade. Certamente já está entendido que concordamos com a concepção de que o discurso é uma forma de ação, com potencial de construir coisas. Daí a nossa opção pelo enfoque pragmático. “Mais que uma doutrina, a pragmática constitui, com efeito, uma certa maneira de apreender a comunicação verbal. Ao utilizar o termo ‘discurso’, é a esse modo de apreensão que se remete implicitamente” (MAINGUENEAU, 2001, p. 52).

O discurso jornalístico, ao se propor a relatar a verdade sobre o episódio referente, pressupõe que o co-enunciador irá mobilizar as diversas leis do discurso, além de sua competência linguística e enciclopédica, e dialogará com o enunciado apresentado. A partir dele, sem esquecer as mediações inerentes a esse processo de apropriação do enunciado em busca da construção do sentido efetuado diuturnamente pelo interlocutor, o leitor tomará decisões nas mais distintas esferas (política, social, cultural, educacional etc).

Os enunciados jornalísticos são fundamentais na sociedade moderna. Conforme Luhmann (2005), conhecemos o mundo pelos *media*. Mas qual é o mundo apresentado pelos meios de comunicação para a audiência? Será que as notícias veiculadas pelo jornal maranhense *O Imparcial* são realmente imparciais? O cidadão terá, de fato, acesso à realidade ao ler o jornal *Brasil de fato*? O “jornalismo verdade”<sup>59</sup> da Rede Record é factível? O senso comum provavelmente continua a responder afirmativamente essas perguntas.

Luhmann deixará claro que não temos acesso à realidade objetiva e nem como constatar, diante da infinitude de mensagens que recebemos diariamente, a “veracidade” desses enunciados.

Optamos assim, aqui como na teoria do conhecimento, pelo construtivismo operacional. Teorias construtivistas afirmam que sistemas cognitivos não estão em condições de diferenciar entre condições de existência de objetos reais e condições de seu conhecimento porque não dispõem de nenhum acesso a tais objetos reais a não ser pelo conhecimento (LUHMANN, 2005, p. 22).

Berger e Luckmann (1999) já alertaram que, por meio da reificação, o senso comum encara como natural uma realidade construída de forma arbitrária. Nesse sentido, a sociedade determina a aparência, o conteúdo e a forma como a realidade é idealizada, sendo possível construí-la e reconstruí-la de forma ininterrupta por meio de

---

<sup>59</sup> Slogan criado pela Rede Record de Televisão.

processos de representação. Por isso, pode-se pensar em várias realidades, desde que sejam encaradas como relativas, por exemplo, ao contexto da sociedade.

O jornalismo, legitimado como mediador “natural” entre os acontecimentos e a sociedade, opera com formas simbólicas e constrói conhecimentos altamente credíveis, que acabam por se estabelecer e se solidificar socialmente como realidade. “A informação é pura enunciação. Ela constrói saber e, como todo saber, depende ao mesmo tempo do campo de conhecimentos que o circunscreve, da situação de enunciação na qual se insere e do dispositivo no qual é posta em funcionamento” (Charaudeau, 2007: 36). Afinal, se só há possibilidade de alcançar o real por meio do conhecimento e sendo este uma construção, o real só se torna inteligível como uma construção.

Por isso, a preocupação central deixa de ser o que é a realidade e volta-se para a indagação acerca de como se observa e se constrói essa realidade. Com base no construtivismo operacional, Luhmann (2005) garante que a realidade primária “não repousa no mundo lá fora”. Assim não restaria mais nenhuma outra possibilidade que não seja construir a realidade ou analisar como os observadores constroem a realidade.

Se descartarmos a visão construtivista radical da impossibilidade de acesso ao real, segundo a qual a função do jornalismo não é conhecer o real, mas fornecer uma interpretação convincente da realidade (SPONHOLZ, 2009), o jornalismo continua a ter condições de operar com a construção social da realidade. Charaudeau concorda com esse posicionamento.

As representações, ao construírem uma organização do real através de imagens mentais transpostas em discurso ou em outras manifestações comportamentais dos indivíduos que vivem em sociedade, estão incluídas no real, ou mesmo dadas como se fossem o próprio real (CHARAUDEAU, 2007, p. 47).

Já a partir do pressuposto de que é possível ter acesso ao real, as práticas jornalísticas ganham ainda mais força. Afinal, a partir da observação da realidade, ele irá construir a realidade midiática.

Construtividade refere-se, sobretudo, à representação da realidade observada em símbolos. Através destes constrói-se uma nova realidade, que não existia anteriormente (Bentele, 1982, 128). Isto não significa que esta seja construída arbitrariamente. Ela resulta da observação da realidade primária e carrega em si elementos do mundo exterior (SPONHOLZ, 2009, p. 92).

Bourdieu (1998) considera que há realidades que só existem por conta das formas simbólicas e garante que essas representações da realidade são constitutivas e

constituintes da realidade. Pinto (2003) dialoga com Bourdieu ao garantir que é pelo e no discurso que são construídos, reproduzidos e modificados as representações do mundo, bem como as identidades e relações sociais colocadas em prática em cada situação de comunicação experimentada.

Na análise de Bourdieu, não é possível apenas descrever a realidade, pois nessa operação descritiva é imprescindível nomeá-la e, neste momento, há uma prescrição, ou seja, se institui o que é nomeado. Charaudeau segue linha de raciocínio semelhante.

Mortos são mortos, mas para que signifiquem “genocídio”, “purificação étnica”, “solução final”, “vítimas do destino”, é preciso que se insiram em discursos de inteligibilidade do mundo que apontam para sistemas de valores que caracterizam os grupos sociais. Ou seja, para que o acontecimento exista é necessário nomeá-lo. O acontecimento não significa em si. O acontecimento só significa enquanto acontecimento em um discurso (CHARAUDEAU, 2007, p. 131-132).

Pinto (2003) ressalta que são infinitas as escolhas que podem ser feitas para descrever um episódio. Em sua análise, a seleção efetuada irá ser reveladora das intenções e ideologias que perpassam e constituem um dado discurso.

Diversas palavras e expressões concorrentes estão sempre disponíveis para serem escolhidas, e cada escolha é uma forma de se atribuir sentido a domínios particulares da experiência, assumindo-se, de modo consciente ou habitual (no sentido do habitus de Pierre Bourdieu), uma perspectiva teórica, científica, cultural ou ideológica (uma interpretação) sobre tais domínios (PINTO, 2003)<sup>60</sup>.

De acordo com Bourdieu (1998), as trocas simbólicas são caracterizadas como expressões das relações de poder, pois sempre haverá uma imposição de efeito de sentido. Para isso, é preciso ser visto como um ator legítimo de usar a palavra, o discurso.

Tentar compreender linguisticamente o poder das manifestações lingüísticas, procurar na linguagem o princípio da lógica e da eficácia da linguagem da instituição, é esquecer que a autoridade chega à linguagem a partir de fora, como recorda, concretamente o *skeptron*, que se estende, em Homero, ao orador que vai tomar a palavra (BOURDIEU, 1998, p. 95).

Segundo Maingueneau (1997), a pragmática evidencia “a tomada da palavra” como um ato violento. Nesse sentido, o enunciador objetiva legitimar o seu discurso

---

<sup>60</sup> Disponível em [http://www.semiosfera.eco.ufrj.br/antiores/especial2003/conteudo\\_mpinto.htm](http://www.semiosfera.eco.ufrj.br/antiores/especial2003/conteudo_mpinto.htm), acessado em 30/09/2010.

perante o outro, que deve reconhecê-lo como detentor autorizado do lugar de fala. “Ao enunciar, eu me concedo um certo lugar e ‘atribuo um lugar complementar ao outro’, peço-lhe que se mantenha nele e que ‘reconheça que sou exatamente aquele que fala de meu lugar’” (MAINGUENEAU, 1997, p. 32).

Trabalhar as instâncias de enunciação em termos de lugares, segundo o autor, é fundamental para a compreensão das formações discursivas. Pois, conforme explica Maingueneua ao citar Foucault, é necessário perceber qual a posição a ser ocupada pelo indivíduo para dela ser sujeito. Dessa forma, percebe-se que a instância enunciativa submete o enunciador às suas regras, mas simultaneamente, o legitima, pois irá atribuir-lhe autoridade necessária para ocupar este lugar (MAINGUENEAU, 1997, p.33).

O pensamento de Bourdieu ajuda a compreender porque a objetividade é considerada “dogma” (VIZEU, 2004) do discurso jornalístico. Ela legitima esse discurso. O suposto relato jornalístico objetivo, por mais contraditório que possa ser, asseguraria a veracidade do relato, tornando-se o principal capital simbólico do campo, pelo menos perante o senso comum.

Mesmo ao supostamente apenas descrever, por meio da notícia, por exemplo, um episódio, o discurso jornalístico irá, necessariamente, reconstruir o evento referente. Por consequência, uma nova realidade é produzida e terá o efeito de sentido perante a audiência de ser a única possível.

[...] Toda enunciação constitui um ato (prometer, sugerir, afirmar, interrogar etc) que visa modificar uma situação. Em um nível superior, esses atos elementares se integram em discursos de um *gênero* determinado (um panfleto, uma consulta médica, um telejornal etc.) que visam produzir uma modificação nos destinatários (MAINGUENEAU, 2001, p. 53).

No caso do jornalismo em particular, sempre é pertinente ressaltar que sua capacidade de produzir a realidade tem como fiadora a legitimidade do discurso jornalístico em mediar os acontecimentos. “Os atores que compõem a instância midiática estão legitimados de antemão em seu papel de informantes, mas, ao mesmo tempo estão em busca da credibilidade dos cidadãos (e dos políticos) – o que inscreve essa instância em uma lógica democrática [...]” (CHARAUDEAU, 2006, p.62).

A busca pela credibilidade explica o uso de diversas estratégias discursivas por esses atores que compõem a instância midiática. 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 monológica<sup>61</sup>. (PINTO, 2003).

Ou seja, o enunciador, ao inscrever como verdadeira uma sentença qualquer (“Aprovação de reforma tributária é compromisso do 1º mandato de Lula”), 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).

Para isso, o enunciador poderia dizer: “Talvez a aprovação de reforma tributária seja compromisso do 1º mandato de Lula”. Outra possibilidade é atribuir a responsabilidade do enunciado a terceiros. Caso afirme, por exemplo, que “segundo a Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (Fiesp), a aprovação da reforma tributária é compromisso do 1º mandato de Lula”, ele atribuiu essa afirmação a uma fonte. Assim, o sujeito não seria mais o fiador daquilo que enunciou.

Entretanto, não se exime de aprovar ou reprovar 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).

Senão vejamos: “O MST ocupou a fazenda para forçar a desapropriação”. Se ao final da sentença supostamente proferida por uma liderança do movimento for colocado o verbo “informa”, o leitor provavelmente terá uma impressão diferente da

---

<sup>61</sup> Disponível em [http://www.semiosfera.eco.ufrj.br/antiores/especial2003/conteudo\\_mpinto.htm](http://www.semiosfera.eco.ufrj.br/antiores/especial2003/conteudo_mpinto.htm), acessado em 30/09/2010.

que teria caso o mesmo enunciado fosse seguido do verbo “reconhece”. Afinal, reconhecer sugere culpa enquanto o verbo anterior não tem esse caráter condenatório.

Eis, pois, alguns dos diferentes posicionamentos discursivos que podem ser assumidos pelo sujeito sobre os discursos relatados. Vale ressaltar que, nessas ocasiões, há a polifonia, um fato enunciativo que Ducrot explicou como sendo a possibilidade de se distinguir os enunciadore e locutores em uma enunciação.

Por “locutor” entende-se um ser que no enunciado é apresentado como seu responsável. Trata-se de uma ficção discursiva que não coincide necessariamente com o produtor físico do enunciado [...] [...] Os “enunciadores” são seres cujas vozes estão presentes na enunciação sem que lhes possa, entretanto, atribuir palavras precisas; efetivamente, eles não falam, mas a enunciação permite expressar seu ponto de vista (MAINGUENEAU, 1997, p. 76-77).

Bakhtin (1997) também é referência sobre a questão da polifonia, caracterizada pela várias vozes que aparecem simultaneamente em um enunciado. Presente na maioria dos enunciados difundidos pela mídia, a polifonia é um marco do discurso jornalístico. Mas por que o jornalismo trabalha essencialmente com os discursos de terceiros? Segundo Maingueneau (1997), porque o valor de autoridade de uma enunciação costuma ser insuficiente. Por isso, é necessário que cada gênero do discurso apele à autoridade pertinente, que do exterior assegure, seja fiadora do enunciado proposto.

Por meio da polifonia, o “fenômeno” da pressuposição, de suma importância para a Análise do Discurso, é viabilizado e torna-se uma das estratégias discursivas mais usadas pelos jornalistas. O enunciadore, em muitos casos, visa estrategicamente se proteger de possíveis problemas que uma asserção possa gerar, bem como para criar o efeito de sentido de distanciamento do acontecimento descrito e para, ao usar a credibilidade da fonte, dar consistência ao discurso do sujeito. Por isso, se apropria do discurso de terceiros e o relatam de forma direta ou indireta a depender da intenção de parecer mais ou menos fiel ao discurso da fonte.

Essa marca clássica da heterogeneidade, que compõe todos os discursos, pode dificultar a percepção da subjetividade do jornalista na construção de uma reportagem. Afinal, o profissional de imprensa garante que apenas transcreveu *ipsis literis* a declaração do entrevistado. Mas Maingueneau (1997) desmistifica essa suposta neutralidade. Ele argumenta que o discurso direto “frequentemente é oposto, de forma um pouco ingênua, ao discurso indireto, alegando que ele pretende reproduzir literalmente as alocuções citadas; seria mais exato ver nele uma espécie de teatralização

de uma enunciação anterior e não uma similitude absoluta” (MAINGUENEUA, 1997, p. 85).

Nesse sentido, a forma como o enunciado da fonte será integrado a uma reportagem também não será motivada pelo acaso. Pelo contrário, é uma operação delicada, pois, de acordo com Charaudeau (2007), irá transparecer uma maior ou menor seriedade da instância midiática. Vale ressaltar que essas e as demais estratégias discursivas terão seu uso delimitado pelos constrangimentos inerentes ao discurso usado pelo enunciador.

Assim, certos jornais reproduzem *in extenso* as declarações políticas mais importantes. Mas o modo de reprodução concerne igualmente à apresentação formal da declaração relatada (localização no espaço do jornal, destaque por recursos tipográficos relação com uma fotografia etc.), apresentação que, em seu procedimento de focalização, pode produzir efeitos diversos de dramatização. (CHARAUDEAU, 2007, p. 171).

O discurso jornalístico, independente de suas estratégias discursivas e das críticas dos meios que normalmente utiliza para captar a atenção do público, como, por exemplo, a espetacularização e a dramatização dos acontecimentos, permanece a ocupar um lugar de destaque na sociedade contemporânea.

O problema é que poucos atores sociais possuem a competência genérica e o poder econômico para construir suas próprias mídias e relatos jornalísticos. “Pode-se ver aí uma manifestação particularmente clara da desigualdade social: numerosos locutores são desprezados porque não sabem se comunicar com facilidade em certos gêneros de discurso socialmente valorizados” (MAINGUENEUA, 2001, p.44).

Porém, neste início de século, principalmente com o ressurgimento da imprensa alternativa (se é que de fato ela chegou a desaparecer), e com o uso das novas tecnologias de comunicação, grupos sociais historicamente estigmatizados ou totalmente excluídos do campo midiático consolidam suas ações em comunicação. Buscam capacitação técnica, referencial teórico e conhecimentos deontológicos sobre as práticas jornalísticas com o objetivo de tornarem-se protagonistas, sujeitos da enunciação de suas próprias histórias.

### **3.1.2 – Escolhas metodológicas**

O MST considera a mídia comercial uma das principais aliadas do capitalismo. Ela teria papel estratégico na manutenção do *status quo*. Afinal, defenderia os interesses das elites, seria a porta-voz do neoliberalismo, além de tentar, por meio do poder

simbólico, naturalizar as desigualdades sociais e ridicularizar ou deslegitimar qualquer modelo diferente do atual. Salvo a visão maniqueísta, a concepção dos militantes provavelmente não é infundada.

Primeiro é necessário ressaltar que o movimento, cada vez mais, usa as mais distintas técnicas para, por meio da própria mídia comercial amplificar os seus discursos e denunciar as barbáries cometidas no campo contras os camponeses. Nesse sentido, o MST já reconheceu publicamente a importância da imprensa no relato do massacre de Eldorado dos Carajás.

Entretanto, o posicionamento da chamada grande imprensa está longe de ser “neutro” quando o assunto é MST. “A mídia brasileira em especial a imprensa, tem assumido a tarefa de desqualificar o MST, questionando suas ações e criminalizando os seus atos” (VIEIRA, 2007, p. 179). O autor faz essa afirmação com base na análise dos jornais *O Globo*, *O Estado de São Paulo*, *Folha de São Paulo*, *Jornal do Brasil* e na revista *Veja*.

Os resultados do estudo apontam que as matérias veiculadas nessas publicações podem ser agrupadas nos seguintes eixos: “1 - Violência empregada pelo movimento; 2 - Desrespeitos às leis; 3 - Defesa e ou vinculação com o socialismo; 4 - Pregação revolucionária mediante a educação dos camponeses; 5 - Denúncias de corrupção envolvendo o movimento ou de abandono das terras assentadas ou ainda de financiamento externo para o movimento, entre outros pontos” (VIEIRA, 2007, p. 179-180).

Nos últimos dois anos, os ataques ficaram ainda mais veementes. Ao ponto do movimento ser acusado de ameaçar a segurança nacional.

Utilizando relatórios da própria Brigada Militar e da Comissão Parlamentar Mista de Inquérito, conhecida como CPMI da Terra, além de fontes “objetivas” como a revista *Veja*, os artigos do filósofo Denis Rosenfield e do sociólogo Zander Navarro, dois promotores elaboraram um extenso relatório, onde afirmam que o MST é uma organização paramilitar, que ameaça à segurança nacional, pretende instalar territórios autônomos e recebe treinamento militar das Forças Armadas Revolucionárias da Colômbia (FARC). (REVISTA SEM TERRA, Ago/Set 2008, p.11).

Por conta desse contexto de acirramento das denúncias e do agora explícito objetivo de criminalizar o movimento, vinculando-o até mesmo a uma organização “terrorista”, resolvemos analisar a *Revista Sem Terra* ao longo de 2008. Acompanhamos como a revista reforça a postura de combate ao *status quo* sustentada pelo MST e seu

uso pelo movimento para intensificar a denúncia das ações que criminalizam os movimentos sociais de uma forma geral.

O corpus desta pesquisa é composto pelas reportagens da seção Política, publicadas nas cinco edições veiculadas em 2008, número que representava mais de 10% de todas as edições produzidas até então. A seção foi selecionada por viabilizar a análise dos enunciados em que provavelmente há marcas da suposta apropriação das estratégias discursivas do campo midiático para materializar e legitimar seu discurso jornalístico informativo.

A escolha também foi motivada por ser a área temática com maior probabilidade de evidenciar o posicionamento do movimento com relação ao sistema vigente. Como partimos do pressuposto de que o discurso jornalístico opera na construção social da realidade, o estudo dessa seção é essencial para compreendermos como a revista produz um discurso informativo que irá ser constitutivo e constituinte das principais causas defendidas pelo MST.

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 longo do estudo, apresentamos as categorias fundamentais para análise do nosso objeto, como, por exemplo, apropriação, movimentos sociais e jornalismo. Explicamos o contexto em que a *Revista Sem Terra* surgiu e qual o papel desempenhado por ela dentro da política de comunicação do MST. O objetivo era situar a publicação no contexto histórico em que está inserida e perante o seu público.

A etapa seguinte consistiu em mapear as rotinas produtivas do periódico. De acordo com os estudos de *newsmaking*, com as entrevistas realizadas com o editor da publicação em 2008, Antônio Biondi, e com o integrante da coordenação da área de comunicação do movimento, Miguel Stédile, tivemos condições de explicar quais são as rotinas de produção da revista.

Essa estratégia seria essencial para percebermos os constrangimentos inerentes à produção das reportagens da publicação. Eles terão influência crucial na materialização do discurso jornalístico da revista. “Podemos considerar as condições de

produção em sentido estrito e temos as circunstâncias de enunciação: é o contexto imediato” (ORLANDI, 2001, p. 30). Maingueneau (2001) lembra que o sentido do texto está ancorado ao contexto de enunciação.

Explicados o contexto sócio-histórico e imediato (rotinas produtivas) de produção da publicação, tínhamos condições de apresentar o referencial metodológico que irá permitir a análise científica do objeto de estudo desta pesquisa. Com base em autores como Maingueneau (2001), Charaudeau (2007), Orlandi (2001), Foucault (2003), Bakhtin (1997), iremos efetuar a análise do corpus deste trabalho legitimados pela pragmática.

Sabemos que não há apenas um caminho para estudar o objeto em questão. Inúmeras modalidades de AD são factíveis, mas elas irão variar de acordo com as perguntas a serem respondidas por esses estudos. No nosso caso, acreditamos que os procedimentos pragmáticos, por também estarem preocupados com o contexto da enunciação e, principalmente, com a questão das intenções, serão eficazes para alcançarmos nossos objetivos analíticos de compreensão da construção do discurso jornalístico informativo na *Revista Sem Terra*.

### **3.2 – A verdade, segundo o MST**

Uma publicação jornalística declaradamente de esquerda, como a *Revista Sem Terra*, provavelmente terá como maior desafio provar a veracidade das informações que veicula. Apesar de declarar abertamente seu posicionamento ideológico e não esconder os interesses do movimento ao focar uma questão, a publicação garante não distorcer os fatos referentes de seus enunciados.

De acordo com o editor da publicação, Antônio Biondi, “fazer um jornalismo comprometido com as pessoas, com as classes mais pobres, com os movimentos sociais, não significa deixar de ser isento, agir de má-fé, faltar com a verdade ou ações outras nesse sentido”. Porém, como provar ao leitor que a publicação não irá “faltar com a verdade”? A *Revista Sem Terra* se apropriará das estratégias discursivas usadas pela mídia de informação.

O objetivo é persuadir a audiência a acreditar que as representações da realidade divulgadas são as únicas verdadeiras. Nesse sentido, a revista se assemelha à chamada grande imprensa. Embora também atue para desmistificar algumas afirmações da mídia hegemônica, como, por exemplo, ligar objetividade à imparcialidade.

Já se sabe que o suposto relato objetivo de um fato, como buscava a escola inglesa no século XVIII, era parcial. Embora se tentasse separar as opiniões explícitas do discurso jornalístico informativo, o caráter subjetivo ainda estava lá.

Notas, notícias, reportagens também contém elementos subjetivos. A diferença consiste no tipo de subjetividade. Bentele (1998,219) reconhece dois tipos diferentes, o da subjetividade constitutiva (inevitável) e o da facultativa. Os formatos de textos informativos contém a subjetividade constitutiva, inerente à escolha dos temas, do enquadramento, das fontes, etc. Comentários, por sua vez, contam com ambos os tipos de subjetividade (SPONHOLZ, 2009, p. 178).

Hoje, não é diferente. A subjetividade constitutiva perpassa todo o processo jornalístico. No momento em que o editor da *Revista Sem Terra* escolhe noticiar a falta de água potável em Manaus, (edição Out/Nov de 2008), implicitamente já emite um juízo de valor. A carga opinativa irá continuar ao longo de toda a cadeia produtiva por meio da seleção das fontes, produção e escolha das fotos, ao aproveitar algumas informações para compor o texto e descartar outras, a forma como esse material será editado, o espaço e o local em que será publicado.

Essas operações são inerentes à composição do discurso jornalístico. Denominadas de rotinas produtivas, elas também fazem parte do cotidiano da mídia comercial. Contudo, a chamada grande imprensa busca naturalizar as decisões dos *gatekeepers* e ainda insiste em se inscrever no campo jornalístico como enunciadora de um discurso neutro.

Já a *Revista Sem Terra* não objetiva ser imparcial. Ao denunciar a criminalização dos movimentos sociais (edição Ago/Set de 2008), os leitores da publicação editada pelo MST sabem que a revista tem interesses em jogo. Por isso, assim como ocorre com a mídia tradicional, o periódico editado pelo MST precisa comprovar a veracidade das informações difundidas.

Para atingir esse fim, uma das estratégias discursivas usadas será distanciar o sujeito, no contexto imediato da situação de enunciação, do enunciado produzido. O trecho abaixo, que integra a reportagem “A luta pela água na capital do Amazonas”, publicada na edição Out/Nov de 2008, será usado como exemplo.

Poços estes que muitas vezes não garantem a qualidade da água, por serem muito rasos e muitas vezes são mantidos pela própria população. E o que mais se vê nestas comunidades são as enormes filas de pessoas com galões, garrafas e carrinhos, para num determinado período da manhã — normalmente de 6h às 11h, pegarem nos poços da prefeitura tanta água quanto o possível para

garantir seu abastecimento diário (REVISTA SEM TERRA, Out/Nov: 2008, p. 16).

Apesar de o leitor poder inferir que o relato é assumido como verdadeiro pelo próprio enunciador, este não quer ser identificado como o sujeito do enunciado. Por isso, tenta apagar seus vestígios do texto e toda subjetividade que seria explicitada simplesmente ao colocar o pronome eu. “Se esse enunciador, suporte do ato de enunciação, coincide com o sujeito da frase, ele é representado sob a forma do ‘eu’; se coincide com o objeto direto, sob a forma ‘me’; após preposição, aparece como ‘mim’ etc” (MAINGUENEAU, 2003, p. 106).

Sem a figura do “eu”, o enunciador parece onisciente, onipresente, onipotente. Como se dos céus, a exemplo dos deuses do Olimpo, soubesse o que se passa na Terra e acompanhasse tudo de perto, todos os dias da semana. Este ser instituído pela mídia, chamado por Charaudeau de meganarrador (2007), ainda seria detentor do poder de congelar o acontecimento e, como em um passe de mágica, teria habilidade para levá-lo até o leitor.

É necessário ressaltar que, mesmo considerados referentes do jornalismo, os acontecimentos jamais poderão ser registrados em sua totalidade, ao contrário do que propõe a teoria do espelho. “[...] a percepção de que o acontecimento é concreto e delimitado é uma falácia, já que o real é contínuo e os fenômenos são estritamente interligados” (Sousa, 2002: 22). Percepção semelhante tem Charaudeau.

Assim sendo, o acontecimento nunca é transmitido à instância de recepção em seu estado bruto; para sua significação, depende do olhar que se estende sobre ele, olhar de um sujeito que o integra num sistema de pensamento e, assim fazendo, o torna inteligível (CHARAUDEAU, 2007, p. 95)

Outras marcas, que ancoram o enunciado à situação de enunciação, também são suprimidas. No trecho acima não fica claro qual é a manhã em que a fila se formou. Por meio da implicatura do subentendido, o leitor irá inferir que todos os dias, de domingo a domingo, as pessoas sofrem nessa fila.

Quando escolhemos um determinado tipo de oração, não escolhemos somente uma determinada oração em função do que queremos expressar com a ajuda dessa oração, selecionamos um tipo de oração em função do *todo* do enunciado completo que se apresenta à nossa imaginação verbal e determina nossa opção. (BAKHTIN, 1997, p. 306).

A reportagem visa a levar o co-enunciador a se solidarizar com essas pessoas. Por meio das expressões perlocucionárias, seja com o auxílio dos atos locucionários

e/ou ilocucionários<sup>62</sup>, o “simples” ato do enunciador se expressar já irá produzir efeitos no co-enunciador. É claro, porém, que não há garantias de que o sentido construído na recepção será semelhante ao pretendido pela publicação.

Ainda assim, é provável que o co-enunciador concorde com a crítica feita pela revista ao processo de privatização da Companhia de Saneamento do Estado do Amazonas, responsável pela distribuição de água e recolhimento de esgotos do Estado. A venda da estatal, segundo a publicação, piorou a distribuição de água em Manaus.

O fato prejudicou, certamente não por coincidência, a parcela mais pobre da população. O texto também cita os prejuízos causados à nação pela privatização das estatais Vale do Rio Doce e Embratel. Dessa forma, fica subentendido que a adoção de políticas neoliberais acarreta perdas, sofrimento para o povo brasileiro, a exemplo do que ocorre em Manaus.

Ao usar as implicaturas, pressupostas ou subentendidas, o leitor poderá compreender que as classes com menor potencial econômico serão menos penalizadas pela falta de água do que pela política neoliberal. Esta seria a responsável pela perpetuação das desigualdades sociais entre os ricos e pobres em Manaus, no Amazonas e em todo o Brasil.

### **3.2.1 – Tomar a palavra**

A palavra, como diz Bourdieu (1998) e também Bakhtin (1997), não tem poder sozinha. Bourdieu, ao criticar essa concepção da pragmática, ressalta que o poder está nas condições sociais do uso da palavra; em perceber como podem interferir nas categorias que compõem o mundo social.

Ou seja, com a palavra é possível modelar a estrutura de percepção do mundo. Todavia, é necessário que o co-enunciador reconheça a autoridade do uso da palavra pelo enunciador. A partir de então, por meio da palavra, é factível classificar, instituir, enfim, criar o mundo social. Essa operação ocorre com a demarcação de fronteiras entre, por exemplo, manifestantes e vândalos; revolucionários e rebeldes; militantes e criminosos; invasão e ocupação; justiça e injustiça; terroristas e guerrilheiros.

Pinto (2003) lembra que a seleção das palavras usadas para designar e descrever objetos e pessoas ou o episódio abordado “não é trivial, nem apenas um

---

<sup>62</sup> De acordo com Iñiguez (2005: p. 60), ao citar Austin, “ato locucionário ou locutivo é aquele que se realiza ao dizer meramente alguma coisa”. Já o ato ilocucionário “[...] é aquele que possui uma certa força ao fazer alguma manifestação”. Por último, o ato perlocucionário é aquele que produz efeitos por meio do que foi dito.

exercício de adequação lógico-semântica ou de estética, como ingenuamente se poderia pensar”<sup>63</sup>. Tal ingenuidade também é descartada por Charaudeau ao abordar essa temática.

Palavras usadas em situações recorrentes pelos mesmos tipos de locutores acabam por tornar-se portadoras de determinados valores. Não é inocente utilizar o termo “globalização” (por remeter a um pensamento liberal de direita) em oposição a “internacionalização” (que remete a um pensamento social de esquerda). (Charaudeau, 2007, p. 48).

Tomar a palavra é estratégico no embate simbólico em que o MST está inserido. Afinal, “as possibilidades e as perspectivas que estão latentes na palavra; na verdade, são infinitas” (BAKHTIN, 1997, p. 349). Entretanto, a revista precisa ter seu discurso reconhecido pela audiência para garantir a eficácia simbólica de seus enunciados (BOURDIEU, 1998) e, por isso, busca levar o leitor a ter certeza de que seus enunciados têm valor de verdade. Vejamos como essas intenções são materializadas, por meio das estratégias discursivas, em textos da edição de Ago/Set de 2008.

A chamada principal da revista é em tom de denúncia. “Criminalização: a violência contra as lutas sociais”. Abaixo, há a seguinte chamada: “Entrevista com Jacques Távora Alfonsin: Ação do Ministério Público contra o MST é ilegal e inconstitucional”. O entrevistado é procurador da República aposentado e professor de Direito da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos). O editorial da revista também aborda a mesma temática e tem o seguinte título: “a criminalização da luta por justiça social” (REVISTA SEM TERRA, Ago/Set. 2008, p. 4).

---

<sup>63</sup> Disponível em [http://www.semiosfera.eco.ufrj.br/antiores/especial2003/conteudo\\_mpinto.htm](http://www.semiosfera.eco.ufrj.br/antiores/especial2003/conteudo_mpinto.htm), acessado em 30/09/2010



Figura 1: Capa da edição Ago-Set/2008

Ao todo, as 15 primeiras páginas da revista abordam o tema. Porém, por conta dos gêneros do discurso jornalístico (Charaudeau prefere trabalhar como modos discursivos) usados, os efeitos de sentido produzidos são completamente distintos. Vão desde o suposto distanciamento do sujeito do enunciado por ele produzido até a explícita carga opinativa assumida pela publicação.

Os modos discursivos organizam-se em torno de três categorias de base definidas anteriormente: “relatar o acontecimento”, “comentar o acontecimento”, “provocar o acontecimento”. Isso permite distinguir, por exemplo, a reportagem (“acontecimento relatado”), o editorial (“acontecimento comentado”) e o debate (“acontecimento provocado”) (CHARAUDEAU, 2007, p. 207).

É óbvio que, nos três momentos (no caso da publicação, reportagem, editorial e entrevista), o discurso da revista será de denunciar e resistir às arbitrariedades cometidas pelo próprio poder público contra os trabalhadores. Contudo, apenas no editorial ela vai se inscrever explicitamente como a fiadora da veracidade do enunciado produzido.

Conforme o editorial, setores do Poder Judiciário e o aparato policial são instrumentos da onda de violência e criminalização enfrentadas pelos movimentos

sociais, que não podem ser compreendidas sem levar em consideração o poder e os interesses do agronegócio e das transnacionais que atuam no campo neste país.

Como é característica desse gênero jornalístico, a opinião da revista será publicada de forma explícita. Daí o enunciado ter trechos construídos na primeira pessoa do plural.

Para muitos da sociedade brasileira, não há esse risco e este discurso (o mesmo do período da ditadura militar) apenas tenta encobrir a submissão desses setores do Judiciário, do aparato policial e de governos estaduais aos interesses das transnacionais e do agronegócio. Gostaríamos que esses muitos estivessem enganados. (REVISTA SEM TERRA, Ago/Set. 2008, p. 4).

As marcas do posicionamento discursivo do sujeito não foram apagadas. A revista usa o espaço não só para revelar o motivo pelo qual os movimentos sociais são criminalizados. Ela vai além ao qualificar como negativa essa postura, que guardaria resquícios da época da ditadura militar.

O texto é finalizado com a convocação dos trabalhadores para continuar a luta pela reforma agrária. Esse chamado fica implícito, quando a publicação valora como positivo outro enunciado que é inserido no editorial: “No entanto, parece-nos que, mais do que nunca, são atuais as palavras de um famoso jurista uruguaio: ‘teu dever é lutar pelo Direito. Mas se um dia encontrares o Direito em confronto com a Justiça, lute pela Justiça’” (REVISTA SEM TERRA, Ago/Set. 2008, p. 4).

O uso dessa modalidade “apreciativa” (MAINGUENEAU, 2001) será comum na introdução dos discursos das fontes ouvidas pela revista. Aliás, a escolha das fontes e a apropriação de seus discursos são questões interessantes para análise. Afinal, conforme Charaudeau (2007), o discurso relatado tem a função estratégica de ser um discurso de prova.

[...] O discurso relatado visa a produzir diferentes tipos de prova: de autenticidade do dito de origem (Isso realmente foi dito”, “É indiscutível”, “É realmente disso que se tratou”, “Não estou inventando nada. Ele disse que viria. Você também ouviu”); de responsabilidade daquele que disse (“Foi ele que disse isso, e não uma outra pessoa, nem eu”), com um desvio lógico que deixa entender que se ele disse o que disse, é porque pensa o que disse (“O senhor se lembra de que foi o senhor e seus partidários que preconizaram uma redução de salários”); de verdade do que foi dito, verdade que vem sustentar, e mesmo justificar ou fundamentar, os propósitos do locutor-relator [...] (CHARAUDEAU, 2007, p. 163)

Embora, de acordo com o autor, existam várias formas de relatar, a revista

estudada trabalha basicamente com duas: citando, caracterizada por se apresentar como a reprodução fiel do que foi enunciado; integrando, que consiste em colocar parcialmente o dito de origem na terceira pessoa, com modificações no discurso original; (CHARAUDEAU, 2007).

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

Entretanto, como o próprio negrito do texto destaca, Jacques Távora Alfonsin 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. Caso essa informação fosse irrelevante, deveria ser suprimida, pois estaria indo de encontro à lei da exaustividade (MAINGUENEAU, 2001).

O entendimento do professor sobre a questão pode ser sintetizado pelas três citações que compõem os “olhos” da entrevista nas páginas 5, 6 e 8 respectivamente:

“Estamos vivendo o mesmo ambiente da época do Estado Novo. A questão social é um problema de polícia”; “Às vezes a gente se ajoelha diante da lei, pensa que ela é justa, mas tem que ver como essa lei é feita”; “O Judiciário garante tréguas entre as classes, mas não paz, porque nunca obtém justiça, e a paz é fruto da justiça”.

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 dentro do campo midiático, por meio de cada veículo de comunicação. Antônio Biondi informa que as fontes selecionadas normalmente reforçam a linha editorial da revista. Ele diz que:

Por se tratar de uma revista bimestral, a maioria dos fatos nela abordados já foram apresentados de forma “objetiva” nas outras mídias, e a revista acaba fazendo uma análise mais aprofundada sobre eles, optando, para isso, por dados, discursos e pontos-de-vista que considera mais corretos sobre o que realmente acontece.

Algo semelhante ao que ocorre com a mídia de informação. Esta, entretanto, na maior parte dos casos, exceto quando há uma denúncia em que o outro lado precisa ser

ouvido, procura trabalhar com as chamadas fontes oficiais, que normalmente representam e querem manter o *status quo*. Em outros momentos, os vínculos e interesses das fontes ouvidas sobre o assunto analisado nem sempre são evidenciados.

É o caso quando um economista, por exemplo, é convidado para falar sobre as taxas de juros para empréstimos aos agricultores. Parece que ele faz uma análise fria, distanciada, “científica” da questão. Mas quais serão suas concepções, suas influências econômicas? Conseguirá se isentar de seus preconceitos nessa avaliação? Estará mais ou menos próximo da linha editorial da mídia comercial?

Na realidade, estes não agem com total independência. Ora estão ligados ao poder porque foram chamados ou nomeados por um governo – logo, mesmo que tenham sido designados por seu espírito de independência, estão ligados ao aparelho do Estado. Ora estão ligados às mídias pelo fato de que, solicitados a pronunciarse, sabem que devem falar de uma determinada maneira e, ao mesmo tempo, exibir-se como um “bom especialista. Além do mais, as mídias não convocam um especialista qualquer. (CHARAUDEAU, 2007, p. 194).

No caso da *Revista Sem Terra* não há, necessariamente, a procura de distanciar os interesses das fontes dos fatos comentados, pois a revista não se apresenta como neutra. Talvez, a publicação adquira mais credibilidade ao dar voz às pessoas excluídas da mídia convencional, que detenham o conhecimento técnico do tema. “[...] dar a palavra aos anônimos corresponde a mostrar-se como organismo da informação cidadã ou mesmo popular” (CHARAUDEAU, 2007, p. 168).

Se eles têm interesses convergentes com os do movimento, não se vê impedimento algum em publicar suas análises.

Há situações em que exatamente as fontes afetadas ou envolvidas podem prestar mais informações e também mais precisas. Neste caso, ignorar informantes deste tipo parece não ser realista. Além disso, como já analisado na discussão sobre o método jornalístico, tanto fontes neutras quanto parciais podem ser incluídas sem que a objetividade seja prejudicada (SPONHOLZ, 2009, p. 154).

É como se o enunciador esperasse que seu público fizesse a seguinte leitura: esse especialista, que comunga com nossos ideais, analisou tecnicamente a questão e garante, com base em seus conhecimentos profissionais, que estamos com a razão. Aqui, há uma inversão nos valores das fontes, que não são colocadas sob suspeita, desde que estejam do lado do movimento, para avaliar uma questão que também tem interesses diretos. Contudo, assim como na grande imprensa, o discurso da fonte é legitimado por ser um especialista, por consequência, autorizado pelo seu título a

explicar e/ou comentar o episódio abordado.

Continuando a análise das estratégias discursivas usadas pela publicação ao tratar da criminalização dos movimentos sociais, enfocaremos agora a reportagem “Estado de exceção, regra de estado”, publicada na seção política. Percebemos que são principalmente os discursos alinhados com o MST que irão ratificar e dar consistência às denúncias de criminalização dos movimentos sociais veiculadas na reportagem. Esta é redigida na terceira pessoa do singular. Ao contrário do que ocorre no editorial, desaparecem as marcas do sujeito do enunciado.

Esse estilo objetivo-neutro seleciona os recursos lingüísticos em função não só de uma adequação ao objeto do discurso, mas também do pressuposto fundo aperceptivo do destinatário do discurso, ainda que esse fundo seja levado em consideração de um modo muito generalizado, com a abstração dos aspectos expressivos (a expressividade do locutor num estilo objetivo também é reduzida ao extremo). O estilo objetivo-neutro pressupõe uma espécie de identificação entre o destinatário e o locutor, uma comunhão de pontos de vista, o que ocorre à custa de uma recusa de expressividade (BAKHTIN, 1997, p. 325).

O enunciadador pretende ser objetivo e, por meio dos discursos das fontes e do uso da modalidade apreciativa, garante revelar a violência que ocorre na área rural deste país. Maingueneau (2001) ressalta que a escolha da citação direta de uma fonte está relacionada ao gênero do discurso escolhido pelo enunciadador ou às estratégias de cada texto. Em ambos os casos, o sujeito tenta distanciar-se do enunciado citado.

[...] seja porque o enunciadador citante não adere ao que é dito e não quer misturar esse dito com aquilo que ele efetivamente assume; seja porque o enunciadador quer explicitar, por intermédio do discurso direto, sua adesão respeitosa ao dito, fazendo ver o desnível entre palavras prestigiosas, irretocáveis e as suas próprias palavras (citação de autoridade). (MAINGUENEAU, 2001, p. 142).

Na referida reportagem, as duas estratégias discursivas são utilizadas várias vezes ao longo do texto. Com o objetivo de atuar como fiadores da veracidade do enunciado da revista, são inseridos os discursos do integrante da coordenação do MST, Cedenir Oliveira, do integrante do Movimento dos Pequenos Agricultores, Frei Sérgio Görden, de uma fonte que não pode ser identificada por questões de segurança, do advogado Leandro Scalabrin e do sociólogo Cristovão Feil. Além de fontes documentais, como um documento da Polícia Federal e os relatórios produzidos por promotores do Ministério Público do Rio Grande do Sul.

Vejamos alguns exemplos:

“É a formalização da P2 (serviço secreto da polícia) e agilização

dos despejos, condenações, repressões”, critica Cedenir de Oliveira (REVISTA SEM TERRA, Ago/Set. 2008, p. 15).

“Para o coronel Mendes, direitos humanos nada mais são do que meios escusos de proteção de bandidos”, sentencia Frei Sérgio. (REVISTA SEM TERRA, Ago/Set. 2008, p. 12).

“Assim como na Alemanha, no caso gaúcho, todas as exigências de separação de poderes que segundo a Constituição brasileira serviriam para evitar medidas excessivas do Executivo ou da polícia, estão sendo desrespeitadas”, denuncia o advogado. (REVISTA SEM TERRA, Ago/Set. 2008, p. 15).

“A ofensiva do Ministério Público, a pronta anuência de juízes e uma rápida mobilização de efetivos da Brigada Militar montam o cenário de uma Guerra Fria particular: o MPE aciona a Justiça usando um discurso ideológico; o juiz decide em favor da preleção dos promotores; a Brigada Militar responde prontamente às ordens judiciais”, ilustra o sociólogo Cristóvão Feil. (REVISTA SEM TERRA, Ago/Set. 2008, p. 15).

Curiosamente, no próprio relatório, consta um documento da Polícia Federal, o inquérito 344/207, encerrado em agosto de 2007, que conclui que “não foram localizados indícios de atuação de grupos armados contra o Estado” e que “inexiste crime contra a segurança do Estado”. Os promotores ignoraram solenemente a conclusão. (REVISTA SEM TERRA, Ago/Set. 2008, p. 11).

É importante ressaltar o uso da modalidade apreciativa ao inserir o discurso da fonte na reportagem. No primeiro exemplo, a revista explicita o descontentamento do militante. Porém, não parece suficiente publicar o discurso de revolta do trabalhador com as práticas da polícia do Rio Grande do Sul. É necessário classificá-lo como crítico, em vez de simplesmente introduzi-lo no enunciado com a ajuda de um verbo como “dizer”, por exemplo. Essa apreciação do discurso da fonte é conseguida com o uso estratégico do verbo “criticar”, que reforça o sentido da assertiva do camponês.

Geralmente, esses introdutores de discurso direto não são neutros, mas trazem consigo um enfoque subjetivo. Com efeito, o verbo introdutor fornece um certo quadro no interior do qual será interpretado o discurso citado. Se um verbo como “dizer”, uma preposição como “segundo” podem parecer neutros, não é esse o caso de “confessou” ou de “reconhecer”, por exemplo, que implicam que a fala relatada constitui um erro (MAINGUENEAU, 2001, p. 145).

No trecho seguinte, a publicação dá poderes de juiz à fonte, afinal quem pode julgar alguém e, em sendo culpado, proferir uma sentença é um magistrado. Conforme o enunciado, Frei Sérgio adquiriu essa autoridade. Por meio de um ato perlocucionário, o

oficial é julgado culpado ao ignorar os direitos humanos, os quais são considerados pelo militar como “meios escusos de proteção de bandidos”.

O enunciado do sociólogo faz uma espécie de síntese, por meio da construção cena a cena, do que ocorre no Rio Grande do Sul. Assim, o leitor, que não é passivo na construção do sentido, teria subsídios para elaborar as cenas da triste realidade vivenciada naquela federação do País. A partir do relato da fonte, o co-enunciador tem ferramentas para encadear as cenas relatadas e torná-las inteligíveis, como se produzisse um filme para si mesmo, cujos níveis de crueldade da situação imaginada variam de pessoa para pessoa.

O papel dos *outros*, para os quais o enunciado se elabora, como já vimos, é muito importante. Os outros, para os quais meu pensamento se torna, pela primeira vez, um pensamento real (e, com isso, real para mim), não são ouvintes passivos, mas participantes ativos da comunicação verbal. Logo de início, o locutor espera deles uma resposta, uma compreensão responsiva ativa. Todo enunciado se elabora como que para ir ao encontro dessa resposta (BAKHTIN, 1997, p. 325).

Por último, o periódico ressalta que até mesmo a Polícia Federal, provavelmente alinhada ao Governo Federal, que apóia o agronegócio e o capitalismo, desqualifica as acusações dos promotores. Ela concluiu que os movimentos sociais não colocam em risco a soberania nacional. Neste caso, o enunciador resolve explicitar a implicatura inerente aos trechos do documento da Polícia Federal inseridos no contexto da revista. Evidencia que se, conforme a Polícia Federal, “não foram localizados indícios de atuação de grupos armados contra o Estado” e que “inexiste crime contra a segurança do Estado”, os promotores ignoraram o documento ao concluir que o MST oferece risco à segurança nacional.

Outra implicatura, que dessa vez não é exposta, propõe ao leitor questionar porque os promotores não levaram em conta um documento de uma das instituições mais preparadas e respeitadas do País, a Polícia Federal. Seguindo essa linha de raciocínio, talvez se chegue à conclusão que os movimentos sociais estão sendo perseguidos, criminalizados.

Como já afirmamos, há passagens em que a revista se distancia do enunciado citado por não concordar com aquilo que é dito pela fonte. Assim, o enunciador espera “mostrar-se objetivo, sério” (MAINGUENEAU, 2001, p.142).

Os direitos humanos também não atraem a simpatia do ocupante do maior posto militar gaúcho. Certa vez, reclamou que a sociedade “às vezes, se preocupa com uma eventual pessoa que a polícia

tenha matado”. Sobre a pena de morte, já declarou enfático que “não tem jeito, tem que ir para o paredão” (REVISTA SEM TERRA, Ago/Set. 2008, p. 12).

Segundo a governadora, a experiência estadunidense, onde há mais presos do que agricultores, é “extremamente útil, pois permite gerar emprego no RS”. Já estão em construção presídios especiais para jovens e mulheres. (REVISTA SEM TERRA, Ago/Set. 2008, p. 14).

No primeiro exemplo, a revista inverte a denúncia: quem talvez esteja na ilegalidade e deve ser, pelo menos, investigado é ironicamente aquele pago pelo povo para defendê-lo: o Coronel Paulo Mendes, comandante da Brigada Militar. Essa é a implicatura que o leitor provavelmente irá perceber no enunciado acima. A utilização do verbo reclamar, introdutor do discurso direto, deixa implícita a indignação do militar causada pela preocupação da sociedade com as pessoas mortas pelos policiais. “Geralmente, esses introdutores de discurso direto não são neutros, mas trazem consigo um enfoque subjetivo. Com efeito, o verbo introdutor fornece um certo quadro no interior do qual será interpretado o discurso citado” (MAINGUENEAU, 2001, p. 144).

Na citação da governadora, a revista informa que nos Estados Unidos há mais presos do que agricultores. Essa assertiva, mesmo sem qualificar diretamente o discurso da fonte, critica o enunciado da governadora. Com a utilização do sinal gráfico das aspas, fica estabelecido o distanciamento da revista em relação ao posicionamento da então gestora do Executivo do Rio Grande do Sul.

Diferentemente da modalização em discurso segundo, o discurso direto (DD) não se contenta em eximir o enunciador de qualquer responsabilidade, mas ainda simula restituir as fala citadas e se caracteriza pelo fato de dissociar claramente as duas situações de enunciação: a do discurso citante e a do discurso citado (MAINGUENEAU, 2001, p. 140).

A modalização em discurso segundo é a outra forma usada pelo enunciador de se eximir da responsabilidade sobre um enunciado inserido em um texto. No discurso jornalístico, também é comum o enunciador marcar esse distanciamento ao usar os enunciados das fontes de forma indireta. Por meio dos modalizadores (conforme, segundo, de acordo, para etc), ficam registradas as mudanças no ponto de vista da enunciação, conforme demonstram os seguintes exemplos retirados da reportagem “Governo inicia privatização da Amazônia”, publicada na *Revista Sem Terra*, edição Jan/Fev 2008.

De acordo com o professor e pesquisador em ecologia e manejos naturais da Universidade Federal do Acre, Elder Andrade de Paula [...] (REVISTA SEM TERRA, Jan/Fev 2008, p. 14).

De acordo com o engenheiro agrônomo, especialista em Recursos Naturais e Meio Ambiente e integrante aposentado do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), Flávio Garcia de Sousa[...] (REVISTA SEM TERRA, Jan/Fev 2008, p. 15).

No entanto, o geógrafo afirma que isso criará um precedente extremamente grave para Amazônia e que os argumentos dados pelo MMA para fazer a concessão são extremamente frágeis. (REVISTA SEM TERRA, Jan/Fev 2008, p. 14).

Embora não seja usado o discurso direto, o sujeito continua a se distanciar dos enunciados citados. O locutor atribui os fragmentos acima às respectivas fontes citadas. No abre da matéria, o apagamento das marcas do enunciador é ainda mais evidente. “Especialistas denunciam as catastróficas consequências do projeto de concessão de áreas de floresta pública no Brasil” (REVISTA SEM TERRA, Jan/Fev 2008, p. 13).

Mas, sem dúvidas, é a apropriação do discurso direto que dá a impressão de maior objetividade e conquista, ainda mais, a credibilidade do leitor. “Para as mídias, produzem-se alguns efeitos particulares: o modo de citação direta tende a um efeito de objetivação da informação (dependendo do que é citado e como é citado)” (CHARAUDEAU, 2007: p. 172). Afinal, expõe o enunciado *ipsis literis* pronunciado pela fonte. Como se essa operação fosse possível sem que, ao recontextualizar a fala ao enunciado da revista, fosse possível evitar a mudança de sentido do discurso citado.

Como a situação de enunciação é reconstruída pelo sujeito que a relata, é essa descrição necessariamente subjetiva que condiciona a interpretação do discurso citado. O DD não pode, então, ser objetivo: por mais que seja fiel, o discurso direto é sempre apenas um fragmento de texto submetido ao enunciador do discurso citante, que dispõe de múltiplos meios para lhe dar um enfoque pessoal (MAINGUENEAU, 2001, p. 141).

Charaudeau ressalta que a dificuldade em se trabalhar com o discurso relatado é conseguir ser fiel quanto à forma de apresentar o enunciado de uma fonte. “Na maior parte do tempo, o locutor-relator [jornalista, por exemplo] opera, de maneira consciente ou não, transformações no dito de origem. Assim, essas transformações revelam um certo posicionamento do locutor-relator, quer sejam voluntárias quer não” (CHARAUDEAU, 2007, p. 172)

O leitor, todavia, dificilmente irá perceber essas estratégias usadas pelo jornalista ao trabalhar com a polifonia. Nem mesmo em reportagens como “Estado de exceção, regra de estado”, na qual os discursos de algumas fontes (governadora e coronel) não parecem ter sido elaborados especialmente para a publicação. “Certa vez, reclamou que a sociedade ‘às vezes, se preocupa com uma eventual pessoa que a polícia tenha matado’” (REVISTA SEM TERRA, Ago/Set. 2008, p. 12). Quando e onde o coronel Paulo Mendes produziu esse enunciado? Ele foi motivado por uma indagação? Para quem foi direcionada essa reclamação?

Enfim, deve-se prever o caso em que o locutor-relator (Loc/r) não teve contato direto com o dito (Do) do locutor de origem (Loc/o), e o obtém de um outro locutor que assume o papel de intermediário (Loc/o). Nesse caso, o locutor intermediário torna-se um primeiro locutor-relator, podendo haver vários locutores intermediários (CHARAUDEAU, 2007, p. 162).

Mesmo assim, provavelmente o leitor terá a ilusão de ter acesso ao sentido original da fala do entrevistado. Ainda mais quando o enunciador usa perguntas meramente retóricas para introduzir o enunciado citado.

Então por que a população não está sendo consultada? “É lamentável que no momento em que o país inteiro faz um movimento para questionar a venda da Companhia Vale do Rio Doce, que redundou em uma privatização absurda, alguém lá Ministério do Meio Ambiente, assessorado por idiotas, resolva fazer uma primeira concessão de áreas florestais para particulares”, crítica o geógrafo e professor emérito da Universidade de São Paulo (Usp), Aiz Ab’Saber. (REVISTA SEM TERRA, Jan/Fev 2008, p. 14).

Por meio de todas essas operações discursivas, a *Revista Sem Terra* vai materializando seu discurso. A exemplo da imprensa comercial, ele é fundamentado pela credibilidade transmitida ao leitor, que, por consequência, irá reconhecê-lo como legítimo. O paradoxal é que 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”. Embora possa ser polêmico determinar quem ou o que é responsável pela maior ou menor parcela da credibilidade conseguida pelo periódico, o fato é que ela será essencial para a celebração do contrato de comunicação com o leitor.

O acordo tácito pressupõe a crença na veracidade dos enunciados apresentados. Sem esse pressuposto, o diálogo, viabilizado pelo discurso da *Revista Sem Terra*, entre enunciator e co-enunciator jamais será factível. Assim, não haveria motivos para continuar a editar o periódico, pois seus objetivos nunca seriam atingidos. Contudo, se essa conversação é iniciada, as leis do discurso precisam ser cumpridas para manter o diálogo e garantir a renovação do contrato de comunicação.

### **3.2.2 – Procedimentos de designação**

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 boxe 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.



Legenda: **“Comunidades convivem com abastecimento precário de água”**

Figura 4: “Ilustração” da reportagem “A luta pela Água na Capital do Amazonas”

Apesar de a fotografia conter só duas pessoas, busca-se comprovar que realmente não há água para as famílias pobres. Pela imagem, a situação torna-se ainda mais crítica porque fica claro que nem mesmo as crianças são poupadas do problema. Há a tentativa de tomar o todo pela parte. Ou seja, essa suposta mãe e a sua criança ainda de colo representam todas as “comunidades [que] convivem com o abastecimento precário de água”. Como explica Pinto (2003), a sinédoque (tomar o todo pela parte) e a antonomásia (tomar um exemplar pela classe) são estratégias comuns ao discurso midiático. “Mas a sinédoque e a antonomásia são com frequência utilizadas na vida cotidiana ou na mídia para forçar generalizações indevidas que levam a uma interpretação tendenciosa” (PINTO, 2003)<sup>64</sup>.

---

<sup>64</sup> Disponível em [http://www.semiosfera.eco.ufrj.br/antiores/especial2003/conteudo\\_mpinto.htm](http://www.semiosfera.eco.ufrj.br/antiores/especial2003/conteudo_mpinto.htm), acessado em 30/09/2010.



Legenda: **“O presidente da Câmara, Arlindo Chinaglia, recebe do ministro Guido Mantega a proposta de reforma”**

Figura 5: “Ilustração” da reportagem “Mudar para manter”

Embora não identifique os principais personagens da imagem, a fotografia tem o objetivo de asseverar a veracidade do enunciado apresentado na reportagem. A veiculação da foto prova que, de fato, um documento foi entregue oficialmente, sob o olhar de diversos políticos, que serviram de testemunhas do episódio. Apesar de toda a pompa que parece ter marcado o evento, o qual contou com a cobertura da imprensa para comprovar a sua magnitude e o seu suposto caráter de interesse público, a reforma não saiu do papel.

Com a intenção de consolidar o diálogo com o leitor, as formações discursivas da revista seguem as demais leis do discurso, as quais são contextualizadas às especificidades do gênero jornalístico. Como já explicou Iñiguez (2005), baseado em Austin, a importância de se falar de forma adequada ao discurso escolhido (seguir suas leis) é garantir que essa ação realizativa (atos perlocucionários) tenha êxito perante o co-enunciador.

Ainda com o intuito de garantir a eficácia dos seus enunciados, ao trabalhar com propriedade as operações discursivas originárias da mídia comercial, a *Revista Sem Terra* consegue produzir uma realidade distinta daquela, na maioria dos casos, elaborada pela grande imprensa. Por isso, pelo menos ao tentar descrever os acontecimentos, a *Revista Sem Terra* constrói um discurso de resistência mesmo ao se apropriar das estratégias discursivas do campo midiático.

Longe de idealizar a comunicação alternativa e fazer apologia ao discurso isento das influências do jornalismo de referência, o MST percebeu que as estratégias

discursivas legitimariam o discurso jornalístico informativo da publicação. Afinal, por meio delas seria comprovada a verossimilhança do relato da revista com o episódio referente. Essa apropriação, obviamente, não significa uma cópia fiel de algumas práticas da mídia hegemônica.

Nas páginas da *Revista Sem Terra*, as fontes oficiais, como a Polícia e o Governo, por exemplo, não são tão importantes quanto na mídia de informação. Em alguns casos, sequer são ouvidas. Assim, as explicações para fatos idênticos, como a reforma tributária, tornam-se diferentes daquelas veiculadas com impressionante semelhança pelos meios de comunicação comerciais concorrentes.

O periódico editado pelo MST traz novas informações sobre um mesmo episódio relatado de forma similar pela grande imprensa. Isso ocorre porque os protagonistas e as angulações das histórias divulgadas divergem do enfoque da imprensa tradicional.

Embora siga o roteiro cinematográfico para constituir a narração, assim como faz a grande imprensa, a lógica de cobertura do que ocorreu no Rio Grande do Sul é ímpar. O acontecimento não é apresentado sob o ponto de vista do Ministério Público do Estado, que teria encontrado indícios de ilegalidade nos movimentos sociais, especialmente no MST.

A perspectiva difundida na revista também vai além da vitimização dos agricultores, que seriam injustiçados pelo Estado. Na verdade, os trabalhadores rurais são tratados como agentes legítimos da luta pela reforma agrária no Brasil e esclarecidos militantes que provavelmente não deixarão os movimentos sociais serem criminalizados.

Até porque, como é dito implícita e explicitamente nas reportagens do periódico, eles não estão sozinhos nessa batalha. Segundo a publicação, dezenas de organizações e cidadãos, com notoriedade nacional e internacional em áreas como política, cultura, economia, engenharia etc, apóiam o movimento. Na seção de cartas, há, por exemplo, a imagem de Oscar Niemeyer declarando seu apoio ao MST.

Ao longo das reportagens, os sem-terra não são construídos como vândalos, rebeldes, invasores, enfim, não são criminalizados. É elaborada uma faceta jamais vista dessas pessoas por muitos brasileiros. Não há fotos de uma multidão de homens com foices e facões em punho. Lá, os sem-terra não parecem prestes a “atacar”, “invadir”, “saquear”.

Na publicação analisada, os militantes são representados por imagens que remetem à união, felicidade, cultivo da terra, colheita da safra, cuidado com o meio ambiente. Não há agressões aos policiais ou fazendeiros nem mesmo durante as manifestações. Aliás, nessas ocasiões, as imagens “mostram” uma postura de não-violência dos agricultores.

Há toda uma construção simbólica do movimento que procura superar a visão estigmatizada sobre o MST. Sem dúvidas, a revista objetiva melhorar a imagem e as demais ações do movimento perante a sociedade. Nessa perspectiva, o discurso dos especialistas, por meio dos diversos efeitos de sentido provenientes da apropriação de seus enunciados, como, por exemplo, efeito de autoridade, também visa a influenciar a opinião dos leitores.

No discurso informativo da revista, assim como na grande imprensa, o enunciador tenta apagar suas marcas. Por isso, apesar de a publicação não dissimular seu posicionamento político, o sujeito intenciona parecer distanciado do fato relatado. É a apropriação do “princípio de objetivação” que, ao ser trabalhado junto com mecanismos designativos, figurativos e visualizantes da imagem, visa a dar credibilidade ao discurso divulgado e, simultaneamente, seduzir, conquistar o público (CHARAUDEAU, 2007).

Acreditamos que não restam dúvidas de que a *Revista Sem Terra* se apropria de estratégias do campo midiático com o objetivo de legitimar o seu discurso e operar na construção social da realidade, que será condizente com a visão de mundo proposta pelo MST. Porém, ao contrário do que ocorre na mídia comercial, o leitor da *Revista Sem Terra* não será levado a acreditar que o periódico tem uma postura neutra com relação ao que é publicado nas suas páginas.

Dessa forma, a revista desmistifica a concepção da objetividade como sinônimo de neutralidade, imparcialidade. Mesmo ao romper com essa noção, ainda bastante arraigada no senso comum, consegue tornar seu discurso digno de credibilidade e reconhecido como legítimo pela audiência. Assim, contrapõe-se a visão estigmatizante de suas ações, além de contra-atacar na disputa simbólica para ter visibilidade e o discurso final referente à realidade.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

No século XXI, o jornalismo de resistência brasileiro continua a ser de extrema relevância no combate ao *status quo*. Por meio da apropriação do discurso jornalístico, movimentos sociais como o MST se inscrevem de forma definitiva na guerra simbólica travada diariamente no campo midiático. Além de usar a própria mídia comercial para amplificar suas reivindicações e denúncias, o MST aprimorou e consolidou seus meios de comunicação.

Nesse sentido, o *Jornal Sem Terra*, a *Revista Sem Terra*, as radiadoras, o portal do movimento e mídias sociais como o *twitter* são gerenciados de forma estratégica, pela política de comunicação do MST, para dar visibilidade às demandas do movimento. 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.

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 às 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*.

Porém, a revista pode ser criticada por deixar de ousar. De fato, era possível que a publicação editada pelo MST estivesse na vanguarda. Quebrasse deliberadamente algumas regras do discurso, propusesse outro formato, evitasse repetir seções trabalhadas na grande imprensa, enfim, fosse mais experimental. É preciso ponderar, contudo, se tal postura não colocaria em xeque a legitimidade do material. Talvez, sequer fosse reconhecido como jornalístico e, quem sabe, rotulado de mero panfleto.

De qualquer forma, há a tentativa de contribuir para desconstruir a percepção de que é necessário ser neutro, imparcial ao efetuar uma cobertura jornalística. Afinal, o produto deste trabalho será sempre uma construção marcada, de forma explícita ou implícita, de maneira consciente ou inconsciente, pela subjetividade do enunciador. Este, portanto, não deve procurar parecer neutro, mas, sim, provar a autenticidade, a verossimilhança de seu relato com a realidade referente.

Todos os meios de comunicação têm interesses políticos que norteiam a linha editorial adotada. A maior parte procura dissimular suas convicções políticas, como se isso garantisse um noticiário mais isento, objetivo. Já a *Revista Sem Terra* declara explicitamente seu posicionamento de esquerda e descarta a noção da objetividade como sinônimo de imparcialidade. Evidencia o olhar do movimento sobre as temáticas da conjuntura política, econômica e internacional, sem esquecer a questão agrária, que é direta ou indiretamente influenciada pelas áreas anteriormente citadas.

O leitor do periódico editado pelo MST tem consciência de que as reportagens publicadas não buscam ser imparciais ou neutras, embora se inscrevam como enunciados cuja veracidade pode ser comprovada. Com um jornalismo engajado, se propõe a construir uma realidade supostamente mais próxima do episódio focado. Na tentativa de observar facetas da realidade esquecidas involuntariamente ou não pelo jornalismo de referência, consolida outra ruptura: o oficialismo das fontes.

Lógico que não apenas por uma questão de estilo, no periódico, o discurso de um trabalhador rural terá mais credibilidade, espaço, visibilidade do que aquele apresentado pela Polícia, por exemplo. Contudo, é mais uma contribuição, que pode ser

redimensionada e refletida pela grande imprensa. Talvez, assim houvesse uma diminuição das declarações oficiais nos principais noticiários regionais e nacionais.

Essa forma de selecionar as fontes pode ser questionada, pois os trabalhadores rurais têm interesses em jogo. Mas será que a Polícia também não tem? Há, de fato, alguma fonte que se propõe a falar com a imprensa sem nenhum interesse e com habilidade suficiente para separar seus preconceitos e ideologias do discurso de especialista sobre a temática pautada? Será que o especialista escolhido comunga com a linha editorial da empresa jornalística para qual concede a entrevista?

A *Revista Sem Terra* não nega que, na maioria dos casos, as fontes entrevistadas concordam com a sua linha editorial. Muitas vezes, as fontes são militantes, líderes do próprio movimento ou personalidades e representantes de instituições que publicamente apóiam o MST. Posicionamento mais honesto com o leitor e outro indicativo explícito de que, ao operar na construção social da realidade, a revista é marcada por sua linha editorial.

É provável, portanto, que fosse mais condizente com a postura contestatória do movimento redigir as reportagens em primeira pessoa. Afinal, não é a inevitável subjetividade do repórter que o impedirá de construir uma realidade midiática mais próxima da realidade. Entretanto, a publicação editada pelo MST insiste em persuadir a sociedade a acreditar na sua versão sobre os fatos como a única possível de ser autêntica.

Na realidade, é só uma das diversas visões, sejam elas politicamente de esquerda, direita ou de centro, possíveis de comprovação sobre um dado acontecimento referente. Versão delineada, inevitavelmente, pelos constrangimentos inerentes ao discurso jornalístico, às rotinas produtivas e, em maior ou menor grau, pela sua linha editorial.

## REFERÊNCIAS

- AZEVEDO, Fernando Antônio. **Opinião Pública**. vol.7, nº 2, Campinas, nov. 2001.
- AZEVEDO, Karina Falcone de. **(Des)legitimação**: ações discursivo-cognitivas para o processo de categorização social. Recife: UFPE, 2008.
- BAKHTIN, Mikhail. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 1997.
- BELTRÃO, Luiz. **O jornalismo interpretativo**: filosofia e técnica. Porto Alegre: Sulina, 1976
- BERGER, Christa. Movimentos Sociais: Pesquisa em três campos. In: **XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Trabalho apresentado ao Núcleo de Pesquisa Comunicação para a Cidadania, durante o VI Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisas em Comunicação. De 6 a 9 de setembro, 2006, Brasília-DF.
- BERGER, Peter L; LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade**: tratado de sociologia do conhecimento. 18. ed. Petrópolis: Vozes, 1999.
- BEZERRA NETO, Luiz. **Sem Terra Aprende e Ensina**: Estudo sobre Práticas Educativas do Movimento dos Trabalhadores Rurais. Campinas: Autores Associados, 1999.
- BOAS, Sérgio Vilas. **O estilo magazine**: o texto em revista. São Paulo: Summus, 1996.
- BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. 10. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2007.
- \_\_\_\_\_. **O poder simbólico**. 3. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2000.
- \_\_\_\_\_. **O que falar quer dizer**: a economia das trocas lingüísticas. Difel, 1998.
- \_\_\_\_\_. **Sobre a televisão**: seguido de a influência do jornalismo e os jogos olímpicos. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 1997.
- BRANDÃO, Helena H. Nagamine. **Introdução à análise do discurso**. 5. ed. Campinas: Editora da Unicamp, 1996.
- CAPARELLI, Sérgio. **Comunicação de massa sem massa**. 5. ed. São Paulo: Summus Editorial, 1986.
- CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano**: artes de fazer. 7. ed. Petrópolis: Vozes, 2002. v. 1.
- CHAPARRO, Manuel Carlos. Cem anos de assessoria de imprensa. In: DUARTE, Jorge (Org.). **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia**: teoria e técnica. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

\_\_\_\_\_. **Sotaque d'aquém e d'além mar:** travessias para uma nova teoria de gêneros jornalísticos. São Paulo: Summus, 2008.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias.** São Paulo: Contexto, 2007.

\_\_\_\_\_. **Discurso político.** São Paulo: Contexto, 2006.

\_\_\_\_\_. ; MAINGUENEAU, Dominique. **Dicionário de análise de discurso.** São Paulo: Editora Contexto, 2004.

CHINEM, Rivaldo. **Imprensa alternativa:** jornalismo de oposição e inovação. São Paulo: Ática, 1995.

CORONEL, Angélica. Disposições técnico-discursivas e cidadania em telejornais. In: FERREIRA, Jairo; VIZER, Eduardo (Org.). **Mídia e movimentos sociais:** linguagens e coletivos em ação. São Paulo: Paulus, 2007.

CORREIA, João Carlos Correia. Apresentação. In: FERREIRA, Jairo; VIZER, Eduardo. (Org.). **Mídia e movimentos sociais:** linguagens e coletivos em ação. São Paulo: Paulus, 2007.

\_\_\_\_\_. Novos movimentos sociais e transformações no modelo de análise das mídias. In: FERREIRA, Jairo; VIZER, Eduardo. (Org.). **Mídia e movimentos sociais:** linguagens e coletivos em ação. São Paulo: Paulus, 2007.

CREPALDI, Lilian. A luta social na mídia: breve análise da comunicação do MST e da Revista Sem Terra. In: **XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.** Trabalho apresentado ao Núcleo de Pesquisa Comunicação para a Cidadania, durante o VIII Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisas em Comunicação. De 2 a 6 de setembro, 2008, Natal-RN.

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. São Paulo: Paulus, 2007.

DINES, Alberto. **O papel do jornal.** 6. ed. São Paulo: Summus, 1986.

DOWNING, John, D. H. **Mídia radical:** rebeldia nas comunicações e movimentos sociais. São Paulo: Editora Senac, 2002.

FERREIRA, Jairo. Notícias sobre as ONGs: uma conjuntura aberta pelos dispositivos midiáticos na web. In: FERREIRA, Jairo; VIZER, Eduardo. (Org.). **Mídia e movimentos sociais:** linguagens e coletivos em ação. São Paulo: Paulus, 2007.

FONTECUBERTA, Mar de. **A notícia:** pistas para compreender o mundo. 2. ed. Lisboa: Editorial Notícias, 1999.

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso:** Aula inaugural no Colège de France, pronunciada em 2 de dezembro de 1970. 9. ed. São Paulo: Edições Loyola, 2003.

GOHN, Maria da Glória. **Teoria dos movimentos sociais: paradigmas clássicos e contemporâneos**. 6. ed. São Paulo: Edições Loyola, 2007.

GOMES, Wilson. **Transformações da política na era da comunicação de massa**. São Paulo: Paulus, 2004.

GOSS, Karine; PRUDENCIO, Kelly. O conceito de movimentos sociais revisitado. **Revista em Tese**. vol 2, nº 1, Santa Catarina, janeiro/julho, 2004.

HABERMAS, Jurgen. **Mudança estrutural da esfera pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

HALL, Stuart. Quién necesita “identidad”?. In: GAY, Paul du; HALL, Stuart (Org.). **Cuestiones de identidad cultural**. Buenos Aires: Amorrortu, 2003.

HERNANDES, Nilton. **A mídia e seus truques: o que jornal, revista, TV, rádio e internet fazem para captar e manter a atenção do público**. São Paulo: Contexto, 2006.

IÑIGUEZ, Lupicinio (coordenador). **Manual de Análise do Discurso em Ciências Sociais**. 2. ed São Paulo: Editora Vozes, 2005

KOCH, Ingedore G. Villaça. **Desvendando os segredos do texto**. 5. ed. São Paulo: Cortez, 2006.

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. **Os elementos do jornalismo: O que os jornalistas devem saber e o público exigir**. 2. ed. São Paulo: Geração Editorial, 2004.

KUNCZIK, Michael. **Conceitos de Jornalismo: Norte e Sul**. 2. ed. São Paulo: Edusp, 2002.

KUCINSKI, Bernardo. **Jornalismo na era virtual: ensaios sobre o colapso da razão ética**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo: Editora UNESP, 2005.

\_\_\_\_\_. **A síndrome da Antena Parabólica: ética no jornalismo brasileiro**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 1998.

LUHMANN, Niklas. **A realidade dos meios de comunicação**. São Paulo: Paulus, 2005.

MACHADO, Arlindo. Contra a ibopização do movimento (em defesa da mídia radical). In: DOWNING, John, D. H. **Mídia radical: rebeldia nas comunicações e movimentos sociais**. São Paulo: Editora Senac, 2002.

MAINGUENEAU, Dominique. **Análise de textos de comunicação**. São Paulo: Cortez, 2001.

\_\_\_\_\_. **Termos-chave da análise do discurso**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 1998.

\_\_\_\_\_. **Novas tendências em análise do discurso**. 3. ed. Campinas: Pontes: Editora da Universidade Estadual de Campinas, 1997.

MAMOU, Yves. **A culpa é da imprensa**: Ensaio sobre a fabricação da informação. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1996.

MARCONDES FILHO, Ciro. **A saga dos cães perdidos**. São Paulo: Hacker Editores, 2000.

MARTINS, Frankin. **Jornalismo Político**. São Paulo: Contexto, 2008.

MASSONI, Sandra. Processos midiáticos e movimentos sociais como fenômenos ressonantes: o sentido a partir de um olhar comunicacional. In: FERREIRA, Jairo; VIZER, Eduardo (Org.). **Mídia e movimentos sociais**: linguagens e coletivos em ação. São Paulo: Paulus, 2007.

MEDINA, Cremilda. **Notícia**: um produto à venda: jornalismo na sociedade urbana e industrial. 3. ed. São Paulo: Summus, 1998.

MELO, José Marques. **Jornalismo opinativo**: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro. 3. ed. Campos do Jordão: Editora Mantiqueira, 2003.

\_\_\_\_\_. A questão da objetividade. In: **Caderno Intercom**. Ano 3, nº7, setembro de 1985.

MENEZES, Antonio Simões; NUNES, Márcia Vidal. Discurso ideológico da objetividade jornalística: manipulação dos enunciados das fontes. In: **XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste**. Trabalho apresentado às Divisões Temáticas, na sub-área Jornalismo. De 14 a 16 de maio, 2009, Teresina-PI.

MIANI, Rozinaldo Antonio. A luta pela redemocratização no Brasil através da charge no jornal Movimento. In: WOITOWICZ, Karina Janz (Org.). **Recortes da Mídia Alternativa**: histórias e memórias da comunicação no Brasil. Ponta Grossa: Ed. UEPG, 2009.

\_\_\_\_\_; FREGONESSI, Ludmilla Andrade. A política de comunicação como fator de organização e mobilização dos movimentos sociais e populares. In: FUSER, Bruno. **Comunicação para a cidadania**: caminhos e impasses. Rio de Janeiro: E-papers, 2008.

MONTEIRO, Graça França. A notícia institucional. In: DUARTE, Jorge (Org.). **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia**: Teoria e técnica. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

MST: lutas e conquistas. Secretaria Nacional do MST. 2. ed. São Paulo: 2010.

NUNES, Márcia Vidal; MENEZES, Antonio Simões; CARVALHO, André Gurjão. A Auto-imagem do MST na “Revista sem Terra”: a Guerra Simbólica através da Mídia. In: **XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Trabalho apresentado ao Núcleo de Pesquisa Comunicação para a Cidadania, durante o IX Encontro dos

Grupos/Núcleos de Pesquisas em Comunicação. De 4 a 7 de setembro, 2009, Curitiba-PR.

NUNES, Cezar Juliana. **Mudar para manter**. REVISTA SEM TERRA. Abril/Maio de 2008, n. 44

ORLANDI, Eni P. **Análise de Discurso: Princípios & Procedimentos**. 3 ed. Campinas: Pontes, 2001.

OSCAR FILHO, d'Alva e Souza. **Ética individual & Ética profissional** (princípios da razão feliz). 3 ed. Fortaleza: ABC Editora, 2003.

PAIERO, Denise Cristine. **Protesto e mídia: o jornalismo e a visibilidade da reivindicação**. São Paulo: Annablume, 2009.

PEDROSO, Rosa Nívea. **A construção do discurso de sedução em um jornal sensacionalista**. São Paulo: Annablume, 2001.

PENA, Felipe. **Teoria do Jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2005.

PERUZZO, Cicilia Maria Krohling. **Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania**. Petrópolis: Vozes, 1998.

\_\_\_\_\_. Aproximações entre comunicação popular e comunitária e a imprensa alternativa no Brasil na era do ciberespaço. In: **XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Trabalho apresentado ao Núcleo de Pesquisa Comunicação para a Cidadania, durante o VIII Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisas em Comunicação. De 2 a 6 de setembro, 2008, Natal-RN.

PINTO, Milton José. Discurso e violência. In **Semiosfera: Revista de Comunicação e Cultura**. UFRJ, 2003, número especial, ano 3, Rio de Janeiro.

REGO, Francisco Gaudêncio Torquato do. **Jornalismo Empresarial – teoria e prática**. São Paulo: Summus, 1987.

RODRIGUES, Adriano Duarte. **Comunicação e Cultura – A experiência cultural na era da informação**. 2. ed. Lisboa: Editorial Presença, 1999.

\_\_\_\_\_. **Estratégias da Comunicação**. 2. ed. Lisboa: Editorial Presença, 1997.

ROSEN, Jay. Para além da Objectividade. In **Revista de Comunicação e Linguagens**, Jornalismo 2000, nº 27, Lisboa.

SANT'ANNA, Francisco. Mídia das fontes: O difusor do jornalismo corporativo. In: LOPES, Boanerges (Org.). **Gestão em comunicação empresarial**. Juiz de Fora: Produtora Multimeios, 2007

SANTOS, José Rodrigues dos. **Comunicação: o que é?**. Lisboa: Difusão Cultural, 1992.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de revista**. São Paulo: Contexto, 2003.

SEIXAS, Lia. Gêneros jornalísticos digitais: Um estudo das práticas discursivas no ambiente digital. In: **XIII Compós**. De 22 a 25 de junho, 2004, São Bernardo do Campo/SP.

SEQUEIRA, Cleofe Monteiro de. **Jornalismo investigativo: o fato por trás da notícia**. São Paulo: Summus, 2005.

\_\_\_\_\_; BICUDO, Francisco. Jornalismo Comunitário – Conceitos, Importância e Desafios Contemporâneos. In: **XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Trabalho apresentado ao Núcleo de Pesquisa Comunicação para a Cidadania, durante o VII Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisas em Comunicação. De 29 de agosto a 2 de setembro, 2007, Santos-SP.

SOUSA, Jorge Pedro. **Elementos de Jornalismo Impresso**. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2005.

\_\_\_\_\_. **Elementos de teoria e pesquisa da comunicação e da mídia**. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2004.

\_\_\_\_\_. **Teorias da Notícia e do Jornalismo**. Chapecó: Argos, 2002.

SOUSA, Maria Aparecida de. **Estratégias do Jogo Político** (Os Institutos de Pesquisa e os *Media* na Construção da Política: uma análise das eleições para Governador em São Paulo e no Distrito Federal). Rio de Janeiro: ECO/UFRJ, 2002.

SPONHOLZ, Liriam. **Jornalismo, conhecimento e objetividade: além do espelho e das construções**. V.4. Florianópolis: Insular, 2009.

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

TOURAINÉ, Alain. **O que é a democracia?**. Petrópolis: Vozes, 1996.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo: porque as notícias são como são**. 2. ed. Florianópolis: Insular, v. I, 2005.

TUCHMAN, Gaye. A objetividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objetividade dos jornalistas. In: TRAQUINA, Nelson (org.). **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: Veja, 1993.

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

VERÓN, Eliseo. **Fragmentos de um tecido**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2004.

VIEIRA, Fernando Antonio da Costa. **Navegando contra a maré: a relação entre o MST e a mídia**. Rio de Janeiro: UFRJ/IFCS, 2007.

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**. São Paulo: Paulus, 2007.

VIZEU, Alfredo. A construção social da realidade e os operadores jornalísticos. **Revista FAMECOS**, nº 25, Porto Alegre, dezembro de 2004.

WOITOWICZ, Karina Janz (Org.). **Recortes da Mídia Alternativa: histórias e memórias da comunicação no Brasil**. Ponta Grossa: Ed. UEPG, 2009.

WOLF, Mauro. **Teoria da Comunicação**. 4. ed. Lisboa: Editorial Presença, 1995.

WOLFE, Tom. **Radical chique e o Novo Jornalismo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

#### REVISTAS

REVISTA SEM TERRA. Janeiro/Fevereiro de 2008, n. 43.

REVISTA SEM TERRA. Abril/Maio de 2008, n. 44.

REVISTA SEM TERRA. Junho/Julho de 2008, n. 45.

REVISTA SEM TERRA. Agosto/Setembro de 2008, n. 46

REVISTA SEM TERRA. Outubro/Novembro de 2008, n. 47.

## APÊNDICES

**Entrevista concedida por Miguel Stédile**, um dos coordenadores da comunicação do MST e colaborador da *Revista Sem Terra*.

### **Por que o MST criou a Revista Sem Terra?**

Cada veículo corresponde a um período da luta do MST pela Reforma Agrária. Após a o 3º Congresso Nacional do MST, o movimento tem como uma de suas metas dialogar com públicos mais específicos. Nossa constatação naquele momento era de que a luta pela reforma agrária só seria bem sucedida se a população urbana compreendesse que esta luta também a beneficiaria, não seria apenas um benefício aos trabalhadores rurais. A Revista Sem Terra vai surgir após a Marcha de 1997, que tem como um de seus objetivos conquistar a simpatia da população urbana para a reforma agrária, além de voltar a reclamar por justiça diante do episódio de Eldorado dos Carajás. Naquele momento, durante a após a marcha, o MST se projetou como sujeito político de abrangência nacional e havia uma expectativa e questionamentos a cerca da posição do Movimento sobre outros temas para além da reforma agrária. Então, a revista tem o papel de fazer a propaganda dos resultados obtidos com a reforma agrária e ao mesmo tempo expor a posição do MST sobre outros temas, como a questão ambiental, as privatizações, etc. A revista é voltada para formadores de opinião: professores universitários, sindicalistas, pessoas de esquerda/progressista. Mas a revista vai além da luta pela reforma agrária e enfoca, por exemplo, temáticas internacionais.

### **Qual a categoria jornalística predominante na Revista Sem Terra?**

Ela é informativa e opinativa. Mas, essencialmente opinativa. Reúne artigos, crônicas de amigos. Mas não deixa de ser informativa, pois nossos veículos não querem ser panfletários. Seria mais cômodo até fazer uma revista apenas de artigos. Contudo, há uma produção da informação baseada na apuração. Inclusive, na medida do possível, tentar ouvir pessoas que são contrárias ao MST.

**Como você classificaria os textos da seção Política, que provavelmente é a seção mais importante de uma revista editada por um movimento social, que faz, obviamente, política.**

A maioria é reportagens.

### **As fontes selecionadas normalmente reforçam a linha editorial da revista?**

As fontes selecionadas não se coadunam necessariamente com a linha editorial da revista. Há uma pluralidade de opiniões principalmente dentro do campo da esquerda.

### **Sobre a questão da objetividade. A Revista Sem Terra busca ser objetiva?**

Não tem pretensão de ser imparcial. Mas não significa que vamos fazer um jornalismo tosco. Vamos fazer um jornalismo honesto. Vamos deixar claro que a revista vai divulgar a opinião do MST. Quem compra a revista quer saber a opinião do MST.

### **Quantas pessoas fazem parte da equipe e qual a estrutura física da revista?**

A revista tem no seu quadro fixo quatro pessoas. Duas editoras. No corpus da sua pesquisa era uma editora (a Bia) e um editor (no período estudado pela pesquisa, o Antônio Byondi, atualmente a função é exercida pela Maíra Kubik Mano). Há uma secretária de redação agora a (Nina Fidelis) e o diagramador. Além deles temos colaboradores de dentro e de fora do movimento. A revista também possui o Conselho Editorial.

### **A revista pretende ampliar a sua tiragem, atualmente fixada em 10 mil exemplares?**

Tem o desejo de ampliar assim. Mas há uma questão muito séria que é a distribuição do material. A Revista Sem Terra, em seu primeiro ano, era vendida em banca, mas sofreu um boicote muito grande. Isso, por enquanto, inviabiliza esse aumento da tiragem da publicação.

### **Qual o papel da Revista Sem Terra na política de comunicação do MST hoje?**

A revista é o principal espaço de reflexão para um público muito segmentado. Pessoas interessadas em temas abrangentes. São pessoas de posicionamento de esquerda, mas que, não necessariamente, concordam com todas as ideias do MST.

**Entrevista concedida por Antônio Biondi, Antônio Biondi, editor da Revista Sem Terra a partir da edição Abril/Maio de 2008.**

### **Os produtores da revista estão preocupados com a objetividade?**

Sim, uma vez que a revista é lida por públicos variados, que vão de integrantes do MST a simpatizantes e interessados no movimento. Para fazer essas pontes, é necessário trabalhar um texto objetivo e acessível.

### **Como conseguir ser objetivo?**

É importante trabalhar na edição das matérias no sentido de tornar as matérias mais objetivas e claras. Contudo, com duas ressalvas nesse sentido: objetividade é diferente de imparcialidade, e os limites da equipe de edição afastam a possibilidade de um trabalho mais longo e refinado na edição das matérias.

### **É intenção dos produtores da revista trazer essa pluralidade de opinião?**

A revista, logicamente, e isso fica patente para qualquer pessoa que a lê, possui um ponto-de-vista, um lugar de fala – e até um lado, poderíamos dizer.

Isso não significa ignorar outros pontos-de-vista, ou tratá-los com má-fé, ou sem ética. A revista tem uma subjetividade, tem um olhar específico, que não se pretende distante e imparcial frente aos fatos, mas que nem por isso busca atacar, caluniar, difamar e injuriar outras análises, contrárias ou distintas das apresentadas na revista. A revista não criminaliza os atores que questionam o MST, ao contrário do que outras publicações fazem com o movimento, mesmo que para isso abram mão da ética e de outros bons valores cidadãos e jornalísticos.

### **Como a ética jornalística é trabalhada dentro do discurso do MST?**

Como dito acima, a revista trabalha buscando apresentar as informações de forma correta e ética, sob um ponto-de-vista bastante explicitado. Não apresenta informações falsas ou que não possam ser confirmadas, tão pouco usa de artimanhas jornalísticas (como ilações, acusações sem provas ou fontes) para questionar outros atores sociais.

### **A objetividade traz novos leitores para a revista?**

Creio que sim. Daí a colaboração durante dois anos como editor da revista, buscando torná-la com melhor texto, imagens, legendas e mais acessível nesse sentido.

### **A Revista Sem Terra busca ser objetiva da mesma forma que a grande imprensa se diz ser objetiva?**

Não, como dito acima, a RST possui ponto-de-vista e subjetividade bastante delineados.

### **O MST considera a Revista Sem Terra uma publicação alternativa? Por quê?**

Os veículos ligados ao MST são, ao mesmo tempo, uma contribuição à mídia alternativa, seja por defender idéias distintas à do discurso hegemônico, seja pela forma com que é pensada, construída, editada e divulgada. Por outro lado, trata-se de uma publicação que possui ligação forte com o movimento, o que em algumas situações faz com que seu espaço seja mais específico do que exatamente alternativo.

### **Por que o MST criou a Revista Sem Terra?**

*Simões, essa é uma questão a ser analisada com o Miguel e com o Neuri Rossetto.*

### **Ela pode ser considerada uma publicação especializada ou de informação geral? Qual a linha editorial da publicação?**

Creio que a revista, como dito acima, possui as duas características citadas. Ao mesmo tempo, ela aborda questões bastante específicas, ligadas ao campo, à reforma agrária, aos camponeses, à agroecologia, etc. Por outro, não se furta a abordar temáticas gerais da sociedade, debates em pauta no cotidiano das pessoas.

A linha editorial da revista busca apresentar um ponto-de-vista, do próprio movimento ou próximo a ele, sobre os temas da conjuntura, especialmente da agrária, buscando traduzir a linha política do MST junto à sociedade, e, ao mesmo tempo, estabelecer um diálogo com esta sobre os mais variados temas, em uma via de duas mãos.

**A Revista Sem Terra faz um jornalismo de causas/engajado? Nesse tipo de jornalismo há espaço para a busca pela isenção?**

Não diria que o jornalismo da revista é engajado. Mas sim comprometido. Com uma visão de mundo e um projeto de sociedade. Que defende, certamente, mudanças no modelo em que hoje vivemos. Fazer um jornalismo comprometido com as pessoas, com as classes mais pobres, com os movimentos sociais, não significa deixar de ser isento, agir de má-fé, faltar com a verdade ou ações outras nesse sentido. Muito pelo contrário, aliás. Muitas vezes, a revista traz um retrato de fatos que demonstra o que realmente aconteceu – e que está sendo omitido por outros veículos de mídia – como se dá no caso de assassinatos de lideranças populares, por exemplo.

**A Revista Sem Terra busca ser objetiva? Ela tem a pretensão de apresentar a verdade ou a versão mais próxima da verdade sobre um acontecimento?**

A questão já foi trabalhada acima. A revista busca apresentar um ponto-de-vista sobre os fatos, sem incorrer em falta de compromisso com a verdade ou com a correção no trabalho jornalístico. A ênfase é no olhar do movimento, dos movimentos, dos pesquisadores próximos aos movimentos, e em outros olhares sobre como podemos melhorar o mundo em que vivemos. Por se tratar de uma revista bimestral, a maioria dos fatos nela abordados já foram apresentados de forma “objetiva” nas outras mídias, e a revista acaba fazendo uma análise mais aprofundada sobre eles, optando, para isso, por dados, discursos e pontos-de-vista que considera mais corretos sobre o que realmente acontece.

**Os textos publicados na revista podem ser considerados a resposta do MST sobre a versão da grande imprensa sobre um fato? Esses textos buscam evidenciar o pensamento do MST sobre uma determinada temática ou apenas interpretam um acontecimento?**

Há diferentes seções na revista, sendo que algumas evidenciam o pensamento do MST e outras trazem análises, inclusive de outros atores e sujeitos. Não se busca uma resposta direta em cada texto ou edição da revista, mas em muitas situações isso se torna necessário. Por exemplo, quando os movimentos lançam campanhas que são ignoradas ou desdenhadas pela grande imprensa, ou quando realizam manifestações que são reprimidas, etc. Outras vezes, a revista busca dar voz, trazer ao público, aspectos ignorados por outros veículos, inclusive fazer denúncias que em situação alguma seriam apresentadas em outras mídias. Por exemplo, quanto ao envolvimento de políticos de relevância nacional com situações relacionadas à grilagem de terra – caso da senadora Katia Abreu no Tocantins.

**As fontes selecionadas normalmente reforçam a linha editorial da revista?**

Sim. É uma opção que dialoga com as linhas escolhidas e apresentadas acima.

**Por que depoimentos de pessoas denunciadas nas reportagens costumam ser retirados de discursos elaborados em outros contextos, como uma entrevista concedida para outra publicação? Elas não concordam em conversar com a revista?**

Normalmente, a revista tem trabalhado com artigos, sendo bem pouco comum a realização de entrevistas para reportagens. Trata-se de uma limitação objetiva da publicação, que não dispõe de equipe fixa de repórteres ou de verbas permanentes para a realização de reportagens. A meu ver, o investimento em reportagens poderia, certamente, fortalecer a revista.

**Há casos em que, por algum motivo, uma pessoa ou empresa denunciada não foi ouvida?**

Como dito acima, os textos são essencialmente artigos. No caso das denúncias, normalmente encontram-se em textos publicados na revista após já terem sido publicados em outros veículos parceiros, como Brasil de Fato e Repórter Brasil, a quem coube a denúncia e sua apuração, e no trabalho de quem confiamos. Nos artigos, podem surgir denúncias também, que são apresentadas por seus autores, e em relação às quais a revista assume responsabilidade parcial ao publicá-las. No caso de questões que a equipe da revista julgar infundadas, certamente não terão espaço na revista.

**Quais estratégias são usadas para dar credibilidade ao discurso jornalístico da publicação?**

Fazer um bom trabalho de edição, valorizando o trabalho dos autores dos textos e imagem e valorizando também nosso leitor. 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.

**Qual a categoria jornalística predominante na Revista Sem Terra (reportagem, artigo, ensaio, notícia, resenha etc)?**

Predominam os artigos.

**A partir do pressuposto de que a seção Política é a mais importante da revista, quais os gêneros jornalísticos são trabalhados nesse espaço? Por quê? Qual o tom desses textos?**

Não diria que esta seção é a mais importante da revista, ao menos para mim. Creio que a entrevista sempre foi trabalhada com muito afinco (chegamos a entrevistar até ao Hobsbawm durante nossa passagem pela revista!), assim como as seções ligadas às questões internacionais, aos estudos, colonistas, questão agrária, etc. Assim, é difícil falar de uma seção mais importante, mas sim olhar para a revista como um todo. E, nesse sentido mais geral, apresentamos acima elementos sobre como os textos são trabalhados e sob qual perspectiva.

**Quais as influências da mídia de referência (grande imprensa) na revista? Por que a Revista Sem Terra não rompe totalmente com elementos da mídia convencional, que é tão criticada pelo movimento?**

A revista dialoga com o que é comunicação no Brasil hoje, com a formação de sua equipe de edição, de seu público e com a formação dos integrantes do movimento. Todos esses setores, evidentemente, sofrem influências de diversos veículos da grande imprensa, mas não somente deles. Assim, difícil pensar em um rompimento, mas difícil

dizer que a revista não apresenta diferenciais e outras perspectivas. Em diversos aspectos, a RST certamente é muito melhor do que a grande imprensa. Por exemplo, na composição de seu conselho editorial e no diálogo com outros setores na construção de sua proposta. Por outro, há aspectos em que a revista é inferior à grande imprensa (capacidade de reportagem seria um desses casos) ou que a repete (divisão de seções). Mas é certo que a forma que a revista trata os assuntos busca não repetir o que a mídia corporativa realiza, embora haja influências – e até referências positivas – das quais é hoje difícil se escapar.

**É possível descrever as rotinas produtivas da revista (reunião de pauta, prazo para apuração, edição, impressão e distribuição)?**

Há reuniões de pauta a cada edição, que são relatadas e enviadas em cerca de uma semana para o conselho editorial. É previsto cerca de um mês para a redação dos textos, além de mais uma semana para edição, uma semana para fechamento e uma semana para impressão. Por fim, logo que a revista é impressa, busca-se realizar uma reunião do conselho editorial (o ideal, portanto, é que haja uma por bimestre), período em que a distribuição já está acontecendo e simultâneo ao início dos trabalhos na próxima edição.

**O caráter combativo e partidário de jornais do período militar ou dos anos 1950 influenciaram, de algum modo, a revista?**

Certamente que sim. Inclusive porque importantes e combativos jornalistas desses períodos foram editores e fundamentais na criação e evolução da revista, como Hamilton Octavio de Souza e Alípio Freire.

**Qual o perfil do público alvo da revista?**

A revista é lida por públicos variados, sendo que seus principais leitores são os integrantes do MST, ao lado dos simpatizantes, apoiadores e interessados no movimento.

**O texto da Revista Sem Terra seduz o leitor, é prazeroso?**

Espero que sim! A equipe de edição tem buscado trabalhar nesse sentido, embora com as limitações anteriormente apresentadas.

**Quantas pessoas fazem parte da equipe de produção da revista e quanto custa toda a publicação?**

A equipe de edição é composta por dois editores, um editor de arte, um revisor e uma secretária de redação, além de contar com a colaboração de quatro colunistas, de veículos parceiros, de articulistas e de outros redatores de textos. Note que nenhum desses comunicadores dedica-se exclusivamente à revista, trabalhando nela ou de forma complementar a outros empregos, ou como uma das tarefas de comunicação do movimento. Assim, seria complexo “precificar” o custo efetivo da publicação, uma vez que boa parte da contribuição se dá a partir da militância de integrantes do MST, da equipe de edição em geral ou de outras pessoas próximas. Contudo, em termos gerais, poderíamos falar em algo em torno de 18 mil reais de custo total de cada publicação,

sendo cerca de 6 mil reais referentes ao trabalho das pessoas, 12 mil reais referentes à impressão e distribuição e cerca de 30 reais referentes à pizza dos fechamentos. rrs

**A revista atinge seus objetivos? Como é feita essa aferição?**

Tal debate é feito no conselho editorial da revista, na equipe de edição e entre os integrantes do movimento. Diante de sua longevidade, acertos e erros, é possível apontar que atinge seus objetivos, e que tem apresentado uma interessante evolução, que certamente não é linear, progressiva e sem altos e baixos.

